



Q2
08

BERICHT FÜR DAS ERSTE HALBJAHR 2008
1. Januar bis 30. Juni 2008

KENNZAHLEN

Kennzahlen Q2 und H1: Konsolidierung von SBS seit Juli 2007

Mio Euro	Q2		H1	
	2008	2007	2008	2007
Konzernumsatz	801,9	551,6	1.530,9	1.052,8
Recurring EBITDA *	203,7	159,1	292,2	241,2
EBITDA	189,3	158,8	274,1	240,8
EBIT	151,6	148,6	201,5	220,4
Finanzergebnis	-64,3	-5,0	-122,8	-9,3
Ergebnis vor Steuern	88,1	143,6	79,5	211,1
Konzernüberschuss	59,5	87,2	51,6	127,8
Bereinigter Konzernüberschuss **	73,6	88,2	79,6	129,9
Ergebnis je Vorzugsaktie (in Euro)	0,28	0,40	0,25	0,59
Ergebnis je Vorzugsaktie bereinigt (in Euro)	0,35	0,41	0,38	0,60
	2008	2007	2008	2007
Cash-flow aus der betrieblichen Geschäftstätigkeit	379,4	337,7	634,5	630,7
Cash-flow aus der Investitionstätigkeit	-386,2	-219,9	-714,4	-480,3
Free Cash-flow	-6,7	117,8	-79,9	150,3
	30.06.2008	30.06.2007	30.06.2008	30.06.2007
Mitarbeiter ***	5.971	3.062	5.915	3.062

Pro-forma-Kennzahlen H1: Konsolidierung von SBS seit Januar 2007

Mio Euro	H1	
	2008	2007
Konzernumsatz	1.530,9	1.579,6
Recurring EBITDA *	292,2	362,4
EBITDA	274,1	346,8

* Bereinigtes EBITDA: EBITDA vor nicht wiederkehrenden Posten.

** Bereinigter Konzernüberschuss: Konzernüberschuss vor Effekten aus Kaufpreisallokation.

*** Anzahl durchschnittliche vollzeitäquivalente Stellen.

INHALT

4	Vorwort des Vorstands
6	KONZERN-ZWISCHENLAGEBERICHT
6	Konzern und Rahmenbedingungen
9	Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage
16	Geschäftssegmente
21	Die ProSiebenSat.1-Aktie
22	Nachtragsbericht
22	Risikobericht
22	Prognosebericht
26	KONZERN-ZWISCHENABSCHLUSS
26	Gewinn- und Verlustrechnung
27	Konzernbilanz
28	Kapitalflussrechnung
29	Eigenkapitalsveränderungsrechnung
30	Anhang
35	ERKLÄRUNG DES VORSTANDS
36	BESCHEINIGUNG NACH PRÜFERISCHER DURCHSICHT
37	WEITERE INFORMATIONEN
37	Finanzkalender
37	Kontakte

CHRONIK Q2



Größtes Fußball-Live-spiel-Paket im deutschen Free-TV gesichert: ProSiebenSat.1 Group erwirbt Übertragungsrechte für Champions League und UEFA Cup ab 2009.

Grundstein für die digitale Infrastruktur der Gruppe gelegt: IBM und ProSiebenSat.1 schließen IT-Outsourcing-Vertrag.

Mehrheitsbeteiligung an Internetplattform lokalisten.de: ProSiebenSat.1 stockt Anteile an einem der führenden Social Networks in Deutschland auf.



Präsenz in der digitalen Welt gestärkt: ProSiebenSat.1 Group erwirbt Frauen-Portal Fem.com.



Gründung einer eigenen Produktionsfirma: Red Seven Entertainment wird Unterhaltungsformate für die gesamte TV-Gruppe produzieren.

ProSiebenSat.1 verkauft skandinavische Pay-TV-Sparte C More: Kaufvertrag wurde im Juni unterzeichnet.

Neuer Finanzvorstand der ProSiebenSat.1 Media AG: Axel Salzmann folgt auf Lothar Lanz.



Neuer Vorstandsbereich German Free-TV: Andreas Bartl wird in den Vorstand berufen.



VORWORT DES VORSTANDS



Guillaume de Posch
CEO

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Aktionäre,

im zweiten Quartal 2008 steigerte die Gruppe den Konzernumsatz aufgrund der Erstkonsolidierung von SBS um 45 Prozent, das recurring EBITDA übertraf den Vorjahreswert um 28 Prozent. Erneut wies das internationale Free-TV-Geschäft ein solides Umsatzwachstum auf. Auf Basis von Pro-forma-Zahlen für die kombinierte Gruppe verzeichneten die Konzernerlöse sowie das recurring EBITDA jedoch einen Rückgang.

Wie bereits im April 2008 angekündigt, ist die Geschäftsentwicklung der ProSiebenSat.1 Group auch im zweiten Quartal 2008 durch das deutsche Free-TV-Geschäft beeinträchtigt. Die Gründe liegen auf der Hand: Akzeptanzprobleme infolge des Werbezeiten-Verkaufsmodells führten zu Umsatzeinbußen im deutschen TV-Geschäft. Daneben hat wie erwartet die Fußball-Europameisterschaft in Österreich und der Schweiz das Buchungsverhalten der Werbekunden beeinflusst.

Wir haben rasch gehandelt, um im deutschen TV-Werbemarkt wettbewerbsfähig zu sein und die Ertragskraft im Kerngeschäft wieder zu steigern:

- Wir haben das Werbezeiten-Verkaufsmodell für den deutschen Markt im Mai 2008 angepasst und den Salesbereich neu strukturiert. Wir sind inzwischen mit allen großen Media-Agenturen in Deutschland handelseinig und daher zuversichtlich, im zweiten Halbjahr Marktanteile mit dem modifizierten Vermarktungsmodell zurückzugewinnen. Eine langfristige Prognose für den TV-Werbemarkt steht jedoch aufgrund der geringen Visibilität des Werbemarkts immer unter Vorbehalt. Zudem müssen wir klar sagen, dass unsere Erwartungen angesichts der weiteren gesamtwirtschaftlichen Entwicklung in vielen Märkten Europas und der Schwierigkeiten im deutschen TV-Werbemarkt mit Unsicherheiten behaftet sind.
- Wir haben 2008 ein Effizienzsteigerungsprogramm zur Kostenreduktion eingeführt. Wir erwarten, die hier gesteckten Ziele in der zweiten Jahreshälfte zu erreichen und signifikante Einsparungen zu realisieren – ohne unsere langfristigen Wachstumsziele zu gefährden.

Doch vor allem haben wir unsere langfristigen operativen und strategischen Ziele im Blick:

- Wir konzentrieren uns auf unsere Kernkompetenz. Durch Investitionen in Top-Programme und die Erweiterung unseres Portfolios durch neue Sender FEM, PULS 4 und Kanal 9 bauen wir unser Kerngeschäft aus und stärken unsere Position im Zuschauermarkt. Die deutsche Senderfamilie hat ihre Zuschauermarktanteile im ersten

Halbjahr 2008 trotz der Fußball-EM auf hohem Niveau von 28,9 Prozent gehalten. Insbesondere Sat.1 liegt nun stabil bei rund elf Prozent. Im Juni haben wir uns das größte europäische Livespiel-Paket im deutschen Free-TV gesichert. Ab 2009 wird Sat.1 Top-Spiele in der Champions League und im UEFA Cup live exklusiv übertragen. Im Mai haben wir die Produktionsgesellschaft Red Seven Entertainment gegründet, die Unterhaltungsformate für die europäische TV-Gruppe herstellen wird.

- Wir investieren in weiteres Wachstum und dehnen unsere Diversifikationsaktivitäten insbesondere im Online-Bereich aus. Mit mehr als 18 Millionen Unique Users sind wir jetzt der zweitgrößte Online-Vermarkter in Deutschland. Unsere starke Wettbewerbsposition im Onlinebereich haben wir mit der Akquisition des Internetportals Fem.com im April 2008 untermauert.
- Wir treiben die Digitalisierung der Gruppe voran und errichten zusammen mit IBM eine voll-digitale Plattform für die Sendergruppe, die erstmals die europaweite Verwertung von TV-Inhalten auf allen Übertragungswegen ermöglicht.
- Und nicht zuletzt – wir optimieren unser Portfolio und trennen uns von Randaktivitäten. Die erwarteten Erlöse aus dem Verkauf des skandinavischen Pay-TV-Anbieters C More werden primär zur Senkung der Finanzverbindlichkeiten des Konzerns beitragen.

Wir wollen damit die Basis für eine nachhaltig erfolgreiche Zukunft schaffen. Wir verfügen über genügend finanziellen Spielraum für die weitere strategische und operative Entwicklung des Konzerns. Als einziger vollständig integrierter, europäischer Medienkonzern sind wir in der Lage, über Landesgrenzen hinweg unser kreatives Potential im Programmbereich effizient zu nutzen und Größenvorteile in zahlreichen Bereichen zu realisieren.

Unser Ziel ist, ProSiebenSat.1 zum führenden Medienkonzern in Europa zu machen.



Guillaume de Posch
Vorstandsvorsitzender

KONZERN-ZWISCHENLAGEBERICHT

MEILENSTEINE IM ERSTEN HALBJAHR 2008: Wachstum durch Konzentration auf Kernkompetenzen

Wettbewerbskraft

Verkaufsmodell für Werbezeiten in Deutschland angepasst

Programmqualität durch Filmdeals und Erwerb von Sport-Lizenzen substantiell erhöht, neue Produktionstochter Red Seven Entertainment gegründet

Errichtung der ersten **voll digitalen Plattform** für die gesamte Gruppe

- April 2008: Kooperation mit IBM vereinbart
- Juni 2008: Startschuss für Errichtung eines neuen Playout-Centers in München
- Start N24 Plus: Umstellung auf multimediale Plattform

Portfolio-Optimierung:

- Vertrag über Verkauf der Premium-Pay-TV-Aktivitäten von C More mit Transaktionsvolumen von 320 Mio Euro im Juni geschlossen, Closing im zweiten Halbjahr erwartet
- **Online-Präsenz** durch Akquisitionen gestärkt (Fem.com, lokalisten.de)

Integration von ProSiebenSat.1 und SBS

- Realisierung der identifizierten **Synergien** verläuft planmäßig

- Weitere Maßnahmen zur **Zentralisierung von Prozessen** umgesetzt, unter anderem durch Konzentration auf zwei Playout-Center in München und London

Konzernweites Effizienzsteigerungsprogramm verabschiedet

- Q2 durch negative Einmaleffekte belastet, Maßnahmen zur Kostenreduktion jedoch im Plan
- **Deutliche Kosteneinsparungen** in der zweiten Jahreshälfte 2008, recurring EBITDA-Marge auf solidem Niveau in H2 2008

Profitabilität

Outsourcing-Vertrag mit IBM:

- Übertragung von IT-Prozessen der ProSiebenSat.1 Produktion auf IBM
- Effizienzsteigerung durch Standardisierung von Prozessen

Liquidität

- Erwartete Erlöse aus Verkauf von Randaktivitäten werden vorwiegend zur sukzessiven Reduktion von **Finanzverbindlichkeiten** verwendet

Konzern und Rahmenbedingungen

Wesentliche Änderungen im Portfolio und in der Berichtsweise

- **ProSiebenSat.1 und IBM bauen erste europäische Digitalplattform auf**
ProSiebenSat.1 Media AG und IBM Deutschland GmbH, Stuttgart, Deutschland haben im April 2008 einen Outsourcing-Vertrag mit einer Laufzeit von zehn Jahren und einem Volumen von über 200 Mio Euro abgeschlossen. IBM wird alle IT-Business-Applikationen sowie die IT- und Mediensysteme von ProSiebenSat.1 Produktion übernehmen und ausbauen. Der Vertrag bildet die Basis für die Modernisierung der technischen Infrastruktur der europäischen Gruppe. Mit dem Aufbau einer innovativen technologischen Plattform setzt das Unternehmen eines seiner drei strategischen Kernziele um. Alle TV-Kanäle der Gruppe werden mittelfristig über die zentralen Playout-Center in München und London-Chiswick ausgestrahlt. ProSiebenSat.1 Produktion hat im Juni mit dem Aufbau des digitalen Playout-Centers in München begonnen. Aufgrund der Kooperation mit IBM und Effizienzsteigerungen durch eine vollständig digitale Plattform erwartet ProSiebenSat.1 Einsparungen von rund 50 Millionen Euro in den kommenden zehn Jahren.

 **Portfoliomaßnahmen**

 **Anhang**

Ein vollständiger Verkauf von ProSiebenSat.1 Produktion wird vorerst nicht weiterverfolgt. Daher wird ProSiebenSat.1 Produktion im vorliegenden Quartalsbericht –

entgegen der Darstellung im Konzernjahresabschluss zum 31. Dezember 2007 – nicht mehr als nicht fortzuführende Aktivitäten ausgewiesen.

- **Verkauf der Pay-TV-Aktivitäten in Nordeuropa (C More)**

Die ProSiebenSat.1 Group hat am 16. Juni 2008 einen Vertrag über den Verkauf der C More Group AB an das schwedische Unternehmen TV4 unterzeichnet. Die Transaktion steht unter dem Vorbehalt kartellrechtlicher Genehmigungen. In der C More Group AB mit Sitz in Stockholm, Schweden ist das Premium-Pay-TV-Geschäft der ProSiebenSat.1 Group in Nordeuropa gebündelt. Der der Transaktion zugrunde liegende Unternehmenswert beläuft sich auf rund 320 Millionen Euro. Gemäß IFRS 5 wird C More als zur Veräußerung gehaltene Gruppe von Vermögenswerten und Verbindlichkeiten klassifiziert.

- **Verkauf von BTI**

Im Zuge der Konzentration auf Kernkompetenzen wird die ProSiebenSat.1 Group Broadcast Text International (BTI), Stockholm, Schweden veräußern. BTI wurde im Rahmen der SBS-Akquisition erworben und bietet Untertitelung in 40 Sprachen an. BTI wird entsprechend IFRS 5 als zur Veräußerung gehaltene Gruppe von Vermögenswerten und Verbindlichkeiten im ProSiebenSat.1-Konzernabschluss zum 30. Juni 2008 klassifiziert. Der Anteilskaufvertrag wurde – nach Abschluss der Berichtsperiode – am 17. Juli 2008 unterzeichnet. Der Verkauf von BTI soll innerhalb der nächsten Monate abgeschlossen sein.

- **ProSiebenSat.1 Group erwirbt Frauen-Portal Fem.com**

Im April 2008 hat der Konzern den Geschäftsbereich Diversifikation weiter ausgebaut und die Feeem Media GmbH, München, Deutschland erworben. Feeem betreibt das Frauenportal Fem.com. Damit wird die ProSiebenSat.1 Network um die wichtige Zielgruppe Frauen ergänzt. Die Erstkonsolidierung erfolgte im April 2008. Die Gesellschaft ist dem Segment Diversifikation zugewiesen.

- **Beteiligung an Internetplattform lokalisten.de aufgestockt**

Die ProSiebenSat.1 Group erhöhte im Mai 2008 ihre 30-Prozent-Beteiligung an der lokalisten media GmbH, München, Deutschland auf 90 Prozent. Das Unternehmen betreibt mit der Internetplattform lokalisten.de eines der führenden Social Networks in Deutschland. Die lokalisten media GmbH wird seit Mai 2008 voll konsolidiert und im Segment Diversifikation ausgewiesen.

- **Gründung eines Joint Ventures für maxdome**

Im Juni 2008 wurde maxdome in ein 50/50-Joint Venture mit der 1&1 Internet AG eingebracht. Die 1&1 Internet AG ist ein Unternehmen der United Internet Gruppe, Montabaur, Deutschland. Das Video-on-Demand-Portal maxdome ist mit 15.000 Titeln die größte und erfolgreichste deutsche Online-Videothek und ist dem Segment Diversifikation zugewiesen.

Veränderungen im Konzernvorstand

Axel Salzmann wird zum 1. Mai Mitglied des Vorstands und ist seit 11. Juni 2008 neuer Chief Financial Officer. Er tritt die Nachfolge von Lothar Lanz an und ist künftig für Group Controlling, Finance und Investor Relations, Legal Affairs, Regulatory Affairs sowie Administration verantwortlich. Guillaume de Posch, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media AG, wird das Unternehmen auf eigenen Wunsch bis spätestens 31. Dezember 2008 verlassen. Andreas Bartl, seit Mai Managing Director der ProSiebenSat.1-Tochtergesellschaft German Free-TV Holding GmbH, wurde am 17. Juni 2008 in den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG berufen. Er übernimmt das Vorstandsressort German Free-TV. Peter Christmann, Vorstandsmitglied für Sales und Marketing, legt sein Mandat als Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG Ende Juni 2008 nieder.

Klaus-Peter Schulz wird zum 1. September 2008 neuer Vorstand Sales & Marketing der ProSiebenSat.1 Media AG und verantwortet künftig die Bereiche Sales, Marketing und Research im deutschsprachigen Raum. Darüber hinaus koordiniert er die internationalen Vertriebsaktivitäten. Schulz tritt die Nachfolge von Peter Christmann an, der das Unternehmen zum 30. Juni 2008 verlassen hat.

Wirtschaftliches Umfeld und branchenspezifische Rahmenbedingungen

Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Im zweiten Quartal haben sich die **weltwirtschaftlichen Aussichten** weiter eingetrübt. Das vom ifo-Institut erhobene Weltwirtschaftsklima fiel im zweiten Quartal auf den niedrigsten Stand seit über sechs Jahren \searrow . Trotz anhaltender Unsicherheit auf den Finanzmärkten und stark gestiegener Rohstoffpreise zeigte sich die Wirtschaft in der **Europäischen Union und im Euroraum** zu Jahresbeginn 2008 robust. Infolge der weltwirtschaftlichen Belastungen wird sich dieser Aufwärtstrend im zweiten Quartal jedoch nicht fortsetzen. Das ifo-Institut erwartet, dass der Anstieg des realen Bruttoinlandsprodukts im **Euroraum** stagnieren wird (0,0% ggü. Q1 2008). Voraussichtlich wird sich sowohl die Binnennachfrage verlangsamen als auch der Wachstumsbeitrag des Außenhandels sinken.

 **Ausblick**

Das Bruttoinlandsprodukt in **Deutschland** wuchs in den ersten drei Monaten 2008 um 1,5 Prozent und erreichte damit im Quartalsvergleich das höchste Plus seit rund zwölf Jahren. Allerdings ist davon auszugehen, dass der Anstieg durch Sondereffekte wie zum Beispiel Baukonjunktur und Veränderungen der Abschreibungsregeln überzeichnet war und die starken Belastungsfaktoren im zweiten Quartal 2008 letztendlich Oberhand gewinnen. Wichtige Konjunkturindikatoren wie Auftragseingänge oder Industrieproduktion entwickelten sich im April und Mai im Vormonatsvergleich rückläufig. Die Exporte zeigten sich zuletzt ebenfalls deutlich schwächer. Die nachlassende Konjunktur spiegelt sich auch in den Stimmungsbarometern der Wirtschaft und der privaten Konsumenten. Sowohl der ifo-Geschäftsklimaindex als auch das GfK-Konsumklima waren im Juni 2008 deutlich abwärts gerichtet. Die Konsumenten belastete vor allem der starke Preisauftrieb. Aufgrund der vorliegenden Daten rechnet die Mehrzahl der Experten für das zweite Quartal 2008 mit einem deutlich schwächeren Wachstum oder sogar einem Rückgang der deutschen Wirtschaftsleistung. Der Handelsblatt-Barclays-Indikator sagt einen Wert von real minus 0,6 Prozent gegenüber dem Vorquartal voraus, das DIW-Konjunkturbarometer liegt dagegen bei optimistischeren 0,2 Prozent Plus.

Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Die Entwicklung der TV-Werbeinvestitionen in den Märkten der ProSiebenSat.1 Group in Nord-, Ost- und Mitteleuropa zeigte im zweiten Quartal 2008 ein uneinheitliches, insgesamt aber sehr positives Bild. Die Bandbreite reichte von einem Minus in Dänemark (-2,1% netto) über ein Wachstum in Schweden (+3,4% netto), Belgien (+4,2% brutto), Finnland und den Niederlanden (jeweils +4,3% netto) bis hin zu den nach wie vor rasant wachsenden Märkten in Ungarn (+9,7% brutto) und Rumänien (+22,1% netto). Ebenfalls sehr dynamisch zeigte sich der TV-Werbemarkt in Norwegen mit einem Wachstum von +8,7% netto. In Deutschland stiegen die TV-Brutto-Werbeinvestitionen im zweiten Quartal 2008 gegenüber dem Vorjahresquartal um 1,3 Prozent auf 2,2 Mrd Euro. SevenOne Media, der TV-Vermarkter der ProSiebenSat.1 Group im deutschsprachigen Raum, hat Bruttoumsätze in Höhe von 888,9 Mio Euro erzielt, nach 950,2 Mio Euro im zweiten Quartal 2007. Die ProSieben Sat.1 Group konnte ihre führende Position im deutschen TV-Werbemarkt halten, hat mit 39,7 Prozent jedoch Marktanteile eingebüßt (Q2 2007: 43,0%).

Eine Übersicht über die Anteile der ProSiebenSat.1 Group im TV-Zuschauermarkt in den einzelnen Ländern und für die Werbewirtschaft wichtigen Zielgruppen zeigt folgende Tabelle:

Zuschauermarktanteile ProSiebenSat.1-Free-TV-Sender nach Ländern

In Prozent

	Q2 2008	Q2 2007	H1 2008	H1 2007
Niederlande (1)	22,7	21,6	22,9	21,1
Norwegen (2)	13,9	14,3	13,5	13,9
Schweden (3)	15,4	16,2	15,0	15,3
Dänemark (4)	8,9	7,5	8,3	7,4
Finnland (5)	2,8	2,3	3,0	2,2
Belgien (3)	16,8	16,3	15,9	15,5
Ungarn (4)	21,4	23,5	21,8	23,6
Rumänien (3)	6,1	7,2	6,1	7,4
Deutschland (6)	29,0	29,5	28,9	29,1

(1) Zielgruppe 20-49. (2) Zielgruppe 12-44. (3) Zielgruppe 15-44. Rumäniens Quartalsdaten basieren auf urbaner Bevölkerung. Belgiens Daten beziehen sich auf die Region Flandern. (4) Einschaltquote der Zielgruppe 15-50 exkl. ungarischer Daten, die auf der Zielgruppe 18-49 basieren. (5) Zielgruppe 12-24 (6) ProSieben, Sat.1, kabel eins und N24. Alle deutschen Fernsehhaushalte (Deutschland + EU), mo.-so., 03:00-03:00h, Zuschaueralter 14-49

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Umsatz- und Ergebnisentwicklung des Konzerns

Die Erstkonsolidierung der im vergangenen Jahr erworbenen SBS Broadcasting Group erfolgte zum 3. Juli 2007. Um eine vergleichbare Periodenbetrachtung zu ermöglichen, werden in der nachfolgenden Darstellung wesentliche Umsatz- und Ergebniskennzahlen für das **erste Halbjahr 2007** in die neue Konzernstruktur übergeleitet (Pro-forma-Zahlen). Auch auf Segmentebene werden Vorjahresvergleichswerte der Gewinn- und Verlustrechnung auf Pro-forma-Basis für das erste Halbjahr 2007 ausgewiesen. In den Pro-forma-Zahlen für 2007 ist das Geschäft von SBS somit seit Januar 2007 enthalten.

In Mio Euro	ProSiebenSat.1 (ohne SBS)		SBS Broadcasting Group		ProSiebenSat.1 Group (nach Konsolidierung)	
	H1 2008	H1 2007	H1 2008	H1 2007**	H1 2008	H1 2007**
Konzernumsatz	988,3	1.052,8	542,6	526,8	1.530,9	1.579,6
Recurring EBITDA*	188,6	241,2	103,6	121,2	292,2	362,4
EBITDA	172,9	240,8	101,2	106,0	274,1	346,8

* Bereinigtes EBITDA = EBITDA vor nicht wiederkehrenden Posten.

** Pro-forma-Zahlen für das erste Halbjahr 2007.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung des Konzerns (2007 ohne SBS)

Geschäftsverlauf im zweiten Quartal 2008

Die ProSiebenSat.1 Group steigerte im zweiten Quartal 2008 ihren Konzernumsatz gegenüber dem zweiten Quartal 2007 um 45,4 Prozent auf 801,9 Mio Euro. An dem Umsatzanstieg von 250,3 Mio Euro hatte die erstmalige Einbeziehung von SBS mit einem Beitrag von 293,0 Mio Euro maßgeblichen Anteil.

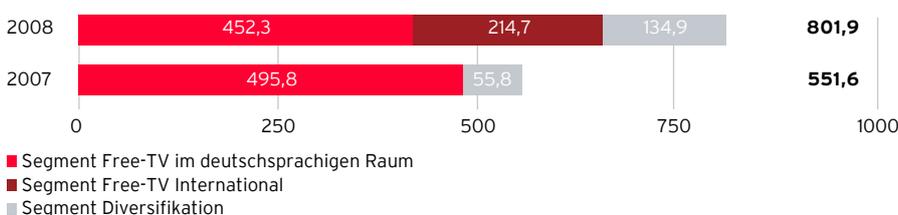
Der positive Erstkonsolidierungseffekt von SBS wurde durch die Performanceschwäche im deutschen Free-TV-Geschäft abgeschwächt . Dies verdeutlicht die Betrachtung der Umsatzerlöse nach Geschäftsbereichen und Segmenten: Der Umsatz des Geschäftsbereichs Free-TV, in dem die Segmente Free-TV im deutschsprachigen Raum sowie Free-TV International zusammengefasst werden, erhöhte sich um 171,2 Mio Euro auf 667,0 Mio Euro. Der Umsatzanstieg resultierte aus der Einbeziehung der internationalen Free-TV-Aktivitäten von SBS mit einem Umsatzbeitrag von 214,7 Mio Euro. Der Anteil des Geschäftsbereichs Free-TV am Konzernumsatz betrug damit 83,2 Prozent, gegenüber 89,9 Prozent im zweiten Quartal 2007. Auf den Geschäftsbereich Diversifikation entfällt ein Umsatzanteil von 16,8 Prozent, nach 10,1 Prozent im zweiten Quartal 2007.

Umsatzentwicklung durch deutsches Free-TV-Geschäft beeinträchtigt

 Pro-forma-Zahlen: Ertragslage in H1 2008

Erlöse nach Segmenten

In Mio Euro



Im deutschsprachigen Raum generierte die Gruppe 63,5 Prozent der Erlöse. Ohne Einbeziehung der SBS Broadcasting Group hat die ProSiebenSat.1 Group im Vorjahreszeitraum Umsätze ausschließlich in Deutschland, Österreich und der Schweiz erwirtschaftet.

Operative Aufwendungen

Die operativen Aufwendungen, bestehend aus Herstellungs-, Vertriebs- und Verwaltungskosten, stiegen im zweiten Quartal 2008 um 61,4 Prozent auf 657,2 Mio Euro. Die Herstellungskosten nahmen um 139,4 Mio Euro auf 458,7 Mio Euro zu, die Vertriebskosten erhöhten sich um 57,7 Mio Euro auf 110,8 Mio Euro. Die Verwaltungskosten betrugen 87,7 Mio Euro, nach 34,7 Mio Euro im zweiten Quartal 2007. Hauptgründe für den Anstieg der operativen Gesamtkosten waren die erstmalige Konsolidierung von SBS sowie höhere Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen. Daneben ergaben sich ergebnismindernde Einmaleffekte in Höhe von insgesamt 18,8 Mio Euro.

- **SBS-Effekte:**

Die Erstkonsolidierung von SBS trug mit 222,5 Mio Euro zum Kostenanstieg im zweiten Quartal 2008 bei.

Zusätzlich wurden im Rahmen der SBS-Kaufpreisallokation Abschreibungen in Höhe von 16,6 Mio Euro vorgenommen. Insgesamt betrugen die Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen 18,5 Mio Euro, nach 1,7 Mio Euro im Vorjahr. Die in den Herstellungs-, Vertriebs- und Verwaltungskosten ausgewiesenen Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen stiegen in Summe um 26,6 Mio Euro auf 36,9 Mio Euro. Die auf SBS entfallenden Abschreibungen betrugen 8,7 Mio Euro.

Der Werteverzehr des Programmvermögens hat sich um 87,7 Mio Euro auf 318,5 Mio Euro erhöht. Der Beitrag von SBS zum Werteverzehr des Programmvermögens betrug 100,4 Mio Euro.

Die ebenfalls in den Herstellungs-, Vertriebs- und Verwaltungskosten enthaltenen Personalaufwendungen nahmen im zweiten Quartal 2008 um 42,8 Mio Euro zu und betrugen 102,2 Mio Euro. Der Beitrag von SBS an den gestiegenen Personalaufwendungen betrug 37,2 Mio Euro.

- **Einmaleffekte im zweiten Quartal 2008**

Das zweite Quartal 2008 war durch ergebnismindernde Einmaleffekte in Höhe von 18,8 Mio Euro geprägt (Q2 2007: 0,3 Mio Euro). Zu diesen Einmaleffekten, die hauptsächlich in den Verwaltungskosten ausgewiesen werden, haben folgende Faktoren geführt: Im April 2008 wurde beschlossen, einen Teil der IT-Prozesse und technologischen Dienstleistungen von ProSiebenSat.1 Produktion auszulagern. In Zusammenhang mit der Anpassung der Prozesse fielen Aufwendungen in Höhe von 10,6 Mio Euro an. Weitere ergebnismindernde Einmaleffekte in Höhe von insgesamt 8,2 Mio Euro resultieren unter anderem aus Portfoliobereinigungen und Maßnahmen zur Integration von SBS und ProSiebenSat.1.

Positive Einmaleffekte in Höhe von 4,4 Mio Euro ergaben sich insbesondere aus der Einbringung von maxdome in ein Joint Venture.

Ertragslage

Das bereinigte EBITDA vor einmaligen Sondereinflüssen (**recurring EBITDA**) betrug 203,7 Mio Euro und übertraf den Vorjahreswert um 28,0 Prozent (Q2 2007: 159,1 Mio Euro). Die recurring EBITDA-Marge verringerte sich auf 25,4 Prozent (Q2 2007: 28,8%). Aus der Erstkonsolidierung von SBS resultiert ein Ergebnisbeitrag von 76,5 Mio Euro.

Das **EBITDA** stieg um 19,2 Prozent auf 189,3 Mio Euro (Q2 2007: 158,8 Mio Euro). Darin enthalten ist das SBS-Geschäft mit einem Beitrag von 62,5 Mio Euro. Die positiven Effekte aus der SBS-Erstkonsolidierung wurden durch die Performanceschwäche des Free-TV-Geschäfts in Deutschland gemindert. Der EBITDA-Beitrag des Segments Free-TV im deutschsprachigen Raum ging um 33,1 Prozent zurück. Zudem war die Ergebnisentwicklung des Konzerns durch höhere Kosten, vor allem in Zusammenhang mit Einmaleffekten belastet.

Verteilung der Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen

In Mio Euro	Q2 2008
Herstellungskosten	3,2
Vertriebskosten	15,3

Überleitungsrechnung recurring EBITDA

In Mio Euro	Q2 2008	Q2 2007
Vorsteuerergebnis	88,1	143,6
Finanzergebnis	64,3	5,0
Betriebsergebnis	152,4	148,6
Abschreibung	36,9	10,2
(davon aus Kaufpreisallokationen)	18,5	1,7
EBITDA	189,3	158,8
Einmaleffekte	14,4	0,3
Recurring EBITDA (bereinigtes EBITDA)	203,7	159,1

Das **Finanzergebnis** beinhaltet ein Netto-Zinsergebnis von minus 59,9 Mio Euro (Q2 2007: -3,0 Mio Euro), in dem sich insbesondere höhere Zinsaufwendungen infolge der Finanzierung der SBS-Akquisition widerspiegeln. Die Zinsaufwendungen stiegen um 59,7 Mio Euro auf 64,7 Mio Euro.

Das **Ergebnis vor Steuern** verringerte sich aus den genannten Gründen um 38,6 Prozent auf 88,1 Mio Euro (Q2 2007: 143,6 Mio Euro).

Nach Abzug des Steueraufwands sowie nach Anteilen Dritter betrug der Periodenüberschuss 59,5 Mio Euro gegenüber 87,2 Mio Euro im zweiten Quartal 2007. Der bereinigte Konzernüberschuss nach Anteilen Dritter (**underlying net income**) betrug 73,6 Mio Euro nach 88,2 Mio Euro im Vorjahr. Dieser Wert ist bereinigt um Abschreibungen auf aktivierte immaterielle Vermögenswerte aufgrund von Kaufpreisallokationen.

Geschäftsverlauf im ersten Halbjahr 2008 (H1 2007 ohne SBS)

Der **Konzernumsatz** stieg im ersten Halbjahr um 45,4 Prozent oder 478,0 Mio Euro auf 1,531 Mrd Euro. Die Umsatzeinbußen im deutschen TV-Werbemarkt konnten durch die Erstkonsolidierung von SBS kompensiert werden. Der Umsatzbeitrag von SBS betrug 542,6 Mio Euro.

Positive Effekte aus der Erstkonsolidierung von SBS wirkten sich auch auf das **recurring EBITDA** aus, das einen Anstieg um 51,0 Mio Euro oder 21,1 Prozent auf 292,2 Mio Euro verzeichnete. Darin enthalten ist das Geschäft der ehemaligen SBS Broadcasting Group mit 103,6 Mio Euro. Die recurring EBITDA-Marge verringerte sich auf 19,1 Prozent (H1 2007: 22,9%). Das **EBITDA** lag mit 274,1 Mio Euro 13,8 Prozent über dem Vorjahreswert (H1 2007: 240,8 Mio Euro).

Entwicklung weiterer wesentlicher Posten der Gewinn- und Verlustrechnung im ersten Halbjahr:

- Die **Aufwendungen** stiegen im ersten Halbjahr 2008 um 500,6 Mio Euro auf 1,340 Mrd Euro. Die erstmalige SBS-Konsolidierung in der Berichtsperiode trug zum Anstieg der Aufwendungen 449,2 Mio Euro bei. Daneben ist der Kostenanstieg auf Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen sowie Einmaleffekte im zweiten Quartal 2008 zurückzuführen.
- Die Zinsaufwendungen stiegen infolge der Finanzierung der SBS-Akquisition um 117,3 Mio Euro auf 127,5 Mio Euro. Das **Finanzergebnis** sank um 113,5 Mio Euro auf minus 122,8 Mio Euro.
- Das **Vorsteuerergebnis** verzeichnete aufgrund der Verschlechterung des Finanzergebnisses einen Rückgang um 62,3 Prozent auf 79,5 Mio Euro (H1 2007: 211,1 Mio Euro).
- Aus den beschriebenen Entwicklungen resultiert ein **Periodenergebnis** (nach Minderheitenbeteiligungen) von 51,6 Mio Euro, nach einem Periodenüberschuss von 127,8 Mio Euro im ersten Halbjahr 2007. Im ersten Halbjahr wurden Abschreibungen auf aktivierte immaterielle Vermögenswerte, die aus Kaufpreisallokationen resultieren, in Höhe

von 37,0 Mio Euro erfasst. Der um diese Sonderaufwendungen bereinigte Periodenüberschuss (**underlying net income**) betrug 79,6 Mio Euro nach 129,9 Mio Euro im Vorjahr.

Pro-forma-Zahlen: Ertragslage im ersten Halbjahr 2008

Auf Basis eines Pro-forma-Vergleichs verzeichnete der Konzernumsatz im ersten Halbjahr 2008 wie erwartet einen Rückgang um 3,1 Prozent oder 48,7 Mio Euro auf 1,531 Mrd Euro. Dies ist vor allem auf Schwierigkeiten mit dem neuen Werbezeitenvermarktungsmodell im deutschen TV-Werbemarkt zurückzuführen. Nach einem Verfahren des Bundeskartellamts wurde Ende 2007 ein neues Verkaufsmodell für TV-Werbezeiten in Deutschland eingeführt, das von verschiedenen Agenturpartnern nicht wie erwartet angenommen wurde. Dies wirkte sich negativ auf die Umsatzentwicklung des Segments Free-TV im deutschsprachigen Raum aus. Das Vermarktungsmodell wurde im Laufe des zweiten Quartals modifiziert. Zudem hat im zweiten Quartal 2008 erwartungsgemäß die Fußball-Europameisterschaft in Österreich und der Schweiz das Buchungsverhalten der Werbekunden in diesem Segment negativ beeinflusst, da die Übertragungsrechte für dieses Ereignis bei den öffentlich-rechtlichen Sendern lagen.

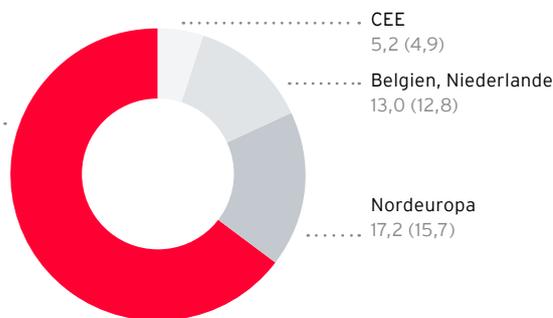
➤ Geschäftssegmente

- Der Umsatz in den beiden Segmenten des Geschäftsbereichs Free-TV ging infolgedessen um 56,8 Mio Euro auf 1,260 Mrd Euro zurück. Seit der Akquisition von SBS umfasst der Geschäftsbereich werbefinanziertes Fernsehen neben dem Segment Free-TV im deutschsprachigen Raum mit den Sendern Sat.1, ProSieben, kabel eins, N24 und PULS 4 auch das Segment Free-TV International mit Sendern in Belgien, Dänemark, Finnland, den Niederlanden, Norwegen, Rumänien, Schweden und Ungarn. Der Umsatz des Geschäftsbereichs Diversifikation stieg um 3,1 Prozent auf 270,8 Mio Euro.
- Größte Umsatzregion des Konzerns ist der deutschsprachige Raum mit 64,6 Prozent (Pro-forma H1 2007: 66,6%), gefolgt von Nordeuropa mit 17,2 Prozent (Pro-forma H1 2007: 15,7%) und Belgien/Niederlande mit 13,0 Prozent (Pro-forma H1 2007: 12,8%).

Umsatz nach Regionen im ersten Halbjahr 2008

In Prozent

Deutschland,
Österreich, Schweiz
64,6 (66,6)



Pro-forma-Vorjahreswerte in Klammern

Das um Einmaleffekte bereinigte EBITDA (recurring EBITDA) beläuft sich auf 292,2 Mio Euro nach 362,4 Mio Euro im Vorjahr. Die recurring EBITDA-Marge verringerte sich von 22,9 Prozent auf 19,1 Prozent.

Das EBITDA betrug 274,1 Mio Euro nach 346,8 Mio Euro. Dies entspricht einem Rückgang von 21,0 Prozent. Die rückläufige Umsatzentwicklung minderte das Ergebnis. Zudem wirkten sich höhere Kosten aus. Insgesamt verzeichneten die Gesamtkosten im ersten Halbjahr 2008 einen Anstieg um 39,0 Mio Euro auf 1,340 Mrd Euro. Darin enthalten sind einmalige Sondereffekte in Höhe von 18,1 Mio Euro (Pro-forma H1 2007: 15,6 Mio Euro), die sich insbesondere im zweiten Quartal 2008 aufgrund von Reorganisations- und Portfoliobereinigungen ergaben.

➤ Einmaleffekte im zweiten Quartal 2008

Finanzlage

Kapitalflussrechnung: Liquidität und Cash-flow

Die Kapitalflussrechnung des Konzerns zeigt die Herkunft und Verwendung der Zahlungsströme. Dabei wird unterschieden in Cash-flow aus der betrieblichen Tätigkeit, Cash-flow aus der Investitionstätigkeit und Cash-flow aus der Finanzierungstätigkeit. Der Cash-flow aus betrieblicher Tätigkeit wird, ausgehend vom Konzernergebnis, indirekt abgeleitet. Der in der Kapitalflussrechnung betrachtete Finanzmittelfonds entspricht den flüssigen Mitteln der Bilanz zum Stichtag. Um die Finanzlage zu erläutern, haben wir wesentliche Bestandteile der Kapitalflussrechnung zusammengefasst:

In Mio Euro	Q2 2008	Q2 2007	H1 2008	H1 2007
Konzernüberschuss (nach Anteilen Dritter)	59,5	87,2	51,6	127,8
Cash-flow	438,1	365,2	766,9	691,0
Veränderung Working Capital	-58,6	-27,5	-132,4	-60,4
Cash-flow aus der betrieblichen Tätigkeit	379,4	337,7	634,5	630,7
Cash-flow aus der Investitionstätigkeit	-386,1	-219,9	-714,4	-480,3
Free Cash-flow	-6,7	117,8	-79,9	150,3
Cash-flow aus der Finanzierungstätigkeit	-140,1	0,6	-21,4	0,1
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	-146,8	118,4	-101,3	150,4
Finanzmittelfonds zum Periodenanfang	296,4	95,5	250,9	63,5
Finanzmittelfonds	149,6	213,9	149,6	213,9
Davon aus zur Veräußerung gehaltene Gruppen von Vermögenswerten und Verbindlichkeiten	-26,8	- / -	-26,8	- / -
Finanzmittelfonds zum Periodenende	122,8	213,9	122,8	213,9

Zahlen für 2007 ohne SBS.

In den Monaten Januar bis Juni 2008 hat sich der **Cash-flow aus der betrieblichen Tätigkeit** gegenüber dem 1. Halbjahr 2007 um 3,8 Mio Euro auf 634,5 Mio Euro leicht erhöht.

Im Rahmen der Investitionstätigkeit sind im Berichtszeitraum Mittel in Höhe von 714,4 Mio Euro abgeflossen, gegenüber 480,3 Mio Euro im Vorjahr.

- Einen Schwerpunkt der Investitionstätigkeit der ProSiebenSat.1 Group bilden Investitionen in das Programmvermögen. Das Unternehmen investierte im ersten Halbjahr 2008 insgesamt 678,8 Mio Euro in den Erwerb von Programmrechten (H1 2007: 481,7 Mio Euro). Davon entfallen 475,2 Mio Euro auf den deutschsprachigen Raum.
- Neben Investitionen in den Erwerb von Programmrechten haben Akquisitionen den Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit erhöht. Die für Akquisitionen eingesetzten Mittel beliefen sich auf 32,2 Mio Euro (H1 2007: 3,9 Mio Euro). Darin enthalten sind Kaufpreiszahlungen für den vollständigen Erwerb der Internetplattform Fem.com und Radio Norge AS sowie Zahlungen für den Zukauf weiterer Anteile an lokalisten.de .
- In Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte investierte der ProSiebenSat.1-Konzern in der Sechsmonatsperiode 47,8 Mio Euro nach 10,2 Mio Euro in den Monaten Januar bis Juni 2007.

Hohe Investitionen im
Programmbereich

 Online-Geschäft durch
Akquisitionen gestärkt

Aufgrund des dargestellten Zahlungsmittelflusses aus der betrieblichen Tätigkeit und der Investitionstätigkeit reduzierte sich der **Free Cash-flow** von 150,3 Mio Euro auf minus 79,9 Mio Euro.

Aus dem **Cash-flow aus der Finanzierungstätigkeit** resultierte im ersten Halbjahr 2008 ein Mittelabfluss von 21,4 Mio Euro, nach einem Mittelzufluss in Höhe von 0,1 Mio Euro im Vorjahr. Dies ist im Wesentlichen auf die Dividendenzahlung im Juni 2008 sowie den Aktienrückkauf im ersten Halbjahr 2008 in Höhe von 15,1 Mio Euro zurückzuführen. Ge-

genläufig wirkten Zugänge aus der Inanspruchnahme der revolvingen Kreditfazilität in Höhe von 260,0 Mio Euro.

- Im zweiten Quartal 2008 ergibt sich im Rahmen der Finanzierungstätigkeit ein Mittelabfluss von 140,1 Mio Euro, nach einem Mittelzufluss von 0,6 Mio Euro im Vorjahr. Der Mittelabfluss im 2. Quartal 2008 ist geprägt durch die Dividendenausschüttung im Juni 2008 in Höhe von 269,9 Mio Euro. Im vergangenen Geschäftsjahr wurde die Dividende im dritten Quartal gezahlt.

Die genannten Mittelveränderungen führten zu einer Abnahme der flüssigen Mittel gegenüber dem 30. Juni 2007 um 91,1 Mio Euro. Der Konzern verfügte damit zum Periodende über Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 122,8 Mio Euro.

Fremdkapitalausstattung

Zur Finanzierung der Akquisition von SBS hat die ProSiebenSat.1 Group im vergangenen Jahr einen besicherten syndizierten Kredit im Umfang von 3,6 Mrd Euro aufgenommen. Die Kreditvereinbarung setzt sich zusammen aus verschiedenen endfälligen, variabel verzinslichen Darlehen in Höhe von insgesamt 3,6 Mrd Euro mit einer Laufzeit bis 2014 (Term Loan B) beziehungsweise bis 2015 (Term Loan C). Rund 80 Prozent der variabel verzinslichen Finanzverbindlichkeiten hat der Konzern über verschiedene Zinsswaps abgesichert. Darüber hinaus beinhaltet die Kreditvereinbarung eine revolvingende Kreditfazilität mit einer Laufzeit bis 2014 und einem Rahmenvolumen von 600 Mio Euro.

Der Kredit deckte neben dem Kaufpreis und den angefallenen Transaktionskosten auch die Refinanzierung von Finanzverbindlichkeiten ab. Hierzu gehörten Finanzverbindlichkeiten von SBS, die zum Zeitpunkt des Erwerbs bestanden, sowie eine ausstehende Unternehmensanleihe der ProSiebenSat.1 Media AG.

• Netto-Finanzverbindlichkeiten

Die Netto-Finanzverschuldung entspricht dem Saldo aus Bankverbindlichkeiten abzüglich der liquiden Mittel und der Wertpapiere des Umlaufvermögens zuzüglich der liquiden Mittel aus der zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte. Zum 30. Juni 2008 bestand eine Netto-Finanzverschuldung in Höhe von 3,689 Mrd Euro gegenüber 3,328 Mrd Euro am 31. Dezember 2007. Die Zunahme um 360,8 Mio Euro resultierte im Wesentlichen aus höheren kurzfristigen Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten aufgrund der zuvor genannten Inanspruchnahme der revolvingen Kreditfazilität in Höhe von 260,0 Mio Euro. Die langfristigen Darlehen und Kredite mit einer Restlaufzeit von über einem Jahr betragen 3,576 Mrd Euro gegenüber 3,577 Mrd Euro am 31. Dezember 2007. Insgesamt wies die ProSiebenSat.1 Group zum 30. Juni 2008 Darlehens- und Kreditverbindlichkeiten in Höhe von 3,839 Mrd Euro aus, nach 3,579 Mrd Euro am 31. Dezember 2007.

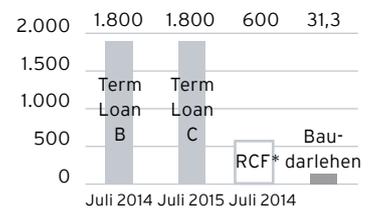
Im Vergleich zum 30. Juni 2007 hat sich die Netto-Finanzverschuldung um 3,716 Mrd Euro deutlich erhöht (30. Juni 2007 Netto-Finanzvermögen: 26,9 Mio Euro). Die Finanzverbindlichkeiten sind hauptsächlich aufgrund der Finanzierungsmaßnahmen im Zuge der SBS-Akquisition von 187,3 Mio Euro auf 3,839 Mrd Euro gestiegen. Die langfristigen Bankverbindlichkeiten mit einer Restlaufzeit von über einem Jahr betragen 3,576 Mrd Euro, nach 34,2 Mio Euro am 30. Juni 2007.

• Kreditlinien

Zum 30. Juni 2008 waren 305,5 Mio Euro aus der revolvingen Kreditfazilität des Konzerns ungenutzt. Die revolvingende Kreditfazilität mit einem Rahmenvolumen von 600 Mio Euro kann variabel für allgemeine betriebliche Zwecke in Anspruch genommen werden. Darüber hinaus verfügte der Konzern über Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente (aus fortgeführten Aktivitäten) in Höhe von 122,8 Mio Euro .

Fremdkapitalausstattung

In Mio Euro



* Revolvingende Kreditfazilität.

Finanzierungsmaßnahmen im Rahmen der SBS-Akquisition

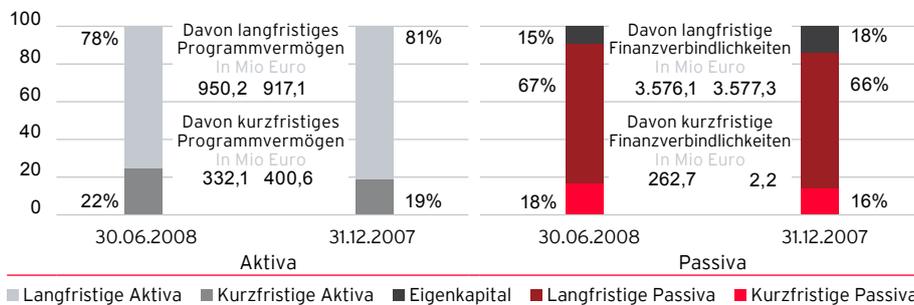
Erhöhter Verschuldungsgrad lässt genügend Finanzierungsspielraum für die weitere Expansion des Konzerns

 Portfoliomaßnahmen

 Ausblick

Vermögenslage

Bilanzstruktur In Prozent



Zur Veräußerung geplante Vermögenswerte und Verbindlichkeiten

Die ProSiebenSat.1 Group führt das Geschäft von C More und BTI wegen des geplanten Verkaufs unter zur Veräußerung gehaltene kurzfristige Vermögenswerte in der Bilanz. Diese werden zum 30. Juni 2008 mit einem Betrag in Höhe von 338,2 Mio Euro ausgewiesen. Auf der Passivseite der Bilanz werden sie als kurzfristige zur Veräußerung gehaltene Verbindlichkeiten in Höhe von 44,8 Mio Euro geführt.

Portfoliomaßnahmen

Konzernbilanz im Vergleich zum 31. Dezember 2007

Die Bilanzsumme betrug zum 30. Juni 2008 5,980 Mrd Euro und hat sich damit gegenüber dem 31. Dezember 2007 um 18,4 Mio Euro leicht verringert.

Die langfristigen Vermögenswerte sind zum Stichtag am 30. Juni 2008 um 203,1 Mio Euro auf 4,662 Mrd Euro gesunken. Die kurzfristigen Vermögenswerte sind gegenüber dem 31. Dezember 2007 hingegen um 184,7 Mio Euro auf 1,318 Mrd Euro gestiegen. Mit einem Anteil von 21,4 Prozent an der Bilanzsumme ist das kurz- und langfristige Programmvermögen einer der wichtigsten Aktivposten (31. Dezember 2007: 22,0%). Insgesamt betrug das aktivierte Programmvermögen 1,282 Mrd Euro, gegenüber 1,318 Mrd Euro am 31. Dezember 2007. Darin enthalten sind langfristige Programmvermögenswerte in Höhe von 950,2 Mio Euro (31. Dezember 2007: 917,1 Mio Euro). Die kurzfristigen Programmvermögenswerte betragen 332,1 Mio Euro (31. Dezember 2007: 400,6 Mio Euro).

Auf der Passivseite der Bilanz verringerte sich das Eigenkapital um 168,4 Mio Euro auf 893,9 Mio Euro. Die Eigenkapitalquote betrug 14,9 Prozent nach 17,7 Prozent zum 31. Dezember 2007. Unter anderem schmälerten die Dividendenzahlung im Juni 2008 in Höhe von 269,9 Mio Euro sowie der zum 7. März 2008 gestartete Rückkauf eigener Aktien die Eigenkapitalbasis. Im Rahmen des Aktienrückkaufprogramms hat die ProSiebenSat.1 Media AG bis zum 3. April 2008 eigene Vorzugsaktien für rund 15,1 Mio Euro erworben.

Die ProSiebenSat.1-Aktie

Die lang- und kurzfristigen Passiva verzeichneten in Summe einen Anstieg um 150,0 Mio Euro auf 5,087 Mrd Euro. Hauptgrund hierfür ist die Inanspruchnahme der revolving Kreditfazilität. Die revolving Kreditfazilität mit einem Rahmenvolumen von 600,0 Mio Euro wurde im Berichtszeitraum in Höhe von 260,0 Mio Euro in Anspruch genommen. Die kurzfristigen Darlehen und Kredite stiegen infolgedessen um 260,5 Mio Euro auf 262,7 Mio Euro.

Konzernbilanz im Vergleich zum 30. Juni 2007

Die Bilanzsumme ist gegenüber dem 30. Juni 2007 erheblich gestiegen. Die starke Zunahme um 3,850 Mrd Euro auf 5,980 Mrd Euro ist vornehmlich auf die erstmalige Einbeziehung des Geschäfts der SBS Broadcasting Group zurückzuführen. Neben den zum Fair Value bewerteten Vermögenswerten und Verbindlichkeiten der SBS Broadcasting Group wird der aktivierte Geschäfts- oder Firmenwert ausgewiesen, der aus der Erstkonsolidierung von SBS zum 3. Juli 2007 resultierte. Der Erwerb von SBS wurde vollständig durch Fremdmittel finanziert. Infolge der Fremdfinanzierung weist die Eigenkapitalquote einen Rückgang auf 14,9 Prozent auf (30. Juni 2007: 64,6%).

Beschäftigung

Der ProSiebenSat.1-Konzern beschäftigte im ersten Halbjahr dieses Jahres 5.915 Mitarbeiter (H1 2007: 3.062 durchschnittliche vollzeitäquivalente Stellen). In Deutschland, Österreich und der Schweiz waren davon 3.089 Personen tätig.

Die Zahl der Mitarbeiter ist im ersten Halbjahr 2008 um 1.063 (durchschnittliche vollzeitäquivalente Stellen) deutlich gestiegen. Der Anstieg der Mitarbeiterzahl ergibt sich größtenteils aus der Konsolidierung von SBS seit Juli 2007. Darüber hinaus erhöhte sich die Beschäftigungsquote durch die Vollkonsolidierung von PULS TV und MyVideo seit August 2007. Zum Anstieg trugen außerdem die gestiegenen Mitarbeiterzahlen von 9Live aufgrund der erweiterten internationalen Geschäftstätigkeit bei. Infolge von Effizienzsteigerungsprogrammen und Portfoliomaßnahmen reduzierte sich demgegenüber die Zahl der Beschäftigten bei der ProSiebenSat.1 Produktion und den Regionalgesellschaften.

Forschung und Entwicklung

Die ProSiebenSat.1 Group betreibt intensive Marktforschung in allen Bereichen, die sich aus ihrer Geschäftstätigkeit ergeben oder in denen das Unternehmen Wachstumspotential sieht. Marktforschungsaktivitäten entsprechen jedoch nicht der Definition von Forschung und Entwicklung im engeren Sinne. Insofern entfallen diese Angaben im Konzernlagebericht.

Geschäftssegmente

Im Rahmen der Erstkonsolidierung von SBS (3. Juli 2007) wurde die Segmentstruktur der ProSiebenSat.1 Group an die erweiterte, internationale Geschäftstätigkeit angepasst:

- Die vier deutschen Sender Sat.1, ProSieben, kabel eins und N24 werden im **Segment Free-TV im deutschsprachigen Raum** konsolidiert. Zudem werden ProSiebenSat.1 Produktion, die Sat.1-Regionalgesellschaften, der Vermarkter SevenOne Media sowie die Konzerntöchter in Österreich (u. a. PULS 4) und der Schweiz in diesem Segment ausgewiesen .
- Die werbefinanzierten TV-Sender der ehemaligen SBS Broadcasting Group in den Benelux-Ländern (Niederlande, Belgien), in Nordeuropa (Dänemark, Finnland, Norwegen, Schweden) und im CEE-Raum werden im **Segment Free-TV International** konsolidiert .
- Die durch SBS hinzugekommenen Diversifikationsaktivitäten werden gemeinsam mit den bestehenden Diversifikationsaktivitäten im **Segment Diversifikation** ausgewiesen.

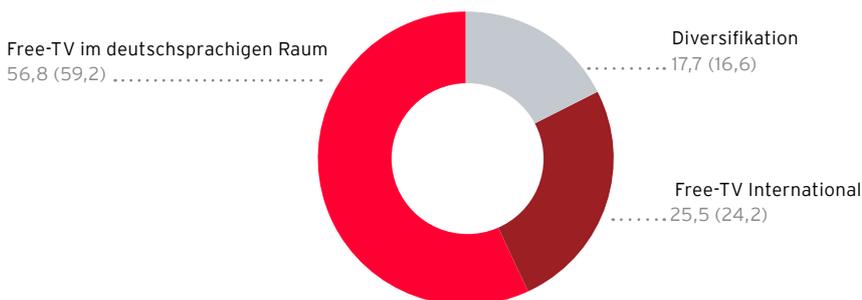
Entwicklung der Zuschauermarktanteile und des Werbemarktes

 Rahmenbedingungen

Die ProSiebenSat.1 Group berichtet seit Juli 2007 in der beschriebenen Segmentstruktur. Zur Analyse der operativen Geschäftsentwicklung in den Monaten Januar bis Juni werden daher auf Basis eines Pro-forma-Vergleichs die Zahlen der SBS Broadcasting Group für das erste Halbjahr 2007 berücksichtigt.

Pro-forma-Vergleich: Umsatzanteil der Segmente im ersten Halbjahr 2008*

In Prozent



Vorjahreswerte in Klammern

* Pro-forma-Zahlen für SBS für das erste Halbjahr 2007.

Segment Free-TV im deutschsprachigen Raum

Im zweiten Quartal 2008 lag der externe Umsatz des Segments Free-TV in Deutschland, Österreich und der Schweiz mit 452,3 Mio Euro um 8,8 Prozent oder 43,5 Mio Euro unter dem Vorjahresniveau.

Wie erwartet prägten die Schwierigkeiten im deutschen TV-Geschäft die Quartalsergebnisse. Hauptursache für den Umsatzrückgang im deutschen Markt, der wichtigsten Umsatzregion des Konzerns, waren Probleme in der Akzeptanz des neuen Werbezeiten-Vermarktungsmodells in Deutschland, das nach einem Verfahren des Kartellamts Ende 2007 überarbeitet wurde. Erwartungsgemäß beeinflusste im zweiten Quartal 2008 zudem die Übertragung der Fußball-Europameisterschaft durch die öffentlich-rechtlichen TV-Sender das Buchungsverhalten der Werbekunden. Daneben wirkte sich zeitverzögert die Quotenschwäche von Sat.1 im vergangenen Geschäftsjahr aus .

 Pro-forma-Zahlen: Ertragslage im ersten Halbjahr 2008

In Österreich verzeichnete die ProSiebenSat.1 Group ein Wachstum der TV-Werbeerlöse. Das Umsatzwachstum resultierte insbesondere aus einem Ausbau der technischen Reichweite der TV-Programme in Österreich sowie höheren Zuschauermarktanteilen. In der Schweiz hingegen konnte die Gruppe die Werbeerlöse aufgrund negativer EM-Effekte gegenüber dem zweiten Quartal 2007 nicht steigern, jedoch auf Vorjahresniveau halten.

Der Umsatzrückgang im deutschen Markt konnte teilweise durch Einsparungen bei den operativen Kosten kompensiert werden. Das bereinigte EBITDA (recurring EBITDA) verzeichnete daher einen Rückgang um 22,3 Prozent auf 115,8 Mio Euro (Q2 2007: 149,1 Mio Euro). Einmaleffekte in den Aufwendungen ergaben sich im zweiten Quartal 2008 unter anderem aufgrund der Auslagerung von IT-Prozessen und technologischen Dienstleistungen. Das EBITDA verringerte sich daher im zweiten Quartal 2008 um 33,1 Prozent auf 98,9 Mio Euro (Q2 2007: 147,8 Mio Euro).

In der Sechsmonatsperiode 2008 verringerten sich die externen Umsatzerlöse aus den genannten Gründen um 7,0 Prozent oder 65,0 Mio Euro auf 869,4 Mio Euro. Das um Sondereinflüsse bereinigte EBITDA (recurring EBITDA) sank auf 173,4 Mio Euro. Dies entspricht einem Rückgang um 21,1 Prozent oder 46,5 Mio Euro. Das EBITDA verringerte sich um 29,6 Prozent oder 64,7 Mio Euro auf 153,7 Mio Euro.

Kennzahlen für das Segment Free-TV im deutschsprachigen Raum in Mio Euro

	Q2 2008	Q2 2007	H1 2008	H1 2007
Externer Umsatz	452,3	495,8	869,4	934,4
Recurring EBITDA*	115,8	149,1	173,4	219,9
EBITDA	98,9	147,8	153,7	218,4

* Bereinigtes EBITDA = EBITDA vor nicht wiederkehrenden Posten.

Segment Free-TV im deutschsprachigen Raum

DAS ZWEITE QUARTAL AUF EINEN BLICK:

- Geschäftsentwicklung wie erwartet durch Schwierigkeiten mit dem Werbezeiten-Verkaufsmodell sowie Fußball-EM beeinträchtigt, Auswirkungen auf TV-Werbeerlöse in Deutschland
- Neues Werbezeiten-Verkaufsmodell für den deutschen Markt inzwischen von allen großen Media-Agenturen angenommen
- Sat.1 gewinnt Zuschauermarktanteile zurück, Werbeerlöse noch unter Vorjahresniveau
- Senderfamilie hält Zuschauermarktanteil trotz EM auf hohem Niveau von 29,0 Prozent (Q2 2007: 29,5%)
- Neue Produktionstochter Red Seven Entertainment gegründet

Umsatz

2. Quartal

-8,8%

EBITDA

2. Quartal

-33,1%

Segment Free-TV International

Die internationalen TV-Werbemärkte wiesen erneut eine stärkere Wachstumsdynamik als Deutschland auf. **Auf Basis einer Pro-forma-Rechnung für das erste Halbjahr 2008** stieg der externe Segmentumsatz gegenüber dem Vorjahresniveau um 2,1 Prozent auf 390,7 Mio Euro (Pro-forma H1 2007: 382,6 Mio Euro). Die wachstumsstärksten Umsatzregionen waren Dänemark (+19%), Rumänien (+21%) und die Niederlande (+3%). Der Umsatzanstieg ist größtenteils auf höhere Werbeeinnahmen zurückzuführen, die trotz niedrigerer Buchungen infolge der Fußball-Europameisterschaft im Juni 2008 ein Wachstum verzeichneten. Zudem haben höhere Distributionserlöse sowie die positive Entwicklung von im vergangenen Jahr neu gestarteten Sendern das Umsatzwachstum beschleunigt. Im Februar 2007 wurde der Free-TV-Sender Kanal 9 gelauncht. Mit dem neuen Sender betreibt die Gruppe nun drei Free-TV-Sender in Schweden. Im September 2007 ging FEM in Norwegen auf Sendung. Die Kernzielgruppe von FEM ist weiblich und zwischen 20 und 49 Jahren. In Norwegen betreibt die Gruppe neben FEM die Free-TV-Sender TV Norge und the Voice.

Ein Anstieg der operativen Kosten bremste jedoch das Ergebniswachstum im ersten Halbjahr 2008, so dass das um Einmaleffekte bereinigte EBITDA gegenüber dem Vorjahreswert einen Rückgang um 18,0 Prozent auf 81,9 Mio Euro verzeichnete (Pro-forma H1 2007: 99,9 Mio Euro). Dazu führten insbesondere höhere Programmkosten und Anlaufkosten für die im vergangenen Jahr gelaunchten Sender. Das EBITDA lag mit 80,9 Mio Euro 3,3 Prozent unter Vorjahresniveau (Pro-forma H1 2007: 83,7 Mio Euro). Der Vorjahreswert beinhaltet Einmaleffekte, die sich aus der Integration von ProSieben-Sat.1 und SBS ergeben.

Kennzahlen für das Segment Free-TV International (Konsolidierung von SBS seit Juli 2007) in Mio Euro

	Q2 2008	Q2 2007	H1 2008	H1 2007
Externer Umsatz	214,7	-/-	390,7	-/-
Recurring EBITDA*	54,4	-/-	81,9	-/-
EBITDA	53,6	-/-	80,9	-/-

* Bereinigtes EBITDA = EBITDA vor nicht wiederkehrenden Posten.

Segment Diversifikation

Im zweiten Quartal 2008 legten die externen Erlöse im Segment Diversifikation um 141,8 Prozent oder 79,1 Mio Euro zu und betrugen 134,9 Mio Euro. Der hohe Umsatzanstieg beruhte größtenteils auf Effekten aus der Vollkonsolidierung von SBS seit Juli 2007. Der Umsatzbeitrag von SBS betrug 78,3 Mio Euro.

Wichtige Wachstumstreiber im bestehenden Geschäft waren im zweiten Quartal 2008 die Bereiche Licensing und Music (Starwatch Music), der internationale Programmvertrieb sowie die Online-Aktivitäten des Konzerns. Neben organischem Umsatzwachstum stärkten positive Erstkonsolidierungseffekte (MyVideo, lokalisten.de, wer-weiss-was.de) den Online-Bereich im deutschsprachigen Raum.

Segment Free-TV International

DAS ERSTE HALBJAHR AUF EINEN BLICK:

- Das Segment Free-TV International setzt seine positive Umsatzentwicklung fort
- Internationale Dynamik der TV-Werbemärkte treibt Umsatzwachstum
- Ergebnisentwicklung beeinflusst durch Anlaufkosten für Sender-Neustarts

Umsatz

1.Halbjahr

+2,1%

EBITDA

1.Halbjahr

-3,3%

Darüber hinaus hat die Gruppe ihre Online-Aktivitäten durch Akquisitionen und Internationalisierung der Geschäftstätigkeit ausgedehnt. Mit dem Zukauf von Fem.com im April 2008 ergänzt der Konzern die ProSiebenSat.1 Networld um ein neues Internetangebot für Frauen. Fem.com wird seit April 2008 voll konsolidiert. Des Weiteren hat der Konzern seine 30-Prozent-Beteiligung an der lokalisten Media GmbH auf 90 Prozent erhöht. Das Unternehmen betreibt mit lokalisten.de eines der führenden Social Networks in Deutschland. Die ProSiebenSat.1 Group belegt derzeit im Ranking der Online-Vermarkter mit 18,44 Mio Unique Usern Platz 2. Mit bis zu 2,8 Mrd Seitenaufrufen im Monat ist das ProSiebenSat.1-Netzwerk das größte Onlinenetzwerk in Deutschland.

Die Erlöse des Call-TV-Senders 9Live, der Umsätze in erster Linie aus Telefonanrufen generiert, verzeichneten hingegen einen deutlichen Rückgang.

Das recurring EBITDA stieg um 22,7 Mio Euro auf 32,5 Mio Euro (+231,6 %). Das EBITDA legte um 24,8 Mio Euro zu und betrug 35,7 Mio Euro (+227,5%). Das deutliche EBITDA-Wachstum ergibt sich vorwiegend aus der Erstkonsolidierung von SBS im Berichtszeitraum (20,9 Mio Euro). Neben diesen positiven Effekten führten Einmalserträge im zweiten Quartal 2008 zu einem Ergebnisanstieg. Diese resultierten aus der Einbringung des Video-on-Demand-Portals maxdome in ein gemeinsames Joint Venture mit United Internet.

Im ersten Halbjahr 2008 stiegen die externen Segmenterlöse auf 270,8 Mio Euro. Der signifikante Umsatzanstieg um 152,4 Mio Euro beruhte größtenteils auf Effekten aus der SBS-Konsolidierung (151,9 Mio Euro). Das recurring EBITDA nahm um 15,1 Mio Euro auf 36,5 Mio Euro zu (+70,6%), das EBITDA stieg um 16,7 Mio Euro auf 39,1 Mio Euro (+74,6%).

Kennzahlen für das Segment Diversifikation (H1 2007 Pro-forma)

in Mio Euro	Segment Diversifikation (ohne SBS)		SBS-Diversifikation		Segment Diversifikation	
	H1 2008	H1 2007	H1 2008	H1 2007	H1 2008	H1 2007
Externer Umsatz	118,9	118,4	151,9	144,3	270,8	262,7
Recurring EBITDA*	15,1	21,4	21,4	21,3	36,5	42,7
EBITDA	19,1	22,4	20,0	22,3	39,1	44,7

* Bereinigtes EBITDA = EBITDA vor nicht wiederkehrenden Posten.

- **Auf Basis eines Pro-forma-Vergleichs** für das erste Halbjahr 2008 stiegen die externen Erlöse um 3,1 Prozent oder 8,1 Mio Euro auf 270,8 Mio Euro. Zum Umsatzwachstum trug zum einen die positive Entwicklung der nordeuropäischen Premium-Pay-TV-Sparte sowie der internationalen Radio-Angebote bei. Zum anderen waren im deutschsprachigen Raum die Bereiche Music (Starwatch Music), Licensing und Online wichtige Wachstumsträger.

Das recurring EBITDA sank um 6,2 Mio Euro auf 36,5 Mio Euro (-14,5%). Das EBITDA verringerte sich um 5,6 Mio Euro auf 39,1 Mio Euro (-12,5%). Der Ergebnismrückgang ergibt sich vor allem aufgrund geringerer Call-TV-Erlöse von 9Live in Deutschland im ersten Halbjahr 2008.

Segment Diversifikation

DAS ZWEITE QUARTAL AUF EINEN BLICK:

- Portfoliobereinigung: Vertrag zum Verkauf von C More unterzeichnet
- Ausbau des Online-Angebots durch Akquisitionen
- Zweitgrößter Online-Vermarkter in Deutschland

Umsatz

2. Quartal

+79,1 Mio Euro

Recurring EBITDA

2. Quartal

+22,7 Mio Euro

Portfoliomaßnahmen

Januar bis Juni 2008	Beschreibung
Segment Free-TV im deutschsprachigen Raum	<p>Gründung der Produktionstochter Red Seven Entertainment</p> <p>ProSiebenSat.1 Produktion, technologischer Dienstleister der Gruppe, schließt IT-Outsourcingvertrag mit IBM</p>
Free-TV International	<p>Vertrag zum Verkauf von BTI im Juli (nach Abschluss der Berichtsperiode) unterzeichnet</p>
Segment Diversifikation	<p>Vertrag zum Verkauf der C More Group AB (C More) im Juni 2008 unterzeichnet</p> <p>Online-Netzwerk durch Akquisitionen gestärkt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vollständiger Erwerb der Feeem Media GmbH, die das Internetportal Fem.com betreibt –Vollkonsolidierung seit April 2008 • Erwerb der weiteren 60 Prozent der Anteile an der lokalisten media GmbH, Betreiberin des Internetportals lokalisten.de –Vollkonsolidierung seit Mai 2008 <p>Erweiterung der Geschäftstätigkeit im Online- und VoD-Bereich insbesondere durch internationalen Roll-Out:</p> <ul style="list-style-type: none"> • MyVideo startet in Belgien und den Niederlanden • SevenGames geht nach Schweden, Norwegen und die Niederlande • billiger.de startet in Frankreich, Italien und Spanien <p>Gründung eines Joint Ventures mit United Internet für das Video-on-Demand-Portal maxdome zum 1. Juni 2008</p> <p>Radionetzwerk durch Akquisitionen erweitert:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vollständiger Erwerb von TV2 Saturn AS, die einen Radiosender in Norwegen betreibt (Radio Norge AS) –Vollkonsolidierung seit März 2008 • Vertragsvereinbarung über Zukauf von Radio Denmark unterzeichnet –Closing im Juli 2008
Januar bis Dezember 2007	Beschreibung
Segment Free-TV im deutschsprachigen Raum	<p>Vollständige Akquisition von PULS TV, Österreich</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vollkonsolidierung seit Juli 2007 • Ausbau des ursprünglich regionalen Senders zum Vollprogramm (PULS 4) <p>Vollkonsolidierung von SAT.1 Austria seit Februar 2007</p>
Segment Free-TV International	<p>Änderung der ProSiebenSat.1-Segmentstruktur im Rahmen der SBS-Konsolidierung</p> <p>– Erstkonsolidierung der Free-TV-Sender in Benelux-Ländern, Nordeuropa und im CEE-Raum im Juli 2007</p> <p>Senderneustarts:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Launch von SBS NET, Dänemark, im Januar 2007 • Launch von Kanal 9, Schweden, im Februar 2007 • Launch des Free-TV-Senders FEM, Norwegen, im September 2007
Segment Diversifikation	<p>Akquisitionen im Online-Bereich</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erwerb der verbleibenden Anteile an der Magic Internet Holding GmbH, die das Internetportal MyVideo betreibt – Vollkonsolidierung seit August 2007 • Vollständiger Erwerb der solute GmbH, die das Internetportal billiger.de betreibt – Vollkonsolidierung seit Februar 2007 • Erwerb der wer-weiss-was GmbH (Wissensportal wer-weiss-was.de) – Vollkonsolidierung seit September 2007 <p>Ausbau von 9Live:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Internationalisierung der Angebote: 9Live produziert als Full-Service-Dienstleister Interaktionsshow's für die jeweiligen Partnersender im Ausland • Neuausrichtung des Call-TV-Senders als zentraler Dienstleister für telefonbasierte und interaktive Anwendungen der Gruppe <p>Ausbau der digitalen Angebote im Bereich Video-on-Demand und Basic-Pay-TV</p>

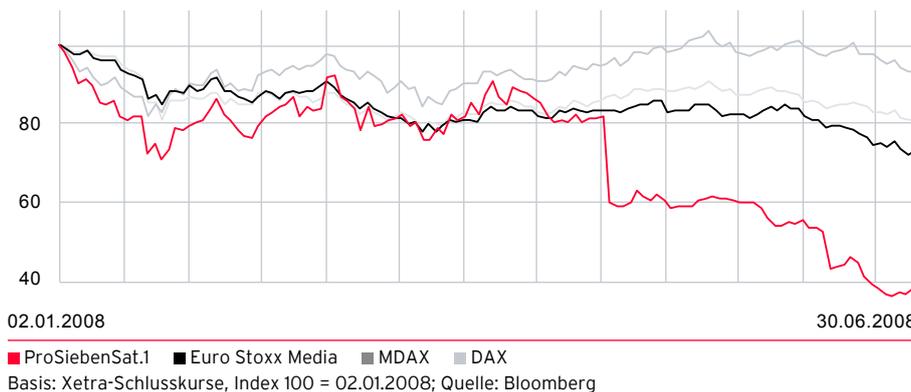
Die ProSiebenSat.1-Aktie

Die ProSiebenSat.1-Aktie an der Börse

Nach den deutlichen Kursverlusten im ersten Quartal 2008 aufgrund anhaltender Finanzmarkturbulenzen und Rezessionsängsten in den USA erholte sich der deutsche Aktienmarkt in den Monaten April und Mai zunächst wieder. Zum Ende des ersten Halbjahres 2008 sind die Kurse an den Aktienmärkten jedoch erneut eingebrochen.

In diesem schwierigen Marktumfeld führte die Veröffentlichung der Zahlen für das erste Quartal 2008 zu einem Kursrückgang der ProSiebenSat.1-Aktie um 26 Prozent. Im Juni wirkten sich im Wesentlichen die Dividendenzahlung in Höhe von 1,25 Euro je Vorzugsaktie, der angekündigte Weggang des Vorstandsvorsitzenden sowie zahlreiche Kürzungen der Kursziele von Analysten negativ auf die Kursentwicklung aus. Die ProSiebenSat.1 Aktie ging mit einem Schlusskurs von 6,37 Euro am letzten Börsentag im ersten Halbjahr 2008 aus dem Handel und verlor damit gegenüber dem Jahresanfang 61,7 Prozent. Die Vergleichsindizes DAX sowie der Euro Stoxx Media verzeichneten ein Minus von 19,3 Prozent beziehungsweise 27,1 Prozent. Insgesamt wurden im Berichtszeitraum 151.348.884 ProSiebenSat.1-Aktien über das Handelssystem Xetra gehandelt. Das entspricht einem durchschnittlichen täglichen Handelsvolumen von 1.201,182 Stück (1. Halbjahr 2007: 704.452 Stück).

ProSiebenSat.1-Aktie: Kursentwicklung



ProSiebenSat.1-Aktie: Kursentwicklung

	02.01 - 30.06.2008
Höchster Börsenschlusskurs XETRA (in Euro)	16,62
Tiefster Börsenschlusskurs XETRA (in Euro)	6,06
Schlusskurs XETRA (in Euro)	6,37
Aktienumsatz XETRA (durchschnittliches Handelsvolumen je Tag in Stück)	1.201.182

Rückkauf eigener Aktien

Die ProSiebenSat.1 Media AG hat im Zeitraum vom 7. März bis 3. April 2008 1.127.500 eigene Vorzugsaktien zurückgekauft. Dies entspricht rund 1,0 Prozent der Vorzugsaktien oder 0,5 Prozent des Grundkapitals. Die Aktien wurden zu einem durchschnittlichen Kurs von 13,36 Euro je Stück erworben. Der Rückkauf dient in erster Linie dazu, Aktienoptionen im Rahmen des Long Term Incentive Plans zu bedienen. Der ProSiebenSat.1 Media AG stehen aus diesen eigenen Aktien keine Rechte zu. Von der Gesellschaft unmittelbar oder mittelbar gehaltene eigene Aktien sind gemäß § 71b AktG nicht dividendenberechtigt.

Periode	Erworben Aktien in Stück	Gesamt- wert in Mio Euro
07. -31.03.08	934.003	12,3
01. -03.04.08	93.497	2,8
Summe	1.127.500	15,1

Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2007

Die ordentliche Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media AG zum Geschäftsjahr 2007 fand am 10. Juni 2008 in München statt. Rund 200 Aktionäre waren auf der

Hauptversammlung anwesend und repräsentierten 64 Prozent des Grundkapitals. Alle Beschlussvorschläge der Verwaltung, für die eine Zustimmung der Aktionäre erforderlich war, wurden mit 100 Prozent der Stimmen angenommen. [↗](#) Unter anderem ist die Hauptversammlung dem Dividendenvorschlag der Verwaltung gefolgt und hat den Ergänzungswahlen zum Aufsichtsrat zugestimmt. Die Hauptversammlung hat Silke Scheiber, Direktorin bei Kohlberg Kravis Roberts Co. Ltd., und Stefan Dziarski, Investment Professional bei Permira Beteiligungsberatung GmbH, in den Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media AG gewählt. Die amtierenden Mitglieder des Aufsichtsrats wurden jeweils mit 100 Prozent der anwesenden Stimmen entlastet. Die Dividende wurde am 11. Juni 2008, dem Tag nach der Hauptversammlung, ausgezahlt. Für das Geschäftsjahr 2007 erhalten die Aktionäre eine Dividende von 1,23 Euro je Stammaktie und von 1,25 Euro je Vorzugsaktie.

[↗ http://www.prosiebensat1.com/investor_relations/hauptversammlung/1/](http://www.prosiebensat1.com/investor_relations/hauptversammlung/1/)

Nachtragsbericht

Nach dem Ende des zweiten Quartals 2008 bis zum 4. August 2008, dem Datum der Freigabe dieses Berichtes zur Veröffentlichung, sind keine Ereignisse eingetreten, die eine besondere Bedeutung für die Finanz-, Ertrags- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group hatten beziehungsweise haben könnten. [↗](#)

[↗ Vertrag zum Verkauf von BTI im Juli unterzeichnet](#)

[↗ Rahmenbedingungen](#)

Risikobericht

Mit ihrem Risikomanagementsystem kann die ProSiebenSat.1 Media AG bestehende und künftige Gefahrepotentiale frühzeitig identifizieren, analysieren, bewerten und deren effiziente Steuerung unterstützen. Die Gruppe betreibt zudem intensive Marktforschung in allen Bereichen, die sich aus ihrer Geschäftstätigkeit ergeben oder in denen das Unternehmen Risikopotential beziehungsweise Chancen sieht.

Gesamtrisiko für das Unternehmen

In den ersten sechs Monaten des Jahres 2008 haben sich im Vergleich zu den im Geschäftsbericht für das Jahr 2007 ausführlich dargestellten Risiken keine weiteren wesentlichen Risiken ergeben. Auch nach Ablauf der Berichtsperiode sind keine Ereignisse eingetreten oder Risiken erkennbar, die zu einer veränderten Beurteilung der Risikolage führen könnten.

Relevante Themen sind derzeit die Entwicklung allgemeiner externer Faktoren vor allem des Werbemarktes sowie die Marktakzeptanz des modifizierten Verkaufsmodells für Werbezeiten in Deutschland. Ein weiteres wichtiges Thema im Berichtszeitraum sind die urheberrechtlichen Rahmenbedingungen im New Media Bereich. Die ProSiebenSat.1 Group befindet sich in Verhandlungen mit den verschiedenen Inhabern von Urheberrechten über deren Nutzung auf den Plattformen der ProSiebenSat.1 Group, insbesondere im New Media Bereich (Online). Gegenstand der Gespräche sind vor allem (Online-) Nutzungsrechte im Musikbereich, die von verschiedenen (Verwertungs-) Gesellschaften wahrgenommen werden. Diese Aufspaltung erschwert zunehmend eine praktikable und schnelle Lösung dieser Sachverhalte, was sich auf die Entwicklung des New Media Geschäftes negativ auswirken kann.

Eine detaillierte Darstellung der Risikokategorien sowie eine Beschreibung des Risikomanagementsystems des Konzerns befinden sich im Geschäftsbericht 2007 ab Seite 50 [↗](#).

[↗ http://www.prosiebensat1.com/](http://www.prosiebensat1.com/)

Prognosebericht

Unternehmensausblick

Erwartungen an den Geschäftsverlauf des Konzerns

Einige Faktoren belasten die Umsatz- und Ergebnisentwicklung der ProSiebenSat.1 Group im laufenden Geschäftsjahr deutlich. Aufgrund der Schwierigkeiten im deutschen Markt haben wir bereits im April angekündigt, dass wir die ursprünglichen, über dem Vorjahr liegenden Umsatz- und Ergebnisziele für 2008 nicht erreichen werden. Zudem wird die TV-Übertragung sportlicher Großereignisse ins Gewicht fallen: Nach der Fußball-Europameisterschaft im Juni steht mit den Olympischen Spielen im August ein zweites Event an, das sich auf die Zuschauermarktanteile und die Entwicklung der Werbeerlöse im Geschäftsjahr 2008 auswirken wird.

Wir streben nun für das Gesamtjahr 2008 ein recurring EBITDA-Ergebnis an, das auf dem Niveau der berichteten Pro-forma-Zahlen für das Jahr 2007 liegt. Wir müssen jedoch klar sagen, dass dieses Ergebnisziel mit Unsicherheiten behaftet ist. Sie liegen einerseits in der geringen Visibilität im Werbemarkt, andererseits in der weiteren gesamtwirtschaftlichen Entwicklung in unseren Märkten.

Unabhängig hiervon werden die Maßnahmen zur Kostensenkung die Ergebnisentwicklung im zweiten Halbjahr 2008 positiv beeinflussen. Mit gruppenweiten Programmen zur Effizienzsteigerung wollen wir im laufenden Geschäftsjahr Kosten in Höhe von 70 Mio Euro im Vergleich zum ursprünglich geplanten Budget einsparen. Die Gruppe wird weiterhin aktiv in die Entwicklung neuer Programme investieren, gleichzeitig aber durch eine bedarfsgerechte, optimierte Nutzung des existierenden Programmvermögens Kosten senken.

Aufgrund der Erfolge, die wir im ersten Halbjahr unter anderem im Programmbereich erzielen konnten, schätzen wir den bisherigen Verlauf des Integrationsprozesses von SBS und ProSiebenSat.1 weiterhin positiv ein. Wir arbeiten daran, unsere betrieblichen Abläufe noch besser aufeinander abzustimmen, weitere Prozesse zu bündeln und international stärker zu verzahnen. Wir gehen davon aus, die wichtigsten Etappen der Integration bis Ende 2008 zu erreichen und bereits in diesem Jahr erhebliche Synergien zu realisieren.

Künftige Finanzierung und geplante Investitionen

Ausbau und Erneuerung des Programms werden auch künftig wichtige Schwerpunkte unserer Investitionstätigkeit sein. In diesem Jahr planen wir im Programmbereich Investitionen von 1,6 Mrd Euro, die knapp über dem Niveau des Vorjahres liegen. Nach der Akquisition von SBS hat der Abbau der Finanzverbindlichkeiten in den kommenden Jahren hohe Priorität. Dennoch sind in der Zwischenzeit auch Akquisitionen denkbar. Die ProSiebenSat.1 Group verfügt hierfür über ausreichende Finanzierungsmöglichkeiten. Wir verfolgen weiterhin das Ziel, den Umsatzanteil des Geschäftsbereichs Diversifikation zu erhöhen und insbesondere im Internet zu wachsen.

Wir streben an, unseren Verschuldungsgrad über Ergebniswachstum zu reduzieren. Zudem sollen aus Desinvestitionen zufließende Mittel größtenteils zur Rückführung von Finanzverbindlichkeiten verwendet werden. Wir prüfen derzeit insbesondere den Verkauf unseres niederländischen Print-Geschäfts Veronica. Ein Vertrag für den Verkauf der C More Group AB wurde im Juni unterzeichnet. Vorbehaltlich kartellrechtlicher Genehmigungen soll der Verkauf von C More im zweiten Halbjahr 2008 vollzogen werden .

 **Wesentliche Änderungen im Portfolio und in der Berichtsweise**

Künftige Entwicklung der Segmente und unternehmensstrategische Chancen

Wir haben entscheidende Maßnahmen eingeleitet, um unsere Wettbewerbsfähigkeit im deutschen Markt zu verbessern. Das überarbeitete Verkaufsmodell wurde vom Markt akzeptiert, so dass wir optimistisch sind, im zweiten Halbjahr 2008 Marktanteile im deutschen TV-Werbemarkt zurückzugewinnen und damit unsere Erlössituation im **Kerngeschäft Free-TV** zu verbessern. Insgesamt rechnen wir auf Basis eines Pro-forma-Vergleichs jedoch damit, die Umsatzverluste des ersten Halbjahres im deutschsprachigen Free-TV-Geschäft auf Jahressicht nicht kompensieren zu können. In unseren internationalen Free-TV-Aktivitäten gehen wir nach wie vor vom Anstieg unserer Erlöse aus.

Für den **Geschäftsbereich Diversifikation** erwarten wir, die erreichte Profitabilität zu festigen und unsere Umsätze verbessern zu können.

- **Konzentration auf Kernkompetenzen**

Unser Ziel ist es, die operative Performance im Kerngeschäft Free-TV nachhaltig zu steigern. Ein wichtiger Schritt zur Stärkung unserer Position im Zuschauer- und Werbemarkt war unsere Vereinbarung mit der UEFA im Juni 2008, mit der wir uns das größte europäische Livespiel-Paket im deutschen Free-TV gesichert haben. Der Vertrag gilt jeweils für drei Spielzeiten von 2009/2010 bis 2011/2012 und umfasst pro Saison 17 Top-Spiele in der Champions League sowie 29 Partien im UEFA Cup. Alle Spiele werden von Sat.1 übertragen. Erstmals konnten auch die Plattform-unabhän-

gigen Übertragungsrechte der Spiele live im Internet und über mobile Endgeräte erworben werden. Hinzu kommen ausgewählte Auswertungsrechte für maxdome, das Video-on-Demand-Portal der Gruppe.

Auch unsere **Diversifikationsstrategie**, Inhalte über alle verfügbaren medialen Plattformen zu verbreiten, verfolgen wir weiter und bauen damit unsere vom TV-Werbemarkt unabhängigen Erlösquellen aus. Die **Schaffung einer führenden operativen Plattform** bedeutet nicht nur einen weiteren strategischen Wettbewerbsvorteil für den europäischen TV-Konzern. Durch diese technologische Innovation kann die ProSiebenSat.1 Group bestehende Prozesse standardisieren und ihre Effizienz steigern.

- **Chancen im internationalen Geschäft nutzen**

Dank unserer europäischen Struktur sind wir breiter aufgestellt und verfügen über ein geografisch ausgewogeneres Umsatzportfolio. Da der TV-Werbemarkt von einem kurzfristigen Buchungsverhalten der Werbekunden gekennzeichnet ist und auf die zyklischen Schwankungen der Wirtschaft besonders empfindlich reagiert, sichert ein ausgewogener Umsatz-Mix unsere Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig. Durch die Akquisition von SBS haben wir unser Risikoprofil optimiert und können weitaus unabhängiger von Konjunkturzyklen einzelner Märkte agieren. Gleichzeitig haben sich durch den Zusammenschluss mit SBS unsere Wachstumschancen sowohl im Kerngeschäft Free-TV als auch im Bereich Diversifikation substantiell erhöht. Als europäischer Konzern profitieren wir bei der Produktion und Verwertung von Inhalten von Skaleneffekten, da wir über eine größere Reichweite verfügen.

Künftige Änderungen der Gesellschafterstruktur: TMG wird neuer strategischer Gesellschafter

Der niederländische Medienkonzern Telegraaf Media Groep N.V. (TMG) hat am 1. August 2008 angekündigt, dass er 12,0 Prozent der stimmberechtigten Stammaktien an der ProSiebenSat.1 Media AG von der Lavena Holding 5 GmbH übernehmen werde. Dies entspricht einem Anteil am Grundkapital von 6,0 Prozent. Die Verkaufsoption (Put-Option) der Lavena 5 Holding GmbH wurde im Rahmen der Akquisition der SBS Broadcasting Group durch die ProSiebenSat.1 Media AG im Juli 2007 vereinbart. TMG war vor der Akquisition mit 20 Prozent an der SBS Broadcasting Group beteiligt gewesen.

Die Lavena-Holdinggesellschaften, die von durch Kohlberg Kravis Roberts & Co. L.P. (KKR) beziehungsweise Permira Beteiligungsberatung GmbH (Permira) beratene Fonds kontrolliert werden, bleiben Hauptgesellschafter der ProSiebenSat.1 Media AG mit 88,0 Prozent der stimmberechtigten Stammaktien und 25,3 Prozent der nicht stimmberechtigten Vorzugsaktien der ProSiebenSat.1 Media AG. Die verbleibenden Vorzugsaktien befinden sich in Streubesitz (Free Float).

Künftige wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Konjunkturelle Entwicklung

Die **Weltwirtschaft** hat zu Jahresbeginn zunächst nur wenig an Schwung verloren. Allerdings mehren sich Anzeichen, dass die Dynamik in den kommenden Monaten spürbar nachlassen wird. Der Konjunkturmotor USA ist durch die Immobilien- und Finanzmarktkrise und die daraus folgende Verschärfung der Kreditkonditionen weiterhin stark belastet. Auch in der **Europäischen Union und im Euroraum** wird das reale Wachstum im Jahresverlauf abflachen. Konjunkturelle Risiken ergeben sich zum einen aus den weltwirtschaftlichen Rahmenbedingungen, insbesondere infolge von hohen Rohstoffpreisen und Inflation. Zum anderen beeinträchtigt der starke Eurokurs die europäische Exportwirtschaft. Zudem geht der jahrelange Immobilienboom in einigen Mitgliedsländern zu Ende. Die daraus entstehenden Vermögensverluste dämpfen zusammen mit der hohen Teuerung die Konsumstimmung. Das Statistische Amt der Europäischen Gemeinschaften (Eurostat) erwartet, dass die Wachstumsrate in der Europäischen Union von 2,9 Prozent im Jahr 2007 auf 2,0 Prozent im Jahr 2008 zurückgehen wird.

In **Deutschland** haben die führenden Wirtschaftsforschungsinstitute nach dem schwungvollen ersten Quartal 2008 ihre Prognosen für das Gesamtjahr zwar angehoben. Die Erwartungen reichen jetzt von 2,1 Prozent (ifW) bis 2,4 Prozent (ifo) realen

Wachstums. Die Experten sind sich jedoch einig, dass die Wachstumskurve infolge der weltweiten Konjunkturabkühlung im weiteren Jahresverlauf abflachen wird. Vor allem die bisherigen Wachstumsträger – Exporte und Unternehmensinvestitionen – werden sich weniger dynamisch entwickeln als zuletzt. Auch die Entwicklung des privaten Konsums wird verhaltener beurteilt als zu Jahresbeginn. Zwar bilden die anziehenden Löhne und die weiterhin positive Arbeitsmarktsituation eine gute Grundlage für höhere Konsumausgaben. Gleichzeitig belastet aber die starke Preissteigerung, insbesondere bei Gütern des täglichen Bedarfs, die Haushaltsbudgets. Die Mehrzahl der Institute liegt mit ihren Wachstumserwartungen mittlerweile unter der Prognose des Frühjahrsgutachtens (2008: +0,8%, 2009: +1,2%). So hält beispielsweise das ifo-Institut für 2008 nur noch ein reales Plus von 0,5 Prozent für wahrscheinlich.

Entwicklung des Werbemarkts in den für ProSiebenSat.1 wesentlichen Märkten

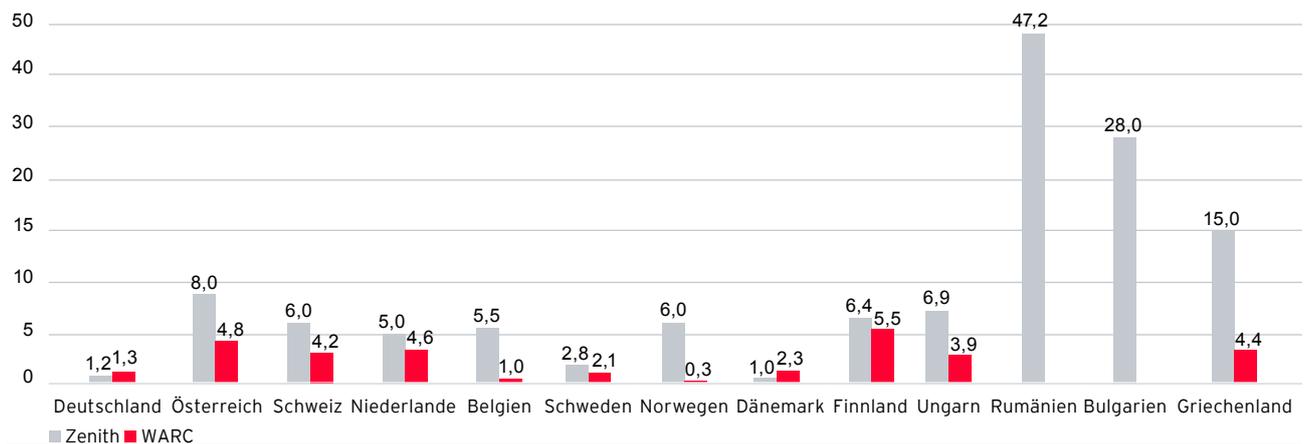
Trotz einer allgemeinen Abschwächung der Konjunktur wird für 2008 derzeit insgesamt eine weiterhin solide Konjunktur in Europa erwartet, wobei von einer regional unterschiedlichen wirtschaftlichen Entwicklung auszugehen ist. Der TV-Werbemarkt weist eine hohe Korrelation zu makroökonomischen Entwicklungen auf. Dementsprechend spiegeln sich die prognostizierten Entwicklungen von Bruttoinlandsprodukt und privatem Konsum zumeist in der jeweils erwarteten Dynamik der Werbemärkte wider. Für Länder mit einem starken Wirtschaftswachstum wie Rumänien und Bulgarien ist daher ein deutlich überdurchschnittliches Wachstum der Werbeinvestitionen zu erwarten.

ZenithOptimedia rechnet für 2008 mit einem Wachstum der TV-Werbeinvestitionen in **Deutschland** von 1,2 Prozent. Wir gehen auf Basis aktueller Konjunkturprognosen derzeit von einem stabilen bis leicht positiven **deutschen TV-Werbemarkt** für das Jahr 2008 aus.

Fast alle anderen Märkte, in denen die ProSiebenSat.1 Group aktiv ist, sollen den Prognosen zufolge stärker wachsen als Deutschland.

Entwicklung des Werbemarkts in den für ProSiebenSat.1 Group wichtigen Ländern

TV-Werbeausgaben (netto) in Prozent (Veränderung 08 vs. 07 zu aktuellen Preisen)



Quelle: ZenithOptimedia 07/2008. World Advertising Research Center 07/2008. Zahlen auf Nettobasis angepasst. Methodische Unterschiede zwischen den verschiedenen Ländern und Quellen.

KONZERN-ZWISCHENABSCHLUSS

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der ProSiebenSat.1 Group

Tsd Euro	Q2 2008	Q2 2007	H1 2008	H1 2007
1. Umsatzerlöse	801.861	551.611	1.530.931	1.052.794
2. Herstellungskosten	-458.738	-319.317	-959.865	-654.611
3. Bruttoergebnis vom Umsatz	343.123	232.294	571.066	398.183
4. Vertriebskosten	-110.770	-53.076	-225.137	-108.516
5. Verwaltungskosten	-87.709	-34.732	-154.951	-76.247
6. Sonstige betriebliche Erträge	7.780	4.071	11.326	7.021
7. Betriebsergebnis	152.424	148.557	202.304	220.441
8. Gewinn- und Verlustanteile an assoziierten Unternehmen, die nach der Equity-Methode bilanziert werden	-461	1.557	1.550	1.628
9. Sonstiges finanzielles Ergebnis	-847	368	-847	373
10. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	4.826	1.988	7.298	2.900
11. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-64.701	-5.024	-127.458	-10.160
12. Zinsergebnis	-59.875	-3.036	-120.160	-7.260
13. Sonstige Finanzierungsaufwendungen	-3.156	-3.864	-3.302	-4.087
14. Finanzergebnis	-64.339	-4.975	-122.759	-9.346
15. Ergebnis vor Steuern	88.085	143.582	79.545	211.095
16. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-25.985	-54.530	-23.466	-80.217
17. Konzernüberschuss	62.100	89.052	56.079	130.878
Gewinne die den				
Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG	59.541	87.165	51.606	127.795
Minderheitenanteile	2.559	1.887	4.473	3.083
zuzurechnen sind				
Euro				
Unverwässertes und verwässertes Ergebnis je Stammaktie nach IAS 33 *	0,26	0,39	0,23	0,58
Unverwässertes und verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie nach IAS 33 *	0,28	0,40	0,25	0,59

* dabei berücksichtigtes Periodenergebnis: Q2 2008: 59,5 Mio Euro [Q2 2007: 87,2 Mio Euro]; H1 2008: 51,6 Mio Euro [H1 2007: 127,8 Mio Euro]
dabei berücksichtigte Anzahl der Stamm- und Vorzugsaktien: Q2 2008: 217.670 Tsd Stück [Q2 2007: 218.797 Tsd Stück]; H1 2008: 218.164 Tsd Stück [H1 2007: 218.797 Tsd Stück]

Konzern-Bilanz der ProSiebenSat.1 Group

AKTIVA	30.06.2008	30.06.2007	31.12.2007
Tsd Euro			
A. Langfristige Aktiva			
I. Immaterielle Vermögenswerte	3.340.684	329.972	3.540.371
II. Sachanlagen	268.059	222.074	267.869
III. Nach der Equity-Methode bilanzierte Finanzanlagen	6.598	6.401	4.583
IV. Sonstige finanzielle Vermögenswerte	58.871	6.423	70.508
V. Programmvermögen	950.246	801.546	917.110
VI. Forderungen und Sonstige langfristige Vermögenswerte	7.619	1.405	14.091
VII. Latente Steueransprüche	30.008	- / -	50.708
	4.662.085	1.367.821	4.865.240
B. Kurzfristige Aktiva			
I. Programmvermögen	332.060	241.308	400.575
II. Vorräte	5.662	4.907	4.849
III. Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	190	241	264
IV. Steuererstattungsansprüche aus Ertragsteuer	71.242	82.504	34.109
V. Forderungen und Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	448.094	219.885	442.962
VI. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	122.784	213.928	250.847
VII. Zur Veräußerung bestimmte Vermögenswerte	338.236	- / -	- / -
	1.318.268	762.773	1.133.606
Summe der Aktiva	5.980.353	2.130.594	5.998.846
PASSIVA	30.06.2008	30.06.2007	31.12.2007
Tsd Euro			
A. Eigenkapital			
I. Gezeichnetes Kapital	218.797	218.797	218.797
II. Kapitalrücklage	546.987	574.758	546.987
III. Erwirtschaftetes Eigenkapital	124.353	573.538	342.646
IV. Eigene Anteile	-15.105	- / -	- / -
V. Kumuliertes übriges Eigenkapital	2.104	4.490	-56.539
VI. Gezeichnetes Kapital und Rücklagen, die den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzuordnen sind	877.136	1.371.583	1.051.891
VII. Minderheitenanteile am Eigenkapital	16.739	3.769	10.435
	893.875	1.375.352	1.062.326
B. Langfristige Passiva			
I. Langfristige Darlehen und Kredite	3.576.149	34.206	3.577.297
II. Rückstellungen	9.640	7.838	11.308
III. Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	242.170	114.182	201.420
IV. Latente Steuerschulden	201.151	11.305	207.272
	4.029.110	167.531	3.997.297
C. Kurzfristige Passiva			
I. Kurzfristige Darlehen und Kredite	262.745	153.068	2.196
II. Rückstellungen	132.462	154.224	177.819
III. Kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	439.192	237.897	532.706
IV. Steuerverbindlichkeiten aus Ertragsteuern	470	752	1.706
V. Übrige Verbindlichkeiten	177.709	41.770	224.796
VI. Zur Veräußerung bestimmte Verbindlichkeiten	44.790	- / -	- / -
	1.057.368	587.711	939.223
Summe der Passiva	5.980.353	2.130.594	5.998.846

Konzern-Kapitalflussrechnung der ProSiebenSat.1 Group

Tsd Euro	Q2 2008	Q2 2007	H1 2008	H1 2007
Konzernüberschuss (nach Minderheitenanteilen)	59.540	87.165	51.605	127.795
Abschreibungen/Zuschreibungen auf Anlage- und Umlaufvermögen	37.746	10.269	72.679	20.387
Abschreibungen/Zuschreibungen auf Programmvermögen	318.476	230.792	672.431	478.781
Veränderung der Steuerrückstellungen [inkl. Veränderung latenter Steuern]	23.020	50.149	-16.133	75.096
Veränderung der sonstigen Rückstellungen	-4.220	1.686	-10.818	-1.493
Ergebnisse aus der Equity-Bewertung und sonstigen zahlungsunwirksamen Veränderungen aus Finanzanlagen	486	61	500	-10
Ergebnis aus dem Verkauf von Anlagevermögen	148	236	119	236
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	2.864	-15.191	-3.527	-9.779
Cash-flow	438.060	365.167	766.856	691.013
Veränderung der Vorräte	519	303	-813	-600
Veränderung der unverzinslichen Forderungen und Sonstiger Vermögenswerte	-63.419	-8.633	-92.218	-57.870
Veränderung der unverzinslichen Verbindlichkeiten	4.284	-19.128	-39.328	-1.882
Cash-flow aus der betrieblichen Tätigkeit	379.444	337.709	634.497	630.661
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens	1.058	1.197	13.803	2.416
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	-37.130	-4.908	-47.791	-10.204
Auszahlungen für Finanzanlagen	-1.595	-2.959	-1.922	-3.465
Einzahlungen aus Abgängen von Programmvermögen	-1.471	2.681	19.561	11.854
Auszahlungen für Investitionen in das Programmvermögen	-327.174	-211.838	-678.819	-481.723
Auswirkungen aus Änderungen des Konsolidierungskreises (Zugang)	-21.815	-7.713	-32.196	-3.899
Auswirkungen aus Änderungen des Konsolidierungskreises (Abgang)	3.437	1.811	3.437	1.811
Sonstige Änderungen des Eigenkapitals	-1.467	1.782	9.569	2.871
Cash-flow aus der Investitionstätigkeit	-386.157	-219.947	-714.358	-480.339
Free Cash-flow	-6.713	117.762	-79.861	150.322
Dividende	-269.899	- / -	-269.899	- / -
Rückführung von verzinslichen Verbindlichkeiten	-2.949	-836	-3.809	-1.646
Zuführung von verzinslichen Verbindlichkeiten	135.536	1.457	267.382	1.712
Erwerb eigener Aktien	-2.770	- / -	-15.105	- / -
Cash-flow aus der Finanzierungstätigkeit	-140.082	621	-21.431	66
Zahlungswirksame Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-146.795	118.383	-101.292	150.388
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	296.350	95.545	250.847	63.540
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	149.555	213.928	149.555	213.928
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente der zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte	-26.771	- / -	-26.771	- / -
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente aus fortgeführten Aktivitäten zum Periodenende	122.784	213.928	122.784	213.928
Im Cash-flow aus fortgeführten Aktivitäten sind folgende Ein- und Auszahlungen gemäß IAS 7 enthalten:				
Cash-flow aus Ertragsteuern	-54.855	-40.418	-91.338	-71.044
Cash-flow aus gezahlten Zinsen	-59.301	-5.465	-124.803	-6.176
Cash-flow aus erhaltenen Zinsen	2.233	1.498	4.678	1.958

Eigenkapitalveränderungsrechnung der ProSiebenSat.1 Group 1. Januar bis 30. Juni 2007

	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Konzern-eigenkapital	Eigene Anteile	Kumuliertes übriges Konzerneigenkapital			Konzern-eigenkapital
					Ausgleichs-posten aus der FW-Um-rechnung	Bewertung von Cash-flow-Hedges und Änderung von Zins-Swaps	Anteile Dritter am Eigenkapital	
31. Dezember 2006	218.797	584.537	445.743	- / -	-458	-9.144	1.049	1.240.524
Veränderung des Konsolidierungskreises	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	-340	-340
Aktienoptionsplan	- / -	-9.779	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	-9.779
Veränderung der direkt im Eigenkapital zu erfassenden Aufwendungen und Erträge	- / -	- / -	- / -	- / -	-190	14.282	-23	14.069
Konzernüberschuss	- / -	- / -	127.795	- / -	- / -	- / -	3.083	130.878
30. Juni 2007	218.797	574.758	573.538	- / -	-648	5.138	3.769	1.375.352

Eigenkapitalveränderungsrechnung der ProSiebenSat.1 Group 1. Januar bis 30. Juni 2008

	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Konzern-eigenkapital	Eigene Anteile	Kumuliertes übriges Konzerneigenkapital			Konzern-eigenkapital
					Ausgleichs-posten aus der FW-Um-rechnung	Bewertung von Cash-flow-Hedges und Änderung von Zins-Swaps	Anteile Dritter am Eigenkapital	
31. Dezember 2007	218.797	546.987	342.646	- / -	-16.073	-40.466	10.435	1.062.326
Gezahlte Dividende	- / -	- / -	-269.899	- / -	- / -	- / -	-5.583	-275.482
Veränderung des Konsolidierungskreises	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	7.414	7.414
Erwerb eigener Aktien	- / -	- / -	- / -	-15.105	- / -	- / -	- / -	-15.105
Veränderung der direkt im Eigenkapital zu erfassenden Aufwendungen und Erträge	- / -	- / -	- / -	- / -	18.761	39.882	- / -	58.643
Konzernüberschuss	- / -	- / -	51.606	- / -	- / -	- / -	4.473	56.079
30. Juni 2008	218.797	546.987	124.353	-15.105	2.688	-584	16.739	893.875

Anhang

Grundlagen und Methode

Als börsennotiertes Unternehmen hat die ProSiebenSat.1 Media AG ihren verkürzten Konzern-Zwischenabschluss zum 30. Juni 2008 in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards [IFRS], wie sie in der EU anzuwenden sind, erstellt.

Der Konzernzwischenabschluss zum 30. Juni 2008 wurde auf Basis des IAS 34 ‚Zwischenberichterstattung‘ erstellt. Die Bilanzierung und Bewertung sowie die Erläuterungen und Angaben zum Konzern-Zwischenabschluss für das erste Halbjahr des Geschäftsjahres 2008 basieren grundsätzlich auf denselben Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden, die auch dem Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2007 zu Grunde lagen.

Für weiter gehende Angaben zu den angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden verweisen wir auf den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2007, der die Grundlage für den vorliegenden Halbjahresabschluss darstellt.

Konsolidierungskreis

Die Anzahl der in den Konzernabschluss einbezogenen Tochterunternehmen hat sich im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2008 wie folgt geändert:

	Inland	Ausland	Gesamt
Einbezogen zum 31.12.2007	46	130	176
Neu gegründete/konsolidierte Unternehmen	5	5	10
Fusionierte/endkonsolidierte Unternehmen	- / -	- 10	-10
Einbezogen zum 30.06.2008	51	125	176

Der ProSiebenSat.1 Media AG steht an diesen Gesellschaften unmittelbar oder mittelbar die Mehrheit der Stimmrechte zu. 14 [zum 31. Dezember 2007: 15] assoziierte Unternehmen und ein Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung im Sinne des IAS 31 werden nach der Equity-Methode erfasst.

Erwerb der Radiostationen Radio Norge AS (vorher: TV2 Saturn AS)

Mit Wirkung zum 1. März 2008 hat die SBS Radio Norge AS 100 Prozent der Radiostationen Radio Norge AS (vorher: TV2 Saturn AS) mit Sitz in Oslo/Norwegen erworben. Der Kaufpreis für die erworbenen Anteile beträgt insgesamt 10.004 Tsd Euro. Für den gleichen Betrag veräußerte im Gegenzug dazu die SBS Belgium N.V. 23 Prozent ihrer Anteile an der SBS Radio Norge AS an den bisherigen Anteilseigner der Radiostationen Radio Norge AS. Somit ist die ProSiebenSat.1 Group nunmehr mit 77 Prozent an der SBS Radio Norge AS beteiligt. Der Kaufvertrag beinhaltet ferner eine Put und Call Option für den 23prozentigen verkauften Anteil, welche ab 2010 ausübbar ist.

Zum 1. März 2008 wurde die Radiostationen Radio Norge AS erstmals als voll konsolidiertes Unternehmen in den Kon-

zernabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG einbezogen. Die Radiostationen Radio Norge AS ist Betreiberin eines Radiosenders in Norwegen. Die Umsatzerlöse der Radiostationen Radio Norge AS betragen 1.429 Tsd Euro im Zeitraum der Konzernzugehörigkeit und der Fehlbetrag beläuft sich für den gleichen Zeitraum auf 1.819 Tsd Euro.

In den Vermögenswerten und Schulden der ProSiebenSat.1 Group ist der Erwerb der Radiostationen Radio Norge AS mit folgenden Werten enthalten:

Tsd Euro	Step Up	Fair value
Goodwill	- / -	2.059
Immaterielle Vermögenswerte	9.814	- / -
Langfristige Aktiva	615	- / -
kurzfristige Aktiva	396	- / -
Rückstellungen und Verbindlichkeiten inkl. lat. Steuern	-2.880	- / -
Summe		10.004
Kaufpreis Radio-stationen Norge AS Radio		10.004
Summe		10.004

Erwerb der Feem Media GmbH

Mit Kaufvertrag vom 17. April 2008 hat die SevenOne Intermedia GmbH, ein mittelbar 100prozentiges Tochterunternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG, 100 Prozent der Anteile an der Feem Media GmbH erworben. Der Kaufpreis zum 30. Juni 2008 beträgt für die erworbenen Anteile 5.335 Tsd Euro, welcher in vier Tranchen bis 2011 fällig ist. Zum 30. Juni 2008 wurde hiervon die erste Tranche in Höhe von 1.000 Tsd Euro gezahlt. Zusätzlich beinhaltet der Kaufvertrag eine earn-out Klausel mit einer Laufzeit von 36 Monaten bis zum 30. April 2011, deren Zielerreichung abhängig und gestaffelt ist von bestimmten Ergebniszielen. Da die Gesellschaft derzeit noch im Aufbau ihrer Geschäftsaktivitäten ist, kann zum Berichtszeitpunkt keine verlässliche Einschätzung einer möglichen Zielerreichung vorgenommen werden. Daher wurde zum 30. Juni 2008 nur der oben angegebene Mindestkaufpreis bilanziert.

Die Gesellschaft wurde im April 2008 erstmals als voll konsolidiertes Unternehmen in den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG mit einbezogen.

Die Feem Media GmbH arbeitet derzeit am Aufbau eines internetbasierten Frauennetzwerkes und -portals, das unter www.fem.com eine Übersicht über frauenspezifische Themenkomplexe anbieten soll.

Weitere Angaben gemäß IFRS 3 können zum jetzigen Zeitpunkt nicht gemacht werden, da mit der Kaufpreisallokation erst mit Vollzug des Kaufvertrages begonnen und bis zum Berichtszeitpunkt noch nicht abgeschlossen wurde. Die Gesellschaft hat zum jetzigen Zeitpunkt noch keine Erlöse, der Fehlbetrag beläuft sich für das erste Halbjahr auf 148 Tsd

Euro, davon entfällt ein Fehlbetrag in Höhe von 93 Tsd Euro auf den Zeitraum der Konzernzugehörigkeit.

Unmittelbar vor Erwerb stellte sich die Vermögenslage der Feeem Media GmbH wie folgt dar:

Tsd Euro	
Kurzfristige Aktiva	82
Rückstellungen und Verbindlichkeiten	-32

Erwerb weiterer Anteile an der lokalisten media GmbH

Am 15. Mai 2008 hat die SevenOne Intermedia GmbH ihre Anteile an der bisher at Equity bilanzierten lokalisten media GmbH von 29,8 Prozent auf 90 Prozent aufgestockt und gleichzeitig eine Put-Call-Option, ausübbar am 31. Juli 2009 und am 30. April 2011 für die verbleibenden 10 Prozent, abgeschlossen. Da es sicher ist, dass eine der Parteien die Option ausüben wird, wird die Gesellschaft seit dem Mai 2008 im Rahmen der Vollkonsolidierung zu 100 Prozent in den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG einbezogen. Der Kaufpreis für die zusätzlich erworbenen Anteile beträgt insgesamt 19.545 Tsd Euro. Davon entfallen 15.525 Tsd Euro auf die Aufstockung auf 90 Prozent sowie 4.020 Tsd Euro auf die zusätzlichen 10 Prozent aufgrund der Put-Call-Option. Der zusätzliche Kaufpreis aufgrund dieser Put-Call-Option ist abhängig von der Erreichung gewisser Ergebnisse und wurde mit dem wahrscheinlichsten Wert zum Berichtszeitpunkt angesetzt.

Die lokalisten media GmbH ist im Geschäft der Internet- und Mobilfunkgestützten Online-Communities, insbesondere unter der Domain www.lokalisten.de, tätig.

Weitere Angaben gemäß IFRS 3 können zum jetzigen Zeitpunkt nicht gemacht werden, da mit der Kaufpreisallokation erst mit Vollzug des Kaufvertrages begonnen und bis zum Berichtszeitpunkt noch nicht abgeschlossen wurde. Die Umsatzerlöse der lokalisten media GmbH für das erste Halbjahr 2008 betragen 1.189 Tsd Euro und der Fehlbetrag beläuft sich für den gleichen Zeitraum auf 394 Tsd Euro, davon entfällt ein Fehlbetrag in Höhe von 104 Tsd Euro auf den Zeitraum der Konzernzugehörigkeit.

Unmittelbar vor Erwerb stellte sich die Vermögenslage der lokalisten media GmbH wie folgt dar:

Tsd Euro	
Immaterielle Vermögenswerte	11
Sachanlagen	404
Kurzfristige Aktiva	1.945
Rückstellungen und Verbindlichkeiten	-251

maxdome GmbH & Co. KG

Im Juni 2008 brachte die SevenSenses GmbH ihr Video-on-Demand Geschäft in ein 50/50 Joint Venture mit der 1&1 Internet AG, einer Gesellschaft der United Internet Gruppe, ein.

maxdome ist das Video-on-Demand-Portal der ProSiebenSat.1 Group und ermöglicht per DSL den Abruf von Spielfilmen, Serien, Comedy, Cartoons, Dokumentationen und Sport direkt auf den PC oder auf den Fernseher mit einer speziellen Set-Top-Box.

Im Rahmen der Transaktion brachte die SevenSenses GmbH Vermögenswerte mit Buchwerten in Höhe von 570 Tsd Euro und Marktwerten in Höhe von 9.068 Tsd Euro ein. Dabei wurde ein Einbringungsgewinn von 50 Prozent in Höhe von 4.249 Tsd Euro realisiert. Der Beteiligungsansatz der maxdome GmbH & Co. KG im Zeitpunkt der erstmaligen Einbeziehung in den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG beträgt 4.887 Tsd EURO. Die maxdome GmbH & Co. KG wird als Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung im Sinne des IAS 31 nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG einbezogen

Finalisierung der Kaufpreisallokation für die SBS Broadcasting Group

Zum 30. Juni 2008 ist die Kaufpreisallokation für den Erwerb der SBS Broadcasting Group abgeschlossen. Im Rahmen der Finalisierung der Kaufpreisallokation zum 30. Juni 2008 ergab sich eine Anpassung des Goodwills um 5 Mio EURO von 2.363 Mio Euro zum 31. Dezember 2007 auf 2.368 Mio Euro zum Berichtszeitpunkt. Ebenfalls war eine Goodwill-Umallokation in Höhe von 57,3 Mio Euro von der CGU Radio auf die CGU Free-TV CEE notwendig.

Steuern vom Einkommen und Ertrag

Die Ermittlung des Ertragsteueraufwandes/-ertrages erfolgt gem. IAS 34.30 auf Grundlage der besten Schätzung des gewichteten durchschnittlichen jährlichen Ertragsteuersatzes (Konzernsteuerquote).

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Tsd Euro	fällig im Folgejahr	fällig im 2. bis 5. Jahr	fällig nach dem 5. Jahr	Summe
Programmvermögen	939.230	1.454.001	170.311	2.563.542
Leasing- und langfristige Mietverpflichtungen	38.213	107.416	37.031	182.660
Nutzungsgebühren	86.679	174.330	78.472	339.481
Sonstige Verpflichtungen	90.223	144.488	83.795	318.506
Summe	1.154.345	1.880.235	369.609	3.404.189

Neben den Rückstellungen, Verbindlichkeiten und Haftungsverhältnissen bestehen Sonstige finanzielle Verpflichtungen. Diese resultieren aus Vertragsabschlüssen in der Zeit vor dem 30. Juni 2008 und betreffen Zahlungsverpflichtungen mit einer Fälligkeit ab dem 1. Juli 2008. Die Verträge haben Restlaufzeiten zwischen einem und 15 Jahren.

Der Anstieg der Sonstigen finanziellen Verpflichtungen aus Programmvermögen im Vergleich zum 31. Dezember 2007 resultiert aus neu abgeschlossenen Verträgen. Die Leasing- und langfristigen Mietverpflichtungen sowie die sonstigen

Verpflichtungen beinhalten die Verpflichtungen aus dem Outsourcing-Vertrag mit IBM Business Services GmbH.

Nicht fortgeführter Geschäftsbereich und zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten

Mit Vertrag vom 31. März 2008 hat die ProSiebenSat.1 Group eine Outsourcing-Vertrag mit der IBM Business Services GmbH abgeschlossen. In diesem Zusammenhang wird IBM alle IT-Business-Applikationen, die IT- und Mediensysteme der ProSiebenSat.1 Produktion übernehmen und ausbauen. Gleichzeitig wird die ProSiebenSat.1 Group ein neues Playout-Center in München aufbauen. Die TV-Kanäle der Gruppe werden damit künftig über die zentralen europaweiten Playout-Center in München und London-Chiswick ausgestrahlt. Damit wird ein Verkauf der gesamten ProSiebenSat.1 Produktion vorerst nicht weiterverfolgt. Aus diesem Grund erfolgt der Ausweis der ProSiebenSat.1 Produktion entgegen der Darstellung im Konzernjahresabschluss der ProSiebenSat.1 Group nicht mehr unter nicht fortgeführter Geschäftsbereich.

Die folgenden Werte waren im Konzernjahresabschluss 2007 als zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten klassifiziert:

AKTIVA	Summe
Tsd Euro	
Zur Veräußerung gehaltene Gruppen von Vermögenswerte	
I. Immaterielle Vermögenswerte	5.648
II. Sachanlagen	22.934
III. Finanzanlagen	35
IV. Vorräte	171
V. Forderungen und Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	2.076
VI. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	21
VII. Latente Steueransprüche	108
	30.993
PASSIVA	
Tsd Euro	
Zur Veräußerung gehaltene Gruppen von Verbindlichkeiten	
I. Rückstellungen	300
II. Übrige Verbindlichkeiten	11.837
III. Latente Steuerschulden	245
	12.382

Die unter den Vermögenswerten und Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Gruppen von Vermögenswerten/Verbindlichkeiten ausgewiesenen Beträge in Höhe von 338.236 Tsd Euro bzw. 44.790 Tsd Euro betreffen den beabsichtigten vollständigen Verkauf

der C More Group AB, Stockholm [Schweden] und ihrer Tochtergesellschaften mit ihren Premium Pay TV-Aktivitäten sowie den geplanten Verkauf der Broadcast Text International AB, Stockholm [Schweden] und ihrer Tochtergesellschaften mit ihren Aktivitäten im Bereich Untertitelung. Der Verkauf der C More Group AB und ihrer Tochtergesellschaften bedarf noch der kartellrechtlichen Genehmigung und soll in den nächsten Monaten vollzogen werden. Der Verkauf von Broadcast Text International AB und ihrer Tochtergesellschaften soll bis zum Jahresende abgeschlossen sein.

Die C More Group AB mit ihren Tochtergesellschaften ist der führende Anbieter von Pay-TV Angeboten, wie Premium Spielfilmen und Premium Sportsendungen in Schweden, Norwegen, Dänemark und Finnland.

Broadcast Text International AB und ihre Tochtergesellschaften ist Europas größter Betreiber für Untertitelung für Fernsehen, Videos, Kino und DVDs.

Die C More Group AB und ihre Tochtergesellschaften ist dem Segment Diversifikation und die Broadcast Text International AB und ihre Tochtergesellschaften sind dem Segment Free-TV International zugeordnet.

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Buchwerte der zur Veräußerung gehaltenen Unternehmen zum Bilanzstichtag.

AKTIVA	C More	BTI	Summe
Tsd Euro			
Zur Veräußerung gehaltene Gruppen von Vermögenswerte			
I. Immaterielle Vermögenswerte	211.612	8.703	220.315
II. Sachanlagen	1.070	230	1.300
III. Sonstige langfristige Vermögenswerte	4.371	211	4.582
IV. Programmvermögen	13.651	- / -	13.651
V. Forderungen und Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	48.460	2.565	51.025
VI. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	23.554	3.217	26.771
VII. Latente Steueransprüche	20.524	68	20.592
	323.242	14.994	338.236
PASSIVA			
Tsd Euro			
Zur Veräußerung gehaltene Gruppen von Verbindlichkeiten			
II. Übrige Verbindlichkeiten	25.200	2.619	27.819
III. Latente Steuerschulden	16.971	- / -	16.971
	42.171	2.619	44.790

Daneben wird ein Verkauf des niederländischen Print-Geschäftes Veronica angestrebt. Da die Kriterien nach IFRS 5 zum Berichtsstichtag nicht erfüllt waren, werden diese Aktivitäten nicht als zur Veräußerung gehalten klassifiziert.

Segmentberichterstattung

Entsprechend den Regeln von IFRS 8 [„Operating Segments“] sind einzelne Zwischenabschlusssdaten nach Segmenten und Regionen getrennt darzustellen, wobei sich die Aufgliederung an der internen Berichterstattung orientiert, die eine zuverlässige Einschätzung der Risiken und Erträge des Konzerns ermöglicht. Durch die Segmentierung sollen Ertragskraft und Erfolgsaussichten der einzelnen Aktivitäten des Konzerns transparent gemacht werden. Der ProSiebenSat.1-Konzern grenzt das primäre Segmentberichtsformat in Übereinstimmung mit seiner internen Steuerung nach Geschäftsfeldern ab.

Die ProSiebenSat.1 Group unterteilt ihre Geschäftsbereiche in Free-TV und Diversifikation. Der Bereich Free-TV wird in die Segmente Free-TV im deutschsprachigen Raum und Free-TV International unterteilt.

Dem Bereich Free-TV im deutschsprachigen Raum werden im Wesentlichen die Sender Sat.1, ProSieben, kabel eins und N24 sowie die Sat.1-Regionalgesellschaften, der Vermarkter

SevenOne Media, die Tochter ProSiebenSat.1 Produktion sowie die Konzerntöchter in Österreich und der Schweiz zugeordnet. Zum Bereich Free-TV International gehören die werbefinanzierten TV-Sender in den Niederlanden, Belgien, Dänemark, Finnland, Norwegen, Schweden, Rumänien, Bulgarien und Ungarn. Im Segment Diversifikation werden alle Tochterunternehmen gebündelt, die ihre Erlöse nicht direkt durch klassische TV-Werbeinnahmen generieren, dazu gehören Aktivitäten im Bereich Pay-TV, Call-TV, Multimedia, Merchandising und Radio bis zu verwandten Print-Produkten.

Im Rahmen der sekundären Segmentberichterstattung nach geografischen Märkten wird unterschieden nach deutschsprachigem Raum (Deutschland, Österreich, Schweiz), NL/B (Niederlande, Belgien), Nordic (Dänemark, Finnland, Norwegen, Schweden) und CEE (Bulgarien, Griechenland, Rumänien, Ungarn). Auf eine Darstellung von Vorjahresvergleichszahlen wird verzichtet, da im Vergleichszeitraum 2007 Umsatzerlöse ausschließlich im deutschsprachigen Raum erzielt wurden.

Segmentberichterstattung 2. Quartal

Tsd Euro	Free-TV					Summe Konzernabschluss Q2 2008
	Segment Free-TV deutschsprachig	Segment Free-TV International	Summe Free-TV*	Segment Diversifikation	Überleitungen	
Umsatzerlöse	464.536	216.457	680.993	138.219	-17.351	801.861
Außenumsätze	452.276	214.679	666.955	134.906	- / -	801.861
Innenumsätze	12.260	1.778	14.038	3.313	-17.351	- / -
EBITDA Recurring	115.806	54.355	170.161	32.510	1.029	203.700

Geografische Aufteilung

Tsd Euro	Free-TV					Summe Konzernabschluss Q2 2008
	Deutschsprachig	B/NL	Nordic	CEE	Überleitungen	
Umsatzerlöse	524.180	112.654	136.819	46.262	-18.054	801.861
Außenumsätze	508.857	112.654	134.088	46.262	- / -	801.861
Innenumsätze	15.323	- / -	2.731	- / -	-18.054	- / -

Tsd Euro	Free-TV					Summe Konzernabschluss Q2 2007
	Segment Free-TV deutschsprachig	Segment Free-TV International	Summe Free-TV*	Segment Diversifikation	Überleitungen	
Umsatzerlöse	510.045	- / -	510.045	57.700	-16.134	551.611
Außenumsätze	495.802	- / -	495.802	55.809	- / -	551.611
Innenumsätze	14.243	- / -	14.243	1.891	-16.134	- / -
EBITDA Recurring	149.148	- / -	149.148	9.837	111	159.096

* konsolidiert

Segmentberichterstattung 1. Januar bis 30. Juni

Tsd Euro	Free-TV					Summe Konzernabschluss H1 2008
	Segment Free-TV deutschsprachig	Segment Free-TV International	Summe Free-TV*	Segment Diversifikation	Überleitungen	
Umsatzerlöse	897.558	393.884	1.291.442	275.860	-36.371	1.530.931
Außenumsätze	869.411	390.694	1.260.105	270.826	- / -	1.530.931
Innenumsätze	28.147	3.190	31.337	5.034	-36.371	- / -
EBITDA Recurring	173.432	81.873	255.305	36.523	333	292.161

Geografische Aufteilung

						Summe Konzernabschluss H1 2008
	Deutschsprachig	B/NL	Nordic	CEE	Überleitungen	
Umsatzerlöse	1.020.949	199.316	267.408	79.585	-36.327	1.530.931
Außenumsätze	988.271	199.316	263.759	79.585	- / -	1.530.931
Innenumsätze	32.678	- / -	3.649	- / -	-36.327	- / -

Tsd Euro	Free-TV					Summe Konzernabschluss H1 2007
	Segment Free-TV deutschsprachig	Segment Free-TV International	Summe Free-TV*	Segment Diversifikation	Überleitungen	
Umsatzerlöse	966.456	- / -	966.456	121.766	-35.428	1.052.794
Außenumsätze	934.361	- / -	934.361	118.433	- / -	1.052.794
Innenumsätze	32.095	- / -	32.095	3.333	-35.428	- / -
EBITDA Recurring	219.857	- / -	219.857	21.381	-18	241.220

* konsolidiert

Beziehungen zu nahe stehenden Unternehmen und Personen

Neben den in den Konzern-Zwischenabschluss einbezogenen Tochterunternehmen steht die ProSiebenSat.1 Media AG unmittelbar oder mittelbar in Ausübung der normalen Geschäftstätigkeit mit verbundenen, nicht konsolidierten Unternehmen und assoziierten Unternehmen in Beziehung. Im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit wurden sämtliche Liefer- und Leistungsbeziehungen, die mit den nicht in den Konsolidierungskreis einbezogenen Unternehmen geschlossen wurden, zu marktüblichen Bedingungen und Konditionen durchgeführt, wie sie auch mit konzernfremden Dritten üblich sind.

Harry Evans Sloan ist Mitglied des Aufsichtsrates der ProSiebenSat.1 Media AG und Chairman des Board of Directors sowie CEO der Metro-Goldwyn-Mayer Holdings, Inc. (MGM). Zwischen der MGM Holding Inc. und der ProSiebenSat.1 Media AG sind im Berichtszeitraum verschiedene Lizenzverträge im Rahmen der üblichen Geschäftstätigkeit geschlossen wurden. Die Verträge entsprechen marktüblichen Konditionen.

Es wurden keine weiteren wesentlichen berichtspflichtigen Geschäftsvorfälle nach IAS 24 mit nahestehenden Personen und Unternehmen im Berichtszeitraum geschlossen.

ERKLÄRUNG DES VORSTANDS

Nach bestem Wissen versichern wir, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht 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 im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

Unterföhring, 4. August 2008

Der Vorstand



Guillaume de Posch
[Vorstandsvorsitzender
CEO]



Axel Salzmänn
[CFO]



Patrick Tillieux
COO



Dr. Marcus Englert
[New Media]



Andreas Bartl
[German Free-TV]

BESCHEINIGUNG NACH PRÜFERISCHER DURCHSICHT

An die ProSiebenSat.1 Media AG, Unterföhring

Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss - bestehend aus verkürzter Bilanz, verkürzter Gewinn- und Verlustrechnung, verkürzter Kapitalflussrechnung, verkürzter Eigenkapitalveränderungsrechnung sowie ausgewählten erläuternden Anhangangaben - und den Konzernzwischenlagebericht der ProSiebenSat.1 Media AG, Unterföhring, für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. Juni 2008, die Bestandteile des Halbjahresfinanzberichts nach § 37w WpHG sind, einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Die Aufstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses nach den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und des Konzernzwischenlageberichts nach den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, eine Bescheinigung zu dem verkürzten Konzernzwischenabschluss und dem Konzernzwischenlagebericht auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht abzugeben.

Wir haben die prüferische Durchsicht des verkürzten Konzernzwischenabschlusses und des Konzernzwischenlageberichts unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze für die prüferische Durchsicht von Abschlüssen vorgenommen. Danach ist die prüferische Durchsicht so zu planen und durchzuführen, dass wir bei kritischer Würdigung mit einer gewissen Sicherheit ausschließen können, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden sind. Eine prüferische Durchsicht beschränkt sich in erster Linie auf Befragungen von Mitarbeitern der Gesellschaft und auf analytische Beurteilungen und bietet deshalb nicht die durch eine Abschlussprüfung erreichbare Sicherheit. Da wir auftragsgemäß keine Abschlussprüfung vorgenommen haben, können wir einen Bestätigungsvermerk nicht erteilen.

Auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, oder dass der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden ist.

München, den 4. August 2008

KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft
Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Kozikowsky
[Wirtschaftsprüfer]



Papenberg
[Wirtschaftsprüfer]

WEITERE INFORMATIONEN

Finanzkalender

Geschäftsbericht 2007	28. März 2008
Quartalsbericht Q1 2008	8. Mai 2008
Ordentliche Hauptversammlung 2008	10. Juni 2008
Halbjahresfinanzbericht Q2 2008	6. August 2008
Quartalsbericht Q3 2008	6. November 2008

Kontakte

Presse

ProSiebenSat.1 Media AG
Unternehmenskommunikation
Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel. +49 [89] 95 07 - 11 64
Fax +49 [89] 95 07 - 11 59

Investor Relations

ProSiebenSat.1 Media AG
Investor Relations
Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel. +49 [89] 95 07 - 15 02
Fax +49 [89] 95 07 - 15 21
E-mail: aktie@ProSiebenSat1.com

Inhalt und Gestaltung

ProSiebenSat.1 Media AG
Corporate Office
Julian Geist
Katrin Schneider
Heike Nachbaur
Michael Benn

Herausgeber

ProSiebenSat.1 Media AG
Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel. +49 [89] 95 07 - 10
Fax +49 [89] 95 07 - 11 21
www.ProSiebenSat1.com
HRB 124 169 AG München

Die ProSiebenSat.1 Group im Internet

Diese und andere Veröffentlichungen sowie Informationen über die ProSiebenSat.1 Group erhalten Sie im Internet unter der Adresse <http://www.prosiebensat1.com/>.

Vorausschauende Aussagen in diesem Finanzbericht

Der Lagebericht enthält zukunftsbezogene Aussagen über erwartete Entwicklungen. Diese Aussagen basieren auf aktuellen Einschätzungen und sind naturgemäß mit Risiken und Unsicherheiten behaftet. Die tatsächlich eintretenden Ereignisse können von den hier formulierten Aussagen abweichen.

The Power of television

Die ProSiebenSat.1 Group ist ein führender europäischer Medienkonzern. Wir bieten modernen Menschen erstklassige Unterhaltung und aktuelle Informationen, wann immer sie es wünschen, wo immer sie sind.