



Quartalsbericht Q3 2009

1. Januar bis 30. September 2009

Q3

Kennzahlen auf einen Blick

Mio EUR	Q3 2009	Q3 2008	Q1-Q3 2009	Q1-Q3 2008
Umsatz	559,4	646,5	1.880,4	2.177,4
Recurring EBITDA ⁽¹⁾	94,4	103,1	389,3	395,3
EBITDA	62,4	92,5	330,0	366,6
EBIT	29,7	58,6	235,9	260,1
Finanzergebnis	-48,5	-78,9	-177,2	-201,6
Ergebnis vor Steuern	-18,7	-20,0	59,1	59,6
Konzernergebnis ⁽²⁾	-12,7	-10,7	31,1	40,9
Ergebnis je Vorzugsaktie (in Euro)	-0,05	-0,04	0,15	0,20
Cash-flow aus betrieblicher Tätigkeit	233,1	280,2	906,7	919,2
Cash-flow aus Investitionstätigkeit	-347,2	-407,1	-1.027,2	-1.125,9
Free Cash-flow	-114,1	-126,9	-120,5	-206,7

Mio EUR	Q1-Q3 2009	Q1-Q3 2008
Bilanzsumme	5.987,0	6.131,2
Eigenkapital	438,9	844,0
Eigenkapitalquote	7,3%	13,8%
Programmvermögen	1.534,6	1.360,7
Nettofinanzverschuldung ⁽³⁾	-3.534,4	-3.816,7
Mitarbeiter ⁽⁴⁾	5.026	6.012

⁽¹⁾ Bereinigtes EBITDA vor nicht wiederkehrenden Posten

⁽²⁾ Konzernergebnis, das den Anteilseignern der ProSiebenSat. 1 Media AG zuzurechnen ist

⁽³⁾ Für 2008 inklusive Zahlungsmittelbestand CMore

⁽⁴⁾ Anzahl durchschnittliche Vollzeitäquivalente Stellen

> Das dritte Quartal 2009

Die ProSiebenSat.1 Group hat ihre operative Marge in einem weiterhin schwierigen Marktumfeld verbessert und die Performance in Deutschland, ihrem wichtigsten Einzelmarkt, gefestigt. Während sich der Konzernumsatz um 7,9 Prozent auf 559,4 Mio Euro verringerte, lag das recurring EBITDA mit 94,4 Mio Euro um 1,8 Prozent leicht über dem um den CMore-Effekt bereinigten Vorjahrswert. Die operative Marge für das dritte Quartal 2009 stieg damit auf 16,9 Prozent (Q3 2008 bereinigt um CMore: 15,3%).

Durch eine effizientere Nutzung und optimierte Abstimmung der Programminhalte zwischen den einzelnen Sendern konnte die Gruppe ihre Profitabilität im wichtigsten Umsatzbereich – dem Segment Free-TV in Deutschland, Österreich und der Schweiz – verbessern und zugleich die Zuschauerquoten im Kernmarkt Deutschland auf 30,5 Prozent steigern (Q3 2008: 29,7%). Angesichts eines allgemeinen Rückgangs im europäischen TV-Werbemarkt lagen die TV-Werbeerlöse im deutschsprachigen Free-TV-Geschäft zwar unter Vorjahresniveau, entwickelten sich mit einem Minus von 2,0 Prozent jedoch besser als der deutsche Gesamtmarkt.

> Unsere Ziele für 2009

Der Umsatzrückgang der vergangenen Monate konnte durch fortgesetztes Kostenmanagement aufgefangen werden. Wir werden auch künftig alle notwendigen Maßnahmen ergreifen, um die Effizienz auf allen Wertschöpfungsstufen zu erhöhen. Durch gezielte Investitionen in Top-Programme und effiziente Content-Verwertung werden die Profile der Sender weiter geschärft und ihre Ertragskraft gefestigt. Dadurch stärken wir unsere Wettbewerbsposition – und können auch in Zukunft die gute Performance unserer Sender im Zuschauermarkt zu adäquaten Preisen kapitalisieren.

> Die ProSiebenSat.1 Group

Die ProSiebenSat.1 Group gehört zu den führenden Medienkonzernen in Europa. Werbefinanziertes Fernsehen ist das Kerngeschäft der Gruppe. Digitale Angebote wie das Internet zählen zu den Geschäftstätigkeiten, mit denen die ProSiebenSat.1 Group ihr Portfolio erweitert und ihre Erlösquellen diversifiziert. Unser Claim „the power of television“ ist ein klares Statement: ProSiebenSat.1 bietet erstklassige Unterhaltung und aktuelle Informationen auf allen Bildschirmen und Plattformen.

Inhalt

4	KONZERNZWISCHENLAGEBERICHT	23	KONZERNZWISCHENABSCHLUSS
4	Konzern und Rahmenbedingungen	23	Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
8	Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage	24	Konzernbilanz
16	Geschäftssegmente	25	Konzern-Kapitalflussrechnung
18	Mitarbeiter	26	Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
19	Die ProSiebenSat.1-Aktie	27	Konzernanhang
20	Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren	33	WEITERE INFORMATIONEN
20	Nachtragsbericht	33	Finanzkalender
20	Risiken- und Chancenbericht	33	Kontakte/Impressum
21	Prognosebericht		

Konzern und Rahmenbedingungen

WESENTLICHE EREIGNISSE IM DRITTEN QUARTAL 2009

Investitionsmaßnahmen und Änderungen im Konsolidierungskreis

Im ersten Halbjahr 2009 wurden insbesondere in Deutschland umfassende Maßnahmen zur Effizienzsteigerung vorgenommen, die im Zwischenbericht zum 30. Juni 2009 ausführlich beschrieben wurden [↗](#). Im dritten Quartal 2009 ergaben sich darüber hinaus keine wesentlichen Änderungen im Konsolidierungskreis des ProSiebenSat.1-Konzerns. Investitionsmaßnahmen während des dritten Quartals 2009 werden auf Seite 14 erläutert [↗](#).

http://www.prosiebensat1.com/investor_relations/finanzberichte/

[↗](#) ProSiebenSat.1 erwirbt attraktives Filmpaket von Twentieth Century Fox, S. 14

Wesentliche Organisations- und Portfoliomaßnahmen in Deutschland Q1-Q3 2009

Januar 2009	SAT.1 Zentralredaktion in neue Gesellschaft überführt, Gründung der Produktionstochter maz&more GmbH
April 2009	Neues Playout Center am Münchner Standort startet Betrieb
Juni 2009	Umzug von SAT.1 nach München, Zentralisierung der TV-, Sales- und Konzernfunktionen am Standort München Fusion der deutschen Vermarktungstöchter für TV (SevenOne Media GmbH) und Online (SevenOne Interactive GmbH)
Juli 2009	Gründung der SevenOne AdFactory GmbH, eine eigene Tochterfirma für integrierte Crossmedia-Angebote fernsehwerft GmbH übernimmt Technik- und Produktionsdienstleistungen der ProSiebenSat.1 Produktion Berlin GmbH

Änderungen im Konzernvorstand

Klaus-Peter Schulz verlässt die ProSiebenSat.1 Group. ProSiebenSat.1 gab am 7. Juli 2009 bekannt, dass Klaus-Peter Schulz das Unternehmen verlassen wird. Er war als Mitglied des Vorstands seit September 2008 verantwortlich für die Bereiche Sales und Marketing in den deutschsprachigen Ländern der Gruppe, sowie für die Koordination der internationalen Sales-Aktivitäten. Klaus-Peter Schulz hat sein Amt mit Wirkung zum 31. Juli 2009 niedergelegt.

WIRTSCHAFTLICHES UMFELD UND BRANCHENSPEZIFISCHE RAHMENBEDINGUNGEN

Konjunkturelle Rahmenbedingungen

Nach aktuellen Schätzungen des Internationalen Währungsfonds (IWF) wird die globale Wirtschaftsleistung 2009 um 1,1 Prozent schrumpfen. Die IWF-Forscher sind damit zuversichtlicher als noch zur Jahresmitte, als ihre Prognose bei minus 1,4 Prozent lag. Während sich die Perspektiven der US-amerikanischen Wirtschaft zuletzt kaum verändert haben, kommen aus dem asiatischen Raum wieder spürbare Wachstumsimpulse. Vom verbesserten Welthandelsklima profitiert in Europa momentan vor allem die exportorientierte deutsche Wirtschaft, deren Wachstumsprognose um 0,9 Prozentpunkte auf minus 5,3 Prozent nach oben korrigiert wurde.

Die Quartalszahlen des Statistischen Bundesamtes spiegeln die Anzeichen für den Beginn einer konjunkturellen Erholung wider: Nach einem starken Rückgang im ersten Quartal (-3,5% ggü. Vorquartal) konnte das deutsche Bruttoinlandsprodukt im zweiten Quartal mit real plus 0,3 Prozent erstmals seit Anfang 2008 wieder leicht zulegen. Im dritten Quartal rechnen Experten ebenfalls mit Wachstum, da zentrale Indikatoren wie Auftragseingänge, Industrieproduktion oder ifo-Geschäftsklima stabile Aufwärtstrends aufweisen. Das DIW-Konjunkturbarometer prognostiziert ein Plus von 0,7 Prozent und der Handelsblatt-Barclays-Indikator von 0,9 Prozent. Die derzeitige positive Entwicklung muss allerdings immer vor dem Hintergrund des davorliegenden deutlichen Rückgangs beurteilt werden. Im Vergleich zum Vorjahr sind die Produktionskapazitäten weiterhin nicht ausgelastet.

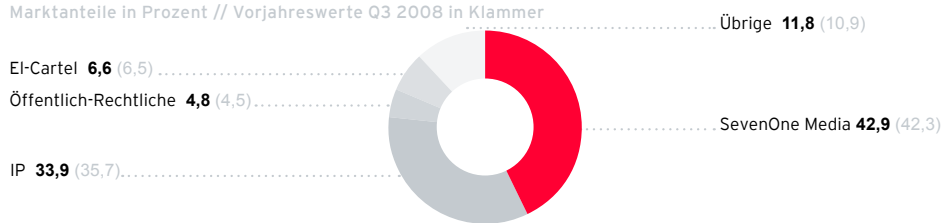
Entwicklung des Werbemarkts

Auf Basis der von Nielsen Media Research veröffentlichten Bruttozahlen für den deutschen Werbemarkt lagen die Investitionen in TV-Werbung in den Monaten Juli bis September 2009 um 0,1 Prozent über dem Vorjahreswert von 1,94 Mrd Euro. Für die ersten drei Quartale 2009 beliefen sich die Brutto-Werbeinvestitionen auf 6,24 Mrd Euro, gegenüber 6,25 Mrd Euro für die Monate Januar bis September 2008 (-0,2%).

- Die SevenOne Media GmbH, TV-Vermarktungsgesellschaft der ProSiebenSat.1 Group für den Hauptmarkt Deutschland, konnte im dritten Quartal 2009 die Brutto-Werbeumsätze gemäß Nielsen um 1,5 Prozent auf 830,1 Mio Euro steigern. Mit einem Brutto-Werbemarktanteil von 42,9 Prozent (Q3 2008: 42,3%, Q1-Q3 2009: 43,1%, Q1-Q3 2008: 40,7%) hat die ProSiebenSat.1 Group damit ihre führende Position in einem sehr wettbewerbsintensiven Umfeld gefestigt.

Brutto-TV-Werbemarkt im Kernmarkt Deutschland

Marktanteile in Prozent // Vorjahreswerte Q3 2008 in Klammer



Quelle: Nielsen Media Research.

Ausblick, S. 21

Diese Bruttozahlen reflektieren die Netto-Entwicklung jedoch nicht vollständig. Auf Netto-Basis geht die ProSiebenSat.1 Group von einem deutlichen Rückgang der Investitionen in TV-Werbung aus. Nettozahlen für den deutschen TV-Werbemarkt veröffentlicht der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) erst im Mai 2010, die Verbandsprognose für alle Werbeträger liegt derzeit bei minus fünf bis minus acht Prozent.

In fast allen internationalen TV-Märkten der ProSiebenSat.1 Group sind die TV-Werbeinvestitionen ebenfalls im Minus, wenn auch unterschiedlich deutlich. Vor allem in den skandinavischen und osteuropäischen Ländern beschleunigte sich der Abwärtstrend. Eine Übersicht der Entwicklung der TV-Werbemärkte zeigt folgende Tabelle:

Entwicklung des TV-Werbemarktes in den für die ProSiebenSat.1 Group wichtigen Ländern

	Q3 2009 In Mio EUR	Abweichung Q3 2008 In Prozent	Q1-Q3 2009 In Mio EUR	Abweichung Q1-Q3 2008 In Prozent
Deutschland	1.934,7	0,1	6.236,6	-0,2
Österreich	135,1	3,2	429,1	-2,5
Schweiz	129,6	12,4	415,2	-2,0
Niederlande	160,2	-11,0	525,7	-11,5
Belgien	167,8	3,8	526,9	-3,0
Norwegen	70,7	-12,9	237,4	-11,9
Schweden	75,1	-14,0	271,0	-14,2
Dänemark	60,9	-20,0	181,5	-20,9
Finnland	45,2	-13,6	167,0	-12,9
Ungarn	389,7	6,8	1.283,7	7,0
Rumänien	35,1	-41,7	127,0	-40,3
Bulgarien	58,2	-34,6	228,1	-17,0

Bei den vorliegenden Daten ist allerdings zu berücksichtigen, dass sie teilweise auf Bruttozahlen basieren und daher nur bedingt auf die relevanten Nettowerte schließen lassen. **Deutschland:** brutto, Nielsen Media Research. **Niederlande:** netto (nach Rabatten, vor Agentur Provisionen), SPOT Organization. **Belgien:** brutto, CIM MDB, September beruht auf Erwartungen. **Schweden:** netto, IRM / Q3 09 beruht auf Erwartungen, Wechselkurs 10,9 SEK. **Norwegen:** netto IRM / Q3 09 beruht auf Erwartungen, Wechselkurs 8,284 NOK. **Dänemark:** netto, DRRB, Wechselkurs 7,4427 DKK, September beruht auf Erwartungen. **Finnland:** netto, TNS Media Intelligence. **Ungarn:** brutto, AGB Nielsen Media Research, TV Kanäle: 2008=20 / 2009=26 / Wechselkurs 250 HUF. **Rumänien:** netto, Unternehmensinformation (benchmarked with CME quarterly reports). **Bulgarien:** brutto (vor Rabatten), TNS TV Plan / 31 TVs sind inbegriffen, Wechselkurs 1,95 BGN. **Österreich:** brutto, Media Focus. **Schweiz:** brutto, Media Focus / Wechselkurs 1,50 CHF. SevenOne Media Marktforschung, Stand Oktober 2009.

Entwicklung des TV-Zuschauermarktes

Mit 30,5 Prozent Marktanteil bei den 14- bis 49-Jährigen knüpften SAT.1, ProSieben, kabel eins und N24 an die gute Performance des zweiten Quartals 2009 an. Im Jahresmittel erreichte die deutsche Senderfamilie mit 29,9 Prozent in der für die Werbewirtschaft relevanten Zielgruppe ein Plus von 0,7 Prozentpunkten gegenüber den Monaten Januar bis September 2008.

Durch komplementäre Programmierung der deutschen Senderfamilie kann die ProSieben-Sat.1 Group unterschiedliche Interessen der Zuschauer bedienen. Auch international setzt der TV-Konzern auf eine „Multi-Sender-Strategie“. Teil dieser Strategie ist es, durch den Launch neuer Sender das bestehende Programmvermögen effizienter zu nutzen und die Senderprofile durch bessere Abstimmung der Programmschemata zu schärfen. Ein gutes Beispiel dafür ist Dänemark. Hier ging im ersten Quartal 2009 der Kanal 6'eren auf Sendung. 6'eren ergänzt die dänische Senderfamilie mit seinem Programm für die männliche Kernzielgruppe zwischen 15 und 50. Gute Gruppenmarktanteile erzielten in der Hauptsendezeit neben den dänischen Sendern auch die TV-Kanäle in den Niederlanden und Österreich.

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

In Prozent	Q3 2009	Q3 2008	Q1-Q3 2009	Q1-Q3 2008
Deutschland	30,5	29,7	29,9	29,2
Österreich	17,4	16,1	17,2	15,6
Schweiz	16,1	18,5	16,3	17,7
Niederlande	28,9	29,5	27,6	26,7
Belgien	17,2	18,9	16,3	18,3
Norwegen	14,4	14,2	12,9	13,5
Schweden	13,7	14,4	14,9	14,9
Dänemark	15,2	16,0	15,4	14,5
Finnland	2,4	1,2	2,3	1,1
Ungarn	21,6	24,8	22,7	24,6
Rumänien	6,5	6,3	7,4	6,7

Werte für Deutschland, Österreich und Schweiz beziehen sich auf 24-Stunden (Mo-So). Marktanteile in den übrigen Ländern auf Extended Prime Time (NL, RO, FI: 18-24h / BE, SE, NO, DK, HU: 17-24h). **Deutschland:** SAT.1, ProSieben, kabel eins und N24; werberelevante Zielgruppe 14-49 Jahre. **Österreich:** SAT.1 Österreich, ProSieben Austria, kabel eins Austria, PULS 4 (seit 28. Jan. 2008); werberelevante Zielgruppe 12-49 Jahre. **Schweiz:** SAT.1 Schweiz, ProSieben Schweiz, kabel eins Schweiz; werberelevante Zielgruppe 15-49 Jahre. **Niederlande:** SBS6, Net5, Veronica; werberelevante Zielgruppe 20-49 Jahre. **Belgien:** VT4, vijfTV; werberelevante Zielgruppe 15-44 Jahre. **Belgiens Daten** beziehen sich auf die Region Flandern. **Norwegen:** TV Norge, FEM, The Voice; werberelevante Zielgruppe 12-44 Jahre. **Schweden:** Kanal 5, Kanal 9; werberelevante Zielgruppe 15-44 Jahre. **Dänemark:** Kanal 4, Kanal 5, 6'eren, The Voice; werberelevante Zielgruppe 15-50 Jahre, Basis: 14 werbefinanzierte TV-Sender. **Finnland:** The Voice, TV Viisi; werberelevante Zielgruppe 15-44 Jahre. **Ungarn:** TV2; werberelevante Zielgruppe 18-49 Jahre. **Rumänien:** Prima TV, Kiss TV; werberelevante Zielgruppe 15-44 Jahre. Rumäniens Daten basieren auf der urbanen Bevölkerung.

TV Highlights in Q3 2009



Kaiserliche Quoten am Bully-Tag / Am Bully-Tag sendete ProSieben 14 Stunden lang Programm von und mit Michael „Bully“ Herbig. Das bescherte dem Sender mit 19,4% Marktanteil den Tagessieg im deutschen TV. Besonders der Animationsfilm „Lissi und der wilde Kaiser“ trug zu diesem Erfolg bei (27,6%).



„The Mentalist“ / Simon Baker verzaubert in der Rolle des Patrick Jane als Ermittler mit vermeintlich übersinnlichen Fähigkeiten nicht nur das deutsche Publikum in SAT.1 (bis zu 16,5%). Auch in Belgien war die US-Krimiserie für VT4 mit Quoten bis zu 22,6% von Beginn an ein Hit.



Fußball in Europa / In Ungarn und Österreich locken die ProSieben-Sat.1-Sender mit den Spielen der UEFA Champions League und der UEFA Europa League Millionen Fußballfans vor den Bildschirm. In Deutschland sahen bis zu 2,93 Mio Zuschauer in der Kernzielgruppe das Match FC Bayern München vs. Juventus Turin.



„Desperate Housewives“ / Im September ging auf ProSieben die 5. Staffel der US-Erfolgsserie „Desperate Housewives“ mit neuen Folgen in die nächste Runde. 17,2% der Zuschauer verfolgten am ersten Abend, was in der Wisteria Lane vor sich geht. In Q4 startet die Serie auch in Schweden bei Kanal 5.



„Sportfreunde Pocher“ / Comedian Oliver Pochers erster Auftritt in SAT.1 sorgte gleich für eine Quotensensation: Unter dem Titel „Sportfreunde Pocher - Alle gegen die Bayern“ suchte er in vier Folgen die perfekte Mannschaft aus Hobbykickern, um in einem Benefizspiel gegen den FC Bayern München anzutreten. Ein TV-Publikum von 2,07 Mio Zuschauern fieberte mit und verschaffte der Sendung einen Marktanteil von 36,1%.



TV-Movies „Made in Germany“ / Vor allem SAT.1 begeistert immer wieder durch aufwändig produzierte Event-Movies zur deutschen Geschichte. Das TV-Highlight „Böseckendorf - Die Nacht, in der ein Dorf verschwand“, das im Auftrag von SAT.1 produziert wurde, erzielte einen Zuschauermarktanteil von 19,3%. Der Film erzählt von der Flucht eines ganzen Dorfes über die deutsch-deutsche Grenze.



POPSTARS erobert die Niederlande / Die niederländische Version der beliebten Casting-Show startete im August auf SBS6 mit der zweiten Staffel. Seitdem lockt sie durchschnittlich 31,2% der Zuschauer vor den Fernseher. In Deutschland ist die Sendung seit 2000 ein Hit und beschert ProSieben in der nunmehr 8. Staffel durchschnittlich Marktanteile um 16,2%.



Quoten-Hit im Superwahljahr / Nicht nur der Nachrichtensender N24 berichtete über die Bundestagswahl. ProSieben zeigte schon am Vorabend der Wahl die „TV total Bundestagswahl“. Mit 24,7% Marktanteil war sie wie schon vier Jahre zuvor die beliebteste Wahlsendung bei den jungen Zuschauern (14-29 Jahre) im deutschen Fernsehen.

ERTRAGS-, FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im dritten Quartal 2009

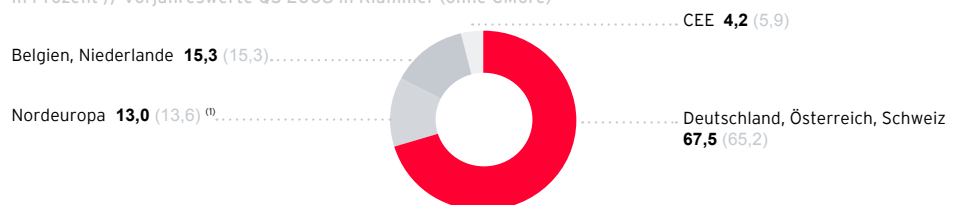
Konzernumsatz. Der ProSiebenSat.1-Konzern verzeichnete im dritten Quartal 2009 einen Umsatzrückgang um 13,5 Prozent auf 559,4 Mio Euro (Q3 2008: 646,5 Mio Euro).

- Die Auswirkungen der globalen Wirtschaftskrise beeinflussten auch im dritten Quartal 2009 die Investitionsbereitschaft der Werbewirtschaft in allen Ländern der ProSiebenSat.1 Group, wenn auch unterschiedlich deutlich. Während der externe Umsatz des Segments „Free-TV im deutschsprachigen Raum“ leicht unter Vorjahresniveau lag (-2,0% bzw. -6,9 Mio Euro), verringerten sich die Erlöse der im Segment „Free-TV International“ konsolidierten Märkte um 14,4 Prozent oder 25,2 Mio Euro.
- Neben einem konjunkturell bedingten Rückgang der TV-Werbeinnahmen in Europa wirkte sich insbesondere der Verkauf von CMore auf die Umsatzentwicklung der ProSiebenSat.1 Group aus. Auf vergleichbarer Basis, das heißt bereinigt um den CMore-Effekt, verringerte sich der Konzernumsatz um 7,9 Prozent oder 48,2 Mio Euro.

Die nordeuropäische Pay-TV-Sparte CMore wurde im November 2008 entkonsolidiert und bislang im Segment „Diversifikation“ ausgewiesen, worin die von TV-Werbeinnahmen größtenteils unabhängigen Geschäftstätigkeiten des Konzerns im deutschsprachigen sowie im internationalen Raum zusammengefasst werden. Eine Anpassung wesentlicher Kennzahlen der Gewinn- und Verlustrechnung unter Berücksichtigung der CMore-Entkonsolidierung sowie die Verteilung des Konzernumsatzes nach Segmenten und Regionen stellt sich wie folgt dar:

Umsatz nach Regionen

In Prozent // Vorjahreswerte Q3 2008 in Klammer (ohne CMore)



⁽¹⁾ Nordeuropa: Die Erlöse von CMore in Nordeuropa sind in den Werten für 2008 nicht enthalten. Die Umsätze von CMore betragen im dritten Quartal 2008 38,9 Mio Euro.

- Das proportionale Verhältnis der Erlösquellen zueinander (werbefinanziertes Free-TV, Diversifikation) blieb gegenüber der um den CMore-Effekt bereinigten Vorjahresvergleichszahl weitgehend stabil. So betrug der Beitrag des Geschäftsbereichs Diversifikation zum Konzernumsatz im dritten Quartal 2009 13,0 Prozent (Q3 2009: 72,9 Mio Euro), nach 14,6 Prozent im dritten Quartal 2008 (Q3 2008: 89,0 Mio Euro).
- Die geografische Umsatzverteilung (Deutschland/Österreich/Schweiz, Belgien/Niederlande, Nordeuropa, CEE) hat sich unter Herausrechnung von CMore ebenfalls nicht wesentlich verändert: Wichtigste Umsatzregion ist das deutschsprachige Europa mit 67,5 Prozent (Q3 2008: 65,2%), gefolgt von Belgien/Niederlande mit 15,3 Prozent (Q3 2008: 15,3%) und Nordeuropa mit 13,0 Prozent (Q3 2008: 13,6%) .

Konjunkturelle Rahmenbedingungen, S. 4

Segmentbericht, S. 16

Kennzahlen für Q3 2009

In Mio EUR	ProSiebenSat.1 ohne CMore		CMore		ProSiebenSat.1 Group (inkl. CMore in Q3 2008)	
	Q3 2009	Q3 2008	Q3 2009	Q3 2008	Q3 2009	Q3 2008
Konzernumsatz	559,4	607,6	- / -	38,9	559,4	646,5
Gesamtkosten	534,1	566,6	- / -	28,6	534,1	595,2
Herstellungskosten	362,2	394,6	- / -	21,2	362,2	415,8
Vertriebskosten	87,2	100,7	- / -	6,2	87,2	106,9
Verwaltungskosten	84,7	71,3	- / -	1,2	84,7	72,5
Operative Kosten	469,2	518,8	- / -	28,5	469,2	547,3
Werteverzehr auf das Programmvermögen	238,3	233,3	- / -	14,1	238,3	247,3
Recurring EBITDA ⁽¹⁾	94,4	92,7	- / -	10,4	94,4	103,1
Einmaleffekte (saldiert) ⁽²⁾	32,0	10,6	- / -	- / -	32,0	10,6
EBITDA	62,4	82,1	- / -	10,4	62,4	92,5

⁽¹⁾ Bereinigtes EBITDA: EBITDA vor nicht wiederkehrenden Posten. Entkonsolidierung von CMore im November 2008.

⁽²⁾ Saldo aus Einmalaufwendungen und -erträgen.


Sonstige betriebliche Erträge. Die sonstigen betrieblichen Erträge betragen 4,4 Mio Euro, gegenüber 7,6 Mio Euro im dritten Quartal 2008.

Gesamtkosten. Die Gesamtkosten - bestehend aus Herstellungs-, Vertriebs- und Verwaltungskosten inklusive Abschreibungen und Einmalaufwendungen - sind gegenüber dem dritten Quartal 2008 um 10,3 Prozent oder 61,1 Mio Euro auf 534,1 Mio Euro gesunken. Unter Bereinigung des Vorjahresvergleichswerts um den Kostenbeitrag von CMore in Höhe von 28,6 Mio Euro verringerten sich die Gesamtkosten um 5,7 Prozent oder 32,5 Mio Euro.

- **Abschreibungen:** Die in den Gesamtkosten enthaltenen Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen betragen 32,6 Mio Euro, nach 33,6 Mio Euro im Vorjahr. Darin enthalten sind Abschreibungen auf Kaufpreisallokationen in Höhe von 13,1 Mio Euro (Q3 2008: 14,9 Mio Euro).
- **Einmalaufwendungen:** Die Gesamtkosten für das dritte Quartal 2009 beinhalten Einmalaufwendungen in Höhe von 32,3 Mio Euro (Q3 2008: 14,4 Mio Euro). Einmalkosten resultierten im dritten Quartal 2009 unter anderem aus der strategisch wichtigen Positionierung auf dem Gebiet der HD-Distribution. Die Sender SAT.1, ProSieben und kabel eins werden ab Januar 2010 in High Definition (HD) über den neuen Service HD+ ausgestrahlt. Parallel dazu werden die Programme weiterhin in Standardauflösung gesendet. Weitere Einmalaufwendungen ergaben sich hauptsächlich aus zusätzlichen Effizienzsteigerungsmaßnahmen.

Operative Kosten. Die operativen Kosten – das bedeutet, die Gesamtkosten abzüglich Einmalaufwendungen sowie Abschreibungen – verringerten sich im dritten Quartal 2009 um 14,3 Prozent oder 78,1 Mio Euro auf 469,2 Mio Euro. Der Wert für das dritte Quartal 2008 beinhaltet operative Kosten von CMore in Höhe von 28,5 Mio Euro. Hauptursache für den Rückgang der operativen Kosten von 49,6 Mio Euro oder 9,6 Prozent gegenüber dem um CMore bereinigten Vergleichswert sind Kostenanpassungen in allen Bereichen sowie Effizienzsteigerungen infolge von Prozess- und Organisationsverbesserungen:

 Zuschauerquoten, S. 6

- Auf die rückläufigen Umsatzerlöse hatte die ProSiebenSat.1 Group mit systematischem Kostenmanagement reagiert und im dritten Quartal 2009 die operativen Kosten in allen Bereichen unter Sicherung der Programmqualität optimiert . Die Herstellungskosten, der größte Kostenblock der ProSiebenSat.1 Group, gingen im dritten Quartal 2009 um 8,2 Prozent bzw. 31,4 Mio Euro auf 350,1 Mio Euro zurück. Der darin ausgewiesene Werteverzehr auf das Programmvermögen stieg um 2,1 Prozent oder 5,0 Mio Euro auf 238,3 Mio Euro.

- Vor allem in Deutschland hat die ProSiebenSat.1 Group in den vergangenen Monaten effizientere und schlankere Strukturen etabliert, indem weite Teile des Berliner Standorts an den Hauptstandort der ProSiebenSat.1 Media AG in München-Unterföhring verlegt und zahlreiche operative Funktionen als Matrix organisiert wurden. Mit dem Umzug von SAT.1 nach München sind seit Juli 2009 alle deutschen Vollprogramme auch räumlich unter dem Dach der German Free TV Holding vereint. Durch die gemeinsame Nutzung von Ressourcen und Know-how kann ProSiebenSat.1 nochmals effizienter wirtschaften und das Kreativitätspotential der Sender noch besser ausschöpfen. Im deutschen Sales-Bereich wurden die Vermarktungstöchter für Online und TV in der SevenOne Media GmbH gebündelt. Auch bei der Konzernholding ergaben sich Kostensynergien aus der Zentralisierung von Abteilungen wie Personal- und Rechnungswesen am Münchner Hauptstandort.

Recurring EBITDA. Der Umsatzrückgang konnte durch die beschriebenen Kostenreduktionen teilweise kompensiert werden, so dass die ProSiebenSat.1 Group ihre Profitabilität in einem schwierigen Marktumfeld verbessern konnte. Das recurring EBITDA verringerte sich um 8,4 Prozent bzw. 8,7 Mio Euro auf 94,4 Mio Euro. Auf vergleichbarer Basis, das heißt bereinigt um den CMore-Effekt, lag das recurring EBITDA 1,8 Prozent über Vorjahresniveau (Q3 2008 bereinigt um CMore: 92,7 Mio Euro). Die recurring EBITDA-Marge verbesserte sich damit auf 16,9 Prozent (Q3 2008: 15,9%, Q3 2008 bereinigt um CMore: 15,3%).

Das EBITDA – das Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen inklusive Einmaleffekte – verringerte sich um 32,5 Prozent bzw. 30,1 Mio Euro auf 62,4 Mio Euro. CMore trug im Vorjahresquartal 10,3 Mio Euro zum Konzern-EBITDA bei. Eine Überleitung des operativen Ergebnisses (ohne Bereinigung von CMore in 2008) vor und nach Einmalaufwendungen zeigt folgende Tabelle:


Überleitungsrechnung recurring EBITDA

In Mio EUR	Q3 2009	Q3 2008
Vorsteuerergebnis	-18,7	-20,0
Finanzergebnis	48,5	78,9
Betriebsergebnis	29,7	58,9
Abschreibungen ⁽¹⁾	32,7	33,6
(davon auf Kaufpreisallokationen)	13,1	14,9
EBITDA	62,4	92,5
Einmaleffekte (saldiert) ⁽²⁾	32,0	10,6
Recurring EBITDA (bereinigtes EBITDA)	94,4	103,1

⁽¹⁾ Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

⁽²⁾ Differenz aus Einmalaufwendungen 32,3 Mio Euro (Q3 2008: 14,4 Mio Euro) und Einmalerträgen 0,3 Mio Euro (Q3 2008: 3,8 Mio Euro).

Netto-Finanzverschuldung, S. 12

Finanzergebnis. Das Finanzergebnis setzt sich zusammen aus dem Netto-Zinsergebnis und dem sonstigen Finanzierungsergebnis und betrug im dritten Quartal 2009 minus 48,5 Mio Euro. Dies stellt eine Verbesserung gegenüber dem dritten Quartal 2008 um 38,5 Prozent oder 30,4 Mio Euro dar, die unter anderem auf geringere Zinsaufwendungen zurückzuführen ist. Positiv auf die Zinsaufwendungen wirkte sich insbesondere die geringere durchschnittliche Verschuldung  des Konzerns aus. Insgesamt verminderte sich der Netto-Zinsaufwand um 11,6 Mio Euro auf 56,1 Mio Euro (-17,1%). Das sonstige Finanzierungsergebnis war mit 7,9 Mio Euro (Q3 2008: 10,5 Mio Euro) positiv und beinhaltet einen Ertrag aus Währungsbewertungen in Höhe von 12,3 Mio Euro.

Periodenergebnis. Das **Ergebnis vor Steuern** belief sich auf minus 18,7 Mio Euro und lag damit 6,5 Prozent über dem Vorjahreswert von minus 20,0 Mio Euro.

Unter Berücksichtigung von Anteilen Dritter in Höhe von 1,5 Mio Euro (Q3 2008: -3,4 Mio Euro) und nach Steuern (+1,6 Mio Euro ggü. Q3 2008) wies der Konzern damit ein negatives Periodenergebnis von 12,7 Mio Euro aus. Im Vorjahr betrug das **Konzernergebnis**, das

den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnen ist, minus 10,7 Mio Euro. Das Ergebnis je Vorzugsaktie lag bei minus 0,05 Euro nach minus 0,04 Euro für das dritte Quartal 2008.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im Neunmonatszeitraum

Konzernumsatz. Vor dem Hintergrund der rezessiven Konjunkturlage verzeichnete der Konzernumsatz in den ersten drei Quartalen 2009 einen Rückgang um 13,6 Prozent oder 297,0 Mio Euro auf 1,880 Mrd Euro. Auf vergleichbarer Basis, also gegenüber dem um CMore bereinigten Vorjahreswert, verringerte sich der Konzernumsatz um 8,6 Prozent bzw. 177,2 Mio Euro.

Personal aufwendungen, S. 18

Kosten. Durch Effizienzsteigerungen und konzernweite Kostenkontrolle konnte die Gruppe ihre **Gesamtkosten** im Neunmonatszeitraum deutlich auf 1,659 Mrd Euro reduzieren (-276,3 Mio Euro), wobei insbesondere die Herstellungskosten einen signifikanten Rückgang auf 1,155 Mrd Euro aufwiesen (-220,6 Mio Euro). Die **operativen Kosten** sanken um 16,3 Prozent bzw. 291,7 Mio Euro auf 1,501 Mrd Euro. Gegenüber dem um CMore bereinigten Vorjahreswert reduzierten sich die operativen Kosten um 11,4 Prozent oder 193,2 Mio Euro. Davon entfallen 85,3 Mio Euro auf den in den Herstellungskosten ausgewiesenen Werteverzehr auf das Programmvermögen. Ein weiterer Großteil der Kostenreduktionen resultiert aus den beschriebenen Optimierungen im deutschen TV- und Sales-Bereich.

Recurring EBITDA. Das EBITDA vor Einmaleffekten (recurring EBITDA) betrug 389,3 Mio Euro, verglichen mit 395,3 Mio Euro im Neunmonatszeitraum 2008 (-1,5%). Im Vergleich zu dem um CMore bereinigten Vorjahreswert von 373,9 Mio Euro wies das recurring EBITDA hingegen eine Steigerung um 4,1 Prozent auf. Die recurring EBITDA-Marge verbesserte sich auf 20,7 Prozent (Q1-Q3 2008: 18,2%, Q1-Q3 2008 bereinigt um CMore: 18,2%).

Organisatorische Maßnahmen, S. 4

Das EBITDA verringerte sich um 10,0 Prozent auf 330,0 Mio Euro (Q1-Q3 2008: 366,6 Mio Euro). Darin enthalten sind Aufwendungen aus Einmaleffekten in Höhe von 63,9 Mio Euro (Q1-Q3 2008: 36,8 Mio Euro). Der Anstieg der Einmalaufwendungen gegenüber dem Vorjahr resultiert zum einen aus der Umsetzung von konzernweiten Effizienzsteigerungsmaßnahmen wie der Zusammenführung der deutschen General-Interest-Sender und Vermarktungsgesellschaften sowie des Outsourcings der PSP Berlin. Zum anderen ergaben sich Start-up-Kosten für HD+. Insgesamt beliefen sich die Einmaleffekte (Saldo aus einmaligen Aufwendungen und Erträgen) auf netto 59,3 Mio Euro (Q1-Q3 2008: 28,6 Mio Euro). Bereinigt um den CMore-Effekt wies das EBITDA einen Rückgang um 4,8 Prozent bzw. 16,5 Mio Euro aus.

Kennzahlen für Q1-Q3 2009

In Mio EUR	ProSiebenSat.1 ohne CMore		CMore		ProSiebenSat.1 Group (inkl. CMore in Q1-Q3 2008)	
	Q1-Q3 2009	Q1-Q3 2008	Q1-Q3 2009	Q1-Q3 2008	Q1-Q3 2009	Q1-Q3 2008
Konzernumsatz	1.880,4	2.057,6	- / -	119,8	1.880,4	2.177,4
Gesamtkosten	1.658,9	1.835,0	- / -	100,2	1.658,9	1.935,2
Herstellungskosten	1.155,0	1.302,4	- / -	73,3	1.155,0	1.375,6
Vertriebskosten	279,7	311,6	- / -	20,4	279,7	332,0
Verwaltungskosten	224,2	221,0	- / -	6,6	224,2	227,5
Operative Kosten	1.501,2	1.694,4	- / -	98,5	1.501,2	1.792,9
Werteverzehr auf das Programmvermögen	778,5	863,8	- / -	55,8	778,5	919,6
Recurring EBITDA ⁽¹⁾	389,3	373,9	- / -	21,3	389,3	395,3
Einmaleffekte (saldiert) ⁽²⁾	59,3	27,5	- / -	1,1	59,3	28,6
EBITDA	330,0	346,5	- / -	20,2	330,0	366,6

⁽¹⁾ Bereinigtes EBITDA: EBITDA vor nicht wiederkehrenden Posten. Entkonsolidierung von CMore im November 2008.

⁽²⁾ Saldo aus Einmalaufwendungen und -erträgen.

Periodenergebnis. Das Ergebnis vor Steuern blieb mit 59,1 Mio Euro um 0,8 Prozent bzw. 0,5 Mio Euro unter Vorjahresniveau.

Der Steueraufwand für den Neunmonatszeitraum 2009 betrug 23,6 Mio Euro nach 17,6 Mio Euro im Vorjahresquartal. Der Anstieg der Ertragssteuern resultiert aus einer Anpassung der effektiven Konzernsteuerquote für das Geschäftsjahr 2009 von rund 30 Prozent auf nunmehr 40 Prozent, die im Wesentlichen infolge einer beschränkten steuerlichen Abzugsfähigkeit von Zinsaufwendungen erforderlich war.

Das Periodenergebnis nach Steuern und Anteilen Dritter belief sich auf 31,1 Mio Euro (Q1-Q3 2008: 40,9 Mio Euro). Das entsprechende Ergebnis je Vorzugsaktie lag mit 0,15 Euro um 0,05 Euro unter Vorjahreswert.

FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE DES KONZERNS


Fremdkapitalausstattung

Die bestehende konzernweite Unternehmensfinanzierung der ProSiebenSat.1 Group setzt sich im Wesentlichen zusammen aus verschiedenen besicherten endfälligen Darlehen in Höhe von insgesamt 3,6 Mrd Euro mit einer Laufzeit bis Juli 2014 (Term Loan B) bzw. Juli 2015 (Term Loan C). Darüber hinaus beinhaltet die besicherte syndizierte Kreditvereinbarung eine revolvingierende Kreditfazilität mit einer Laufzeit bis Juli 2014 und einem Rahmenvolumen von 600 Mio Euro (RCF). Rund 80 Prozent der variabel verzinslichen Finanzverbindlichkeiten sind über verschiedene Zinsswaps abgesichert. Die ProSiebenSat.1 Group hatte diesen besicherten syndizierten Kredit in Zusammenhang mit der Finanzierung der SBS-Akquisition im Juni 2007 vereinbart.

In Mio EUR			
2.000	1.800	1.800	600
1.500	Term Loan B	Term Loan C	
1.000			
500			
0			RCF ⁽¹⁾

⁽¹⁾ Revolvingierende Kreditfazilität. Unter Berücksichtigung der Ausfälle seitens Lehman und Glitnir stehen 5,3 Mio Euro nicht mehr für Ziehungen unter der revolvingierenden Kreditfazilität zur Verfügung, siehe hierzu Seite 54 des Geschäftsberichts 2008. Dort werden auch die Grundsätze und Ziele des Finanzmanagements beschrieben.

Finanzierungsanalyse

Netto-Finanzverbindlichkeiten. Die Netto-Finanzverschuldung betrug am 30. September 2009 3,534 Mrd Euro (Saldo aus Kreditverbindlichkeiten abzüglich der liquiden Mittel und den kurzfristigen finanziellen Vermögenswerten zuzüglich der liquiden Mittel aus den zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten). Dies entspricht einem Anstieg gegenüber dem 30. Juni 2009 um 3,1 Prozent oder 107,0 Mio Euro, der im Wesentlichen auf einen saisonal bedingt schwächeren Free Cash-flow zurückzuführen ist . Die liquiden Mittel verringerten sich in diesem Zusammenhang gegenüber dem 30. Juni 2009 um 90,7 Mio Euro auf 508,4 Mio Euro. Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten betragen 4,043 Mrd Euro (30. Juni 2009: 4,027 Mrd Euro). Im Vergleich zum Stichtag am 31. Dezember 2008 wies die Netto-Finanzverschuldung einen Anstieg um 3,7 Prozent respektive 127,7 Mio Euro aus.

Gegenüber dem 30. September 2008 reduzierte sich die Netto-Finanzverschuldung um 7,4 Prozent oder 282,3 Mio Euro. Dieser Rückgang der Netto-Finanzverbindlichkeiten resultiert aus im Vergleich zum Vorjahresstichtag höheren liquiden Mitteln (+286,9 Mio Euro). Positiv wirkte sich unter anderem die gegenüber dem Vorjahresvergleichswert reduzierte Dividendenzahlung aus. Im Juni 2009 wurde für das Geschäftsjahr 2008 eine Dividende von 2,1 Mio Euro gezahlt, im Vorjahr belief sich die Ausschüttungssumme auf 269,9 Mio Euro.

- **Kreditlinien.** Die ProSiebenSat.1 Group kann die bestehenden revolvingierenden Kreditlinien variabel für allgemeine betriebliche Zwecke in Anspruch nehmen. Unter Berücksichtigung von Avalinanspruchnahmen waren zum 30. September 2009 59,9 Mio Euro aus der revolvingierenden Kreditfazilität ungenutzt. Zum 31. Dezember 2008 wies der Konzern ebenfalls freie Kreditlinien von 54,1 Mio Euro aus, zum 30. September 2008 waren 66,9 Mio Euro aus dem RCF ungenutzt.

- **Verschuldungsgrad.** Das Verhältnis der Netto-Finanzverschuldung zum LTM recurring EBITDA (um Einmaleffekte bereinigtes EBITDA der letzten zwölf Monate) des Konzerns lag zum Ende des dritten Quartals 2009 beim Faktor 5,3x, im Jahr zuvor betrug die Netto-Finanzverschuldung das 5,5-fache des LTM recurring EBITDA.

Kapitalflussrechnung: Liquiditäts- und Investitionsanalyse

Kapitalflussrechnung

In Mio EUR	Q3 2009	Q3 2008	Q1-Q3 2009	Q1-Q3 2008
Konzernergebnis	-11,2	-14,1	35,5	42,0
Cash-flow	242,5	268,1	850,1	1.039,5
Zunahme/Abnahme der Vorräte	1,4	0,3	-0,3	-0,5
Zunahme/Abnahme der unverzinslichen Forderungen und sonstiger Vermögenswerte	-32,1	30,4	28,3	-61,8
Zunahme/Abnahme der unverzinslichen Verbindlichkeiten	21,2	-18,6	28,6	-57,9
Veränderung Working Capital	-9,5	12,1	56,6	-120,2
Cash-flow aus betrieblicher Tätigkeit	233,1	280,2	906,7	919,2
Cash-flow aus Investitionstätigkeit	-347,2	-407,1	-1.027,2	-1.125,9
Free Cash-flow	-114,1	-126,9	-120,5	-206,7
Cash-flow aus Finanzierungstätigkeit	23,4	227,8	-4,0	206,4
Zahlungswirksame Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente ⁽¹⁾	-90,7	100,9	-124,5	-0,3
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	599,1	149,6	632,9	250,8
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente aus nicht fortgeführten Aktivitäten am Ende der Periode	- / -	-29,0	- / -	-29,0
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	508,4	221,5	508,4	221,5

⁽¹⁾ Inkl. wechsekursbedingter Änderungen der Zahlungsmittel- und Zahlungsmitteläquivalente

Cash-flow aus betrieblicher Tätigkeit. Der in den Monaten Januar bis September 2009 erwirtschaftete Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit betrug 906,7 Mio Euro (Q1-Q3 2008: 919,2 Mio Euro). Die Veränderung des Working Capitals (unverzinsliche Forderungen abzüglich unverzinsliche Verbindlichkeiten) belief sich zum 30. September 2009 auf 56,6 Mio Euro gegenüber minus 120,2 Mio Euro am 30. September 2008. Im Neunmonatszeitraum des Vorjahres führte die Zahlung des Bußgeldes aus dem Bundeskartellamtsverfahren in Höhe von 120,0 Mio Euro zu einem Abbau der unverzinslichen Verbindlichkeiten. Sie erfolgte in zwei Raten zu je 60,0 Mio Euro im Januar und Juli 2008.

- Für das dritte Quartal 2009 betrug der Mittelabfluss aus der Veränderung des Working Capitals 9,5 Mio Euro (Q3 2008: Mittelzufluss aus der Veränderung des Working Capitals von 12,1 Mio Euro). Der Anstieg des Working Capitals und damit des kurzfristig gebundenen Kapitals resultierte insbesondere aus einem Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, vor allem im deutschen TV-Geschäft.

Cash-flow aus Investitionstätigkeit. Im Rahmen der Investitionstätigkeit flossen 1,027 Mrd Euro ab, im Vergleich zu einem Abfluss in Höhe von 1,126 Mrd Euro zum Ende des Neunmonatszeitraums 2008 (-8,8%). Schwerpunkt der Investitionstätigkeit von ProSiebenSat.1 ist der **Programmerwerb** durch Lizenzkauf und Auftragsproduktionen, der untenstehend näher beschrieben wird. In **Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte** investierte der ProSiebenSat.1-Konzern in der Berichtsperiode 81,7 Mio Euro (Q1-Q3 2008: 53,1 Mio Euro).

Der daraus resultierende **Free Cash-flow** zeigte eine Verbesserung um 41,7 Prozent oder 86,2 Mio Euro auf minus 120,5 Mio Euro.

- Im dritten Quartal 2009 betrug der Free Cash-flow minus 114,1 Mio Euro (Q3 2008: -126,9 Mio Euro). Die Gruppe weist üblicherweise im dritten Quartal den im Jahresschnitt niedrigsten Free Cash-flow aus.

Cash-flow aus Finanzierungstätigkeit. Aus der Finanzierungstätigkeit ergab sich in den Monaten Januar bis September 2009 ein Mittelabfluss von 4,0 Mio Euro, gegenüber einem Mittelzufluss von 206,4 Mio Euro im Vorjahr. In Zusammenhang mit dem Umzug von SAT.1 nach München wurden im laufenden Jahr 19,2 Mio Euro des Baudarlehens in Höhe von 30,5 Mio Euro zurückgezahlt. Zudem flossen für den Rückkauf eigener Vorzugsaktien 15,4 Mio Euro ab (Q1-Q3 2008: 15,1 Mio Euro). Demgegenüber steht eine Zunahme der verzinslichen Verbindlichkeiten, die größtenteils aus Währungsbewertungseffekten resultiert.

- Im dritten Quartal 2009 weist der Cash-flow aus der Finanzierungstätigkeit einen Zufluss in Höhe von 23,4 Mio Euro aus (Q3 2008: Zufluss in Höhe von 227,8 Mio Euro), der insbesondere auf die genannten Währungsbewertungseffekte zurückzuführen ist.

Liquide Mittel. Die beschriebenen Mittelveränderungen führen zu einer Zunahme der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente aus fortzuführenden Tätigkeiten gegenüber dem 30. September 2008 um 286,9 Mio Euro auf 508,4 Mio Euro. Gegenüber dem 31. Dezember 2008 verminderten sich die Finanzmittelfonds aus fortzuführenden Tätigkeiten um 124,5 Mio Euro. Die in der Kapitalflussrechnung betrachteten Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente entsprechen den flüssigen Mitteln in der Bilanz zum Stichtag.

Investitionen in das Programmvermögen

Ziel der Gruppe ist es, die Content-Qualität auf allen Plattformen nachhaltig zu sichern und zugleich durch eine angepasste Investitionspolitik das Verhältnis zwischen neu erworbenen Programmrechten und bestehendem Inventar zu optimieren. In den Monaten Januar bis September 2009 investierte der Konzern 959,4 Mio Euro (Januar bis September 2008: 1,068 Mrd Euro) in das **Programmvermögen**. Dies entspricht einem Rückgang gegenüber dem Vorjahr um 10,1 Prozent oder 108,3 Mio Euro. Der Vorjahreswert beinhaltet Programminvestitionen in Höhe von 104,3 Mio Euro für die im November 2008 entkonsolidierte Pay-TV-Sparte CMore. Ohne Berücksichtigung von CMore lagen die Programminvestitionen folglich 0,4 Prozent bzw. 4,0 Mio Euro unter Vorjahresniveau. Auf den deutschsprachigen Raum entfallen 690,7 Mio Euro bzw. 72,0 Prozent der gesamten Programminvestitionen des Neunmonatszeitraums 2009 (Q1-Q3 2008: 714,3 Mio Euro). Für das dritte Quartal 2009 betragen die Investitionen in das Programmvermögen 301,4 Mio Euro (Q3 2008: 388,9 Mio Euro; Q3 2008 exkl. CMore: 300,4 Mio Euro).

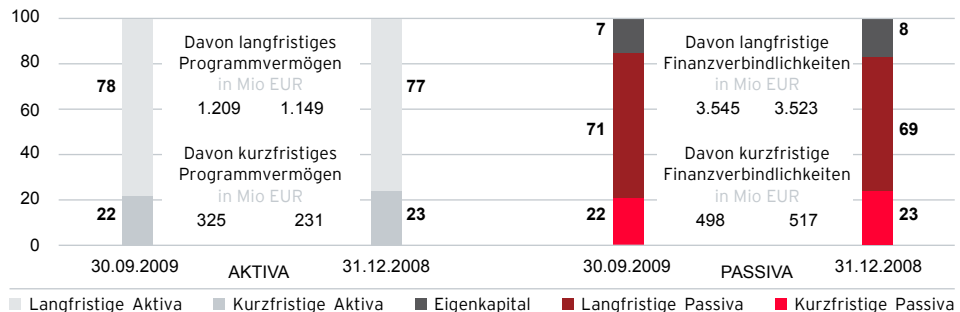
- **Geschäftsbeziehungen mit Programmlieferanten ausgebaut.** Im laufenden Jahr hat der Konzern unter anderem einen mehrjährigen Lizenzvertrag mit Sony Pictures International abgeschlossen und den bestehenden Vertrag mit CBS Paramount International Television für die deutschen TV-Sender verlängert. Erstmals seit 14 Jahren hat der Konzern zudem wieder einen langfristigen Lizenzvertrag mit Twentieth Century Fox Television vereinbart. Der Deal sichert der Gruppe exklusiv die Free-TV-Rechte an zahlreichen Hollywood-Blockbustern und US-Serien für ihre Sender in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Der Vertrag beinhaltet US-Spielfilme, die ab dem Jahr 2010 in den USA starten, sowie neue Staffeln von TV-Serien, die ab der Saison 2011/12 im amerikanischen TV zu sehen sind. Auch auf internationaler Ebene hat die Gruppe bei gleichzeitig effizientem Kostenmanagement weiterhin angemessen in attraktive Programme investiert und beispielsweise in den Niederlanden ihre Kooperation mit den MGM-Studios ausgebaut sowie den Lizenzvertrag mit Sony Pictures für die belgischen Sender VT4 und vijfTV verlängert. Zudem hat die Gruppe die Übertragungsrechte für die UEFA Champions League in Ungarn erworben und sich in einem mehrjährigen Vertrag mit den Universal Studios die Fernsehrechte für TV2 gesichert.

Bilanz: Vermögens- und Kapitalstrukturanalyse

Die Konzernbilanz wies im Vergleich zum 31. Dezember 2008 bzw. zum Vorjahresstichtag am 30. September keine wesentlichen strukturellen Veränderungen auf.

Bilanzstruktur

In Prozent



Bilanzsumme. Die Bilanzsumme betrug zum 30. September 2009 5,987 Mrd Euro (31. Dezember 2008: 5,930 Mrd Euro, 30. September 2008: 6,131 Mrd Euro).

Lang- und kurzfristige Vermögenswerte. Nach IAS 36 sind bilanzierte Firmenwerte (Goodwill) regelmäßig auf ihre Werthaltigkeit zu überprüfen. Die in den langfristigen Vermögenswerten ausgewiesenen immateriellen Vermögenswerte enthalten den im Rahmen der SBS-Erstkonsolidierung aktivierten Geschäfts- oder Firmenwert sowie die durch Folgebewertungen ermittelten immateriellen Vermögenswerte von SBS, unter anderem Lizenzrechte und Marken. Sie beliefen sich zum Stichtag am 30. September 2009 auf 3,035 Mrd Euro, gegenüber 3,004 Mrd Euro am 31. Dezember 2008 bzw. 3,318 Mrd Euro am 30. September des Vorjahres. Zum Ende des Geschäftsjahres 2008 wurden Goodwill-Wertminderungen (Impairment) in Höhe von 180,0 Mio Euro gebildet. Zudem reduzierten sich die immateriellen Vermögenswerte gegenüber dem Vorjahresstichtag insbesondere aufgrund des Verkaufs der skandinavischen Pay-TV-Sparte unter der Marke CMore. Daraus resultiert ein Rückgang der immateriellen Vermögenswerte gegenüber dem Stichtag am 30. September 2008 um 283,1 Mio Euro. Zum 30. September 2009 wurden keine Anhaltspunkte für eine Wertminderung identifiziert.

Mit einem Anteil von 25,6 Prozent an der Bilanzsumme ist neben den immateriellen Vermögenswerten das Programmvermögen einer der wichtigsten Vermögenswerte (31. Dezember 2008: 23,3%). Die kurzfristigen Programmvermögenswerte beliefen sich zum 30. September 2009 auf 325,2 Mio Euro und lagen damit 94,4 Mio Euro über dem Vergleichswert am 31. Dezember 2008. Insgesamt stiegen die Programmvermögenswerte um 154,6 Mio Euro auf 1,535 Mrd Euro (+11,2%).

- Im Vergleich zum 30. September 2008 verzeichneten die kurz- und langfristigen Programmvermögenswerte einen Anstieg um 173,8 Mio Euro auf 1,535 Mrd Euro (+12,8%).

⚡ Zinsswaps, S. 12

Eigenkapital. Auf der Passivseite der Bilanz verringerte sich das Eigenkapital um 8,4 Prozent oder 40,0 Mio Euro auf 438,9 Mio Euro. Die Eigenkapitalquote betrug 7,3 Prozent nach 8,1 Prozent zum 31. Dezember 2008. Im Wesentlichen minderte die Bewertung von sogenannten Cash-flow-Hedges in Höhe von 94,3 Mio Euro die Eigenkapitalbasis. Wertänderungen von Sicherungsinstrumenten wie zum Beispiel Zinsswaps werden ergebnisneutral im Eigenkapital erfasst ⚡ und in den langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten bzw. den sonstigen Vermögenswerten ausgewiesen.

- Im Vergleich zum 30. September 2008 verringerte sich die Eigenkapitalquote um 6,5 Prozentpunkte. Dies ist in erster Linie auf das zum Jahresende 2008 vorgenommene

Goodwill-Impairment in Höhe von 180,0 Mio Euro zurückzuführen. Neben dieser Wertminderung schmälerten Bewertungseffekte aus dem Cashflow-Hedging das Eigenkapital.

Lang- und kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen. Die langfristigen Verbindlichkeiten und Rückstellungen zeigten gegenüber dem 31. Dezember 2008 einen Anstieg um 145,0 Mio Euro auf 4,230 Mrd Euro. Diese beinhalten unter anderem Bewertungseffekte aus Zinnsicherungsgeschäften in Höhe von 257,6 Mio Euro. Dem steht eine Abnahme der kurzfristigen Darlehens- und Kreditverbindlichkeiten um 18,8 Mio Euro auf 497,9 Mio Euro in Zusammenhang mit der partiellen Rückführung des SAT.1-Baudarlehens gegenüber (-19,2 Mio Euro). Insgesamt betragen die lang- und kurzfristigen Verbindlichkeiten und Rückstellungen 5,548 Mrd Euro (+97,0 Mio Euro).

- Im Vergleich zum 30. September 2008 erhöhten sich die lang- und kurzfristigen Verbindlichkeiten und Rückstellungen um 260,8 Mio Euro. Der Anstieg der Passiva ist im Wesentlichen auf die genannten Hedging-Effekte zurückzuführen (+276,7 Mio Euro).

GESCHÄFTSSEGMENTE

Umsatz nach Segmenten

In Prozent // Vorjahreswerte Q3 2008 in Klammer



⁽¹⁾ Die Erlöse von CMore sind in den Werten für 2008 nicht enthalten. Die Umsätze von CMore betragen im dritten Quartal 2008 38,9 Mio Euro.

Segment Free-TV im deutschsprachigen Raum

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im dritten Quartal. Der externe Umsatz des Segments Free-TV in Deutschland, Österreich und der Schweiz wies angesichts der branchenweit rückläufigen Werbeinvestitionen einen vergleichsweise moderaten Rückgang um 2,0 Prozent auf 337,3 Mio Euro aus (Q3 2008: 344,2 Mio Euro). Im Kernmarkt Deutschland lagen die TV-Werbeerlöse leicht unter Vorjahresniveau - die Erlöse entwickelten sich jedoch besser als der Gesamtmarkt, sodass die Gruppe ihren Marktanteil im deutschen TV-Werbemarkt steigern konnte. Während sich die Umsätze in der Schweiz auf Vorjahresniveau stabilisierten, erzielte die Gruppe in Österreich eine deutliche Umsatzsteigerung. Diese wurde geprägt durch die erfolgreiche Etablierung des Senders PULS 4 und höhere Zuschauerquoten.

➤ Rahmenbedingungen, S. 4

➤ Organisatorische Maßnahmen, S. 4

Der Umsatzrückgang von 6,9 Mio Euro konnte durch effizientes Kostenmanagement aufgefangen werden, sodass das recurring EBITDA ein Wachstum gegenüber dem dritten Quartal 2008 um 10,0 Mio Euro auf 51,8 Mio Euro verzeichnete (+23,9%). Positiv auf die Kostenstruktur wirkten sich im dritten Quartal 2009 in erster Linie die Bündelungen der TV- und Vermarktungsaktivitäten aus. Das operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen aber nach Einmalaufwendungen (EBITDA) blieb mit 27,5 Mio Euro leicht unter Vorjahresniveau (Q3 2008: 27,9 Mio Euro). Im dritten Quartal 2009 ergaben sich ergebnismindernde Einmaleffekte in Höhe von 24,3 Mio Euro (Q3 2008: 13,9 Mio Euro). Darin enthalten sind insbesondere Start-up-Kosten für das neue High Definition-Angebot HD+. Zusätzlich resultierten Einmalaufwendungen aus der Umsetzung von Effizienzsteigerungsmaßnahmen.

➤ Einmaleffekte im Neunmonatszeitraum 2009, S. 11

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im Neunmonatszeitraum. Im Dreivierteljahr 2009 verringerte sich der externe Segmentumsatz um 5,2 Prozent auf 1,151 Mrd Euro (Q1-Q3 2008: 1,214 Mrd). Dem konjunkturell getriebenen Umsatzrückgang konnte durch operative Verbes-

serungen und effiziente Kostenkontrolle entgegengesteuert werden: So stieg das recurring EBITDA gegenüber dem Neunmonatszeitraum 2008 um 14,9 Prozent auf 247,2 Mio Euro (+32,0 Mio Euro). Das EBITDA betrug 198,9 Mio Euro und lag damit 9,5 Prozent über dem Vorjahreswert von 181,6 Mio Euro.

Segment Free-TV International

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im dritten Quartal. Der externe Umsatz im internationalen Free-TV-Segment verringerte sich im Vorjahresvergleich um 14,4 Prozent auf 149,2 Mio Euro (Q3 2008: 174,4 Mio Euro). Neben konjunkturell bedingt geringeren Werbeerlösen wirkten sich Währungseffekte weiterhin negativ auf die Umsatzentwicklung aus. Lediglich Dänemark zeigte erneut ein Umsatzwachstum. Ursache hierfür sind insbesondere höhere Distributionserlöse. Zudem wirkte sich die erfolgreiche Entwicklung des TV-Senders 6'eren, der Anfang des Jahres auf Sendung ging, positiv auf die Umsatzperformance im dänischen Markt aus.

Die operativen Kosten sanken im gleichen Zeitraum, der Umsatzrückgang konnte jedoch nicht kompensiert werden: Das recurring EBITDA betrug 27,0 Mio Euro und lag damit 33,8 Prozent unter Vorjahresniveau (Q3 2008: 40,8 Mio Euro). Das EBITDA minderte sich um 24,9 Mio Euro auf 20,7 Mio Euro (-54,6%).

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im Neunmonatszeitraum. Der externe Segmentumsatz lag im Dreivierteljahr 2009 mit 488,1 Mio Euro um 13,6 Prozent oder 77,0 Mio Euro unter Vorjahresniveau. Das recurring EBITDA verringerte sich um 21,9 Prozent auf 95,8 Mio Euro (Q1-Q3 2008: 122,7 Mio Euro), das EBITDA wies einen Rückgang auf 86,7 Mio Euro aus (Q1-Q3 2008: 126,5 Mio Euro).

Kennzahlen für den Bereich Free-TV

In Mio EUR	Q3 2009	Q3 2008	Q3 2009	Q3 2008
	Externer Umsatz		Recurring EBITDA*	
Segment Free-TV D/A/CH	337,3	344,2	51,8	41,8
Segment Free-TV International	149,2	174,4	27,0	40,8
Geschäftsbereich Free-TV	486,5	518,6	78,8	82,6

In Mio EUR	Q1-Q3 2009	Q1-Q3 2008	Q1-Q3 2009	Q1-Q3 2008
	Externer Umsatz		Recurring EBITDA*	
Segment Free-TV D/A/CH	1.150,7	1.213,6	247,2	215,2
Segment Free-TV International	488,1	565,1	95,8	122,7
Geschäftsbereich Free-TV	1.638,8	1.778,7	343,0	337,9

* Recurring EBITDA = um Einmaleffekte bereinigtes EBITDA.

Segment Diversifikation

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im dritten Quartal. Der externe Umsatz des Segments Diversifikation betrug im dritten Quartal 2009 72,9 Mio Euro und lag damit 43,0 Prozent unter Vorjahresniveau. Der deutliche Umsatzrückgang von 55,0 Mio Euro ist auf die Entkonsolidierung der nordeuropäischen Pay-TV-Sparte CMore zum Jahresende 2008 zurückzuführen, die im dritten Quartal 2008 noch 38,9 Mio Euro zum Segmentumsatz beitrug. Zudem wirkte sich die Entkonsolidierung von solute im Februar 2009 auf die Umsatzentwicklung aus. Bereinigt um den CMore-Effekt belief sich der Umsatzrückgang im dritten Quartal 2009 auf 18,1 Prozent bzw. 16,1 Mio Euro.

- Neben dem Effekt der CMore-Entkonsolidierung prägten Wechselkurseinflüsse und geringere Erlöse in der Print-Sparte die Umsatzperformance der internationalen Diversifikationsaktivitäten.

- Hauptgrund für den Umsatzrückgang in Deutschland sind geringere Erlöse im Bereich Call-TV (9Live). Eine neue Gewinnspielsatzung der Landesmedienanstalten regelt seit März 2009 die Durchführung von Gewinnspielen und schreibt unter anderem eine Reihe von Informations- und Nachweispflichten im laufenden Programm vor. Dies hat dazu geführt, dass die Anruferzahl bei 9Live gegenüber dem dritten Quartal 2008 zurückgegangen ist. Positive Impulse im deutschen Markt kamen hingegen aus den Bereichen Musik und Video Online-Advertising.

Das recurring EBITDA für das dritte Quartal 2009 reduzierte sich um 3,8 Mio Euro auf 15,5 Mio Euro (-19,7%), gegenüber dem um den CMore-Effekt bereinigten Vorjahreswert lag das operative Ergebnis hingegen 72,2 Prozent bzw. 6,5 Mio Euro über Vorjahresniveau. Das EBITDA betrug 14,1 Mio Euro (Q3 2008: 18,9 Mio Euro, Q3 2008 bereinigt um CMore: 8,5 Mio Euro). Neben geringeren umsatzbedingten Kosten wirkten sich in erster Linie Kostenreduktion im Call-TV-Bereich auf die Ergebnisentwicklung des Segments aus.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im Neunmonatszeitraum. Der externe Segmentumsatz im Bereich Diversifikation verzeichnete in den ersten drei Quartalen 2009 einen Rückgang um 39,4 Prozent auf 241,5 Mio Euro. Der Großteil des Umsatzrückgangs von 157,1 Mio Euro resultiert aus der Entkonsolidierung der Pay-TV-Sparte CMore, die in den Umsätzen für den Neunmonatszeitraum 2008 mit 119,8 Mio Euro enthalten ist. Die CMore-Entkonsolidierung im November 2008 prägte auch die Ergebnisentwicklung: Das recurring EBITDA verringerte sich um 17,2 Prozent oder 9,6 Mio Euro auf 46,2 Mio Euro. CMore trug im Vorjahresvergleichszeitraum 21,3 Mio Euro zum recurring EBITDA bei. Das EBITDA belief sich auf 45,3 Mio Euro (Q1-Q3 2008: 58,0 Mio Euro, Q1-Q3 2008 bereinigt um CMore: 37,8 Mio Euro).

Kennzahlen für den Bereich Diversifikation

In Mio EUR	Q3 2009	Q3 2008**		Q1-Q3 2009	Q1-Q3 2008**	
		Inkl. CMore	Exkl. CMore		Inkl. CMore	Exkl. CMore
Externer Umsatz	72,9	127,9	89,0	241,5	398,7	278,8
Recurring EBITDA*	15,5	19,3	9,0	46,2	55,9	34,6

* Recurring EBITDA= um Einmaleffekte bereinigtes EBITDA. ** Entkonsolidierung von CMore im November 2008.

MITARBEITER

Zahl der Beschäftigten. Zum 30. September 2009 waren 5.026 Personen (Q1-Q3 2008: 6.012) europaweit bei der ProSiebenSat.1 Group beschäftigt (durchschnittliche vollzeitäquivalente Stellen). Davon waren 2.589 Personen (Q1-Q3 2008: 3.119 Personen) in Deutschland, Österreich und der Schweiz tätig, was einem Anteil von 51,5 Prozent am Gesamtkonzern entspricht. Die Personalkosten betrugen 285,1 Mio Euro und lagen damit 28,8 Mio Euro oder 9,2 Prozent unter Vorjahresniveau.

Mitarbeiterzahlen ProSiebenSat.1 Group (konzernweit)

	Q3 2009	Q3 2008	Q1-Q3 2009	Q1-Q3 2008
Durchschnittliche vollzeitäquivalente Stellen	4.915	6.057	5.026	6.012
Anzahl der Mitarbeiter zum Stichtag*	5.368	6.075	5.368	6.075

* Anzahl der Stellen ohne Berücksichtigung des individuellen Arbeitszeitanteils.

- Ende 2008 wurden umfassende Maßnahmen zur Neuaufstellung der deutschen Tochterunternehmen eingeleitet. In diesem Zusammenhang wurden insbesondere bei German Free TV und den Sendern SAT.1, ProSieben, und kabel eins sowie im Vermarktungsbereich Stellen abgebaut. Teil des Maßnahmenpakets war die Verlagerung der Berliner Aktivitäten nach München. Am Berliner Standort waren zum 30. September 2009 751 Mitarbeiter beschäftigt (durchschnittliche vollzeitäquivalente Stellen zum 30. September 2008: 1.023).

Ein weiterer Grund für den Rückgang der Mitarbeiteranzahl in Deutschland ist das Outsourcing der IT sowie IT-naher Dienste der ProSiebenSat.1 Produktion GmbH. Infolgedessen wechselten im ersten Quartal 2009 zum einen rund 170 Mitarbeiter von ProSiebenSat.1 Produktion zu IBM. Zum anderen reduzierten sich die Stellen bei der ProSiebenSat.1 Group im Rahmen der Übernahme der ProSiebenSat.1 Produktion Berlin GmbH durch die fernseherwerk GmbH zum 1. Juli 2009. Ferner ergaben sich vor allem bei 9Live Personalanpassungen.

- In den internationalen Märkten waren im Vergleich zum Vorjahresstichtag, insbesondere aufgrund des Verkaufs der nordeuropäischen Pay-TV-Sparte CMore und des TV-Untertiteldienstes BTI, weniger Personen bei der ProSiebenSat.1 Group beschäftigt. Zudem erfolgten auch in den internationalen Gesellschaften Personalanpassungen, vor allem in Ungarn, Rumänien und bei den Radiogesellschaften.

Mitarbeiterbefragung in Deutschland. Um ein objektives Stimmungsbild innerhalb des Konzerns zu erhalten, wurde im Juni 2009 eine Mitarbeiterbefragung durchgeführt, an der etwa 1.000 Beschäftigte teilgenommen haben. Eine schnelle und nachhaltige Verbesserung der Kritikpunkte ist unmittelbar nach Auswertung der Ergebnisse mithilfe eines konkreten Maßnahmenkatalogs angestrengt worden. Das Spektrum umfasst regelmäßige Mitarbeitertreffen, einen strukturierten Informationsaustausch zwischen allen Ebenen und bereichsinterne Förder- und Incentive-Programme.

Beziehungen zu nahestehenden Personen. Bezüglich der für den Zwischenlagebericht geforderten Angaben zu den nahestehenden Personen verweisen wir auf die Ausführungen im Anhang dieses Konzern-Zwischenabschlusses.

DIE PROSIEBENSAT.1-AKTIE

Die ProSiebenSat.1-Aktie an der Börse. Im dritten Quartal 2009 zeigte sich das Börsenumfeld äußerst positiv. So stieg der DAX im Vergleich zum Quartalsanfang von 4.905 Punkten auf über 5.700 Punkte, der MDAX verbesserte sich von 5.878 Punkten auf über 7.300 Punkte. Von diesem Umfeld profitierte auch die ProSiebenSat.1-Aktie. Zwar zeigte sich die Aktie zu Beginn des dritten Quartals noch relativ volatil, doch insgesamt verzeichnete sie einen deutlichen Kursanstieg. Am 8. September erreichte das Papier mit 7,96 Euro seinen diesjährigen Höchstkurs. Gestützt wurde die Kursrallye unter anderem von Analystenhochstufungen. Zum Ende des dritten Quartals gab die Aktie wieder etwas nach und schloss am letzten Handelstag im September bei 7,35 Euro (letzter Handelstag Q1 2009: 1,20 Euro, letzter Handelstag Q2 2009: 3,92 Euro).


ProSiebenSat.1-Aktie: Kennzahlen



ProSiebenSat.1-Aktie: Kennzahlen

	Q1-Q3 2009	Q1-Q3 2008	Q3 2009	Q3 2008
Höchster Börsenschlusskurs XETRA (Euro)	7,96	16,62	7,96	7,06
Tiefster Börsenschlusskurs XETRA (Euro)	0,90	4,33	3,27	4,33
Schlusskurs XETRA (Euro)	7,35	4,76	7,35	4,76
Aktienumsatz XETRA insgesamt (Stück)	207.020.153	234.485.774	68.887.828	83.136.890
Aktienumsatz XETRA durchschnittliches Handelsvolumen je Tag (Stück)	1.083.875	1.221.280	1.043.755	1.259.650

http://www.prosiebensat1.com/investor_relations/finanzberichte/

Hauptversammlung stimmt mehrheitlich den Beschlussvorschlägen zu. Über die diesjährige Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media AG und die gesonderte Versammlung der Vorzugsaktionäre, die am 4. Juni 2009 stattgefunden haben, sowie die wesentlichen Beschlüsse haben wir im Zwischenbericht Januar bis Juni 2009 auf Seite 17 berichtet . Die ordentliche Hauptversammlung hat unter anderem ein neues Genehmigtes Kapital in Höhe von insgesamt bis zu 109.398.600 Euro geschaffen und der Ermächtigung zur Ausgabe von Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen, sowie im Zusammenhang damit der Schaffung eines Bedingten Kapitals in Höhe von bis zu 109.398.600 Euro zugestimmt. Zudem wurde die Ausschüttung einer Dividende für das Geschäftsjahr 2008 in Höhe von 0,02 Euro je dividendenberechtigter Inhaber-Vorzugsaktie beschlossen.

NICHTFINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN

Auch nichtbilanzierte Vermögenswerte, wie zum Beispiel Organisationsvorteile, die sich aus der komplementären Programmierung unserer deutschen Senderfamilie ergeben oder der hohe Bekanntheitsgrad unserer Free-TV-Marken, sind für unseren Erfolg ausschlaggebend. Wesentliche nichtfinanzielle Leistungsfaktoren und ihre Bedeutung für unsere Wettbewerbsposition werden im Geschäftsbericht 2008 auf den Seiten 66 bis 69 dargestellt.

NACHTRAGSBERICHT

Zwischen Ende des dritten Quartals 2009 und dem 4. November 2009, dem Datum der Freigabe dieses Finanzberichts zur Veröffentlichung und Weiterleitung an den Aufsichtsrat, sind keine berichtspflichtigen Ereignisse eingetreten, die eine wesentliche Bedeutung für die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group beziehungsweise der ProSiebenSat.1 Media AG haben.

RISIKEN- UND CHANCENBERICHT

Der Vorstand beurteilt die Gesamtrisikolage der ProSiebenSat.1 Group zum Zeitpunkt der Erstellung des Lageberichts für das dritte Quartal 2009 weiterhin als begrenzt. Gegenüber den im Geschäftsbericht 2008 erläuterten Risiken haben sich keine wesentlichen Änderungen ergeben. Ein wichtiges Thema im Berichtszeitraum war die Untersuchung der niederländischen Staatsanwaltschaft gegen eine Tochtergesellschaft des ProSiebenSat.1-Konzerns aufgrund einer vermeintlichen Verletzung der in den Niederlanden geltenden Gesetzgebung zu Gewinnspielen. Das Verfahren wurde gegen Vereinbarung einer Vergleichszahlung eingestellt.

Nach wie vor stellt die Entwicklung der gesamtwirtschaftlichen Situation in Europa das größte Risiko dar. Mit unserem Risikomanagement verfolgen wir die Strategie, Risiken so früh wie möglich zu erkennen, realistisch zu bewerten und gezielt zu steuern. Konjunkturrisiken werden im Rahmen der konzernweiten Risikoerfassung identifiziert und sind in der Budgetplanung so weit wie möglich berücksichtigt. Chancen ergeben sich hingegen, falls sich die getroffenen Aussagen und Einschätzungen als zu konservativ herausstellen. Teil des Risikomanagements ist neben der Untersuchung von Konjunkturdaten unter anderem auch das Monitoring von Bedingungen in Finanzierungsverträgen, wie zum Beispiel diverser Verpflichtungserklärungen oder bestimmter Finanzkennzahlen (sogenannte "Financial Covenants").

Eine detaillierte Darstellung der Risikokategorien sowie eine Beschreibung des Risikomanagementsystems befinden sich im Geschäftsbericht 2008. Dort werden auch die leistungswirtschaftlichen und unternehmensstrategischen Chancen ausführlich dargestellt. Darüber hinaus wurden keine weiteren wesentlichen Chancen identifiziert.

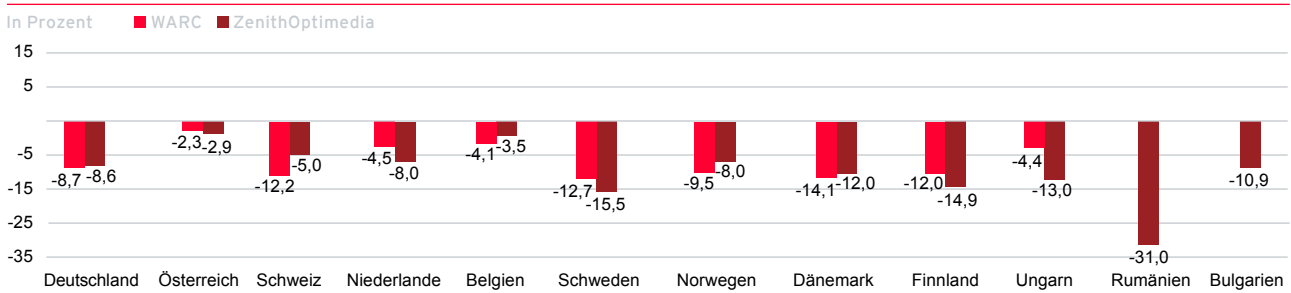
PROGNOSEBERICHT

Künftige wirtschaftliche Rahmenbedingungen

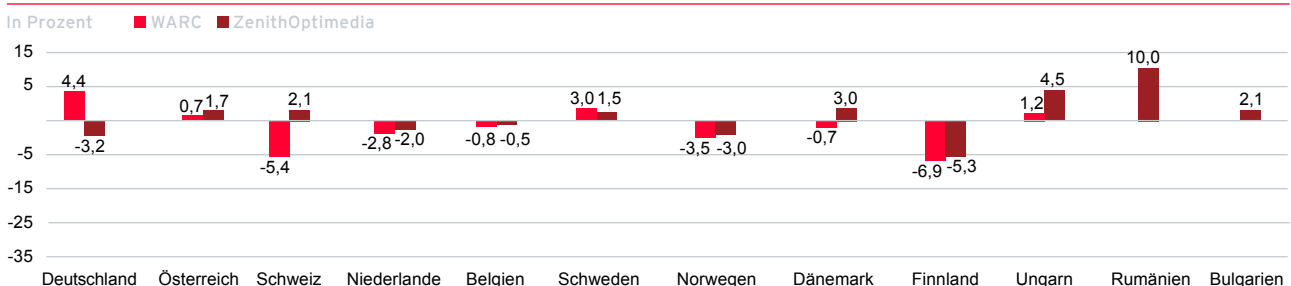
Seit dem Frühsommer 2009 mehren sich die Anzeichen für eine Erholung der Weltkonjunktur. Diese wird allerdings zu einem großen Teil von wirtschaftspolitischen Maßnahmen gestützt. Die Wirtschafts- und Finanzkrise ist noch nicht überwunden, die Aussichten für 2010 sind weiterhin belastet. Experten erwarten zwar keinen Rückfall in die Rezession, aber lediglich ein vergleichsweise gedämpftes Wachstum (IWF: +3,1%). Auch die deutsche Wirtschaft hat sich im bisherigen Jahresverlauf erholt, nicht zuletzt durch Unterstützung der beiden Konjunkturpakete der Bundesregierung. Trotzdem soll das Bruttoinlandsprodukt 2009 laut aktueller Gemeinschaftsdiagnose real um fünf Prozent sinken, der schärfste Rückgang seit Bestehen der Bundesrepublik. Dieser Einbruch stellt eine schwere Bürde für die weitere wirtschaftliche Entwicklung dar, die Belastungen dürften vor allem den Arbeitsmarkt und den privaten Konsum treffen. Für das kommende Jahr wird daher derzeit nur mit einem bescheidenen Wachstumstempo gerechnet.

Konjunkturelle Schwankungen beeinflussen die Investitionsbereitschaft werbungtreibender Unternehmen in hohem Maße. Gerade in wirtschaftlich unsicheren Zeiten wie diesen werden Budgets häufig nur mit Vorsicht und relativ kurzfristig vergeben. Prognosen zur zukünftigen Werbemarktentwicklung sind daher mit entsprechenden Unsicherheiten verbunden und können deutlich voneinander abweichen. So rechnen WARC und ZenithOptimedia derzeit beispielsweise für den deutschen TV-Werbemarkt 2009 mit einem Minus von 8,7 bzw. 8,6 Prozent netto. Nach Einschätzung der ProSiebenSat.1 Group wird der Rückgang jedoch mehr als 10 Prozent netto betragen.

Entwicklung des Werbemarkts in den für ProSiebenSat.1 wichtigen Ländern, Prognosen für 2009



Entwicklung des Werbemarkts in den für ProSiebenSat.1 wichtigen Ländern, Prognosen für 2010



Quelle: WARC (World Advertising Research Center) 09/2009, ZenithOptimedia 10/2009, Zahlen auf Nettobasis angepasst, dennoch methodische Unterschiede zwischen den verschiedenen Ländern und Quellen. WARC und ZenithOptimedia beruhen auf EUR. WARC-Daten nicht für Rumänien und Bulgarien verfügbar.

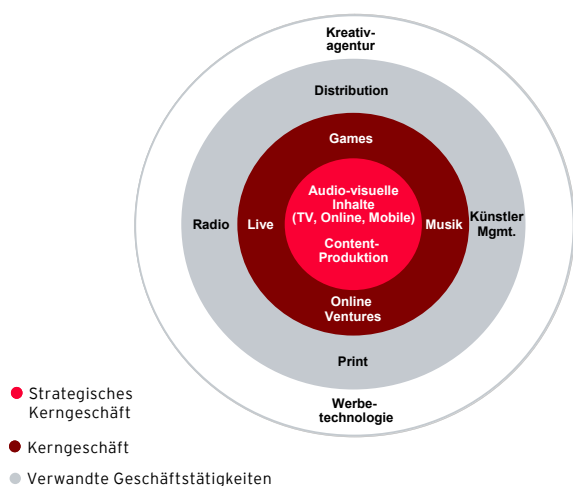
Unternehmensausblick

Die ProSiebenSat.1 Group hatte bereits im vierten Quartal 2008 mit einem umfassenden Maßnahmenprogramm begonnen, dem aufgrund der Wirtschaftskrise zu erwartenden Umsatzrückgang durch Kostenanpassungen und Organisationsoptimierungen entgegenzuwirken. Zu diesen Maßnahmen zählten die Verlagerung weiter Teile des Berliner Standorts nach München und die verstärkte Zentralisierung der TV-Aktivitäten unter dem Dach der German Free TV Holding in München. Das „Maßnahmenprogramm 2008“ sah eine Reduktion der operativen Kosten von mindestens 100 Mio Euro im Geschäftsjahr 2009 vor. Aufgrund von zusätzlichen, im laufenden Geschäftsjahr ergriffenen Maßnahmen haben wir das ursprünglich geplante Effizienzziel bereits übertroffen und mit der Veröffentlichung der Halbjahreszahlen eine Reduktion der operativen Kosten in Höhe von insgesamt rund 200 Mio Euro für das Jahr 2009 in Aussicht gestellt.

Die aktuellen Quartalszahlen zeigen, dass wir mit unserem „Maßnahmen-Paket 2008“ und den zusätzlich im Jahr 2009 eingeleiteten Maßnahmen rechtzeitig und angemessen auf das wirtschaftliche Umfeld reagiert haben. In unserem Kernmarkt Deutschland ist es uns gelungen, durch eine effizientere Abstimmung der Programminhalte zwischen den einzelnen Sendern die Zuschauerquoten zu steigern und gleichzeitig Programmaufwendungen und -investitionen zu reduzieren. Die verbesserte Positionierung der deutschen Free-TV-Familie bildet eine solide Grundlage, um die Senderleistung auch weiterhin zu adäquaten Preisen kapitalisieren zu können.

Wenngleich zwischenzeitlich erste Anzeichen einer konjunkturellen Erholung bzw. Stabilisierung auf niedrigem Niveau zu erkennen sind, zeigt die Spanne der Konjunkturprognosen, dass die Unsicherheit nach wie vor groß ist. Unsere Planung bleibt weiterhin konservativ. Wir gehen davon aus, dass auch das vierte Quartal von den schwierigen gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen geprägt sein wird. Konsequente Kostenkontrolle und eine angemessene Investitionspolitik haben daher auch künftig oberste Priorität. Für unsere Zukunft ist es aber ebenso wichtig, unsere Erlösquellen zu erweitern. In den vergangenen Monaten wurden verschiedene Ideen entwickelt, wie die Gruppe jenseits des klassischen Hauptgeschäfts und des bestehenden Diversifikationsportfolios zusätzliche Umsätze generieren kann. Im Kern geht es darum, das bestehende Programmvermögen besser zu verwerten und bisher nicht kapitalisiertes Werbeinventar zu vermarkten. Eine quantitative Mehrjahresprognose für wesentliche Finanzkennzahlen ist angesichts der geringen Marktvisibilität zum jetzigen Zeitpunkt jedoch nicht möglich.

Strategie der ProSiebenSat.1 Group



- 1. Wir erreichen unsere finanziellen Ziele:** Das bedeutet, dass wir kontinuierlich unsere Effizienz verbessern. Dabei geht es vor allem um die Reduktion von Kosten, um die Verbesserung des Cashflows und die Beschleunigung von Workflows.
- 2. Wir stärken unser Kerngeschäft werbefinanziertes Fernsehen:** Basis hierfür ist ein attraktives Portfolio von Sendern in allen wichtigen Märkten. Hochwertige Programme und leistungsstarke Vertriebsstrukturen sind auch die Grundlage für die Diversifikation unserer Geschäftstätigkeit.
- 3. Wir diversifizieren unsere Geschäftstätigkeit:** Durch Diversifikation erweitern wir unsere Wertschöpfungskette rund um das Kerngeschäft werbefinanziertes Fernsehen und generieren dadurch zusätzliche, vom klassischen TV-Werbe-markt unabhängige Erlöse.

Konzern-Zwischenabschluss

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der ProSiebenSat.1 Group

Tsd. Euro	Q3 2009	Q3 2008	Q1-Q3 2009	Q1-Q3 2008
1. Umsatzerlöse	559.421	646.490	1.880.362	2.177.421
2. Herstellungskosten	-362.183	-415.783	-1.154.965	-1.375.648
3. Bruttoergebnis vom Umsatz	197.238	230.707	725.397	801.773
4. Vertriebskosten	-87.162	-106.866	-279.723	-332.003
5. Verwaltungskosten	-84.752	-72.580	-224.174	-227.531
6. Sonstige betriebliche Erträge	4.392	7.625	14.803	18.951
7. Betriebsergebnis	29.716	58.886	236.303	261.190
8. Gewinn- und Verlustanteile an assoziierten Unternehmen, die nach der Equity-Methode bilanziert werden	-538	-470	489	1.080
9. Sonstiges finanzielles Ergebnis	261	-259	-152	-1.106
10. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	1.320	8.037	5.414	15.335
11. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-57.390	-75.704	-179.528	-203.162
12. Zinsergebnis	-56.070	-67.667	-174.114	-187.827
13. Sonstiges Finanzierungsergebnis	7.894	-10.473	-3.416	-13.775
14. Finanzergebnis	-48.453	-78.869	-177.193	-201.628
15. Ergebnis vor Steuern	-18.737	-19.983	59.110	59.562
16. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	7.494	5.895	-23.643	-17.571
17. Konzernergebnis	-11.243	-14.088	35.467	41.991
Konzernergebnis, das den				
Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG	-12.695	-10.728	31.107	40.878
Minderheitenanteilen	1.452	-3.360	4.360	1.113
zuzurechnen ist				
Euro				
Unverwässertes und verwässertes Ergebnis je Stammaktie nach IAS 33 *	-0,07	-0,06	0,13	0,18
Unverwässertes und verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie nach IAS 33 *	-0,05	-0,04	0,15	0,20

* dabei berücksichtigtes Periodenergebnis: Q3 2009: -12,7 Mio Euro [Q3 2008: -10,7 Mio Euro]; Q1-Q3 2009: 31,1 Mio Euro [Q1-Q3 2008: 40,9 Mio Euro]
dabei berücksichtigte Anzahl der Stamm- und Vorzugsaktien: Q3 2009: 212.770 Tsd Stück [Q3 2008: 217.670 Tsd Stück]; Q1-Q3 2009: 215.054 Tsd Stück [Q1-Q3 2008: 217.999 Tsd Stück]

Gesamtergebnisrechnung der ProSiebenSat.1 Group

Tsd. Euro	Q3 2009	Q3 2008	Q1-Q3 2009	Q1-Q3 2008
Konzernergebnis	-11.243	-14.088	35.467	41.991
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnung	12.477	-18.595	15.118	166
Bewertung von Cash Flow Hedges	-42.201	-25.346	-94.284	29.158
Latente Steuern	15.508	6.729	30.970	-7.893
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	-14.216	-37.212	-48.196	21.431
Konzerngesamtergebnis	-25.459	-51.300	-12.729	63.422
Gesamtergebnis, das den				
Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG	-26.935	-47.995	-14.683	62.254
Minderheitenanteilen	1.476	-3.305	1.054	1.168
zuzurechnen ist				

Konzernbilanz der ProSiebenSat.1 Group - Vermögenswerte

Tsd. Euro	30.09.2009	31.12.2008	30.09.2008
A. Langfristige Vermögenswerte			
I. Immaterielle Vermögenswerte	3.034.983	3.004.010	3.318.049
II. Sachanlagen	258.043	248.945	272.924
III. Nach der Equity-Methode bilanzierte Finanzanlagen	3.722	6.868	8.247
IV. Langfristige finanzielle Vermögenswerte	60.355	58.272	58.737
V. Programmvermögen	1.209.412	1.149.157	1.066.391
VI. Forderungen und Sonstige Vermögenswerte	8.154	7.591	7.889
VII. Latente Steueransprüche	113.197	91.528	23.401
	4.687.866	4.566.371	4.755.638
B. Kurzfristige Vermögenswerte			
I. Programmvermögen	325.183	230.815	294.355
II. Vorräte	5.821	5.537	5.351
III. Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	207	211	195
IV. Steuererstattungsansprüche aus Ertragsteuer	70.417	59.911	97.722
V. Forderungen und Sonstige Vermögenswerte	389.072	434.153	407.660
VI. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	508.428	632.871	221.526
VII. Zur Veräußerung bestimmte Vermögenswerte	- / -	- / -	348.735
	1.299.128	1.363.498	1.375.544
Vermögenswerte	5.986.994	5.929.869	6.131.182

Konzernbilanz der ProSiebenSat.1 Group - Eigenkapital, Verbindlichkeiten und Rückstellungen

Tsd. Euro	30.09.2009	31.12.2008	30.09.2008
A. Eigenkapital			
I. Gezeichnetes Kapital	218.797	218.797	218.797
II. Kapitalrücklage	549.526	547.139	547.047
III. Erwirtschaftetes Eigenkapital	-25.287	-56.394	113.625
IV. Eigene Anteile	-30.545	-15.105	-15.105
V. Kumuliertes übriges Eigenkapital	-279.880	-234.090	-35.163
Eigenkapital, das den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzuordnen ist	432.611	460.347	829.201
VI. Minderheitenanteile am Eigenkapital	6.327	18.576	14.774
	438.938	478.923	843.975
B. Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen			
I. Langfristige Darlehen und Kredite	3.545.096	3.523.152	3.550.243
II. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	7.333	6.961	6.638
III. Rückstellungen	10.283	1.248	3.242
IV. Finanzielle Verbindlichkeiten	469.592	331.831	209.768
V. Sonstige Verbindlichkeiten	1.812	25.116	29.655
VI. Latente Steuerschulden	195.919	196.665	186.600
	4.230.035	4.084.973	3.986.146
C. Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen			
I. Kurzfristige Darlehen und Kredite	497.906	516.663	517.113
II. Rückstellungen	128.350	178.258	121.920
III. Finanzielle Verbindlichkeiten	467.132	432.043	362.665
IV. Sonstige Verbindlichkeiten	224.633	239.009	226.590
V. Zur Veräußerung bestimmte Verbindlichkeiten	- / -	- / -	72.773
	1.318.021	1.365.973	1.301.061
Eigenkapital, Verbindlichkeiten und Rückstellungen	5.986.994	5.929.869	6.131.182

Konzern-Kapitalflussrechnung der ProSiebenSat.1 Group

Tsd. Euro	Q3 2009	Q3 2008	Q1-Q3 2009	Q1-Q3 2008
Konzernergebnis	-11.243	-14.088	35.467	41.991
Abschreibungen/Wertaufholungen auf lang- und kurzfristige Vermögenswerte	32.366	33.869	93.854	106.548
Abschreibungen/Wertaufholungen auf Programmvermögen	234.321	247.338	772.117	919.769
Zunahme/Abnahme der Steuerrückstellungen (inkl. Veränderung latenter Steuern)	-10.569	-22.856	-46.685	-38.989
Zunahme/Abnahme der sonstigen Rückstellungen	9.846	12.444	10.945	1.626
Ergebnisse aus der Equity-Bewertung und sonstigen zahlungsunwirksamen Veränderungen aus Finanzanlagen	476	231	2.712	731
Ergebnis bzw. Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen, immateriellen und anderen langfristigen Vermögenswerten	-947	-481	-5.116	-362
Ergebnis aus dem Verkauf von Programmvermögen	-253	- / -	-97	- / -
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	-11.478	11.667	-13.051	8.140
Cash-flow	242.519	268.124	850.146	1.039.454
Zunahme/Abnahme der Vorräte	1.438	311	-284	-502
Zunahme/Abnahme der unverzinslichen Forderungen und Sonstiger Vermögenswerte	-32.145	30.373	28.257	-61.845
Zunahme/Abnahme der unverzinslichen Verbindlichkeiten	21.249	-18.567	28.592	-57.895
Cash-flow aus betrieblicher Tätigkeit	233.061	280.241	906.711	919.212
Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen, immateriellen und anderen langfristigen Vermögenswerten	798	9.647	22.300	23.450
Auszahlungen für die Beschaffung von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	-29.072	-5.286	-81.721	-53.077
Auszahlungen für die Beschaffung von Finanzanlagen	-174	-141	-2.431	-2.063
Einzahlungen aus dem Verkauf von Programmvermögen	1.572	5.939	12.929	25.500
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	-301.447	-388.857	-959.421	-1.067.676
Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten	-1.979	-13.263	-1.919	-45.459
Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten	711	2.218	5.549	5.655
Auszahlungen für assoziierten Unternehmen gewährten Darlehen	-1.900	- / -	-1.900	- / -
Sonstige Änderungen des Eigenkapitals	-15.665	-17.362	-20.580	-12.267
Cash-flow aus Investitionstätigkeit	-347.156	-407.105	-1.027.194	-1.125.937
Free Cash-flow	-114.094	-126.864	-120.482	-206.725
Dividende	- / -	- / -	- / -	-269.899
Auszahlung zur Rückführung von verzinslichen Verbindlichkeiten	-40	-5.681	-19.260	-9.490
Einzahlungen aus Aufnahme von verzinslichen Verbindlichkeiten	23.489	233.490	30.739	500.872
Erwerb eigener Aktien	- / -	- / -	-15.440	-15.105
Cash-flow aus Finanzierungstätigkeit	23.449	227.809	-3.961	206.378
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestands	-1.894	1.511	2.761	255
Zahlungswirksame Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-88.751	99.434	-127.204	-602
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode	599.073	149.555	632.871	250.847
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode	508.428	250.500	508.428	250.500
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente aus nicht fortgeführten Aktivitäten am Ende der Periode	- / -	-28.974	- / -	-28.974
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente aus fortgeführten Aktivitäten am Ende der Periode	508.428	221.526	508.428	221.526
Im Cash-flow aus betrieblicher Tätigkeit sind folgende Ein- und Auszahlungen gemäß IAS 7 enthalten:				
Cash-flow aus Ertragsteuern	-14.088	-32.490	-59.737	-123.828
Cash-flow aus gezahlten Zinsen	-53.835	-67.624	-177.063	-192.427
Cash-flow aus erhaltenen Zinsen	1.137	3.545	4.513	8.223

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

Tsd. Euro	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Eigenkapital	Eigene Anteile	Kumuliertes übriges Eigenkapital			Eigenkapital, das den Anteilseigner der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnen ist	Minderheitsanteile am Eigenkapital	Konzern-eigenkapital
					Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnung	Bewertung von Cash Flow Hedges	Latente Steuern			
31. Dezember 2007	218.797	546.987	342.646	- / -	-16.073	-51.185	10.719	1.051.891	10.435	1.062.326
Gezahlte Dividende	- / -	- / -	-269.899	- / -	- / -	- / -	- / -	-269.899	-5.583	-275.482
Veränderung des Konsolidierungskreises	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	8.754	8.754
Aktienoptionsplan	- / -	60	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	60	- / -	60
Erwerb eigener Aktien	- / -	- / -	- / -	-15.105	- / -	- / -	- / -	-15.105	- / -	-15.105
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	- / -	- / -	- / -	- / -	111	29.158	-7.893	21.376	55	21.431
Konzernergebnis	- / -	- / -	40.878	- / -	- / -	- / -	- / -	40.878	1.113	41.991
Konzern-Gesamtergebnis	- / -	- / -	40.878	- / -	111	29.158	-7.893	62.254	1.168	63.422
30. September 2008	218.797	547.047	113.625	-15.105	-15.962	-22.027	2.826	829.201	14.774	843.975

Eigenkapitalveränderungsrechnung der ProSiebenSat.1 Group 1. Januar bis 30. September 2009

Tsd. Euro	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Eigenkapital	Eigene Anteile	Kumuliertes übriges Eigenkapital			Eigenkapital, das den Anteilseigner der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnen ist	Minderheitsanteile am Eigenkapital	Konzern-eigenkapital
					Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnung	Bewertung von Cash Flow Hedges	Latente Steuern			
31. Dezember 2008	218.797	547.139	-56.394	-15.105	-96.575	-185.221	47.706	460.347	18.576	478.923
Gezahlte Dividende	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	-5.998	-5.998
Veränderung des Konsolidierungskreises	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	-8.205	-8.205
Aktienoptionsplan	- / -	857	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	857	- / -	857
Erwerb eigener Aktien	- / -	1.530	- / -	-15.440	- / -	- / -	- / -	-13.910	- / -	-13.910
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	- / -	- / -	- / -	- / -	17.524	-94.284	30.970	-45.790	-2.406	-48.196
Konzernergebnis	- / -	- / -	31.107	- / -	- / -	- / -	- / -	31.107	4.360	35.467
Konzern-Gesamtergebnis	- / -	- / -	31.107	- / -	17.524	-94.284	30.970	-14.683	1.954	-12.729
30. September 2009	218.797	549.526	-25.287	-30.545	-79.051	-279.505	78.676	432.611	6.327	438.938

Konzernanhang zum Zwischenabschluss

Allgemeine Angaben

Die ProSiebenSat.1 Media AG als Konzernobergesellschaft ist unter der Firma ProSiebenSat.1 Media AG beim Amtsgericht München, Deutschland (HRB 124 169) eingetragen. Sitz der Gesellschaft ist Unterföhring. Die Anschrift lautet: ProSiebenSat.1 Media AG, Medienallee 7, 85774 Unterföhring, Deutschland.

Mit einer Reichweite von über 78 Mio TV-Haushalten in 12 Ländern ist ProSiebenSat.1 die zweitgrößte Fernsehsendergruppe in Europa.

Grundlagen der Rechnungslegung

Der Konzern-Zwischenabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG und ihrer Tochtergesellschaften (das Unternehmen, die Gesellschaft oder ProSiebenSat.1 Group) zum 30. September 2009 wurde in Übereinstimmung mit IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ aufgestellt.

Der Konzern-Zwischenabschluss ist in Euro nach den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, aufgestellt. Alle Beträge werden, soweit nicht gesondert darauf hingewiesen wird, in Tausend Euro (Tsd Euro) angegeben. Die Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Umsatzkostenverfahren gegliedert.

Der Konzern-Zwischenabschluss ist im Zusammenhang mit dem geprüften IFRS Konzernabschluss zum 31. Dezember 2008 und dem darin enthaltenen Anhang zu lesen, den die ProSiebenSat.1 Media AG am 30. März 2009 veröffentlicht hat.

Aus Sicht der Unternehmensleitung enthält dieser Konzern-Zwischenabschluss alle üblichen, laufend vorzunehmenden Anpassungen, um ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild des Geschäftsverlaufes des Unternehmens im Berichtszeitraum darzustellen. Die in den ersten drei Quartalen des Geschäftsjahrs 2009 erzielten Ergebnisse lassen nicht notwendigerweise Vorhersagen über die Entwicklung des weiteren Geschäftsverlaufes zu.

Bei der Aufstellung des Konzern-Zwischenabschlusses sind Annahmen getroffen und Schätzungen verwandt worden, die den Ausweis der Vermögenswerte und Schulden sowie der Erträge und Aufwendungen beeinflussen. Die tatsächlichen Werte können in Einzelfällen von den getroffenen Annahmen und Schätzungen abweichen.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden, die für den Konzern-Zwischenabschluss zum 30. September 2009 angewendet wurden, basieren grundsätzlich auf denselben

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden, die auch dem Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2008 zu Grunde lagen mit Ausnahme der nachfolgend dargestellten Änderungen. Für weiter gehende Angaben zu den angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden verweisen wir auf den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2008 (vgl. Seiten 100 - 105 des Geschäftsberichts 2008), der die Grundlage für den vorliegenden Zwischenabschluss darstellt.

Mit der Neufassung des IAS 1 „Darstellung des Abschlusses“ enthält der Konzernabschluss erstmalig neben der Gewinn- und Verlustrechnung eine separate Gesamtergebnisrechnung. In der Gesamtergebnisrechnung werden sowohl das Periodenergebnis als auch sämtliche ergebnisneutralen Eigenkapitalveränderungen der Periode ausgewiesen.

Die Interpretation IFRIC 13 „Kundenbindungsprogramme“ behandelt die Bilanzierung bestimmter Arten von Kundenbindungsprogrammen und stellt klar, welche Regelungen des IAS 18 auf diese anzuwenden sind. Auf den Konzern - Zwischenabschluss zum 30. September 2009 hatte diese Interpretation nur unwesentliche Auswirkungen.

Die geänderten IAS 23 „Fremdkapitalkosten“ und IFRS 2 „Aktienbasierte Vergütung“, welche ab dem 1. Januar 2009 verpflichtend anzuwenden sind, haben keine Auswirkungen auf den Konzern-Zwischenabschluss der ProSiebenSat.1 Group.

IFRS 8 „Geschäftssegmente“ wurde durch das IASB im November 2006 herausgegeben. Der Standard verlangt von den Unternehmen die Berichterstattung über finanzielle und beschreibende Informationen bezüglich ihrer berichtspflichtigen Segmente. Die ProSiebenSat.1 Group hat sich bereits im Zusammenhang mit dem Erwerb der SBS Broadcasting Group entschieden, den Standard ab dem Quartalsbericht September 2007 vorzeitig anzuwenden.

Erlassene, noch nicht angewendete Standards

Die überarbeiteten Standards IFRS 3 „Unternehmenszusammenschlüsse“ und IAS 27 „Konzern- und separate Einzelabschlüsse nach IFRS“ sind verpflichtend für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Juli 2009 beginnen. Die ProSiebenSat.1 Media Group prüft derzeit die hieraus resultierenden Effekte auf die Darstellung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage.

ZUR VERÄUSSERUNG GEHALTENE VERMÖGENSWERTE UND VERBINDLICHKEITEN

Die Bilanz zum 30. September 2008 weist unter diesen Positionen die Vermögenswerte und Verbindlichkeiten der CMore Group AB, Stockholm aus. Die CMore Group AB war dem Segment Diversifikation zugeordnet und wurde im 4. Quartal 2008 veräußert. Dadurch ist die Vergleichbarkeit der Gewinn- und Verlustrechnung mit den Vorjahreswerten nur eingeschränkt möglich.

KONSOLIDIERUNGSKREIS

Die Anzahl der in den Konzernabschluss einbezogenen Tochterunternehmen hat sich in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2009 wie folgt geändert:

	Inland	Ausland	Gesamt
Einbezogen zum 31.12.2008	50	112	162
Zugänge	7	10	17
Abgänge	-3	-16	-19
Einbezogen zum 30.09.2009	54	106	160

Der ProSiebenSat.1 Media AG steht an diesen Gesellschaften unmittelbar oder mittelbar die Mehrheit der Stimmrechte zu. 15 [zum 31. Dezember 2008: 15] assoziierte Unternehmen werden nach der Equity-Methode erfasst.

Die Veränderungen des Konsolidierungskreises hatten keine wesentliche Auswirkung auf die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage der ProSiebenSat.1 Group.

Erwerb der SBS Radio HNV AB (vorher Produktionsaktiebolaget Göteborg Ett)

Zum 20. Januar 2009 erwarb SBS Radio AB 100 Prozent des Radiogeschäfts des Stampen Konzerns in Schweden. Dabei brachte der Stampen Konzern seine Beteiligung in die Holdinggesellschaft SBS Radio HNV AB (vorher Produktionsaktiebolaget Göteborg Ett) gegen einen 20%igen Anteil an der SBS Radio AB (davor eine 100%ige Tochtergesellschaft der ProSiebenSat.1 Group) ein. Es flossen keine Kaufpreiszahlungen. In der Transaktion hat SBS Radio AB neue Anteile ausgegeben. Der Kaufvertrag beinhaltet Put- und Call-Optionen für den von Stampen Konzerngesellschaften gehaltenen 20%igen Minderheitenanteil. Die Call-Option ist ab 2009 und die Put-Option ab 2012 ausübbar. Der Zeitwert der Put-Option wurde als finanzielle Verbindlichkeit bilanziert, da die ProSiebenSat.1 Group gemäß IAS 32 „Finanzinstrumente: Anhangangaben und Ausweis“ eine unbedingte Verpflichtung, die Verbindlichkeit zu erfüllen, hat. Minderheitsanteile wurden dagegen nicht bilanziert.

SBS Radio HNV AB und ihre Tochtergesellschaften wurden zum 20. Januar 2009 im Abschluss der ProSiebenSat.1 Group vollkonsolidiert. SBS Radio HNV AB betreibt 9 Radiostationen und stärkt die Marktposition der ProSiebenSat.1 Group im schwedischen Radiomarkt.

In den Vermögenswerten und Schulden der ProSiebenSat.1 Group sind die oben genannten Gesellschaften in Summe mit folgenden Werten enthalten:

Tsd. Euro		Step up	Fair value
Geschäfts- oder Firmenwert	- / -	17.034	17.034
Immaterielle Vermögenswerte	98	3.544	3.642
Langfristige Vermögenswerte	50	- / -	50
Kurzfristige Vermögenswerte	531	- / -	531
Rückstellungen und Verbindlichkeiten inkl. latenter Steuern	-654	-932	-1.586
Summe			19.671
Kaufpreis nach IFRS 3			19.671
Summe			19.671

Der Umsatz- und Ergebnisbeitrag der neu erworbenen Gruppe ist aus Sicht der ProSiebenSat.1 Group für den Konzern-Zwischenabschluss zum 30. September 2009 als unwesentlich zu bezeichnen.

Verkauf der solute GmbH

Der Verkauf der solute GmbH wurde im Februar 2009 mit Wirkung zum 1. Januar 2009 vollzogen. Der aus Konzernsicht erzielte Veräußerungsgewinn beläuft sich auf 4.224 Tsd Euro und wurde im 1. Quartal 2009 unter den sonstigen betrieblichen Erträgen ausgewiesen. Im 2. Quartal 2009 erfolgte aufgrund einer vertraglichen Kaufpreisanpassung eine Verringerung des Verkaufspreises um 127 Tsd Euro.

Verkauf der ProSiebenSat.1 Berlin Produktion GmbH

Im Zuge der Portfolio-Optimierung wurde mit Wirkung zum 30. Juni 2009 die ProSiebenSat.1 Berlin Produktion GmbH, eine 100%ige Tochtergesellschaft der ProSiebenSat.1 Produktion GmbH, an die fernsehwerft GmbH veräußert. Es ergaben sich dadurch keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzern-Zwischenabschluss zum 30. September 2009. Die ProSiebenSat.1 Berlin Produktion GmbH wurde nachfolgend vom neuen Eigentümer in fernsehwerft Produktion GmbH umfirmiert und ist seit dem 1. Juli 2009 für die nächsten 5 Jahre strategischer Partner hinsichtlich Technik und Produktion für die Konzerngesellschaften N24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen mbH und die maz&more GmbH.

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Entsprechend den Regeln von IFRS 8 „Geschäftssegmente“ sind einzelne Zwischenabschlussdaten 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. Die ProSiebenSat.1 Group 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 Transaktions-TV, Multimedia, Merchandising, Online und Radio bis zu verwandten Print-Produkten.

Segmentberichterstattung der ProSiebenSat.1 Group Q3 2009

Tsd Euro	Free-TV			Segment Diversifikation	Summe Segmente	Über- leitung	Summe Konzernabschluss Q3 2009
	Segment Free-TV deutschsprachig	Segment Free-TV International	Summe Free-TV				
Umsatzerlöse	347.038	150.020	497.058	75.738	572.796	-13.375	559.421
Außenumsatz	337.306	149.233	486.539	72.882	559.421	- / -	559.421
Innenumsätze	9.732	787	10.519	2.856	13.375	-13.375	- / -
Recurring EBITDA	51.818	27.046	78.864	15.487	94.351	20	94.371

Segmentberichterstattung der ProSiebenSat.1 Group Q3 2008

Tsd Euro	Free-TV			Segment Diversifikation	Summe Segmente	Über- leitung	Summe Konzernabschluss Q3 2008
	Segment Free-TV deutschsprachig	Segment Free-TV International	Summe Free-TV				
Umsatzerlöse	354.412	176.248	530.660	131.842	662.502	-16.012	646.490
Außenumsatz	344.207	174.422	518.629	127.861	646.490	- / -	646.490
Innenumsätze	10.205	1.826	12.031	3.981	16.012	-16.012	- / -
Recurring EBITDA	41.783	40.821	82.604	19.330	101.934	1.155	103.089

Segmentberichterstattung der ProSiebenSat.1 Group Q1-Q3 2009

Tsd Euro	Free-TV			Segment Diversifikation	Summe Segmente	Über- leitung	Summe Konzernabschluss Q1-Q3 2009
	Segment Free-TV deutschsprachig	Segment Free-TV International	Summe Free-TV				
Umsatzerlöse	1.186.969	489.910	1.676.879	250.754	1.927.633	-47.271	1.880.362
Außenumsatz	1.150.705	488.113	1.638.818	241.544	1.880.362	- / -	1.880.362
Innenumsätze	36.264	1.797	38.061	9.210	47.271	-47.271	- / -
Recurring EBITDA	247.191	95.800	342.991	46.220	389.211	114	389.325

Segmentberichterstattung der ProSiebenSat.1 Group Q1-Q3 2008

Tsd Euro	Free-TV			Segment Diversifikation	Summe Segmente	Über- leitung	Summe Konzernabschluss Q1-Q3 2008
	Segment Free-TV deutschsprachig	Segment Free-TV International	Summe Free-TV				
Umsatzerlöse	1.251.970	570.132	1.822.102	407.702	2.229.804	-52.383	2.177.421
Außenumsatz	1.213.618	565.116	1.778.734	398.687	2.177.421	- / -	2.177.421
Innenumsätze	38.352	5.016	43.368	9.015	52.383	-52.383	- / -
Recurring EBITDA	215.215	122.694	337.909	55.853	393.762	1.488	395.250

Nachfolgend wird die Überleitung von der Segmentberichterstattung auf die Konzernwerte dargestellt:

Überleitungsrechnungen zur Segmentberichterstattung der ProSiebenSat.1 Group

Tsd Euro	Q3 2009	Q3 2008
Gewinn/Verlust		
Recurring EBITDA der berichtspflichtigen Segmente	94.351	101.934
den Segmenten nicht zurechenbare Posten	32	2.009
Zinselminierung	- / -	-605
Aufwands- und Ertragskonsolidierung	10	- / -
Zwischengewinneliminierung	-22	-192
Schuldenkonsolidierung	- / -	-57
Recurring EBITDA Konzernabschluss	94.371	103.089
Non Recurring Ergebnis	-32.019	-10.602
Finanzergebnis	-48.453	-78.869
Abschreibungen	-31.478	-31.884
Wertminderungen	-1.158	-1.717
Ergebnis vor Steuern	-18.737	-19.983

Überleitungsrechnungen zur Segmentberichterstattung der ProSiebenSat.1 Group

Tsd Euro	Q1-Q3 2009	Q1-Q3 2008
Gewinn/Verlust		
Recurring EBITDA der berichtspflichtigen Segmente	389.211	393.762
den Segmenten nicht zurechenbare Posten	202	1.893
Zinselminierung	- / -	-213
Zwischengewinneliminierung	-88	-192
Recurring EBITDA Konzernabschluss	389.325	395.250
Non Recurring Ergebnis	-59.309	-28.626
Finanzergebnis	-177.193	-201.628
Abschreibungen	-92.532	-103.717
Wertminderungen	-1.181	-1.717
Ergebnis vor Steuern	59.110	59.562

Nachstehend sind die Angaben auf Unternehmensebene der ProSiebenSat.1 Group zu finden. Dabei wird unterschieden nach deutschsprachigem Raum [Deutschland, Österreich, Schweiz], B/NL [Niederlande, Belgien], Nordic [Dänemark, Finnland, Norwegen, Schweden] und CEE [Bulgarien, Griechenland, Rumänien, Ungarn].

Angaben auf Unternehmensebene der ProSiebenSat.1 Group

geografische Aufteilung, Tsd Euro	deutschsprachig	B/NL	Nordic	CEE	Summe Konzernabschluss Q3 2009
Außenumsatz	377.613	85.809	72.670	23.329	559.421

Angaben auf Unternehmensebene der ProSiebenSat.1 Group

geografische Aufteilung, Tsd Euro	deutschsprachig	B/NL	Nordic	CEE	Summe Konzernabschluss Q3 2008
Außenumsatz	396.209	92.981	121.315	35.985	646.490

Angaben auf Unternehmensebene der ProSiebenSat.1 Group

geografische Aufteilung, Tsd Euro	deutschsprachig	B/NL	Nordic	CEE	Summe Konzernabschluss Q1-Q3 2009
Außenumsatz	1.292.066	271.155	237.748	79.393	1.880.362

Angaben auf Unternehmensebene der ProSiebenSat.1 Group

geografische Aufteilung, Tsd Euro	deutschsprachig	B/NL	Nordic	CEE	Summe Konzernabschluss Q1-Q3 2008
Außenumsatz	1.384.480	292.297	385.074	115.570	2.177.421

EVENTUALSCHULDEN UND SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN

Gegenüber den im Geschäftsbericht 2008 beschriebenen Haftungsverhältnissen und sonstigen finanziellen Verpflichtungen ergaben sich bis zum 30. September 2009 in der ProSiebenSat.1 Group keine wesentlichen Änderungen.

BEZIEHUNGEN ZU NAHE STEHENDEN PERSONEN UND UNTERNEHMEN

Die im Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2008 dargestellten Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen gelten unverändert. 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.

Die Einführung eines zusätzlichen Management Incentive Plans (MIP) für bestimmte Mitglieder des Managements der ProSiebenSat.1 Media AG führte nach IFRS 2 zu keiner Ergebnisauswirkung, da das wahrscheinlichste Ausübungsszenario eine Gewährung von Eigenkapital-Instrumenten vorsieht.

AKTIENOPTIONSPLAN

Im Rahmen des Longterm Incentive Plans 2008 (LTIP 2008) wurden im Juli 2009 weitere 2.795.000 Aktienoptionen (Cycle 2009) an Mitglieder des Vorstands der ProSiebenSat.1 Media AG sowie weiteren ausgewählten Führungskräften der ProSiebenSat.1 Media AG und von ihr abhängigen Tochterunternehmen ausgegeben.

AKTIENRÜCKKAUF SOWIE NEUERMÄCHTIGUNG DURCH DIE HAUPTVERSAMMLUNG IM 1. HALBJAHR 2009

In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahrs 2009 hat die ProSiebenSat.1 Media AG 4.900.000 auf den Inhaber lautende stimmrechtslose Vorzugsaktien zu einem Durchschnittskurs von 3,14 Euro über die Börse zurückgekauft. Die Hauptversammlung vom 4. Juni 2009 hat den Vorstand darüber hinaus ermächtigt, für einen Zeitraum bis zum 3. Dezember 2010 Stammaktien und/oder Vorzugsaktien von insgesamt bis zu 10 Prozent des im Zeitpunkt der Erteilung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals der Gesellschaft zu erwerben.

DIVIDENDENAUSSCHÜTTUNG

Am 5. Juni 2009 wurden 2.075 Tsd Euro an Dividenden für das Geschäftsjahr 2008 an Vorzugsaktionäre ausgeschüttet. Dies entspricht einer Ausschüttung von 0,02 Euro je Vorzugsaktie.

WESENTLICHE EREIGNISSE NACH DER ZWISCHENBERICHTSPERIODE

Für die ProSiebenSat.1 Media Group sind nach dem Ende der Berichtsperiode zum 30. September 2009 bis zur Veröffentlichung dieses Konzern - Zwischenabschlusses keine Ereignisse von besonderer Bedeutung eingetreten.

4. November 2009

Der Vorstand

Finanzkalender

04.03.2010 Pressekonferenz/IR-Konferenz anlässlich der vorläufigen Zahlen 2009

30.03.2010 Geschäftsbericht 2009

06.05.2010 Quartalsbericht Q1 2010

29.06.2010 Ordentliche Hauptversammlung 2010

05.08.2010 Halbjahresfinanzbericht 2010

11.11.2010 Quartalsbericht Q3 2010

Impressum

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

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>.

Zukunftsgerichtete Aussagen. Dieser Bericht beinhaltet zukunftsgerichtete Aussagen über die ProSiebenSat.1 Media AG und die ProSiebenSat.1 Group, die mitunter durch Verwendung der Begriffe „erwarten“, „beabsichtigen“, „planen“, „annehmen“, „das Ziel verfolgen“ und ähnliche Formulierungen kenntlich gemacht werden. Eine Vielzahl von Faktoren, von denen zahlreiche außerhalb des Einflussbereichs der ProSiebenSat.1 Media AG liegen, beeinflussen die Geschäftsaktivitäten, den Erfolg, die Geschäftsstrategie und die Ergebnisse der ProSiebenSat.1 Media AG. Zukunftsorientierte Aussagen sind keine historischen Fakten und beinhalten daher bekannte und unbekannt Risiken, Unsicherheiten und andere wichtige Faktoren, die dazu führen könnten, dass die tatsächlichen Ergebnisse von den erwarteten Ergebnissen abweichen. Diese in die Zukunft gerichteten Aussagen beruhen auf gegenwärtigen Plänen, Zielen, Schätzungen und Prognosen und berücksichtigen Erkenntnisse nur bis einschließlich des Datums der Erstellung dieses Berichts. In Anbetracht dieser Risiken, Ungewissheiten sowie anderer wichtiger Faktoren übernimmt die ProSiebenSat.1 Media AG keine Verpflichtung und beabsichtigt auch nicht, derartige zukunftsgerichtete Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse und Entwicklungen anzupassen. Obwohl mit größtmöglicher Sorgfalt sichergestellt wird, dass die hierin bereitgestellten Informationen und Fakten zutreffend und die Meinungen und Erwartungen angemessen sind, wird keine Haftung oder Garantie auf Vollständigkeit, Richtigkeit, Angemessenheit und/oder Genauigkeit jeglicher hier enthaltenen Informationen und Meinungen übernommen.

ProSiebenSat.1 Group

Medienallee 7

85774 Unterföhring

www.ProSiebenSat1.com
