



ProSiebenSat.1
Media SE



CONNECTING



Quartalsmitteilung
für das 3. Quartal und die
ersten neun Monate 2017



THE DOTS

Inhaltsverzeichnis

- 02 ProSiebenSat.1 und 9M 2017 auf einen Blick
- 03 Ergebnisse und Prognosen

KONZERNZWISCHENLAGEBERICHT

04 **Wirtschaftsbericht: Q3 2017**

- 04 Wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen
- 07 Wesentliche Einflussfaktoren auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage
- 10 Ertragslage des Konzerns
- 15 Geschäftsentwicklung der Segmente
- 18 Finanz- und Vermögenslage des Konzerns

23 **Risiko- und Chancenbericht**

24 **Prognosebericht**

- 24 Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen
- 25 Unternehmensausblick

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

- 26 **Gewinn- und Verlustrechnung**
- 27 **Gesamtergebnisrechnung**
- 28 **Bilanz**
- 29 **Kapitalflussrechnung**
- 30 **Eigenkapitalveränderungsrechnung**
- 31 **Anhang**

WEITERE INFORMATIONEN

- 44 Impressum
- 44 Finanzkalender

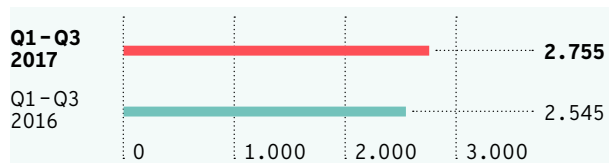
ÜBER DIE PROSIEBENSAT.1 GROUP

Die ProSiebenSat.1 Group hat die ersten neun Monate 2017 mit einem Umsatzwachstum von 8 Prozent auf 2.755 Mio Euro abgeschlossen. Gleichzeitig hat der Konzern auch seine relevanten Ergebnisgrößen gesteigert: Das adjusted EBITDA erhöhte sich um 6 Prozent auf 661 Mio Euro, der bereinigte Konzernüberschuss stieg um 7 Prozent auf 331 Mio Euro (Vorjahr: 311 Mio Euro). Wichtigster Wachstumstreiber war erneut das Commerce-Portfolio. ProSiebenSat.1 generierte zum Abschluss der Neunmonatsperiode bereits 52 Prozent der Umsätze außerhalb des TV-Werbe-geschäfts (Vorjahr: 46%). Das Unternehmen beschäftigt durchschnittlich 6.446 Mitarbeiter, wichtigster Umsatzmarkt ist Deutschland. Dort ist die ProSiebenSat.1-Aktie seit März 2016 im Leitindex DAX notiert.

Die ProSiebenSat.1 Group zählt zu den erfolgreichsten unabhängigen Medienunternehmen in Europa mit einer starken Präsenz im TV- und Digitalmarkt. Werbefinanziertes Free-TV ist das Kerngeschäft; hier ist der Konzern führend im deutschen TV-Markt. Gleichzeitig treibt der Konzern die digitale Transformation voran und diversifiziert sein Portfolio. Dazu nutzt er seinen Wettbewerbsvorteil und hebt Synergien, die sich aus der Vernetzung des reichweitenstarken TV-Repertoires mit digitalen Unterhaltungsangeboten ergeben. Schon heute ist ProSiebenSat.1 auch im Internet Deutschlands führender Bewegtbild-Vermarkter und einer der erfolgreichsten Anbieter für digitales Entertainment. Das Internet verändert jedoch nicht nur die Unterhaltungsindustrie, digitale Medien beeinflussen auch das Konsumentenverhalten. Deshalb hat ProSiebenSat.1 in den vergangenen Jahren ein erfolgreiches Commerce-Geschäft aus digitalen Plattformen aufgebaut, das inzwischen der größte Wachstumstreiber ist. Dieses Broadcasting, Digital Entertainment und Commerce-Portfolio komplettiert ein internationales Produktions- und Vertriebsnetzwerk. Damit steht ProSiebenSat.1 auf einer breit diversifizierten Umsatz- und Ergebnisbasis.

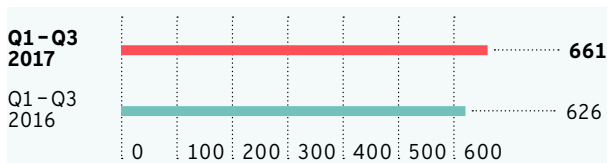
Umsatzerlöse

in Mio Euro

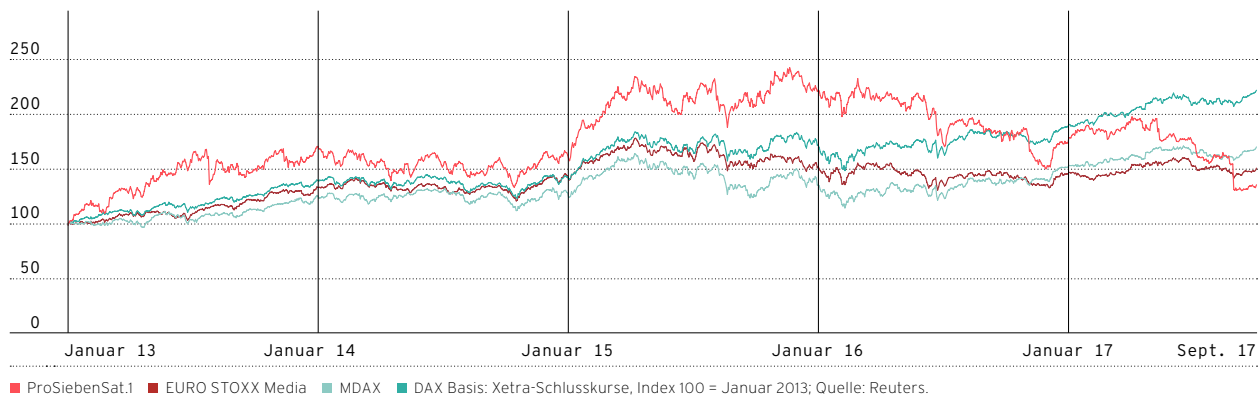


Recurring EBITDA¹

in Mio Euro



Kursentwicklung der ProSiebenSat.1-Aktie



Alle Angaben beziehen sich auf die fortgeführten Aktivitäten.

¹ Seit 01.01.2017 Umbenennung des recurring EBITDA in adjusted EBITDA.

ERGEBNISSE 2016

+17%	Umsatz 3.799 Mio Euro
+3%	Broadcasting German-speaking 2.210 Mio Euro
+19%	Digital Entertainment 442 Mio Euro
+65%	Digital Ventures & Commerce 768 Mio Euro
+38%	Content Production & Global Sales 362 Mio Euro

+10%	Recurring EBITDA¹ 1.018 Mio Euro
+3%	Broadcasting German-speaking 760 Mio Euro
-1%	Digital Entertainment 37 Mio Euro
+33%	Digital Ventures & Commerce 180 Mio Euro
+87%	Content Production & Global Sales 47 Mio Euro

+10%	Bereinigter Konzernüberschuss¹ 513 Mio Euro
-------------	--

1,9	Verschuldungsgrad
------------	--------------------------

28,0%	Deutscher TV-Zuschauermarkt²
--------------	--

Alle Angaben beziehen sich auf die fortgeführten Aktivitäten.

PROGNOSEN 2017

Mittlerer einstelliger Anstieg

Stabil

Stabil

Deutlicher Anstieg

Mittlerer einstelliger Rückgang

Leichter Anstieg

Stabil

Deutlicher Rückgang

Deutlicher Anstieg

Mittlerer bis hoher einstelliger Rückgang

Leichter Anstieg

1,5 - 2,5

Führende Position auf hohem Niveau

¹ Seit 01.01.2017 Umbenennung in adjusted EBITDA bzw. adjusted net income. Detaillierte Informationen enthält der Geschäftsbericht 2016 auf den Seiten 73 und 74.

² Werberelevante Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen.

A. KONZERNZWISCHENLAGEBERICHT

Wirtschaftsbericht: Q3 2017



Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen in dieser Quartalsmitteilung nicht genau zur angegebenen Summe addieren lassen und dass dargestellte Prozentangaben nicht genau die absoluten Zahlen widerspiegeln, auf die sie sich beziehen.

Wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen

Entwicklung der Zuschauermarktanteile und Nutzerzahlen

Die ProSiebenSat.1 Group betreibt in Deutschland, Österreich und der Schweiz werbefinanzierte Free-TV-Sender und bietet diese sowohl in SD- als auch in HD-Qualität an (Abb. 1). In Deutschland haben die TV-Sender der ProSiebenSat.1 Group und der RTL Mediengruppe Deutschland die höchste Reichweite (Zuschauer 14 bis 49 Jahre).

Zuschauermarktanteile der ProSiebenSat.1 Group nach Ländern (Abb. 1)

in Prozent	Q3 2017	Q3 2016	Q1-Q3 2017	Q1-Q3 2016
Deutschland	26,3	27,5	26,7	27,8
Österreich	27,8	22,7	27,4	23,0
Schweiz	17,8	17,2	17,3	17,4

Werte beziehen sich auf 24 Stunden (Mo - So). **Deutschland:** SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx, SAT.1 Gold, ProSieben MAXX, kabel eins Doku (seit 22.09.2016); werberelevante Zielgruppe E 14-49; Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK/TV Scope 6.1/SevenOne Media Committees Representation. **Österreich:** Basis: Österreich, alle Ebenen; Zeitraum: 01.01.-30.09.2017 (endgültig gewichtet); E 12-49; SAT.1 Österreich, ProSieben Austria, kabel eins Austria, PULS 4, sixx Austria, ProSieben MAXX Austria, SAT.1 Gold Österreich, kabel eins Doku Österreich (ab 22.09.2016), ATV + ATV 2 (ab 07.04.2017 bei ProSiebenSat.1 PULS 4, davor eigenständige Gruppe); Quelle: AGTT/GfK: Fernsehforschung/Evogenius Reporting (KR). **Schweiz:** SAT.1 Schweiz, ProSieben Schweiz, kabel eins Schweiz, sixx Schweiz, SAT.1 Gold Schweiz, ProSieben MAXX Schweiz, Puls 8 (seit 08.10.2015); werberelevante Zielgruppe E 15-49; Marktanteile beziehen sich auf die deutsche Schweiz, D - CH; Quelle: Mediapulse TV Panel.

Im Kernmarkt Deutschland ist der ProSiebenSat.1-Konzern mit seinen sieben Free-TV-Sendern Marktführer. Das Wettbewerbsumfeld im deutschen Free-TV-Markt hat sich wie erwartet intensiviert: ProSieben und SAT.1 zählen zu den reichweitenstärksten Sendern, hinzugekommen sind in den vergangenen Jahren jedoch zahlreiche neue Special-Interest-Sender. Vor diesem Hintergrund belief sich der gemeinsame Marktanteil der Sendergruppe im dritten Quartal 2017 auf 26,3 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern (Vorjahr: 27,5%). Die von der IP Deutschland vermarkteten Sender (RTL, VOX, n-tv, Super RTL, RTL Nitro, RTLplus) kamen auf einen Marktanteil von 24,7 Prozent (Vorjahr: 24,4%).

Zuschauermarktanteile der ProSiebenSat.1-Sender in Deutschland (Abb. 2)

Zielgruppe 14 - 49 Jahre

in Prozent	Q3 2017	Q3 2016
SAT.1	8,0	8,6
ProSieben	8,9	9,9
kabel eins	4,8	5,1
sixx	1,2	1,4
SAT.1 Gold	1,6	1,5
ProSieben MAXX	1,5	1,1
kabel eins Doku ¹	0,4	-/-

Relevanzzielgruppen

in Prozent	Q3 2017	Q3 2016
SAT.1: Erwachsene 14 - 59 Jahre	8,0	8,5
ProSieben: Erwachsene 14 - 39 Jahre	11,9	13,5
kabel eins: Erwachsene 14 - 49 Jahre	4,8	5,1
sixx: Frauen 14 - 39 Jahre	1,7	2,2
SAT.1 Gold: Frauen 40 - 64 Jahre	2,6	2,8
ProSieben MAXX: Männer 14 - 39 Jahre	3,0	2,1
kabel eins Doku ¹ : Männer 40 - 64 Jahre	0,5	-/-

¹ kabel eins Doku seit 22.09.2016.

Werte beziehen sich auf 24 Stunden (Mo - So). SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx, SAT.1 Gold, ProSieben MAXX, kabel eins Doku; Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK/TV Scope 6.1/SevenOne Media Committees Representation.



Geschäftsentwicklung
der Segmente, Seite 15.

Im April 2017 hat die ProSiebenSat.1 Group die österreichische Sendergruppe ATV erworben. Vor diesem Hintergrund steigerte ProSiebenSat.1 PULS 4 in Österreich den gemeinsamen Zuschauermarktanteil bei den 12- bis 49-Jährigen auf 27,8 Prozent (Vorjahr: 22,7%). Davon entfiel auf die Sender ATV und ATV2 ein gemeinsamer Marktanteil von 5,1 Prozent. Die ProSiebenSat.1-Sender in der Schweiz steigerten ihren Gruppenmarktanteil im dritten Quartal 2017 auf 17,8 Prozent (Vorjahr: 17,2%) bei den 15- bis 49-jährigen Zuschauern.



Weitere Informationen zur
Überarbeitung der neuen
Segmentstruktur wird der
Konzern am 6. Dezember 2017
auf seinem Kapitalmarkttag
veröffentlichen.

ProSiebenSat.1 verfolgt eine komplementäre Mehrsenderstrategie. Mit diesem Multi-Channel-Ansatz gewinnt der Konzern neue Zuschauer und bietet der Werbewirtschaft zugleich zusätzliche Umfeldler zur Zielgruppenansprache. Neben dem Ausbau des TV-Angebots hat das Unternehmen ein erfolgreiches Portfolio aus Digitalplattformen etabliert, das ProSiebenSat.1 in Zukunft noch stärker mit dem TV-Geschäft verknüpfen wird. Auf Basis der von der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) zuletzt veröffentlichten Daten von August 2017 erreichten die vom ProSiebenSat.1-Werbezeitenvermarkter SevenOne Media betreuten Web-Angebote in Deutschland rund 37 Mio Unique User (Vormonat: rund 36 Mio Unique User). Studio71 zählte mit rund 22 Mrd Video Views im dritten Quartal 2017 (Vorjahr: rund 16 Mrd Video Views) weltweit zu den größten Multi-Channel-Networks (MCN).



Ertragslage des
Konzerns, Seite 10.

Durch crossmediale Vermarktungsmodelle im TV und auf digitalen Plattformen stärkt der Konzern die Zuschauerbindung und baut seine Reichweite aus. Zugleich eröffnen sich durch die Digitalisierung zusätzliche Erlösmodelle. So partizipiert ProSiebenSat.1 im Free-TV-Geschäft beispielsweise an technischen Freischaltentgelten, die Endkunden für Programme in HD-Qualität an die jeweiligen Anbieter entrichten. Die HD-Nutzerzahl steigt seit 2012 kontinuierlich und lag im dritten Quartal 2017 bei 8,4 Mio Nutzern (Vorjahr: 6,9 Mio). Das Pay-Video-on-Demand (Pay-VoD)-Portal maxdome generiert zudem Umsätze aus Abonnements (SVoD) und Einzelabrufen. maxdome zählt zu den drei größten Online-Videotheken im deutschen Markt und hat über 1 Mio Nutzer.



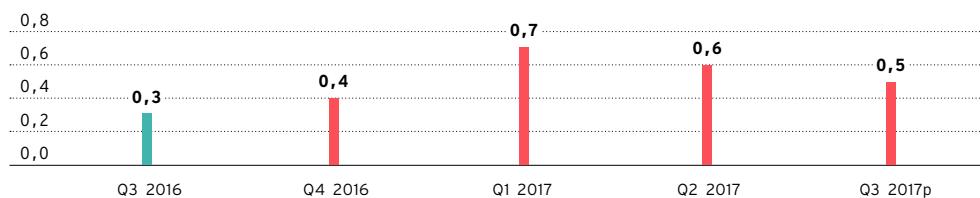
Künftige wirtschaftliche
und branchenspezifische
Rahmenbedingungen,
Seite 24.

Entwicklung von Konjunktur und Werbemarkt

Für das dritte Quartal 2017 rechnen die führenden Wirtschaftsforschungsinstitute der Gemeinschaftsdiagnose mit einem Konjunkturwachstum von real 0,5 Prozent gegenüber dem Vorquartal. Im zweiten Quartal ist die deutsche Wirtschaft um 0,6 Prozent gewachsen (Abb. 3).

Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts in Deutschland (Abb. 3)

in Prozent, Veränderung gegenüber Vorquartal



Verkettet, preis-, saison- und kalenderbereinigt; Quellen: Gemeinschaftsdiagnose Herbst 2017; p = Prognose.

Im ersten Halbjahr 2017 kamen die wesentlichen Wachstumsimpulse vom privaten Konsum, der von günstigen Arbeitsmarkt- und Einkommensbedingungen profitierte. Er erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum real um 1,7 Prozent. Dieser Trend wird sich im dritten Quartal voraussichtlich fortsetzen. Ein Indikator ist der Einzelhandelsumsatz, der von Januar bis August mit real plus 3,0 Prozent gewachsen ist; er macht rund ein Viertel des privaten Konsums aus. Besonders dynamisch entwickelte sich dabei der Internet- und Versandhandel (real: +8,8%). Darüber hinaus dürften auch die Bau- und Ausrüstungsinvestitionen die deutsche Wirtschaft weiterhin stützen.

Trotz positiver markoökonomischer Daten entwickelte sich der deutsche TV-Werbemarkt im dritten Quartal 2017 wie erwartet rückläufig: Laut Nielsen Media Research sind die Brutto-TV-Werbeinvestitionen um 2,5 Prozent auf 3,161 Mrd Euro gesunken (Vorjahr: 3,241 Mrd Euro). Auf Neunmonatssicht zeigte sich der Markt stabil mit 10,135 Mrd Euro (Vorjahr: 10,107 Mrd Euro).

Auf Netto-Umsatzbasis entwickelte sich der Gesamtwerbemarkt in der Quartals- und Neunmonatsperiode aus Sicht von ProSiebenSat.1 unter Vorjahr. Ursache hierfür sind insbesondere branchenspezifische Effekte: So sind im laufenden Jahr verschiedene, für den TV-Werbemarkt wichtige Branchen einer zunehmenden Konsolidierung sowie einem steigenden Kostendruck ausgesetzt. Die aktuelle Dieselthematik etwa beeinflusste die TV-Werbeinvestitionen der Automobilbranche negativ. Darüber hinaus wirkten sich die rückläufigen TV-Werbemarktanteile der ProSiebenSat.1 Group auf die TV-Werbeerlöse des Konzerns aus. Die Internalisierung von Parship und ElitePartner beeinflusste die Umsatzentwicklung von ProSiebenSat.1 ebenfalls: Akquisitionsbedingt werden die zuvor als Außenumsatz ausgewiesenen TV-Werbeerlöse der PARSHIP ELITE Group nun als interner Umsatz erfasst.

 Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen, Seite 24.

 Unternehmensausblick, Seite 25.

 Geschäftsentwicklung der Segmente, Seite 15.

ProSiebenSat.1 ist Marktführer im deutschen TV-Werbemarkt (Abb. 4 und Abb. 5) und erwirtschaftete laut Nielsen Media Research im dritten Quartal 2017 TV-Werbeinnahmen von 1,303 Mrd Euro brutto (Vorjahr: 1,448 Mrd Euro). Auf Neunmonatssicht erzielte das Unternehmen Brutto-Werbeinnahmen von 4,171 Mrd Euro (Vorjahr: 4,359 Mrd Euro). Daraus resultierte für das dritte Quartal und den Neunmonatszeitraum jeweils ein Werbemarktanteil von 41,2 Prozent (Q3 2016: 44,7%; Q1-Q3 2016: 43,1%).

TV-Werbemärkte in Deutschland, Österreich und der Schweiz auf Brutto-Basis (Abb. 4)

in Prozent	Entwicklung des TV-Werbemarkts Q3 2017 Abweichung vs. Vorjahr	Marktanteile ProSiebenSat.1 Q3 2017	Marktanteile ProSiebenSat.1 Q3 2016
Deutschland	-2,5	41,2	44,7
Österreich	+7,0	41,8	37,8
Schweiz	+2,9	27,7	26,4

TV-Werbemärkte in Deutschland, Österreich und der Schweiz auf Brutto-Basis

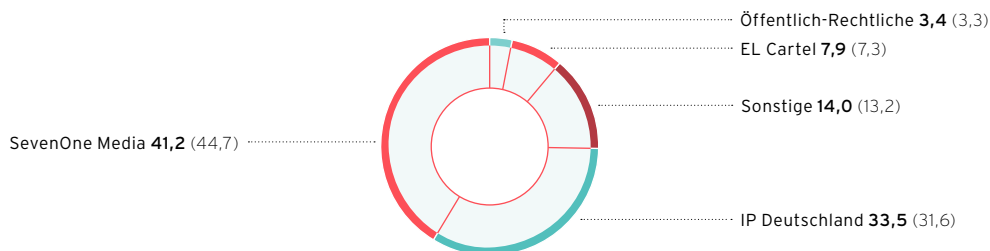
in Prozent	Entwicklung des TV-Werbemarkts Q1-Q3 2017 Abweichung vs. Vorjahr	Marktanteile ProSiebenSat.1 Q1-Q3 2017	Marktanteile ProSiebenSat.1 Q1-Q3 2016
Deutschland	+0,3	41,2	43,1
Österreich	+5,1	40,2	36,7
Schweiz	-2,0	28,2	27,0

Deutschland: Brutto, Nielsen Media. **Österreich:** Brutto, Media Focus.

Schweiz: Die Werbemarktanteile beziehen sich auf die deutsche Schweiz, brutto, Media Focus.

Marktanteile deutscher Brutto-TV-Werbemarkt (Abb. 5)

in Prozent, Vorjahreswerte Q3 2016 in Klammern

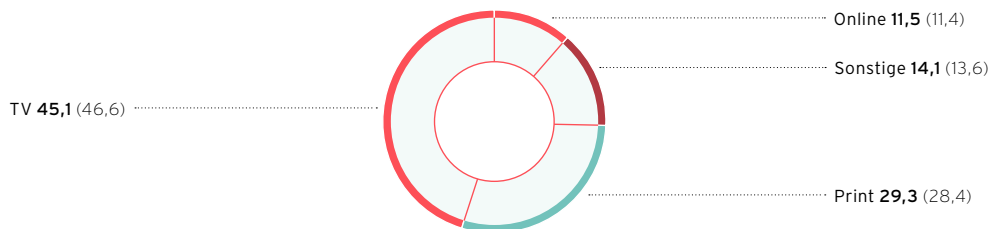


Quelle: Nielsen Media Research.

Fernsehen ist das Medium mit der höchsten Reichweite in Deutschland und hat daher im intermedialen Vergleich auch für die Werbewirtschaft die höchste Relevanz: Im dritten Quartal 2017 flossen 45,1 Prozent der Brutto-Werbeinvestitionen in TV-Werbung (Vorjahr: 46,6%) (Abb. 6). In der Neunmonatsperiode lag dieser Wert bei 46,6 Prozent (Vorjahr: 47,1%).

Media-Mix deutscher Brutto-Werbemarkt (Abb. 6)

in Prozent, Vorjahreswerte Q3 2016 in Klammern



Quelle: Nielsen Media Research.

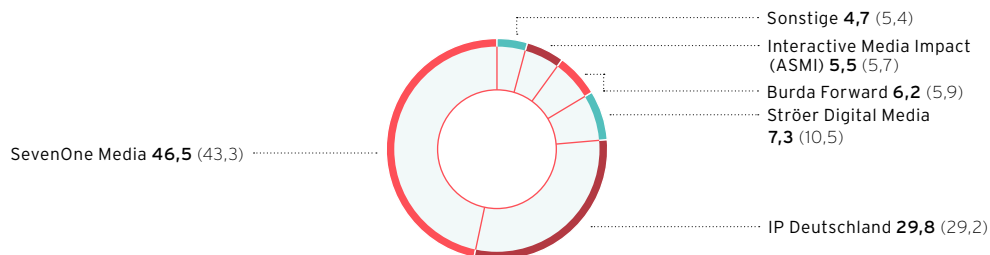


Nielsen Media Research weist für den Online-Werbemarkt in Deutschland Brutto-Zahlen aus, u. a. exklusive Google/YouTube, Facebook.

Die Werbebudgets für InStream-Videoanzeigen entwickeln sich weiter dynamisch: Im dritten Quartal 2017 stieg das Marktvolumen in Deutschland um 18,2 Prozent auf 143,9 Mio Euro brutto (Vorjahr: 121,7 Mio Euro), im Neunmonatszeitraum um 9,0 Prozent auf 440,5 Mio Euro (Vorjahr: 404,2 Mio Euro). Dabei handelt es sich um Bewegtbild-Werbeformen im Internet, die vor, nach oder während eines Video-Streams gezeigt werden. Aus ihrer Vermarktung erwirtschaftete die ProSiebenSat.1 Group im dritten Quartal einen Brutto-Umsatz von 66,9 Mio Euro (Vorjahr: 52,7 Mio Euro). Dies entspricht einem Zuwachs von 26,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr und einem führenden Marktanteil von 46,5 Prozent (Vorjahr: 43,3%) (Abb. 7). In der Neunmonatsperiode generierte der Konzern 194,5 Mio Euro (Vorjahr: 168,1 Mio Euro) aus der Vermarktung von InStream-Videoanzeigen; daraus resultiert ein Werbemarktanteil von 44,2 Prozent (Vorjahr: 41,6%). Insgesamt stiegen die Investitionen in Online-Werbeformen im dritten Quartal um 1,5 Prozent auf 807,3 Mio Euro (Vorjahr: 795,0 Mio Euro); von Januar bis September 2017 betrug sie 2,424 Mrd Euro (Vorjahr: 2,376 Mrd Euro). Der Online-Werbemarkt umfasst neben InStream-Videos auch Display Ads wie klassische Banner und Buttons.

Marktanteile deutscher Brutto-Online-Werbemarkt für InStream-Videoanzeigen (Abb. 7)

in Prozent, Vorjahreswerte Q3 2016 in Klammern



Quelle: Nielsen Media Research.

Die Werbemarktdaten von Nielsen Media Research sind wichtige Indikatoren für eine objektive Bewertung der Werbemarktentwicklung. Dennoch erlauben Brutto-Daten nur bedingt Rückschlüsse auf die tatsächlichen Werbeeinnahmen, da sie weder Rabatte und Eigenwerbung noch Agenturprovisionen berücksichtigen. Zudem beinhalten die Zahlen für TV auch Werbespots aus Media-for-Revenue-Share- und Media-for-Equity-Geschäften. Die US-Digitalkonzerne sind in den Nielsen-Zahlen ebenfalls nicht reflektiert.

Wesentliche Einflussfaktoren auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Auswirkungen der Rahmenbedingungen auf den Geschäftsverlauf

Die Umsatz- und Ergebnisentwicklung liegt im Rahmen unserer zuletzt angepassten Erwartungen. So hat die ProSiebenSat.1 Group das dritte Quartal 2017 trotz der verhaltenen Entwicklung des Werbemarkts mit einem Umsatzplus von 3 Prozent auf 883 Mio Euro abgeschlossen (Vorjahr: 857 Mio Euro). Das adjusted EBITDA ist um Sondereffekte bereinigt und war wie erwartet stabil; es betrug 202 Mio Euro (Vorjahr: 202 Mio Euro). Vor dem Hintergrund der Entwicklung des TV-Werbe-geschäfts



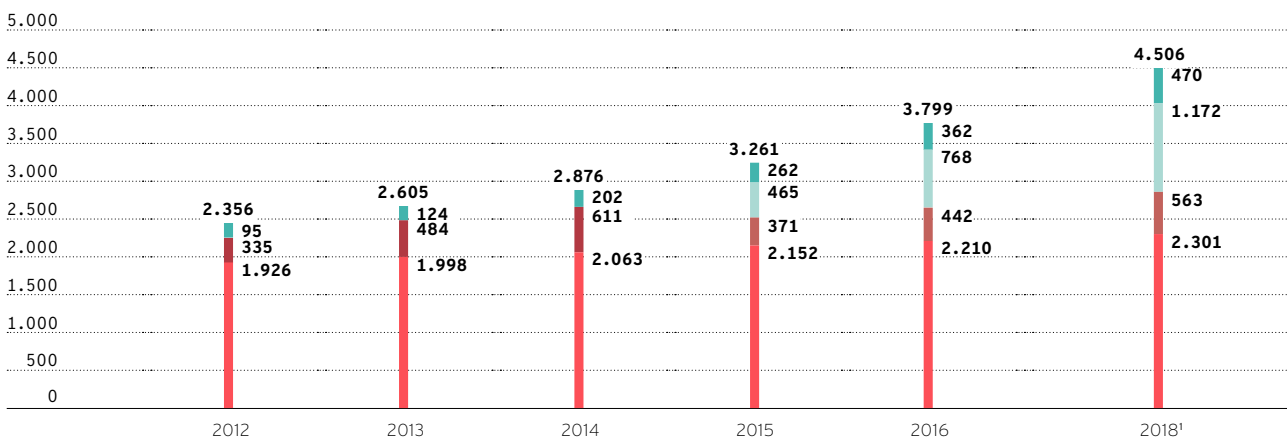
hatte die ProSiebenSat.1 Group im August ihre Prognose für den TV-Werbemarkt angepasst. Für das dritte Quartal hatte ProSiebenSat.1 einen Umsatzrückgang im Segment Broadcasting German-speaking im mittleren einstelligen Prozentbereich erwartet. Gleichzeitig ist das Unternehmen weiterhin dynamisch in Bereichen außerhalb von TV-Werbung gewachsen.

Unsere Vision ist, ProSiebenSat.1 in den kommenden Jahren zu einem führenden Omnichannel Entertainment & Commerce Brand Powerhouse mit internationaler Präsenz auszubauen. Die ProSiebenSat.1 Group treibt deshalb die Transformation von einem klassischen TV-Unternehmen zu einem Digitalkonzern mit einem diversifizierten Geschäftsportfolio konsequent voran. Im Free-TV-Segment hat sich der Konzern beispielsweise über die Distribution von Sendern in HD-Qualität ein zusätzliches Geschäftsmodell mit konjunkturunabhängigen und deutlich wachsenden Umsätzen erschlossen. Die zunehmende Bedeutung digitaler Übertragungswege eröffnet uns neue Refinanzierungsmodelle und Wachstumschancen. Daher verfolgt ProSiebenSat.1 eine digitale Entertainment-Strategie und bietet den Zuschauern Inhalte auch online oder on-Demand an. Die Digitalisierung verändert jedoch nicht nur das Mediennutzungsverhalten; die hohe Relevanz des Internets beeinflusst das gesamte Konsumverhalten: Angeregt durch TV-Werbung hat beispielsweise fast die Hälfte aller Deutschen bereits ein Produkt im Internet gekauft. Aus diesem Grund investiert ProSiebenSat.1 in Commerce-Angebote, die eine breite Masse adressieren und deren Produktwelten für Bewegtbild-Werbung besonders geeignet sind. Den Erfolg dieser Strategie misst das Unternehmen an Umsatz- und Ergebniszielen, die der Konzern für jedes Segment definiert hat.

Im Hinblick auf seine Ziele bis Ende 2018 hat ProSiebenSat.1 zum Quartalsende 77 Prozent seines mittelfristigen Umsatzziels erreicht (Abb. 8). Wichtigster Wachstumstreiber war das Segment Digital Ventures & Commerce. 46 Prozent bzw. 404 Mio Euro des Konzernumsatzes erwirtschaftete ProSiebenSat.1 im dritten Quartal 2017 aus Bewegtbild-Werbung im TV (Vorjahr: 50% bzw. 425 Mio Euro); auf den deutschen Markt entfielen davon 87 Prozent (Vorjahr: 89%).

Umsatzwachstumsziele 2018 (Abb. 8)

in Mio Euro



Zielerreichung Q3 2017	Broadcasting German-speaking	Digital Entertainment	Digital Ventures & Commerce	Content Production & Global Sales	ProSiebenSat.1 Group
in Mio Euro	269	212	861	287	1.653
in Prozent	72	63	81	77	77

— = Content Production & Global Sales
— = Digital Ventures & Commerce
— = Digital Entertainment
— = Broadcasting German-speaking
— = Digital & Adjacent

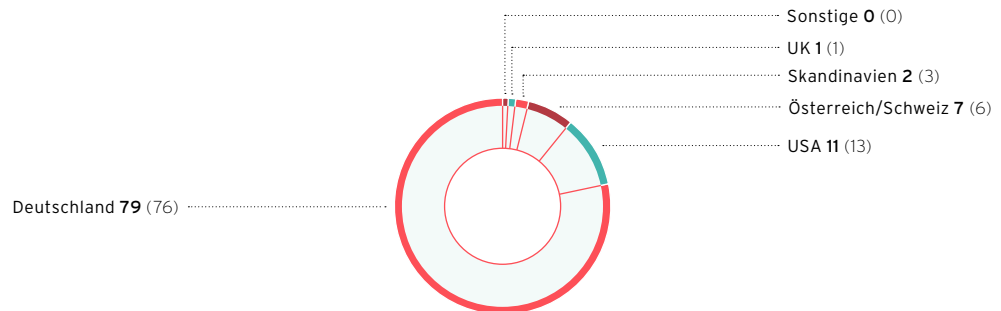
Externe Segment-Umsatzerlöse und Konzernumsatz aus fortgeführten Aktivitäten.
¹ Wachstumsziele

Während makroökonomische Rahmenbedingungen sowie branchenspezifische und strukturelle Effekte unsere Geschäftsentwicklung deutlich beeinflussen können, haben Wechselkursschwankungen keine materiellen Auswirkungen auf die finanzielle Situation des Konzerns. ProSiebenSat.1

ist zwar international aufgestellt, das Unternehmen generiert den Großteil seiner Umsätze jedoch in Deutschland und damit in der Eurozone (Abb. 9). Weitere Ausführungen hierzu, und insbesondere zum Einsatz derivativer Finanzinstrumente, enthält der Geschäftsbericht 2016 auf Seite 159.

Umsatz nach Regionen (Abb. 9)

in Prozent, Vorjahreswerte Q3 2016 in Klammern



Anhang, Ziffer 3
„Akquisitionen, Verkäufe
und sonstige Transaktionen
im Zusammenhang mit
Tochterunternehmen“, Seite 34.

Änderungen im Konsolidierungskreis

ProSiebenSat.1 verfolgt ein aktives Portfoliomanagement mit dem Ziel, Synergien durch die Vernetzung der Geschäftsbereiche und insbesondere von TV- und Digitalangeboten zu heben. Dazu analysiert der Konzern regelmäßig sein Portfolio und bewertet das mögliche Synergiepotenzial. Bestandteil dieser M&A-Strategie sind auch Desinvestitionen: Vor diesem Hintergrund hat der Konzern im Juni 2017 die Anteile an der eTRAVELi Holding AB an den internationalen Finanzinvestor CVC Capital Partners verkauft. Die Transaktion wurde im dritten Quartal 2017 abgeschlossen; die Gesellschaft wird seitdem nicht mehr im Konsolidierungskreis berücksichtigt. Zudem hat ProSiebenSat.1 einen Großteil des Media-for-Equity-Portfolios an den US-amerikanischen Private Equity Fonds Lexington Partners veräußert; der Verkauf wurde ebenfalls im dritten Quartal 2017 abgeschlossen. Dabei wurden ausgewählte Minderheitsbeteiligungen von SevenVentures und anderen Konzerngesellschaften an den neu gegründeten Fonds Crosslantic Capital übertragen. An diesem ist SevenVentures als strategischer Medienpartner mit einem Minderheitsanteil von ca. 24,5 Prozent beteiligt. Ein Großteil der Beteiligungen ist seit dem dritten Quartal nicht mehr im Konzernabschluss enthalten.

Anhang, Ziffer 11
„Ereignisse nach der
Zwischenberichtsperiode“,
Seite 43.

Gleichzeitig hat ProSiebenSat.1 sein Geschäft durch strategische Akquisitionen gestärkt und im Juni 2017 die Mehrheit an der Jochen Schweizer GmbH übernommen, einem führenden Anbieter für Erlebnisgeschenke in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Mit wirtschaftlicher Wirkung zum 16. Oktober 2017 hält die ProSiebenSat.1 Group einen Anteil von 90 Prozent an der neu gegründeten Jochen Schweizer mydays Holding GmbH. Die Erweiterung des Commerce-Portfolios durch die Marke und Kompetenz von Jochen Schweizer und deren Omnichannel-Positionierung ergänzt das bestehende Geschäft von ProSiebenSat.1 komplementär und liefert die Basis für weiteres Wachstum und Synergien.

Ertragslage des Konzerns

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im dritten Quartal 2017

Überleitung Gewinn- und Verlustrechnung (Abb. 10)


in Mio Euro	Q3 2017 IFRS	Adjust- ments	Q3 2017 Adjusted
Umsatzerlöse	883	-/-	883
Gesamtkosten	-1.016	-295	-721
davon operative Kosten	-685	-/-	-685
davon Abschreibungen ¹	-108	-72	-36
Sonstige betriebliche Erträge	307	302	5
Betriebsergebnis (EBIT)	174	7	166
Finanzergebnis	-41	-21	-21
Ergebnis vor Steuern	132	-13	145
Ertragsteuern	-5	35	-41
Konzernergebnis fortgeführter Aktivitäten	127	22	104
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten nach Steuern	-/-	-/-	-/-
KONZERNERGEBNIS	127	22	104
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Ergebnis	122	24	99 ²
Ergebnisanteil anderer Gesellschafter	4	-2	6
Ergebnis vor Steuern	132	-13	145
Finanzergebnis	-41	-21	-21
Betriebsergebnis (EBIT)	174	7	166
Abschreibungen	-108	-72	-36
davon Kaufpreisallokationen	-45	-45	-/-
EBITDA	281	79	202³

¹ Abschreibungen und Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

Die ProSiebenSat.1 Group verwendet mit dem adjusted net income (**2**) und dem adjusted EBITDA (**3**) auch sogenannte Non-IFRS-Kennzahlen. Mit Beginn des Geschäftsjahres 2017 veröffentlicht ProSiebenSat.1 hierzu eine um bestimmte Einflüsse bereinigte vollständige Ergebnisrechnung. Diese Veröffentlichung berücksichtigt die Entwicklung in der Berichtspraxis zu Non-IFRS-Kennzahlen sowie die erhöhten regulatorischen Transparenzanforderungen in diesem Bereich. Detaillierte Informationen enthält der Geschäftsbericht 2016 auf den Seiten 73 und 74.

 Geschäftsentwicklung der Segmente, Seite 15.

Der Konzernumsatz belief sich im dritten Quartal 2017 auf 883 Mio Euro (Vorjahr: 857 Mio Euro). Wie erwartet entwickelten sich die Werbeeinnahmen im Segment Broadcasting German-speaking unter Vorjahr, sodass der Konzernumsatz lediglich ein Wachstum von 3 Prozent gegenüber dem Vorjahr verzeichnete.

 Anhang, Ziffer 3 „Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen im Zusammenhang mit Tochterunternehmen“, Seite 34.

Die sonstigen betrieblichen Erträge betragen 307 Mio Euro (Vorjahr: 7 Mio Euro). Der Anstieg reflektiert den Brutto-Erlös von 302 Mio Euro aus dem Verkauf von etraveli. In diesem Zusammenhang sind Veräußerungskosten von 8 Mio Euro angefallen; diese sind in den Gesamtkosten erfasst.

Die Gesamtkosten verzeichneten im dritten Quartal 2017 eine Zunahme um 40 Prozent bzw. 289 Mio Euro und betragen 1.016 Mio Euro (Abb. 10). Darin enthalten ist ein Wertverzehr auf das Programmvermögen von insgesamt 383 Mio Euro (Vorjahr: 203 Mio Euro). Die ProSiebenSat.1 Group hat im dritten Quartal 2017 das Programmvermögen einer strategischen Neubewertung unterzogen, welche über die übliche Analyse im Rahmen des regelmäßigen Werthaltigkeitstests hinausgeht. Im Zuge dessen hat ProSiebenSat.1 einen Abwertungsbedarf im Programmvermögen von rund 170 Mio Euro identifiziert.

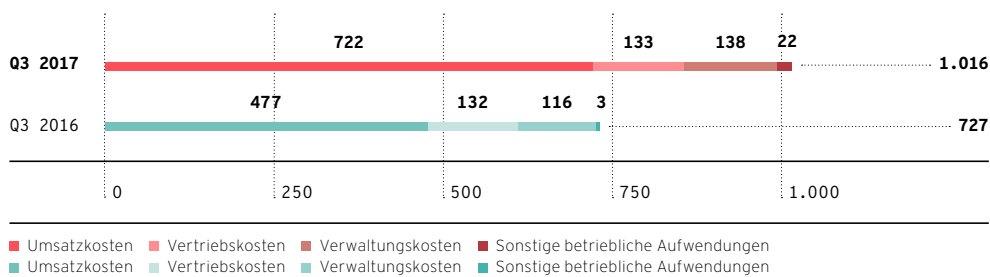
 Anhang, Ziffer 4 „Wesentliche bilanzielle Veränderungen“, Seite 37.

Die in den Gesamtkosten erfassten Abschreibungen verzeichneten eine Steigerung um 56 Mio Euro auf 108 Mio Euro und betreffen im Wesentlichen Wertberichtigungen auf Marken.

Die operativen Kosten beliefen sich auf 685 Mio Euro (Vorjahr: 658 Mio Euro). Dies entspricht einem Anstieg von 4 Prozent im Vergleich zum dritten Quartal 2016. Die operativen Kosten sind die für das adjusted EBITDA relevante Kostenposition (Abb. 12).

Gesamtkosten (Abb. 11)

in Mio Euro



Überleitungsrechnung operative Kosten (Abb. 12)

in Mio Euro

	Q3 2017	Q3 2016
Gesamtkosten	1.016	727
Zu bereinigende Aufwendungen	-223	-17
Abschreibungen ¹	-108	-52
Operative Kosten	685	658

¹ Abschreibungen und Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

Das adjusted EBITDA entwickelte sich stabil und betrug 202 Mio Euro (Vorjahr: 202 Mio Euro); die korrespondierende adjusted EBITDA-Marge belief sich auf 22,9 Prozent (Vorjahr: 23,5%). Das Konzern-EBITDA lag mit 281 Mio Euro hingegen deutlich um 49 Prozent über Vorjahresniveau (Vorjahr: 188 Mio Euro). Dieser Wert ist geprägt durch Sondereffekte von insgesamt 79 Mio Euro (Vorjahr: -13 Mio Euro), die sich wie folgt zusammensetzen (Abb. 13): Während sich aus dem Verkauf von etraveli ein Brutto-Entkonsolidierungsgewinn von 302 Mio Euro im Segment Digital Ventures & Commerce ergab, resultierte aus der strategischen Neubewertung von Teilen des Programmvermögens ein Aufwand von 170 Mio Euro im Segment Broadcasting German-speaking. Die Aufwendungen im Zuge von Reorganisationen betragen 20 Mio Euro (Vorjahr: 7 Mio Euro); sie reflektieren vor allem die Reorganisation von maxdome im Segment Digital Entertainment. Aus M&A-Projekten resultierten zudem Kosten von 12 Mio Euro (Vorjahr: 3 Mio Euro), die im Wesentlichen auf das Segment Digital Ventures & Commerce entfallen. Die sonstigen EBITDA-Effekte betragen 21 Mio Euro (Vorjahr: 3 Mio Euro) und beinhalten unter anderem positive Bewertungseffekte auf die anteilsbasierte Vergütung mit Barausgleich (Group Share Plan) von 5 Mio Euro sowie Aufwendungen für die Bildung von Rückstellungen für drohende Verluste und sonstige Aufwendungen.



Geschäftsentwicklung
der Segmente, Seite 15.



Weitere Informationen
zum Group Share Plan
beinhaltet der Geschäfts-
bericht 2016.

Überleitungsrechnung adjusted EBITDA (Abb. 13)

in Mio Euro

	Q3 2017	Q3 2016
Ergebnis vor Steuern	132	102
Finanzergebnis	-41	-35
Betriebsergebnis (EBIT)	174	137
Abschreibungen ¹	-108	-52
davon Kaufpreisallokationen	-45	-14
EBITDA	281	188
Sondereffekte (saldiert) ²	79	-13
Adjusted EBITDA	202	202

¹ Abschreibungen und Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

² Differenz aus zu bereinigenden Aufwendungen von 223 Mio Euro (Vorjahr: 17 Mio Euro) und Erträgen von 302 Mio Euro (Vorjahr: 3 Mio Euro).

Das Finanzergebnis betrug minus 41 Mio Euro (Vorjahr: -35 Mio Euro) und ist durch gegenläufige Entwicklungen geprägt: Für das dritte Quartal diesen Jahres weist der Konzern Wertberichtigungen und Wertaufholungen auf finanzielle Vermögenswerte von saldiert minus 9 Mio Euro aus (Vorjahr: -11 Mio Euro). Diese resultierten insbesondere aus einer Wertberichtigung der Anteile an

Mad Rabbit und Cove Pictures. Der Vorjahreswert beinhaltet hingegen Wertberichtigungen auf Finanzbeteiligungen in Höhe von minus 18 Mio Euro. Diese resultierten primär aus einer Wertberichtigung der Anteile an der Aliph Com Inc. (Jawbone). Im dritten Quartal 2017 ergab sich ein positiver Bewertungseffekt von 5 Mio Euro aus dem Media-for-Equity-Portfolio. Dagegen steht für das dritte Quartal 2016 ein positiver Bewertungseffekt auf die Anteile an der Stylight GmbH von 9 Mio Euro; im Zusammenhang mit dem Mehrheitserwerb im Juli 2016 erfolgte eine Aufwertung der Altanteile an Stylight. Darüber hinaus weist der Konzern im dritten Quartal 2017 Bewertungsänderungen von Put-Optionsverbindlichkeiten von minus 9 Mio Euro (Vorjahr: -5 Mio Euro) aus.

Während sich das sonstige Finanzergebnis aus den genannten Gründen auf minus 9 Mio Euro verbessert hat (Vorjahr: -14 Mio Euro), stiegen die Zinsaufwendungen auf 31 Mio Euro (Vorjahr: 20 Mio Euro). Dies ist im Wesentlichen auf die Zuführung von Rückstellungen für Steuerzinsen zurückzuführen; diese werden bei der Ermittlung des bereinigten Konzernüberschusses (adjusted net income) bereinigt.

Anhang, Ziffer 7
„Eventualverbindlichkeiten
und sonstige finanzielle
Verpflichtungen“, Seite 39.

Aus den beschriebenen Entwicklungen ergibt sich ein Vorsteuerergebnis von 132 Mio Euro (Vorjahr: 102 Mio Euro). Das Konzernergebnis aus fortgeführten Aktivitäten betrug 127 Mio Euro, dies ist eine Steigerung um 82 Prozent oder 57 Mio Euro. Das Konzernergebnis abzüglich Ergebnisanteil anderer Gesellschafter stieg zugleich auf 122 Mio Euro (Vorjahr: 68 Mio Euro). Der deutliche Anstieg dieser Ergebniskennzahlen reflektiert insbesondere die Effekte aus dem Verkauf von etraveli. Der um Sondereffekte bereinigte Konzernüberschuss (adjusted net income) entwickelte sich nahezu stabil und betrug 99 Mio Euro (Vorjahr: 98 Mio Euro). Das unverwässerte bereinigte Ergebnis je Aktie verringerte sich um 5 Prozent auf 0,43 Euro (Vorjahr: 0,46 Euro).

Anhang, Ziffer 3
„Akquisitionen, Verkäufe
und sonstige Transaktionen
im Zusammenhang mit
Tochterunternehmen“, Seite 34.

**Überleitungsrechnung bereinigter Konzernüberschuss aus fortgeführten Aktivitäten
(adjusted net income) (Abb. 14)**

in Mio Euro	Q3 2017	Q3 2016
Konzernergebnis abzüglich Ergebnisanteil anderer Gesellschafter	122	68
Entkonsolidierung etraveli	-302	-/-
Bewertungseffekte aus konzernstrategischen Neuausrichtungen von Business Units	170	-/-
Sonstige EBITDA adjustments	53	13
Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen ¹	46	14
Wertberichtigungen auf sonstige Finanzbeteiligungen	4	18
Neubewertung von at-Equity Anteilen im Rahmen von Erstkonsolidierungen	0	-9
Put-Optionen/Earn Outs	8	5
Bewertungseffekte aus Finanzderivaten	0	1
Neueinschätzung steuerlicher Risiken	12	1
Sonstige Effekte ²	21	0
Steuereffekte	-35	-14
Minderheiten	-2	0
Bereinigter Konzernüberschuss (adjusted net income)	99	98

¹ Inkl. Effekte auf assoziierte Unternehmen, die nach der at-Equity-Methode konsolidiert werden.

² Die sonstigen Effekte beinhalten Bewertungseffekte auf strategische Investitionen im Bereich Digital Ventures & Commerce von minus 5 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) sowie Abschreibungen auf Mietereinbauten und sonstige immaterielle Vermögenswerte von 26 Mio Euro (Vorjahr: 4 Mio Euro) aufgrund von Reorganisation im Segment Digital Entertainment.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im Neunmonatszeitraum 2017

Überleitung Gewinn- und Verlustrechnung (Abb. 15)

in Mio Euro	Q1-Q3 2017 IFRS	Adjust- ments	Q1-Q3 2017 Adjusted
Umsatzerlöse	2.755	-/-	2.755
Gesamtkosten	-2.584	-370	-2.213
davon operative Kosten	-2.108	-/-	-2.108
davon Abschreibungen ¹	-215	-110	-105
Sonstige betriebliche Erträge	316	302	14
Betriebsergebnis (EBIT)	487	-69	556
Finanzergebnis	-79	-16	-62
Ergebnis vor Steuern	408	-85	493
Ertragsteuern	-94	52	-146
Konzernergebnis fortgeführter Aktivitäten	315	-33	347
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten nach Steuern	-/-	-/-	-/-
KONZERNERGEBNIS	315	-33	347
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Ergebnis	304	-28	331²
Ergebnisanteil anderer Gesellschafter	11	-5	16
Ergebnis vor Steuern	408	-85	493
Finanzergebnis	-79	-16	-62
Betriebsergebnis (EBIT)	487	-69	556
Abschreibungen	-215	-110	-105
davon Kaufpreisallokationen	-72	-72	-/-
EBITDA	702	41	661³

¹ Abschreibungen und Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

Die ProSiebenSat.1 Group verwendet mit dem adjusted net income (2) und dem adjusted EBITDA (3) auch sogenannte Non-IFRS-Kennzahlen. Mit Beginn des Geschäftsjahres 2017 veröffentlicht ProSiebenSat.1 hierzu eine um bestimmte Einflüsse bereinigte vollständige Ergebnisrechnung. Diese Veröffentlichung berücksichtigt die Entwicklung in der Berichtspraxis zu Non-IFRS-Kennzahlen sowie die erhöhten regulatorischen Transparenzanforderungen in diesem Bereich. Detaillierte Informationen enthält der Geschäftsbericht 2016 auf den Seiten 73 und 74.



Geschäftsentwicklung
der Segmente, Seite 15.

Die Effekte aus dem dritten Quartal 2017 prägten die Ergebnisentwicklung auf Neunmonatsbasis: Auf Neunmonatssicht steigerte der Konzern seinen Gesamtumsatz um 8 Prozent oder 210 Mio Euro auf 2.755 Mio Euro. Die operativen Kosten stiegen um 9 Prozent und betrugen 2.108 Mio Euro (Vorjahr: 1.932 Mio Euro). Vor diesem Hintergrund verzeichnete das adjusted EBITDA einen Anstieg um 6 Prozent auf 661 Mio Euro (Vorjahr: 626 Mio Euro).

Das EBITDA ist um 15 Prozent gewachsen und belief sich auf 702 Mio Euro (Vorjahr: 608 Mio Euro); es beinhaltet Sondereffekte von 41 Mio Euro (Vorjahr: -18 Mio Euro). Dem positiven Effekt aus dem Verkauf von etraveli stehen Sonderaufwendungen von 261 Mio Euro gegenüber (Vorjahr: 28 Mio Euro). Darin enthalten ist zum einen der im Zusammenhang mit der strategischen Neubewertung stehende Werteverzehr auf das Programmvermögen von 170 Mio Euro. Zum anderen ergaben sich Aufwendungen im Zuge von Reorganisationen von 40 Mio Euro (Vorjahr: 9 Mio Euro). Diese entfallen im Wesentlichen auf die Segmente Broadcasting German-speaking und Digital Entertainment; Hauptgründe hierfür sind ein außerplanmäßiger Werteverzehr auf das Programmvermögen im Zusammenhang mit der Akquisition und Neuorganisation der österreichischen Sendergruppe ATV sowie der Reorganisation von maxdome. Aus M&A-Projekten insbesondere im Segment Digital Ventures & Commerce resultierten zudem Kosten von 21 Mio Euro (Vorjahr: 11 Mio Euro). Die sonstigen EBITDA-Effekte betrugen 29 Mio Euro (Vorjahr: -2 Mio Euro) und beinhalten unter anderem positive Bewertungseffekte auf die anteilsbasierte Vergütung mit Barausgleich von 3 Mio Euro sowie Aufwendungen für die Bildung von Rückstellungen für drohende Verluste und sonstige Aufwendungen.

Überleitungsrechnung adjusted EBITDA (Abb. 16)

in Mio Euro	Q1-Q3 2017	Q1-Q3 2016
Ergebnis vor Steuern	408	401
Finanzergebnis	-79	-69
Betriebsergebnis (EBIT)	487	470
Abschreibungen ¹	-215	-138
davon Kaufpreisallokationen	-72	-39
EBITDA	702	608
Sondereffekte (saldiert) ²	41	-18
Adjusted EBITDA	661	626

¹ Abschreibungen und Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

² Differenz aus zu bereinigenden Aufwendungen von 261 Mio Euro (Vorjahr: 28 Mio Euro) und Erträgen von 302 Mio Euro (Vorjahr: 10 Mio Euro).

Während sich das Vorsteuerergebnis mit 408 Mio Euro nahezu stabil entwickelte (Vorjahr: 401 Mio Euro), ist das Konzernergebnis aus fortgeführten Aktivitäten deutlich um 14 Prozent auf 315 Mio Euro gewachsen (Vorjahr: 275 Mio Euro). Dies reflektiert den Ertragsteueraufwand von 94 Mio Euro im Neunmonatszeitraum 2017 (Vorjahr: 126 Mio Euro) bei einer Steuerquote von 23 Prozent (Vorjahr: 32%). Die geringere Steuerquote reflektiert insbesondere den Verkauf von etraveli im dritten Quartal 2017.

Anhang, Ziffer 5
„Ertragsteuern“, Seite 38.

Überleitungsrechnung bereinigter Konzernüberschuss aus fortgeführten Aktivitäten (adjusted net income) (Abb. 17)

in Mio Euro	Q1-Q3 2017	Q1-Q3 2016
Konzernergebnis abzüglich Ergebnisanteil anderer Gesellschafter	304	271
Entkonsolidierung etraveli	-302	-/-
Bewertungseffekte aus konzernstrategischen Neuausrichtungen von Business Units	170	-/-
Sonstige EBITDA adjustments	90	18
Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen ¹	76	39
Wertberichtigungen auf sonstige Finanzbeteiligungen	22	26
Neubewertung von at-Equity Anteilen im Rahmen von Erstkonsolidierungen	0	-9
Bewertungsänderungen der Anteile an der ZeniMax Media Inc.	-/-	-30
Put-Optionen/Earn Outs	5	9
Bewertungseffekte aus Finanzderivaten	0	8
Neueinschätzung steuerlicher Risiken	13	1
Sonstige Effekte ²	11	-1
Steuereffekte	-52	-19
Minderheiten	-5	-2
Bereinigter Konzernüberschuss (adjusted net income)	331	311

¹ Inkl. Effekte auf assoziierte Unternehmen, die nach der at-Equity-Methode konsolidiert werden.

² Die sonstigen Effekte beinhalten Bewertungseffekte auf strategische Investitionen im Bereich Digital Ventures & Commerce von minus 27 Mio Euro (Vorjahr: -6 Mio Euro) sowie Abschreibungen auf Mietereinbauten und sonstige immaterielle Vermögenswerte von 38 Mio Euro (Vorjahr: 4 Mio Euro) aufgrund von Reorganisation im Segment Digital Entertainment.

Überprüfung der Definitionen von Non-IFRS-Kennzahlen (Abb. 18)

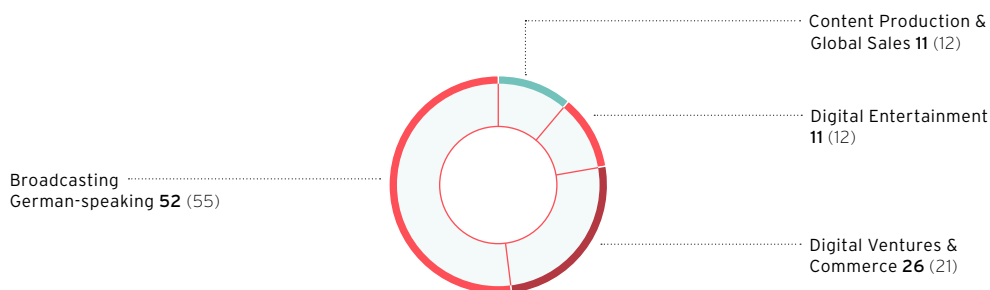
Im Rahmen der laufenden Überprüfung des konzernweiten Steuerungssystems wurde das Definitionsgerüst bei der Ermittlung von bereinigten Kennzahlen überarbeitet. So stellen Bewertungseffekte im Zusammenhang mit der konzernstrategischen Neuausrichtungen von Business Units, also der Ebene unterhalb der operativen Segmente der Gruppe, aus Sicht des Konzerns eine Einflussgröße dar,

die die Beurteilung der operativen Leistungsfähigkeit des Unternehmens überlagert. Aufgrund des primären Bezugs dieser konzernstrategischen Neuausrichtungen auf den zugrundeliegenden Geschäftszweck bzw. die -strategie, erfolgt seit diesem Quartal eine entsprechende Bereinigung in den für die Gruppe maßgeblichen Non-IFRS-Kennzahlen adjusted EBITDA und adjusted net income.

Geschäftsentwicklung der Segmente

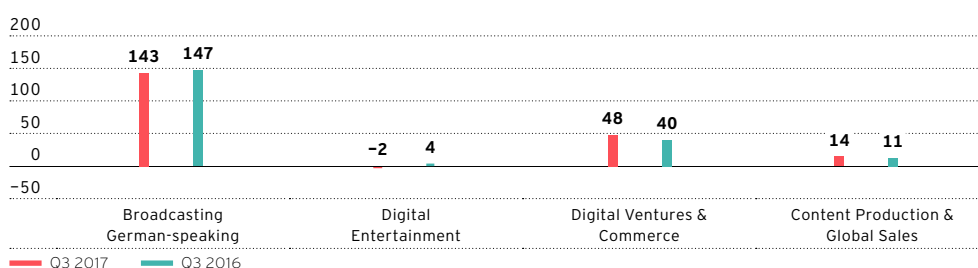
Umsatz nach Segmenten (Abb. 19)

in Prozent, Vorjahreswerte Q3 2016 in Klammern



Adjusted EBITDA nach Segmenten (Abb. 20)

in Mio Euro



Segment Broadcasting German-speaking

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im dritten Quartal 2017

Der **Außenumsatz** des Segments Broadcasting German-speaking belief sich im dritten Quartal 2017 auf 460 Mio Euro. Dies entspricht einem Rückgang um 3 Prozent oder 12 Mio Euro gegenüber dem Vorjahr. Die Umsatzentwicklung reflektiert die rückläufigen TV-Werbeinnahmen in Deutschland. Die Einnahmen aus TV-Werbung in Österreich sind hingegen unter anderem akquisitionbedingt gestiegen; im April hatte die ProSiebenSat.1 Group die österreichische Sendergruppe ATV erworben. Gleichzeitig entwickelten sich die Distributionserlöse im dritten Quartal 2017 dynamisch.

Der interne Umsatz des Segments ist weiter gestiegen und betrug 29 Mio Euro (Vorjahr: 24 Mio Euro). Dies resultiert aus Leistungsbeziehungen zwischen dem TV- und Commerce-Geschäft; sie führen dazu, dass der Umsatz interner Werbekunden steigt.

Das **adjusted EBITDA** verringerte sich um 3 Prozent bzw. 4 Mio Euro auf 143 Mio Euro, die korrespondierende **adjusted EBITDA-Marge** blieb mit 29,2 Prozent annähernd auf Vorjahresniveau (Vorjahr: 29,5%). Das **EBITDA** hat sich infolge von Sondereffekten hingegen deutlich verringert und belief sich auf minus 51 Mio Euro (Vorjahr: 140 Mio Euro). Ursache hierfür sind primär Aufwendungen im Zusammenhang mit der strategischen Neubewertung von Teilen des Programmvermögens, die zu einem außerplanmäßigen Werteverzehr von 170 Mio Euro führten.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im Neunmonatszeitraum 2017

Die Umsatz- und Kostenentwicklung im dritten Quartal kennzeichnet auch die Neunmonatsperiode: Von Januar bis September lag der **externe Segmentumsatz** mit 1.490 Mio Euro nahezu auf Vorjahresniveau (Vorjahr: 1.506 Mio Euro). Das **adjusted EBITDA** stieg um 2 Prozent bzw. 9 Mio Euro auf 488 Mio Euro, die **adjusted EBITDA-Marge** betrug 30,7 Prozent (Vorjahr: 30,4%). Das **EBITDA** verringerte sich hingegen um 43 Prozent auf 270 Mio Euro (Vorjahr: 473 Mio Euro).

Anhang, Ziffer 2
„Segmentberichterstattung“
Seite 33.

Künftige wirtschaftliche
und branchenspezifische
Rahmenbedingungen,
Seite 24.

Entwicklung von
Konjunktur und
Werbemarkt, Seite 5.

Zusätzlich zu den oben genannten Effekten, sind im Neunmonatszeitraum Sondereffekte insbesondere aus Reorganisationen im Zusammenhang mit dem Erwerb von ATV im ersten Quartal 2017 enthalten.

Kennzahlen Segment Broadcasting German-speaking (Abb. 21)

in Mio Euro	Q3 2017	Q3 2016	Q1-Q3 2017	Q1-Q3 2016
Segment-Umsatzerlöse	488	496	1.590	1.575
Außenumsatz	460	472	1.490	1.506
Innenumsatz	29	24	100	69
EBITDA	-51	140	270	473
Adjusted EBITDA	143	147	488	479
Adjusted EBITDA-Marge ¹ (in%)	29,2	29,5	30,7	30,4

¹ Auf Basis der Segment-Umsatzerlöse.

Segment Digital Entertainment

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im dritten Quartal 2017

Das Segment Digital Entertainment verzeichnete im dritten Quartal 2017 einen Rückgang des **Außenumsatzes** um 3 Prozent auf 96 Mio Euro (Vorjahr: 99 Mio Euro). Ursache hierfür war primär die rückläufige Umsatzentwicklung im Musik- und Event-Bereich (Adjacent) aufgrund des weiterhin schwierigen Marktumfelds. Zudem lagen die Erlöse des VoD-Portals maxdome unter Vorjahr. Die Erlöse im Ad-VoD-Geschäft entwickelten sich hingegen positiv; wesentliche Wachstumstreiber waren das MCN Studio71 sowie der Bereich digitale Werbetechnologie (AdTech) mit den Firmen Virtual Minds und SMARTSTREAM.TV.

Das **adjusted EBITDA** verringerte sich aufgrund der Umsatzentwicklung auf minus 2 Mio Euro (Vorjahr: 4 Mio Euro). Die korrespondierende **adjusted EBITDA-Marge** betrug minus 1,8 Prozent (Vorjahr: 3,9%). Das **EBITDA** verzeichnete ebenfalls einen Rückgang und belief sich auf minus 21 Mio Euro (Vorjahr: 6 Mio Euro). Hauptsächlich enthalten sind Aufwendungen im Zuge der Reorganisation bei maxdome.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im Neunmonatszeitraum 2017

Auf Neunmonatssicht lag der **externe Umsatz** im Segment Digital Entertainment mit 301 Mio Euro auf Vorjahresniveau (Vorjahr: 304 Mio Euro). Gleichzeitig verringerten sich die Ergebnisgrößen: In der Neunmonatsperiode betrug das **adjusted EBITDA** 3 Mio Euro nach 19 Mio Euro im Vorjahr. Die korrespondierende **adjusted EBITDA-Marge** des Segments verringerte sich auf 1,0 Prozent (Vorjahr: 6,1%). Das **EBITDA** belief sich auf minus 17 Mio Euro (Vorjahr: 24 Mio Euro). Der Ergebnismrückgang reflektiert die Umsatzentwicklung einzelner Geschäftsbereiche.

Kennzahlen Segment Digital Entertainment (Abb. 22)

in Mio Euro	Q3 2017	Q3 2016	Q1-Q3 2017	Q1-Q3 2016
Segment-Umsatzerlöse	103	104	320	319
Außenumsatz	96	99	301	304
Innenumsatz	7	5	19	15
EBITDA	-21	6	-17	24
Adjusted EBITDA	-2	4	3	19
Adjusted EBITDA-Marge ¹ (in%)	-1,8	3,9	1,0	6,1

¹ Auf Basis der Segment-Umsatzerlöse.

Segment Digital Ventures & Commerce

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im dritten Quartal 2017

Der **externe Umsatz** im Segment Digital Ventures & Commerce wuchs weiter deutlich (+25%) und belief sich im dritten Quartal 2017 auf 226 Mio Euro (Vorjahr: 181 Mio Euro). Die Erlöse stiegen gegenüber dem dritten Quartal 2016 vor allem akquisitionsbedingt. Stärkste Wachstumstreiber waren das Online Dating Vertical sowie das Lifestyle Commerce Vertical: Neben der Erstkonsolidierung des Gesundheitsprodukte-Anbieters WindStar trugen die Dating-Portale Parship und ElitePartner seit Oktober 2016 zum Umsatzwachstum bei. Daneben lieferten auch Flaconi und

Amorelie einen Beitrag zum organischen Wachstum des Konzerns. Der Umsatz des Ventures-Geschäfts mit den Geschäftsmodellen Media-for-Revenue-Share und Media-for-Equity verzeichnete ein solides Wachstum leicht über dem Vorjahr. Der Umsatz im Online Travel Vertical hat sich hingegen verringert; dies reflektiert vor allem die Entkonsolidierung des Online-Reisebüros etraveli im dritten Quartal 2017. Insgesamt konnten die Umsatzerlöse der PARSHIP ELITE Group die Auswirkungen der Entkonsolidierung der eTRAVELi Holding AB jedoch deutlich überkompensieren.

Das dynamische Umsatzwachstum führte zu einem Anstieg des **adjusted EBITDA** gegenüber dem dritten Quartal 2016 um 20 Prozent auf 48 Mio Euro (Vorjahr: 40 Mio Euro). Die **adjusted EBITDA-Marge** betrug 20,9 Prozent (Vorjahr: 21,9%). Das **EBITDA** steigerte sich um 304 Mio Euro auf 341 Mio Euro. Darin enthalten ist ein einmaliger Ertrag aus dem Verkauf von etraveli im dritten Quartal 2017.



Ertragslage des Konzerns, Seite 10.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im Neunmonatszeitraum 2017

Auch in der Neunmonatsperiode verzeichnete das Segment ein zweistelliges Umsatz- und Ergebniswachstum; dies reflektiert die Entwicklung des dritten Quartals: Der **externe Umsatz** stieg um 42 Prozent auf 683 Mio Euro (Vorjahr: 483 Mio Euro). Das **adjusted EBITDA** ist um 32 Prozent auf 139 Mio Euro gewachsen (Vorjahr: 105 Mio Euro), die **adjusted EBITDA-Marge** betrug 20,3 Prozent (Vorjahr: 21,3%). Das **EBITDA** verzeichnete einen Anstieg um 324 Mio Euro auf 421 Mio Euro (Vorjahr: 97 Mio Euro).

Kennzahlen Segment Digital Ventures & Commerce (Abb. 23)

in Mio Euro	Q3 2017	Q3 2016	Q1-Q3 2017	Q1-Q3 2016
Segment-Umsatzerlöse	227	181	687	494
Außenumsatz	226	181	683	483
Innenumsatz	1	0	3	12
EBITDA	341	36	421	97
Adjusted EBITDA	48	40	139	105
Adjusted EBITDA-Marge ¹ (in%)	20,9	21,9	20,3	21,3

¹ Auf Basis der Segment-Umsatzerlöse.

Segment Content Production & Global Sales

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im dritten Quartal 2017

Im Segment Content Production & Global Sales verringerte sich der **externe Umsatz** um 6 Prozent auf 93 Mio Euro (Vorjahr: 100 Mio Euro). Ursache hierfür ist insbesondere das US-amerikanische Produktionsgeschäft, das marktüblichen Schwankungen unterliegt. Positiv entwickelten sich hingegen die britische Red Arrow-Produktionstochter Endor Productions sowie das deutsche Produktionsgeschäft mit RedSeven Entertainment. Zudem verzeichnete das globale Vertriebsgeschäft eine Steigerung gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

Trotz des leichten Umsatzrückgangs sind die operativen Ergebniskennzahlen gestiegen. Ursache hierfür waren unter anderem temporäre Effekte bei Verwertungsrechten von Lizenzen im Vertriebsgeschäft. Das **adjusted EBITDA** erhöhte sich um 27 Prozent bzw. 3 Mio Euro auf 14 Mio Euro. Die **adjusted EBITDA-Marge** wuchs auf 13,4 Prozent (Vorjahr: 10,1%). Das **EBITDA** stieg gegenüber dem dritten Quartal 2016 um 16 Prozent auf 13 Mio Euro (Vorjahr: 11 Mio Euro).

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im Neunmonatszeitraum 2017

Auf Neunmonatssicht wuchs der **externe Umsatz** um 9 Prozent auf 261 Mio Euro (Vorjahr: 240 Mio Euro). Das ist zum einen auf höhere Erlöse im Vertriebsgeschäft zurückzuführen. Zum anderen entwickelten sich Red Arrow-Produktionstöchter wie Endor Productions in Großbritannien und akquisitionsbedingt die US-amerikanische Produktionsfirma 44 Blue Studios dynamisch. Hingegen blieben andere Produktionstöchter teilweise unter Vorjahr. Das **adjusted EBITDA** wuchs um 31 Prozent oder 8 Mio Euro auf 35 Mio Euro; die korrespondierende **adjusted EBITDA-Marge** stieg auf 11,1 Prozent (Vorjahr: 9,4%). Das **EBITDA** erhöhte sich um 36 Prozent bzw. 9 Mio Euro auf 34 Mio Euro.



Anhang, Ziffer 2
„Segmentberichterstattung“,
Seite 33.

Kennzahlen Segment Content Production & Global Sales (Abb. 24)

in Mio Euro	Q3 2017	Q3 2016	Q1-Q3 2017	Q1-Q3 2016
Segment-Umsatzerlöse	106	111	313	284
Außenumsatz	93	100	261	240
Innenumsatz	12	11	52	44
EBITDA	13	11	34	25
Adjusted EBITDA	14	11	35	27
Adjusted EBITDA-Marge ¹ (in%)	13,4	10,1	11,1	9,4

¹ Auf Basis der Segment-Umsatzerlöse.

Finanz- und Vermögenslage des Konzerns

Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur

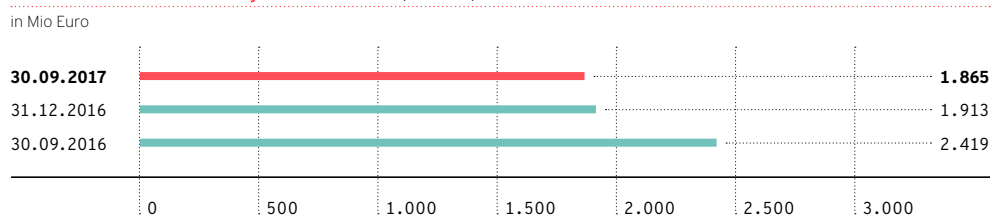
Das **Fremdkapital** der ProSiebenSat.1 Group hatte zum 30. September 2017 einen Anteil von 82 Prozent an der Bilanzsumme (31. Dezember 2016: 78%; 30. September 2016: 87%). Davon entfiel mit 63 Prozent bzw. 3.185 Mio Euro ein Großteil auf die lang- und kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten des Konzerns (31. Dezember 2016: 62%; 30. September 2016: 61%).

ProSiebenSat.1 nutzt verschiedene Finanzierungsinstrumente und verfolgt ein aktives Finanzmanagement. Der Konzern hat im April 2017 die Laufzeiten des endfälligen Darlehens (Term Loan) sowie der revolvingierenden Kreditfazilität (RCF) bis April 2022 verlängert und zugleich das Nominalvolumen des RCF um 150 Mio Euro auf 750 Mio Euro erhöht. Daneben hat die ProSiebenSat.1 Group weitere Vertragsbedingungen angepasst. So ist unter anderem der bisherige Financial Covenant im Rahmen der Refinanzierungsmaßnahmen entfallen.

Die Verzinsung des Term Loan und des RCF erfolgt variabel zu Euribor-Geldmarktkonditionen zusätzlich einer Kreditmarge. Potenzielle Risiken aus der Änderung von variablen Zinssätzen sichert die ProSiebenSat.1 Group durch derivative Finanzinstrumente in Form von Zinsswaps und Zinsoptionen ab. Der Festzinsanteil lag zum 30. September 2017 bei ca. 98 Prozent bezogen auf das gesamte langfristige Finanzierungsportfolio (31. Dezember 2016: ca. 98%; 30. September 2016: 100%). Der durchschnittliche Festzinssatz der Zinsswaps belief sich zum 30. September 2017 auf 1,88 Prozent per annum. Die durchschnittliche Zinsobergrenze der Zinsscaps betrug 0 Prozent per annum.

Die Netto-Finanzverschuldung belief sich auf 1.865 Mio Euro (31. Dezember 2016: 1.913 Mio Euro; 30. September 2016: 2.419 Mio Euro). Der Verschuldungsgrad, das Verhältnis der Netto-Verschuldung zum bereinigten EBITDA der letzten zwölf Monate (LTM adjusted EBITDA), ergab den Faktor 1,8 und lag damit im Zielkorridor (31. Dezember 2016: 1,9; 30. September 2016: 2,5) von 1,5 und 2,5 bezogen auf das jeweilige Jahresende. Diese Entwicklung reflektiert vor allem die Nettoeinzahlung aus dem Verkauf von etraveli im August 2017 von 469 Mio Euro abzüglich der Dividendenzahlung im Mai 2017 von 435 Mio Euro (Vorjahr: 386 Mio Euro). Der Verschuldungsgrad (Leverage-Faktor) ist eine zentrale Steuerungsgröße der konzernweiten Finanz- und Investitionsplanung.

Netto-Finanzverschuldung des Konzerns¹

 (Abb. 25)


¹ Nach Umgliederung der liquiden Mittel der zur Veräußerung stehenden Gesellschaften aus dem Reiseportfolio.

i Ratings stellen ein unabhängiges Urteil über die Bonität eines Unternehmens dar. Die Kreditvereinbarung und die Anleihe der ProSiebenSat.1 Group werden jedoch von den Rating-Agenturen nicht zur Bonitätsbeurteilung herangezogen.

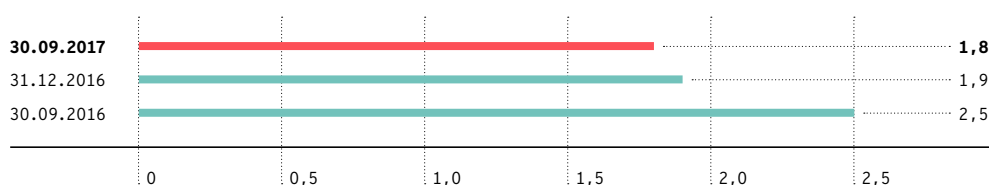
i Vermögens- und Kapitalstrukturanalyse, Seite 21.

i Weiterführende Informationen zu den verschiedenen Finanzierungsinstrumenten finden sich im Geschäftsbericht 2016 auf den Seiten 126 und 127.

i Unterjährige Schwankungen können zu einer kurzfristigen Überschreitung des Zielkorridors führen.

Verhältnis Netto-Finanzverschuldung zum LTM adjusted EBITDA (Verschuldungsgrad)¹ (Abb. 26)

in Mio Euro



¹ Nach Umgliederung der liquiden Mittel der zur Veräußerung stehenden Gesellschaften aus dem Reiseportfolio. Die Netto-Finanzverschuldung ist definiert als Saldo aus Finanzverbindlichkeiten abzüglich der liquiden Mittel und bestimmter kurzfristiger finanzieller Vermögenswerte. Aus ihr leitet sich der Verschuldungsgrad (Leverage-Faktor) ab; dazu wird die Netto-Finanzverschuldung in Relation zum bereinigten EBITDA der letzten zwölf Monate (LTM adjusted EBITDA) gesetzt.

Liquiditäts- und Investitionsanalyse

Kapitalflussrechnung (Abb. 27)

in Mio Euro

	Q3 2017	Q3 2016	Q1 - Q3 2017	Q1 - Q3 2016
Ergebnis fortgeführter Aktivitäten	127	70	315	275
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten	-/-	-/-	-/-	-42
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit fortgeführter Aktivitäten	308	326	957	1.001
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	-/-	-/-	-/-	-42
Cashflow aus Investitionstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	213	-344	-472	-1.022
Free Cashflow fortgeführter Aktivitäten	521	-18	484	-21
Free Cashflow nicht-fortgeführter Aktivitäten	-/-	-/-	-/-	-42
Free Cashflow (gesamt)	521	-18	484	-63
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	-9	-343	-414	-359
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestandes	-3	-1	-9	-4
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	510	-362	62	-425
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	824 ¹	672	1.271	734
Zur Veräußerung stehende Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	13	-/-	13	-/-
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende²	1.320	309	1.320	309

¹ Enthält die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente der zur Veräußerung gehaltenen Gesellschaften.

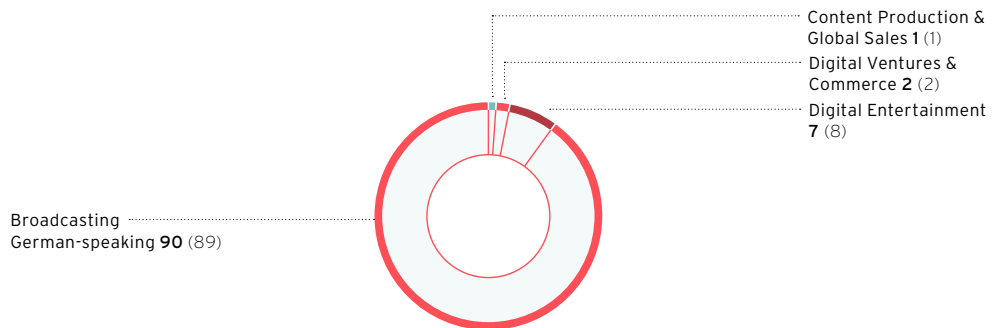
² Der in der Kapitalflussrechnung betrachtete Finanzmittelfonds entspricht den flüssigen Mitteln der Bilanz zum jeweiligen Bilanzstichtag.

Der **Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit** belief sich im dritten Quartal 2017 auf 308 Mio Euro (Vorjahr: 326 Mio Euro). Der Rückgang um 6 Prozent ist geprägt durch die Ergebnisentwicklung. Gegenläufig hat sich das Working Capital mit einer Steigerung auf 3 Mio Euro (Vorjahr: -7 Mio Euro) entwickelt. Dabei wirkten sich vor allem geringere Forderungsbestände und Veränderungen in den Programmverbindlichkeiten positiv aus.

In den ersten neun Monaten 2017 ist der operative Cashflow um 4 Prozent gesunken und betrug 957 Mio Euro (Vorjahr: 1.001 Mio Euro). Dies reflektiert primär Veränderungen im Working Capital, die sich auf minus 80 Mio Euro summierten (Vorjahr: -32 Mio Euro). Ursache hierfür waren hauptsächlich gestiegene Forderungsbestände sowie Veränderungen in den Programmverbindlichkeiten. Gegenläufig wirkten sich die Entwicklung des operativen Ergebnisses sowie geringere Zinszahlungen von 48 Mio Euro aus (Vorjahr: 70 Mio Euro).

Investitionen nach Segmenten¹ (Abb. 28)

in Prozent, Vorjahreswerte Q3 2016 in Klammern



¹ Investitionen nach Segmenten vor M&A-Aktivitäten.

Aus den **Zahlungsströmen im Rahmen der Investitionstätigkeit** resultierte im dritten Quartal ein Cashflow von 213 Mio Euro (Vorjahr: -344 Mio Euro) bzw. im Neunmonatszeitraum von minus 472 Mio Euro (Vorjahr: -1.022 Mio Euro). Dabei ergaben sich folgende Zahlungsströme:

- › Der Mittelzufluss aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen lag im dritten Quartal 2017 bei 470 Mio Euro (Vorjahr: -4 Mio Euro). Er beinhaltet den Netto-Zahlungsmittelzufluss aus dem Verkauf von etraveli von 469 Mio Euro.
- › Der Mittelabfluss für Zugänge zum Konsolidierungskreis belief sich im dritten Quartal 2017 auf 0 Mio Euro (Vorjahr: 83 Mio Euro). In den ersten neun Monaten betrug der entsprechende Mittelabfluss 91 Mio Euro (Vorjahr: 157 Mio Euro). Im Neunmonatszeitraum sind vor allem nachgelagerte Kaufpreiszahlungen für die Produktionsunternehmen Kinetic Content und Left/Right sowie der Kaufpreiszahlung für den Erwerb der ATV-Sendergruppe von 28 Mio Euro enthalten. Die vergleichsweise hohen Vorjahreswerte reflektieren den Erwerb von 44 Blue und Stylight im dritten Quartal 2016 sowie auf Neunmonatssicht auch den Erwerb von Dorsey Pictures und nachgelagerte Kaufpreiszahlungen für SMARTSTREAM.TV und etraveli.
- › Der Mittelabfluss für den Erwerb von Programmrechten belief sich im dritten Quartal 2017 auf 250 Mio Euro (Vorjahr: 239 Mio Euro). Dies ist ein Anstieg von 5 Prozent oder 11 Mio Euro gegenüber dem Vorjahr. Auf Neunmonatssicht erhöhten sich die Mittelabflüsse um 2 Prozent auf 774 Mio Euro (Vorjahr: 757 Mio Euro). Die Programminvestitionen entfielen zum größten Teil auf das Segment Broadcasting German-speaking (Q3 2017: 99%; Q1-Q3 2017: 97%); sie verteilten sich auf Lizenzprogramme (Q3 2017: 58%; Q1-Q3 2017: 62%) und auf Auftragsproduktionen (Q3 2017: 41%; Q1-Q3 2017: 37%).
- › Die Investitionen in Sachanlagen betrugen im dritten Quartal 10 Mio Euro (Vorjahr: 8 Mio Euro) und in den ersten neun Monaten 27 Mio Euro (Vorjahr: 19 Mio Euro). Der Großteil entfiel auf das Segment Broadcasting German-speaking (Q3 2017: 71%; Q1-Q3 2017: 67%) und betraf technische Anlagen sowie Mietereinbauten am Standort Unterföhring. Insgesamt flossen in sonstige immaterielle Vermögenswerte im dritten Quartal 34 Mio Euro ab (Vorjahr: 30 Mio Euro); auf Neunmonatssicht betrug der Mittelabfluss 83 Mio Euro (Vorjahr: 84 Mio Euro). Der Konzern investierte in sonstige immaterielle Vermögenswerte vor allem im Segment Digital Entertainment (Q3 2017: 51%; Q1-Q3 2017: 46%).



Vermögenswerte, die aus Erstkonsolidierungen stammen, werden nicht als segmentspezifische Investitionen erfasst. In der Position „Mittelabfluss für Zugänge zum Konsolidierungskreis“ werden die für den Erwerb der erstkonsolidierten Unternehmen aufgewendeten flüssigen Mittel abgebildet.



Programminvestitionen bilden einen Schwerpunkt der Investitionstätigkeit. Neben dem Einkauf von Lizenzformaten und Auftragsproduktionen sichern Eigenformate die Programmversorgung des Konzerns. Diese basieren auf der Entwicklung und Umsetzung eigener Ideen und werden im Gegensatz zu Auftragsproduktionen primär im Hinblick auf eine kurzfristige Ausstrahlung produziert. Sie werden daher direkt aufwandswirksam in den Umsatzkosten erfasst und stellen keine Investition dar.



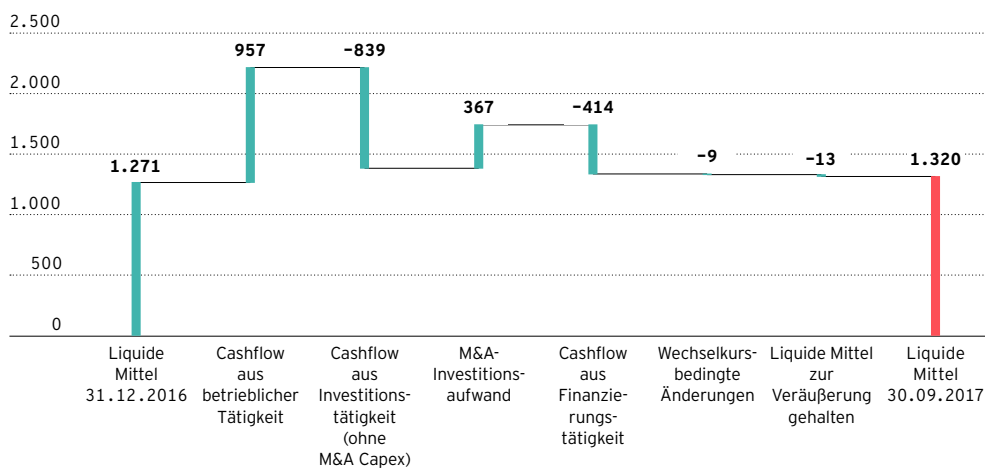
Der Free Cashflow bildet die Summe der im operativen Geschäft erwirtschafteten liquiden Mittel abzüglich des Saldos der im Rahmen der Investitionstätigkeit verwendeten und erwirtschafteten Mittel ab. Der Free Cashflow vor M&A wird definiert als Free Cashflow bereinigt um verwendete und erwirtschaftete Mittel aus M&A-Transaktionen (exkl. Transaktionskosten) im Rahmen von durchgeführten und geplanten Mehrheitserwerben sowie dem Erwerb und Verkauf von at-Equity bewerteten Anteilen.

Der **Free Cashflow** für das dritte Quartal 2017 betrug 521 Mio Euro (Vorjahr: -18 Mio Euro), vor M&A-Maßnahmen lag der Wert bei 47 Mio Euro (Vorjahr: 56 Mio Euro). Auf Neunmonatssicht betrug der Free Cashflow 484 Mio Euro (Vorjahr: -21 Mio Euro) und der Free Cashflow vor M&A-Maßnahmen 117 Mio Euro (Vorjahr: 151 Mio Euro). Hauptgrund für den hohen Free Cashflow ist der Zahlungsmittelzufluss aus dem Verkauf von etraveli.

Der **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** verzeichnete im dritten Quartal einen Anstieg um 334 Mio Euro auf minus 9 Mio Euro. Der vergleichsweise hohe Vorjahreswert wurde von der Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2015 – bedingt durch den späten Termin der Hauptversammlung im dritten Quartal – sowie von einem Nettozahlungsmittelzufluss aus der Ziehung des RCF von 50 Mio Euro geprägt. Auf Neunmonatssicht lag der Finanzierungs-Cashflow bei minus 414 Mio Euro (Vorjahr: -359 Mio Euro). Hauptursachen für die Abweichung sind die im Vergleich zum Vorjahr um 49 Mio Euro höhere Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2016 sowie die oben genannte Ziehung des RCF. Einen gegenläufigen Effekt hatte eine Kapitalerhöhung bei Studio71: Zu Jahresbeginn hat der Konzern mit der TF1 Group und Mediaset zwei weitere Partner für das MCN aufgenommen und hierdurch einen Zufluss von 51 Mio Euro realisiert.

Der Konzern verfügt über eine komfortable Liquiditätsausstattung. Vor dem Hintergrund der beschriebenen Zahlungsströme stiegen die liquiden Mittel zum 30. September 2017 auf 1.320 Mio Euro; zum 30. September 2016 waren es 309 Mio Euro. Am 31. Dezember 2016 betrug die **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** 1.271 Mio Euro. Das vierte Quartal ist üblicherweise die Cashflow-stärkste Periode im Geschäftsjahr des Konzerns.

Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente (Abb. 29)
in Mio Euro



Vermögens- und Kapitalstrukturanalyse

Die **Bilanzsumme** verringerte sich zum 30. September 2017 um 6 Prozent auf 6.194 Mio Euro (31. Dezember 2016: 6.603 Mio Euro). Dieser Rückgang ist im Wesentlichen auf die Veräußerung der eTRAVELi Holding AB zum 3. August 2017 zurückzuführen. Daneben stellt die ProSiebenSat.1 Group aufgrund einer angestrebten Portfoliobereinigung weitere Gesellschaften aus dem Reiseportfolio zum Stichtag zur Disposition. Die entsprechenden Vermögenswerte und Verbindlichkeiten werden daher in der Konzernbilanz separat als zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte bzw. damit in Verbindung stehende Verbindlichkeiten ausgewiesen. Entsprechend verzeichneten diverse Bilanzpositionen vor diesem Hintergrund einen Rückgang. Mit einer Eigenkapitalquote von 18 Prozent verfügt die ProSiebenSat.1 Group über eine solide Vermögens- und Kapitalstruktur.

- Kurz- und langfristige Aktiva:** Die Geschäfts- oder Firmenwerte betragen 1.714 Mio Euro (31. Dezember 2016: 1.860 Mio Euro); ihr Anteil an der Bilanzsumme lag bei 28 Prozent (31. Dezember 2016: 28%). Die sonstigen immateriellen Vermögenswerte verringerten sich um 16 Prozent auf 685 Mio Euro (31. Dezember 2016: 817 Mio Euro). Der Rückgang ist vor allem durch den oben genannten Verkauf von etraveli sowie die geplante Veräußerung weiterer Gesellschaften aus dem Reiseportfolio bedingt.

Die langfristigen sonstigen finanziellen und nicht-finanziellen Vermögenswerte beliefen sich zum 30. September 2017 auf 197 Mio Euro (31. Dezember 2016: 342 Mio Euro). Dieser Rückgang um 42 Prozent ist vor allem auf Bewertungseffekte aus Fremdwährungssicherungsinstrumenten zurückzuführen. In diesem Zusammenhang reduzierten sich auch die kurzfristigen sonstigen finanziellen und nicht-finanziellen Vermögenswerte; sie betragen 128 Mio Euro (31. Dezember 2016: 148 Mio Euro). Darüber hinaus haben sich die kurzfristigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 19 Mio Euro auf 427 Mio Euro verringert (31. Dezember 2016: 446 Mio Euro).



Ertragslage des Konzerns, Seite 10.

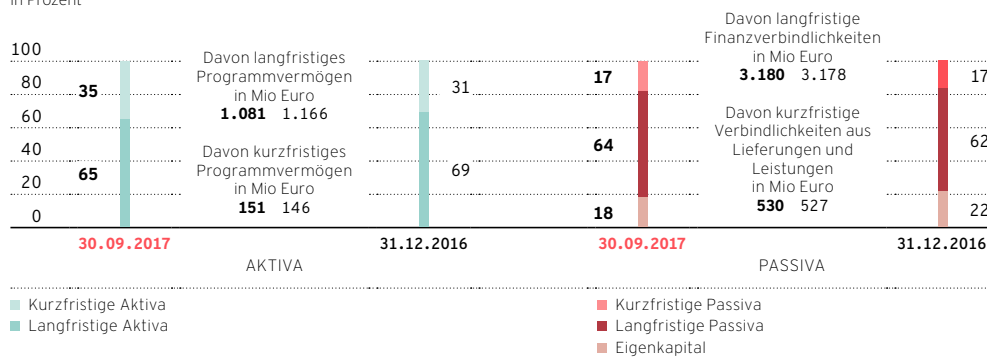
Das **Programmvermögen** belief sich auf 1.232 Mio Euro (31. Dezember 2016: 1.312 Mio Euro). Es zählt neben den Geschäfts- oder Firmenwerten zu den wichtigsten Aktivposten, sein Anteil an der Bilanzsumme war mit 20 Prozent im Vergleich zum Jahresende 2016 unverändert.

Die liquiden Mittel verzeichneten gegenüber dem Jahresende 2016 einen Anstieg um 4 Prozent auf 1.320 Mio Euro (31. Dezember 2016: 1.271 Mio Euro). Dies reflektiert vor allem die Nettoeinzahlung aus dem Verkauf von etraveli von 469 Mio Euro. Einen gegenläufigen Effekt hatte die Dividendenzahlung im Mai 2017 von 435 Mio Euro.

- Eigenkapital:** Das Eigenkapital verringerte sich um 21 Prozent auf 1.129 Mio Euro (31. Dezember 2016: 1.432 Mio Euro). Dies ist zum einen auf die Dividendenausschüttung von 435 Mio Euro im Mai 2017 zurückzuführen (Vorjahr: 386 Mio Euro), zum anderen wirkte sich der Rückgang von erfolgsneutral erfassten Effekten aus Sicherungsgeschäften bei Fremdwährungen aus. Gegenläufig zu diesen Effekten wirkte sich das positive Konzernergebnis von 315 Mio Euro aus. Vor diesem Hintergrund ergibt sich eine Eigenkapitalquote von 18 Prozent (31. Dezember 2016: 22%).
- Kurz- und langfristige Passiva:** Das Fremdkapital hat sich im Vergleich zum Bilanzstichtag 2016 nicht wesentlich verändert. Die Verbindlichkeiten und Rückstellungen betragen zum 30. September 2017 insgesamt 5.065 Mio Euro (31. Dezember 2016: 5.172 Mio Euro); darin enthalten sind insbesondere lang- und kurzfristige Finanzverbindlichkeiten von 3.185 Mio Euro (31. Dezember 2016: 3.185 Mio Euro).

Bilanzstruktur (Abb. 30)

in Prozent



Risiko- und Chancenbericht

Nach unserer Einschätzung sind derzeit keine Risiken erkennbar, die einzeln oder in Wechselwirkung mit anderen Risiken zu einer maßgeblichen bzw. dauerhaften Beeinträchtigung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage führen könnten. Die identifizierten Risiken haben keinen bestandsgefährdenden Charakter, auch in die Zukunft gerichtet. Der Vorstand bewertet die Gesamtrisikolage zum Zeitpunkt der Erstellung dieser Mitteilung weiterhin als begrenzt und beherrschbar.





 **Halbjahresfinanzbericht 2017, Risiko- und Chancenbericht, Seite 22.**

Im Halbjahresfinanzbericht 2017 hat ProSiebenSat.1 das Gesamtrisiko für den Konzern im Vergleich zum Jahresende 2016 als leicht gestiegen beurteilt, da der Konzern einen leichten Anstieg von Risiken in den Kategorien „Vertriebsrisiken“, „Content-Risiken“ und „Compliance-Risiken“ sowie einen leichten Rückgang in der Kategorie „Externe Risiken“ identifiziert hat. Im Vergleich zum 30. Juni 2017 haben sich im dritten Quartal folgende Änderungen bei Einzelrisiken ergeben: Das Risiko aus der Vermarktung von Werbezeiten (Vertriebsrisiken) hat sich infolge der am 28. August 2017 kommunizierten angepassten Erwartungen für den TV-Werbemarkt erhöht. Die Eintrittswahrscheinlichkeit des Risikos stufen wir nun als wahrscheinlich ein. Wir bewerten die Auswirkungen unverändert als wesentlich und die Risikobedeutung als hoch. Zu Veränderungen bei den steuerlichen Risiken (Compliance-Risiken) verweisen wir auf den Anhang, Ziffer 7 „Eventualverbindlichkeiten und sonstige finanzielle Verbindlichkeiten“, Seite 39. Insgesamt schätzen wir die Gesamtrisikolage damit unverändert als leicht gestiegen im Vergleich zum 31. Dezember 2016 ein. Es hat sich keine grundlegende Änderung der Gesamtrisikolage gegenüber dem Jahresende 2016 ergeben; den Großteil der im letzten Geschäftsbericht dargestellten Sachverhalte stufen wir nach wie vor als geringes Risiko ein.

 **Auswirkungen der Rahmenbedingungen auf den Geschäftsverlauf, Seite 7.**

Entwicklung der Risiko-Cluster und der Gesamtrisikolage zum 30. September 2017 (Abb. 31)

Veränderung Q3 2017 vs. FY 2016

									
Externe Risiken	Vertriebsrisiken	Content-Risiken	Technologische Risiken	Personalrisiken	Investitionsrisiken	Finanzwirtschaftliche Risiken	Compliance-Risiken	Sonstige Risiken	Gesamtrisikolage

→ unverändert ↗ leicht gestiegen ↑ gestiegen ↘ leicht gesunken ↓ gesunken

Die Chancensituation hat sich gegenüber dem Jahresende 2016 nicht verändert. Die als wesentlich identifizierten Risiken und Chancen werden im Geschäftsbericht 2016 ab Seite 148 beschrieben; dort werden auch die organisatorischen Voraussetzungen für das Risiko- und Chancenmanagement erläutert. Der Geschäftsbericht wurde am 16. März 2017 veröffentlicht und ist unter geschaeftsbericht2016.prosiebensat1.com abrufbar. Zudem verweisen wir auf die Anmerkungen zu den vorausschauenden Aussagen in der Quartalsmitteilung auf Seite 25.

Prognosebericht

Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen

Für den weiteren Jahresverlauf 2017 rechnen die führenden deutschen Marktforschungsinstitute damit, dass sich der robuste Aufwärtstrend für die deutsche Wirtschaft weiter fortsetzt. Die Wirtschaftsforschungsinstitute der Gemeinschaftsdiagnose gehen von einem Wachstum des Bruttoinlandsprodukts (BIP) von 1,9 Prozent aus (zuvor: 1,5%). Die Wachstumserwartungen für den privaten Konsum liegen bei 1,8 Prozent. Für das Jahr 2018 sind die prognostizierten Zuwachsraten ähnlich hoch. Für den Euroraum erwartet der internationale Währungsfonds (IWF) im Jahr 2017 ein Wachstum von 2,1 Prozent (zuvor: 1,9%), die Weltwirtschaft dürfte um 3,6 Prozent expandieren (zuvor: 3,5%). Es bestehen jedoch zugleich signifikante geopolitische Unsicherheitsfaktoren wie der Nordkorea-Konflikt, die laufenden Brexit-Verhandlungen oder der unklare Kurs der US-Administration.



Entwicklung von Konjunktur und Werbemarkt, Seite 5.

Der deutsche Netto-TV-Werbemarkt konnte in den ersten neun Monaten 2017 nicht von den positiven makroökonomischen Daten profitieren. Ursache hierfür sind branchenspezifische Effekte. Vor diesem Hintergrund erwarten die Agenturgruppen für den deutschen TV-Werbemarkt für 2017 ein Netto-Wachstum zwischen 1,0 und 2,9 Prozent (WARC: +2,9%, ZenithOptimedia: +1,0%, Magna Global: +1,5%).



Entwicklung von Konjunktur und Werbemarkt, Seite 5.

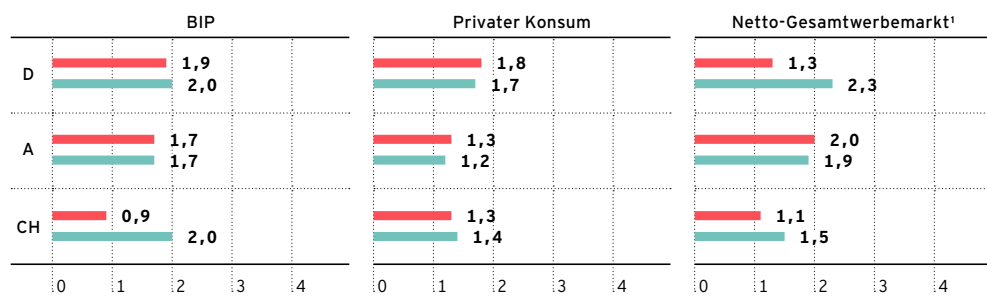


Unternehmensausblick, Seite 25.

Die momentane Abschwächung betrifft nicht nur den deutschen TV-Werbemarkt, sondern den gesamten europäischen Werbemarkt. Bereits im August 2017 haben die großen Werbeagenturen WPP und Havas ihre Umsatzprognosen korrigiert. Darum rechnen die Agenturgruppen für das Jahr 2017 mit einem Netto-Wachstum des deutschen Gesamtwerbemarkts im niedrigen einstelligen Prozentbereich (WARC: 2,2%, ZenithOptimedia: +1,3%, Magna Global: 2,2%). Der Online-Werbemarkt soll um knapp 8 Prozent wachsen (WARC: 6,8%, ZenithOptimedia: 8,1%, Magna Global: 8,5%).

Erwartete Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts, des privaten Konsums sowie des Netto-Gesamtwerbemarkts in den für ProSiebenSat.1 wichtigen Ländern (Abb. 32)

in Prozent, Veränderung gegenüber Vorjahr



■ 2017 ■ 2018 Quellen:

D: Gemeinschaftsdiagnose Herbst 2017. A: European Commission, European Economic Forecast Spring 2017.

CH: SECO, Expertengruppe Konjunkturprognose des Bundes, September 2017.

¹ ZenithOptimedia, Advertising Expenditure Forecast September 2017, Zahlen auf Netto-Basis angepasst, dennoch methodische Unterschiede zwischen den Ländern und Quellen.

Unternehmensausblick



Den Unternehmensausblick für 2017 haben wir am 23. Februar 2017 im Rahmen der Bilanzpressekonferenz sowie am 16. März 2017 im Geschäftsbericht 2016 veröffentlicht. Die einzelnen Ziele und Planungsprämissen hat das Unternehmen ausführlich im Geschäftsbericht 2016 auf den Seiten 172 bis 175 erläutert.

Das TV-Werbe-geschäft des Konzerns hat sich in den ersten sechs Wochen des vierten Quartals 2017 erwartungsgemäß positiv entwickelt und ist in diesem Zeitraum im mittleren einstelligen Prozentbereich gegenüber dem Vorjahr gewachsen. Eine gesamthafte Aussage zum TV-Werbe-geschäft im vierten Quartal wird indes erst nach Abschluss des Monats Dezember möglich sein, der für ProSiebenSat.1 hohe Vorjahresvergleichszahlen aufweist.

Das Segment Content Production & Global Sales wird im vierten Quartal voraussichtlich einen zweistelligen prozentualen Umsatzrückgang gegenüber dem Vorjahr aufweisen. Hier wirken sich starke Vergleichswerte im Vorjahreszeitraum sowie eine teilweise Verschiebung von Produktionen in das nächste Jahr aus. Darüber hinaus setzen sich die strukturellen Herausforderungen in Teilen des Segments Digital Entertainment fort. In Kombination mit einem wie geplanten stärkeren Anstieg der Programmkosten im Segment Broadcasting German-speaking im vierten Quartal geht ProSiebenSat.1 derzeit davon aus, dass das adjusted EBITDA (Q4 2016: 392 Mio Euro) und der bereinigte Konzernüberschuss (Q4 2016: 226 Mio Euro) im vierten Quartal jeweils unter dem Vergleichswert der Vorjahresperiode liegen werden.

ProSiebenSat.1 passt daher den Finanzausblick für das Gesamtjahr 2017 an und rechnet nun mit einem Umsatzanstieg im mittleren einstelligen Prozentbereich (2016: 3.799 Mio Euro). Zuvor ist ProSiebenSat.1 von einem Wachstum im mindestens hohen einstelligen Prozentbereich ausgegangen. Neben der für das vierte Quartal 2017 erwarteten Umsatzentwicklung reflektiert diese Anpassung den jeweils leichten Umsatzrückgang der Segmente Broadcasting German-speaking und Digital Entertainment in den ersten neun Monaten sowie die aus dem Verkauf von etraveli resultierenden Entkonsolidierungseffekte.

Vor dem Hintergrund der erwarteten Ergebnisentwicklung im vierten Quartal rechnet ProSiebenSat.1 für das Gesamtjahr 2017 nun mit einer moderateren Ergebnisverbesserung als zuvor und geht davon aus, das Vorjahresniveau des adjusted EBITDA (2016: 1.018 Mio Euro) sowie des bereinigten Konzernjahresüberschusses (2016: 536 Mio Euro) jeweils leicht zu übertreffen.

Zuvor ist ProSiebenSat.1 davon ausgegangen, dass sowohl das adjusted EBITDA als auch der bereinigte Konzernjahresüberschuss für das Gesamtjahr das Vorjahresniveau übertreffen werden.

ProSiebenSat.1 bestätigt die kommunizierte Dividendenpolitik mit einer Ausschüttungsquote von 80 bis 90 Prozent bezogen auf den bereinigten Konzernüberschuss sowie den Zielkorridor für den Verschuldungsgrad (1,5-2,5).

Die ProSiebenSat.1 Group hat im dritten Quartal 2017 eine Überprüfung der Konzern-Segmentstruktur eingeleitet. Ziel ist es, das Unternehmen auf eine sich dynamisch entwickelnde Medienlandschaft auszurichten. Schwerpunkt ist eine Drei-Säulen-Struktur, welche die Segmente Broadcasting German-speaking und Digital Entertainment zu einem gemeinsamen Entertainment-Segment kombiniert. Dazu gehört mittelfristig auch die Realisierung nennenswerter Kostensynergien.

Weitere Informationen zu den aktuellen Zielvorgaben für alle relevanten finanziellen und nicht-finanziellen Leistungsindikatoren befinden sich auf Seite 3 dieser Mitteilung.

Vorausschauende Aussagen zur künftigen Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage (Abb. 33)

Unsere Prognosen basieren auf aktuellen Einschätzungen zukünftiger Entwicklungen. Wir stützen uns dabei auf unser Budget sowie umfassende Markt- und Wettbewerbsanalysen. Prognosen sind jedoch naturgemäß mit gewissen Unsicherheiten verbunden, die zu positiven oder negativen Planabweichungen führen könnten. Sollten Unwägbarkeiten eintreten oder die den vorausschauenden Aussagen zugrunde liegenden Prämissen nicht zutreffen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den getroffenen Aussagen oder implizit zum Ausdruck gebrachten Ergebnissen abweichen. Entwicklungen, die diese Prognose belasten könnten, sind zum Beispiel eine

geringere Konjunkturdynamik als zum Zeitpunkt der Erstellung dieser Mitteilung erwartet. Diese und weitere Faktoren werden ausführlich im Risiko- und Chancenbericht des Geschäftsberichts 2016 sowie in der vorliegenden Quartalsmitteilung erläutert. Wir berichten auch über zusätzliche Wachstumspotenziale. Chancen, die wir bislang nicht bzw. nicht vollumfänglich budgetiert haben, könnten sich etwa aus den unternehmensstrategischen Entscheidungen ergeben. Wesentliche Ereignisse nach dem Ende der Berichtsperiode werden im Anhang, Ziffer 11, erläutert. Veröffentlichungstermin der Quartalsmitteilung 2017 ist 9. November 2017.

B. KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

Gewinn- und Verlustrechnung

Gewinn- und Verlustrechnung der ProSiebenSat.1 Group (Abb. 34)

in Mio Euro	Q3 2017	Q3 2016	Q1-Q3 2017	Q1-Q3 2016
FORTGEFÜHRTE AKTIVITÄTEN				
1. Umsatzerlöse	883	857	2.755	2.545
2. Umsatzkosten	-722	-477	-1.720	-1.392
3. Bruttoergebnis vom Umsatz	160	380	1.034	1.152
4. Vertriebskosten	-133	-132	-421	-354
5. Verwaltungskosten	-138	-116	-416	-344
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-22	-3	-27	-8
7. Sonstige betriebliche Erträge	307	7	316	23
8. Betriebsergebnis	174	137	487	470
9. Zinsen und ähnliche Erträge	1	1	2	3
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-31	-20	-68	-68
11. Zinsergebnis	-30	-19	-66	-65
12. Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen	-2	-1	-5	1
13. Sonstiges Finanzergebnis	-9	-14	-7	-5
14. Finanzergebnis	-41	-35	-79	-69
15. Ergebnis vor Steuern	132	102	408	401
16. Ertragsteuern	-5	-32	-94	-126
17. Konzernergebnis fortgeführter Aktivitäten	127	70	315	275
NICHT-FORTGEFÜHRTE AKTIVITÄTEN				
18. Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten nach Steuern	-/-	-/-	-/-	-42
KONZERNERGEBNIS	127	70	315	232
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Ergebnis	122	68	304	228
Ergebnisanteil anderer Gesellschafter	4	2	11	4
in Euro				
Ergebnis je Aktie				
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	0,53	0,32	1,33	1,06
Verwässertes Ergebnis je Aktie	0,51	0,32	1,32	1,05
Ergebnis je Aktie fortgeführter Aktivitäten				
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	0,53	0,32	1,33	1,26
Verwässertes Ergebnis je Aktie	0,51	0,32	1,32	1,24
Ergebnis je Aktie nicht-fortgeführter Aktivitäten				
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	-/-	-/-	-/-	-0,20
Verwässertes Ergebnis je Aktie	-/-	-/-	-/-	-0,20

Gesamtergebnisrechnung

Gesamtergebnisrechnung der ProSiebenSat.1 Group (Abb. 35)

in Mio Euro	Q3 2017	Q3 2016	Q1 - Q3 2017	Q1 - Q3 2016
Konzernergebnis	127	70	315	232
Zukünftig erfolgswirksam umzugliedernde Posten				
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnung ¹	- 6	- 8	- 35	- 22
Bewertung von Cashflow Hedges	- 57	- 33	- 179	- 52
Latente Steuern auf direkt mit dem Eigenkapital verrechnete Wertänderungen	16	9	50	15
Umklassifizierung im Rahmen von Entkonsolidierungen	8	-/-	8	-/-
Zukünftig nicht erfolgswirksam umzugliedernde Posten				
Bewertungseffekte aus Pensionsverpflichtungen	-/-	- 2	-/-	- 2
Latente Steuern auf Bewertungseffekte aus Pensionsverpflichtungen	-/-	1	-/-	1
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	- 39	- 34	- 156	- 61
Konzern-Gesamtergebnis	87	36	159	172
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Gesamtergebnis	84	34	150	168
Gesamtergebnisanteil anderer Gesellschafter	3	2	9	4

¹ Enthält Anteile anderer Gesellschafter aus Währungsumrechnungsdifferenzen für Q1-Q3 2017 in Höhe von minus 2 Mio Euro (Q1-Q3 2016: 0 Mio Euro) und für das Q3 2017 in Höhe von minus 1 Mio Euro (Q3 2016: 0 Mio Euro). Darüber hinaus enthält die Position im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten und Schulden erfolgsneutral erfasste Beträge in Höhe von 0 Mio Euro für Q1-Q3 2017 (Q1-Q3 2016: 0 Mio Euro) sowie 4 Mio Euro für Q3 2017 (Q3 2016: 0 Mio Euro).

Bilanz

Bilanz der ProSiebenSat.1 Group (Abb. 36)

in Mio Euro	30.09.2017	31.12.2016
A. Langfristige Vermögenswerte		
I. Geschäfts- und Firmenwerte	1.714	1.860
II. Sonstige immaterielle Vermögenswerte	685	817
III. Sachanlagen	193	216
IV. At-Equity bewertete Anteile	123	109
V. Langfristige finanzielle Vermögenswerte	193	331
VI. Programmvermögen	1.081	1.166
VII. Übrige Forderungen und Vermögenswerte	4	11
VIII. Latente Ertragsteueransprüche	25	30
	4.018	4.540
B. Kurzfristige Vermögenswerte		
I. Programmvermögen	151	146
II. Vorräte	43	29
III. Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	58	91
IV. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	427	446
V. Steuererstattungsansprüche aus Ertragsteuern	76	23
VI. Übrige Forderungen und Vermögenswerte	70	57
VII. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.320	1.271
VIII. Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	31	-/-
	2.176	2.064
Bilanzsumme	6.194	6.603

in Mio Euro	30.09.2017	31.12.2016
A. Eigenkapital		
I. Gezeichnetes Kapital	233	233
II. Kapitalrücklage	1.055	1.054
III. Erwirtschaftetes Konzerneigenkapital	-89	42
IV. Eigene Anteile	-14	-14
V. Kumuliertes übriges Eigenkapital	18	171
VI. Sonstiges Eigenkapital	-103	-79
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zustehendes Eigenkapital	1.101	1.408
VII. Anteile anderer Gesellschafter	28	24
	1.129	1.432
B. Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen		
I. Finanzverbindlichkeiten	3.180	3.178
II. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	424	406
III. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	51	70
IV. Übrige Verbindlichkeiten	11	16
V. Rückstellungen für Pensionen	27	26
VI. Sonstige Rückstellungen	43	42
VII. Latente Ertragsteuerschulden	247	335
	3.983	4.073
C. Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen		
I. Finanzverbindlichkeiten	5	7
II. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	95	102
III. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	530	527
IV. Übrige Verbindlichkeiten	260	303
V. Steuerrückstellungen	60	76
VI. Sonstige Rückstellungen	111	83
VII. Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten	20	-/-
	1.081	1.099
Bilanzsumme	6.194	6.603

Kapitalflussrechnung

Kapitalflussrechnung der ProSiebenSat.1 Group (Abb. 37)

in Mio Euro	Q3 2017	Q3 2016	Q1 - Q3 2017	Q1 - Q3 2016
Ergebnis fortgeführter Aktivitäten	127	70	315	275
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten nach Steuern	-/-	-/-	-/-	-42
Konzernergebnis	127	70	315	232
Ertragsteuern	5	32	94	126
Finanzergebnis	41	35	79	69
Abschreibungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	108	52	215	138
Abschreibungen/Wertaufholungen auf Programmvermögen	382	204	834	650
Veränderung der Pensionsrückstellungen und sonstigen Rückstellungen	13	1	4	5
Ergebnis aus dem Verkauf von Vermögenswerten	-303	1	-300	-5
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	0	3	3	-2
Veränderung Working Capital	3	-7	-80	-32
Erhaltene Dividende	0	0	7	6
Gezahlte Steuern	-58	-52	-166	-162
Gezahlte Zinsen	-10	-12	-48	-70
Erhaltene Zinsen	0	1	1	3
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit fortgeführter Aktivitäten	308	326	957	1.001
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	-/-	-/-	-/-	-42
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit Gesamt	308	326	957	959
Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen, sonstigen immateriellen und anderen langfristigen Vermögenswerten	35	30	36	31
Auszahlungen für die Beschaffung von sonstigen immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	-43	-38	-111	-104
Auszahlungen für die Beschaffung von finanziellen Vermögenswerten	-6	-18	-24	-35
Einzahlungen aus dem Verkauf von Programmvermögen	7	7	19	11
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	-250	-239	-774	-757
Einzahlungen aus der Rückzahlung externer Darlehen	1	0	1	0
Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich übernommener Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente)	0	-83	-91	-157
Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich abgegangener Zahlungsmittel- und Zahlungsmitteläquivalente)	470	-4	470	-10
Cashflow aus Investitionstätigkeit Gesamt	213	-344	-472	-1.022
Free Cashflow fortgeführter Aktivitäten	521	-18	484	-21
Free Cashflow nicht-fortgeführter Aktivitäten	-/-	-/-	-/-	-42
Free Cashflow	521	-18	484	-63
Auszahlungen Dividenden	-/-	-386	-435	-386
Auszahlungen zur Rückführung von verzinslichen Verbindlichkeiten	0	-100	-7	-101
Einzahlungen aus Aufnahme von verzinslichen Verbindlichkeiten	1	150	6	150
Auszahlungen zur Rückführung von Leasingverbindlichkeiten	-4	-4	-11	-11
Einzahlungen aus dem Verkauf eigener Anteile	1	0	1	6
Einzahlungen aus dem Verkauf von Gesellschaftsanteilen ohne Änderung der Kontrolle	0	-/-	52	-/-
Auszahlungen für den Erwerb von Gesellschaftsanteilen ohne Änderung der Kontrolle	-5	0	-5	-2
Einzahlungen in das Kapital von anderen Gesellschaften	1	0	1	1
Auszahlungen von Finanzierungskosten	-/-	-/-	-4	-/-
Auszahlungen von Dividenden an andere Gesellschafter	-3	-3	-12	-16
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit Gesamt	-9	-343	-414	-359
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestands	-3	-1	-9	-4
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	510	-362	62	-425
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	824 ¹	672	1.271	734
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	1.333¹	309	1.333¹	309
Abzüglich zur Veräußerung stehende Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	13	-/-	13	-/-
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende aus fortgeführten Aktivitäten (Konzernbilanz)	1.320	309	1.320	309

¹ Enthält die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente der zur Veräußerung gehaltenen Gesellschaften.

Eigenkapitalveränderungsrechnung

Eigenkapitalveränderungsrechnung der ProSiebenSat.1 Group für Q1-Q3 2016 (Abb. 38)

in Mio Euro	Ge- zeich- netes Kapital	Kapital- rück- lage	Erwirt- schaf- tetes Konzern- eigen- kapital	Eigene Anteile	Kumuliertes übriges Eigenkapital					Den Anteils- eignern der ProSiebenSat.1 Media SE zustehendes Eigenkapital	Anteile anderer Gesell- schafter	Konzern- eigen- kapital
					Unter- schie- ds- betrag aus Währungs- umrech- nung	Bewer- tung von Cashflow- Hedges	Bewer- tungs- effekte aus Pensions- verpflich- tungen	Latente Steuern	Sons- tiges Eigen- kapital			
31. Dezember 2015	219	600	26	-20	22	185	-8	-50	-54	922	21	943
Konzernergebnis	-/-	-/-	228	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	228	4	232
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	-/-	-/-	-/-	-/-	-22	-52	-2	15	-/-	-61	0	-61
Konzern- Gesamtergebnis	-/-	-/-	228	-/-	-22	-52	-2	15	-/-	168	4	172
Dividenden	-/-	-/-	-386	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-386	-16	-402
Anteilsbasierte Vergütungen	-/-	-57	-/-	6	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-51	-/-	-51
Sonstige Veränderungen	-/-	2	0	0	-/-	-/-	-/-	-/-	-16	-14	11	-3
30. September 2016	219	545	-132	-14	1	133	-10	-34	-70	637	21	658

Eigenkapitalveränderungsrechnung der ProSiebenSat.1 Group für Q1-Q3 2017 (Abb. 39)

in Mio Euro	Ge- zeich- netes Kapital	Kapital- rück- lage	Erwirt- schaf- tetes Konzern- eigen- kapital	Eigene Anteile	Kumuliertes übriges Eigenkapital					Den Anteils- eignern der ProSiebenSat.1 Media SE zustehendes Eigenkapital	Anteile anderer Gesell- schafter	Konzern- eigen- kapital
					Unter- schie- ds- betrag aus Währungs- umrech- nung	Bewer- tung von Cashflow- Hedges	Bewer- tungs- effekte aus Pensions- verpflich- tungen	Latente Steuern	Sons- tiges Eigen- kapital			
31. Dezember 2016	233	1.054	42	-14	18	221	-9	-59	-79	1.408	24	1.432
Konzernergebnis	-/-	-/-	304	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	304	11	315
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	-/-	-/-	-/-	-/-	-33	-179	-/-	50	-/-	-162	-2	-164
Umklassifizierung im Rahmen von Entkonsolidierungen	-/-	-/-	-/-	-/-	8	-/-	-/-	-/-	-/-	8	-/-	8
Konzern- Gesamtergebnis	-/-	-/-	304	-/-	-25	-179	-/-	50	-/-	150	9	159
Dividenden	-/-	-/-	-435	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-435	-12	-447
Anteilsbasierte Vergütungen	-/-	2	-/-	0	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	2	-/-	2
Sonstige Veränderungen	-/-	0	0	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-24	-24	7	-17
30. September 2017	233	1.055	-89	-14	-6	42	-9	-9	-103	1.101	28	1.129

Konzernanhang für den Zwischenabschluss zum 30. September 2017 der ProSiebenSat.1 Group

1

Allgemeine Angaben

Der Konzernzwischenabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE und ihrer Tochtergesellschaften (zusammen „das Unternehmen“, „der Konzern“ oder „ProSiebenSat.1 Group“) zum 30. September 2017 wurde in Übereinstimmung mit den für die Zwischenberichterstattung anzuwendenden IFRS, wie sie vom IASB veröffentlicht wurden und in der EU anzuwenden sind, aufgestellt und sollte im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2016 gelesen werden.

Die Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze, die für den Konzernzwischenabschluss zum 30. September 2017 angewendet wurden, sind dieselben, die auch dem Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2016 zugrunde lagen.

Das Kerngeschäft des Konzerns unterliegt starken saisonalen Schwankungen. Die in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2017 erzielten Ergebnisse lassen deshalb nicht notwendigerweise Vorhersagen über die Entwicklung des weiteren Geschäftsverlaufes zu.

In der Gewinn- und Verlustrechnung wurde der Ausweis von Hedge-Ineffektivitäten geändert, die nun im sonstigen Finanzergebnis ausgewiesen werden (siehe Ziffer 11 „Zinsergebnis“ im Anhang zum Konzernabschluss zum 31. Dezember 2016). Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen in diesem Konzernzwischenabschluss nicht genau zur angegebenen Summe addieren lassen und dass dargestellte Prozentangaben nicht genau die absoluten Zahlen widerspiegeln, auf die sie sich beziehen.

Auf der ordentlichen Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE am 12. Mai 2017 wurde hinsichtlich der Verwendung des Bilanzgewinns eine Einstellung in die Gewinnrücklage in Höhe von 800 Mio Euro sowie die Ausschüttung einer Dividende für das Geschäftsjahr 2016 in Höhe von 1,90 Euro je Aktie beschlossen. Die Gesamtsumme der Dividendenzahlung betrug 435 Mio Euro und wurde am 17. Mai 2017 ausgezahlt.

Auswirkungen der Veränderung von Rechnungslegungsstandards

Die ProSiebenSat.1 Group befindet sich aktuell im Prozess der Implementierung neuer, vom IASB verabschiedeter Rechnungslegungsstandards (Vgl. Geschäftsbericht 2016, S. 265 - 267). Im Einzelnen handelt es sich hierbei um die Standards IFRS 9 „Finanzinstrumente“, IFRS 15 „Erlöse aus Verträgen mit Kunden“ sowie IFRS 16 „Leasingverhältnisse“. Mit Ausnahme von IFRS 16 sind diese Standards bereits von der Europäischen Kommission in Europäisches Recht übernommen worden.

Der Konzern analysiert derzeit in einem konzernweiten Projekt die Auswirkungen der Erstanwendung von **IFRS 9** auf den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2018 bzw. auf die unterjährige Quartalsberichterstattung in 2018. Hierbei wurden vorerst die folgenden Entscheidungen zur Umstellung getroffen:

➤ **Klassifizierung und Bewertung von Finanzinstrumenten sowie Wertminderung finanzieller Vermögenswerte**

Die diesbezüglichen Vorschriften des IFRS 9 werden ab dem 1. Januar 2018 erstmalig angewendet. Dabei wird der Konzern nach derzeitigem Projektstand sich daraus ergebende Effekte zum Stichtag im erwirtschafteten Konzerneigenkapital erfassen. Die Vergleichszahlen für das Geschäftsjahr 2017 werden voraussichtlich nicht angepasst. Die ProSiebenSat.1 Group analysiert derzeit die quantitativen Auswirkungen, welche sich nach aktuellem Kenntnisstand voraus-

sichtlich aufgrund der zeitlich vorgezogenen Erfassung von Wertminderungen auf Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, Forderungen und aktiven Vertragssalden gemäß IFRS 15 im Rahmen des so genannten „Expected-Loss-Modells“ ergeben werden. Belastbare quantitative Daten liegen zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch nicht vor, derzeit werden einmalige Anpassungseffekte im hohen einstelligen Millionenbereich erwartet. Darüber hinaus werden sich wahrscheinlich Auswirkungen aus in der Vergangenheit vorgenommenen Modifikationen finanzieller Verbindlichkeiten ergeben.

➤ **Bilanzierung von Sicherungsbeziehungen (Hedge Accounting)**

Der Konzern wird die Vorschriften des IFRS 9 zur Bilanzierung finanzieller Sicherungsbeziehungen (Hedge Accounting) ab dem 1. Januar 2018 voraussichtlich nicht anwenden und vielmehr von dem Beibehaltungswahlrecht der Bilanzierung nach IAS 39 Gebrauch machen.

Die ProSiebenSat.1 Group wird die Vorschriften zur Umsatzrealisierung des **IFRS 15** voraussichtlich vollständig rückwirkend anwenden. Dabei wird der sich aus der Umstellung ergebende quantitative Effekt zum 1. Januar 2017 im erwirtschafteten Konzerneigenkapital erfasst. Die Umsetzung der vom IASB im April 2016 veröffentlichten Klarstellungen des IFRS 15 in europäisches Recht ist zum Stichtag noch nicht erfolgt, wird aber im vierten Quartal 2017 erwartet. Aus der Umsetzung ergeben sich auf Basis des aktuellen Vertragsbestands voraussichtlich keine wesentlichen Auswirkungen auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Konzerns.

Vorbehaltlich der fristgerechten Umsetzung von **IFRS 16** in europäisches Recht plant der Konzern dessen Vorschriften vorzeitig ab dem Geschäftsjahr 2018 umzusetzen. Die Umstellung wird dabei gemäß IFRS 16.C5(b) unter Erfassung der kumulativen und quantitativen Umstellungseffekte zum 1. Januar 2018 im erwirtschafteten Konzerneigenkapital erfolgen. Die Vergleichsinformationen für das Geschäftsjahr 2017 werden dabei voraussichtlich im Konzernabschluss 2018 gemäß IFRS 16.C7 nicht angepasst.

Bei der Umstellung auf IFRS 16 wird der Konzern nach derzeitigem Stand die Erleichterungsvorschriften des IFRS 16.C3(b) anwenden und Vertragsverhältnisse, die nach IAS 17 „Leasingverhältnisse“ in Verbindung mit IFRIC 4 „Feststellung, ob eine Vereinbarung ein Leasingverhältnis enthält“ nicht als Leasingverhältnisse eingestuft wurden, nicht nach der Definition eines Leasingverhältnisses in IFRS 16 überprüfen. Hiervon sind primär die bestehenden Satelliten-, Transponder- bzw. Kabeleinspeiseverträge des Konzerns betroffen, die nach den Vorschriften des IAS 17 in Verbindung mit IFRIC 4 als Dienstleistungsverträge eingestuft wurden und deren Bilanzierung für bestehende Verträge nicht berührt werden.

Die ProSiebenSat.1 Group implementiert aktuell ein konzernweites IT System in dem die Leasingverhältnisse nach IFRS 16 voraussichtlich abgebildet werden; belastbare quantitative Ergebnisse liegen aufgrund der laufenden Systemimplementierung zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch nicht vor. Diese wird die ProSiebenSat.1 Group im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2017 veröffentlichen.

2 Segmentberichterstattung

Der Konzern ist in die vier Berichtssegmente „Broadcasting German-speaking“, „Digital Entertainment“, „Digital Ventures & Commerce“ sowie „Content Production & Global Sales“ unterteilt. Im dritten Quartal hat die ProSiebenSat.1 Group die Konzern-Segmentstruktur einer Überprüfung unterzogen und wird voraussichtlich im kommenden Geschäftsjahr die Berichterstattung auf 3 Berichtssegmente umstellen (siehe Unternehmensausblick im Konzernzwischenlagebericht). Die Segmente „Broadcasting German-speaking“ sowie „Digital Entertainment“ sollen dabei neben weiteren Einzelmaßnahmen im Wesentlichen zusammengelegt werden.

Die nachfolgende Tabelle enthält die Segmentinformationen der ProSiebenSat.1 Group:

Segmentinformationen der ProSiebenSat.1 Group Q3 (Abb. 40)

	Segment Broadcasting German-speaking	Segment Digital Entertainment	Segment Digital Ventures & Commerce	Segment Content Production & Global Sales	Summe Segmente	Sonstige/ Eliminierungen	Summe Konzern- zwischenabschluss
in Mio Euro	Q3 2017	Q3 2017	Q3 2017	Q3 2017	Q3 2017	Q3 2017	Q3 2017
Umsatzerlöse	488	103	227	106	924	-42	883
Außenumsatz	460	96	226	93	875	7	883
Innenumsatz	29	7	1	12	49	-49	-/-
EBITDA ¹	-51	-21	341	13	281	0	281
Adjusted EBITDA	143	-2	48	14	203	0	202

¹ Diese Segmentinformation wird im Rahmen der Segmentberichterstattung auf freiwilliger Basis angegeben.

	Segment Broadcasting German-speaking	Segment Digital Entertainment	Segment Digital Ventures & Commerce	Segment Content Production & Global Sales	Summe Segmente	Sonstige/ Eliminierungen	Summe Konzern- zwischenabschluss
in Mio Euro	Q3 2016	Q3 2016	Q3 2016	Q3 2016	Q3 2016	Q3 2016	Q3 2016
Umsatzerlöse	496	104	181	111	892	-35	857
Außenumsatz	472	99	181	100	851	5	857
Innenumsatz	24	5	0	11	41	-41	-/-
EBITDA ¹	140	6	36	11	194	-5	188
Adjusted EBITDA	147	4	40	11	202	0	202

¹ Diese Segmentinformation wird im Rahmen der Segmentberichterstattung auf freiwilliger Basis angegeben.

Segmentinformationen der ProSiebenSat.1 Group Q1 - Q3 (Abb. 41)

	Segment Broadcasting German-speaking	Segment Digital Entertainment	Segment Digital Ventures & Commerce	Segment Content Production & Global Sales	Summe Segmente	Sonstige/ Eliminierungen	Summe Konzern- zwischenabschluss
in Mio Euro	Q1 - Q3 2017	Q1 - Q3 2017	Q1 - Q3 2017	Q1 - Q3 2017	Q1 - Q3 2017	Q1 - Q3 2017	Q1 - Q3 2017
Umsatzerlöse	1.590	320	687	313	2.910	-155	2.755
Außenumsatz	1.490	301	683	261	2.736	19	2.755
Innenumsatz	100	19	3	52	174	-174	-/-
EBITDA ¹	270	-17	421	34	708	-6	702
Adjusted EBITDA	488	3	139	35	666	-5	661

¹ Diese Segmentinformation wird im Rahmen der Segmentberichterstattung auf freiwilliger Basis angegeben.

	Segment Broadcasting German-speaking	Segment Digital Entertainment	Segment Digital Ventures & Commerce	Segment Content Production & Global Sales	Summe Segmente	Sonstige/ Eliminierungen	Summe Konzern- zwischenabschluss
in Mio Euro	Q1 - Q3 2016	Q1 - Q3 2016	Q1 - Q3 2016	Q1 - Q3 2016	Q1 - Q3 2016	Q1 - Q3 2016	Q1 - Q3 2016
Umsatzerlöse	1.575	319	494	284	2.672	-128	2.545
Außenumsatz	1.506	304	483	240	2.533	12	2.545
Innenumsatz	69	15	12	44	140	-140	-/-
EBITDA ¹	473	24	97	25	618	-10	608
Adjusted EBITDA	479	19	105	27	630	-4	626

¹ Diese Segmentinformation wird im Rahmen der Segmentberichterstattung auf freiwilliger Basis angegeben.

Der Vorstand als Hauptentscheidungsträger misst den Erfolg der Segmente anhand einer Segmentergebnisgröße, die in der internen Steuerung und Berichterstattung seit dem 1. Januar 2017 als „adjusted EBITDA“ bezeichnet wird.

Anhang

3 Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen im Zusammenhang mit Tochterunternehmen

Nachfolgend wird die Überleitungsrechnung von den Segmentwerten auf die entsprechenden Konzernwerte dargestellt:

Überleitung auf die Konzernwerte (Abb. 42)

in Mio Euro	Q3 2017	Q3 2016	Q1-Q3 2017	Q1-Q3 2016
Adjusted EBITDA der berichtspflichtigen Segmente	203	202	666	630
Sonstige/Eliminierungen	0	0	-5	-4
Adjusted EBITDA des Konzerns	202	202	661	626
Sondereffekte (saldiert)	79	-13	41	-18
Finanzergebnis	-41	-35	-79	-69
Planmäßige Abschreibungen	-50	-46	-152	-125
Wertminderungen	-57	-6	-63	-13
Konzernergebnis vor Steuern	132	102	408	401

Nachstehend sind die Angaben auf Unternehmensebene der ProSiebenSat.1 Group zu finden:

Angaben auf Unternehmensebene (Abb. 43)

Geografische Aufteilung	D		USA		AT/CH		Skandinavien		UK		Sonstige		Summe Konzernzwischenabschluss	
	Q3 2017	Q3 2016	Q3 2017	Q3 2016	Q3 2017	Q3 2016	Q3 2017	Q3 2016	Q3 2017	Q3 2016	Q3 2017	Q3 2016	Q3 2017	Q3 2016
in Mio Euro														
Außenumsätze	694	652	100	110	60	55	14	29	12	9	4	2	883	857

Geografische Aufteilung	D		USA		AT/CH		Skandinavien		UK		Sonstige		Summe Konzernzwischenabschluss	
	Q1-Q3 2017	Q1-Q3 2016	Q1-Q3 2017	Q1-Q3 2016	Q1-Q3 2017	Q1-Q3 2016	Q1-Q3 2017	Q1-Q3 2016	Q1-Q3 2017	Q1-Q3 2016	Q1-Q3 2017	Q1-Q3 2016	Q1-Q3 2017	Q1-Q3 2016
in Mio Euro														
Außenumsätze	2.139	1.966	281	255	196	182	103	111	24	25	11	6	2.755	2.545

3 Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen im Zusammenhang mit Tochterunternehmen

Erwerb von 100 Prozent der Anteile an der ATV Sendergruppe

Mit wirtschaftlicher Wirkung zum 6. April 2017 hat die ProSiebenSat.1 Group 100,0 Prozent der Anteile an der ATV Privat TV GmbH & Co KG, Wien, Österreich, und der ATV Privat TV GmbH, Wien, Österreich, erworben und damit Kontrolle erlangt. ATV ist eine österreichische Sendergruppe und betreibt die österreichischen Fernsehprogramme ATV und ATV2. Die Gesellschaften wurden dem Segment Broadcasting German-speaking (siehe Ziffer 2 „Segmentberichterstattung“) zugeordnet. Im Rahmen des Erwerbs der Gesellschaften wurden Anschaffungsnebenkosten von 1 Mio Euro in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Der Kaufpreis nach IFRS 3 beläuft sich auf 24 Mio Euro und setzt sich aus einem Basiskaufpreis in Höhe von 28 Mio Euro sowie vertraglicher Kaufpreisanpassungen auf den übernommenen Bestand an Nettofinanzmitteln und Nettoumlaufvermögen in Höhe von minus 4 Mio Euro zusammen.

Die nachfolgende Tabelle zeigt die beizulegenden Zeitwerte der identifizierten erworbenen Vermögenswerte und übernommenen Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit dem Erwerb jeweils zum Erwerbszeitpunkt. Die nachstehenden Beträge wurden aufgrund der andauernden Kaufpreisverhandlung zum Bilanzstichtag bis zum Abschluss einer vollständigen unabhängigen Kaufpreisallokation durch eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft vorläufig bewertet:

Anhang

3 Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen im Zusammenhang mit Tochterunternehmen

Akquisition ATV Sendergruppe (Abb. 44)

in Mio Euro	Fair Value zum Erwerbs- zeitpunkt
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	12
davon im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierte Vermögenswerte	12
Sachanlagen	1
Langfristige Vermögenswerte	13
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	3
Übrige kurzfristige Forderungen und Vermögenswerte	6
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1
Kurzfristige Vermögenswerte	10
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	7
Sonstige Rückstellungen	12 ¹
Sonstige Verbindlichkeiten	4
Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	23
Netto-Reinvermögen	0
Kaufpreis nach IFRS 3	24
Geschäfts- oder Firmenwert	24

¹ Die Rückstellungen bei der vorläufigen Kaufpreisallokation wurden um 2 Mio EUR erfolgsneutral angepasst. Der Geschäfts- oder Firmenwert erhöhte sich entsprechend um diesen Betrag.

Der identifizierte Geschäfts- oder Firmenwert ist steuerlich über 15 Jahre abzugsfähig und wird in der funktionalen Währung Euro geführt. Er repräsentiert besondere Synergiepotenziale aus der Erweiterung der Geschäftsaktivitäten im Bereich des österreichischen TV-Marktes. Er wird somit der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Broadcasting German-speaking zugeordnet.

Im Rahmen der vorläufigen Kaufpreisallokation wurde eine Marke mit einer unbestimmten Nutzungsdauer und einem beizulegenden Zeitwert von 12 Mio Euro separat vom Geschäfts- oder Firmenwert angesetzt.

Eine Einbeziehung der Gesellschaften vom Beginn des Geschäftsjahres bis zur Erstkonsolidierung im April 2017 hätte folgende Auswirkungen auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group gehabt: Zusätzliche Umsatzerlöse von 7 Mio Euro und ein Ergebnis nach Steuern von minus 13 Mio Euro. Seit der Erstkonsolidierung bis zum 30. September 2017 haben die Gesellschaften Umsatzerlöse von 13 Mio Euro und ein Ergebnis nach Steuern von minus 4 Mio Euro zum Konzernergebnis beigetragen.

Veräußerung der eTRAVELi Holding AB

Mit Unterzeichnung der Verträge am 19. Juni 2017 wurden die gesamten, dem Segment Digital Ventures & Commerce (siehe Ziffer 2 „Segmentberichterstattung“) zugeordneten Travel-Aktivitäten im skandinavischen Bereich unter der Marke etraveli von der ProSiebenSat.1 Group veräußert. Der dieser Transaktion zugrunde liegende Unternehmenswert betrug insgesamt 508 Mio Euro. Die Veräußerung geht auf einen strategischen Review-Prozess des Online-Reisegeschäfts der Gruppe zurück und dient der strukturellen Fokussierung der Segmente des Konzerns. Die Verkaufstransaktion wurde am 3. August 2017 formal und rechtlich vollzogen. Aufgrund des mit der Transaktion verbundenen Kontrollverlustes wurden die betroffenen Unternehmen zu diesem Zeitpunkt entkonsolidiert. Die Veräußerung hat sich auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Konzerns wie folgt ausgewirkt:

Auswirkungen der Entkonsolidierung auf den Konzern (Abb. 45)

in Mio Euro	Fair Value zum Erwerbs- zeitpunkt
Kaufpreis	538
Kaufpreis in bar	538
Veräußerungskosten	- 8
Kaufpreis abzgl. Veräußerungskosten	530
Kaufpreis in bar	538
Abgehende Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	- 69
Netto-Zahlungsmittelzufluss	469
Geschäfts- und Firmenwert	151
Immaterielle Vermögenswerte	47
Sachanlagen	2
Sonstige Vermögenswerte (inkl. aktive latente Steuern)	50
Zahlungsmittel- und Zahlungsmitteläquivalente	69
Im sonstigen Gesamtergebnis erfasste Währungseffekte	8
Rückstellungen	- 4
Passive latente Steuern	- 22
Sonstige Verbindlichkeiten	- 65
Nettovermögen	236
Entkonsolidierungsergebnis	294

Der ausgewiesene Entkonsolidierungsgewinn aus der Veräußerung der Tochterunternehmen beträgt 294 Mio EUR und ist in voller Höhe den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnen.

Zum Entkonsolidierungszeitpunkt wurden auf die abgehenden Gesellschaften entfallende Währungseffekte in Höhe von 8 Mio EUR erfolgswirksam aus dem sonstigen Gesamtergebnis ausgebucht. Die Veräußerungskosten von 8 Mio EUR umfassen im Wesentlichen Beratungsleistungen im Rahmen des Verkaufsprozesses.

Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten

Bei zur Veräußerung gehaltenen langfristigen Vermögenswerten (oder Gruppen von zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten und Schulden) handelt es sich um Vermögenswerte, die in ihrem gegenwärtigen Zustand veräußert werden können und deren Veräußerung innerhalb des nächsten Jahres sehr wahrscheinlich ist. Sie werden zum niedrigeren Wert aus Buchwert oder beizulegendem Zeitwert abzüglich Verkaufskosten bewertet, es sei denn IFRS 5 ist für die Bewertung nicht anwendbar. Eine Anpassung der Bilanz-Vorjahreszahlen erfolgt in Übereinstimmung mit IFRS 5.40 nicht.

Zum 30. September 2017 stellt die ProSiebenSat.1 Group aufgrund einer angestrebten Portfoliobereinigung weitere Gesellschaften aus dem Reise-Portfolio zur Disposition. In diesem Zuge wurden negative Neubewertungseffekte in Höhe von 16 Mio Euro erfasst, welche insbesondere auf Marken mit unbegrenzter Nutzungsdauer entfielen. Die hiervon betroffenen Gesellschaften sind dem Segment Digital Ventures & Commerce zugeordnet. Gemäß IFRS 5 werden in diesem Zusammenhang zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte sowie hiermit in Verbindung stehende Verbindlichkeiten zusammen mit den bereits zum 30. Juni 2017 aus der Veräußerung der größtenteils nach IAS 39 bewerteten Minderheitsbeteiligungen an einen Private Equity Fond umgegliederten Vermögenswerten und Schulden separat in der Bilanz ausgewiesen. Nach dem teilweisen Vollzug der letztgenannten Transaktion im Juli 2017 und dem damit verbundenen Abgang der entsprechenden Beteiligungen wird der wirtschaftliche Vollzug für den verbliebenen Teil und mit einem Buchwert von 3 Mio Euro im vierten Quartal erwartet.

Die zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte bzw. die damit in Verbindung stehenden Verbindlichkeiten teilen sich zum Stichtag auf folgende wesentliche Positionen auf:

Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten (Abb. 46)

in Mio Euro	30. September 2017
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	6
Sachanlagen	0
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	3
Sonstige Vermögenswerte (inkl. aktive latente Steuern)	9
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	13
Summe zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	31
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	13
Sonstige Verbindlichkeiten und Rückstellungen (inkl. passive latente Steuern)	7
Summe Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten	20
Nettovermögen	11

Kapitalerhöhung bei Studio71

Mit wirtschaftlicher Wirkung vom 11. Januar 2017 beteiligten sich die Medienkonzerne TF1 SA, Boulogne-Billancourt, Frankreich (TF1) und Reti Televisive Italiane S.p.A., Mailand, Italien (Mediaset) im Rahmen einer Kapitalerhöhung jeweils mit einer Minderheitsbeteiligung an der ProSiebenSat.1 Digital Content LP (Studio71). Mit wirtschaftlicher Wirkung vom 17. Februar 2017 erhöhte TF1 seine Minderheitsbeteiligung an Studio71 durch eine weitere Kapitalerhöhung. Bei der ProSiebenSat.1 Group verbleiben nach den Kapitalerhöhungen 69 Prozent der Anteile an Studio71. Mit TF1 und Mediaset wurden jeweils Put-Optionen über den Rückerwerb der Anteile vereinbart. Da die ProSiebenSat.1 Group eine unbedingte Verpflichtung hat, die Put-Optionen bei Ausübung zu erfüllen, besteht weiterhin eine Konsolidierungsquote von 100,0 Prozent.

4 Wesentliche bilanzielle Veränderungen**Außerplanmäßige Abschreibungen von immateriellen Vermögenswerten im Segment Digital Ventures & Commerce**

Im dritten Quartal des Geschäftsjahres 2017 haben sich außerplanmäßige Abschreibungen auf im Rahmen von früheren Kaufpreisallokationen identifizierten und bewerteten sonstigen immateriellen Vermögenswerten im Bereich Digital Ventures & Commerce ergeben. Die wesentlichen außerplanmäßigen Abschreibungen stehen im Zusammenhang mit Kundenbeziehungen in Höhe von 4 Mio Euro und einer Marke mit bestimmter Nutzungsdauer in Höhe von 13 Mio Euro im Commerce-Portfolio welche im Rahmen eines Wertminderungstests nach IAS 36 erfasst wurden. Hierbei wurde dem fortgeführten Buchwert der relevanten zahlungsmittelgenerierenden Einheit der erzielbare Betrag, der den höheren Wert aus beizulegendem Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten und Nutzungswert repräsentiert, gegenübergestellt. Die außerplanmäßigen Abschreibungen wurden in den Funktionskosten erfasst. Darüber hinaus wurde im Rahmen der zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte von Gesellschaften aus dem Reise-Portfolio (siehe Ziffer 3 „Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen im Zusammenhang mit Tochterunternehmen“) eine Marke mit unbestimmter Nutzungsdauer in Höhe von 16 Mio Euro außerplanmäßig abgeschrieben. Diese Abschreibung wurde in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen erfasst.

Strategische Neuausrichtung maxdome

Aufgrund einer strategischen Neueinschätzung der Geschäftsaktivitäten des dem Segment Digital Entertainment zugeordneten Tochterunternehmens maxdome GmbH hat die ProSiebenSat.1 Group im dritten Quartal des Geschäftsjahres 2017 außerordentliche Abschreibungen auf das Vorratsvermögen und immaterielle Vermögenswerte in Höhe von insgesamt 4 Mio Euro vorgenommen. Darüber hinaus wurde ein Wertminderungstest nach IAS 36 vorgenommen. In diesem Zuge wurden weitere Vermögenswerte in der zahlungsmittelgenerierenden Einheit maxdome insgesamt um 33 Mio Euro außerplanmäßig abgeschrieben. Die Abschreibungen wurden gem. relativer Buchwerte auf die zahlungsmittelgenerierende Einheit verteilt. In diesem Zuge wurden das der Einheit zuzuordnende Programmvermögen in Höhe von 14 Mio Euro, immaterielle Vermögenswerte und hierauf geleistete Anzahlungen in Höhe von insgesamt 17 Mio Euro sowie Sachanlage

vermögen in Höhe von 1 Mio Euro wertberichtigt. Alle außerplanmäßigen Abschreibungen wurden in den Funktionskosten sowie in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen erfasst.

Strategische Neubewertung von Teilen des Programmvermögens

Die ProSiebenSat.1 Group hat im dritten Quartal des Geschäftsjahres 2017 die strategische Neubewertung eines Teils ihres Programmbestandes im Segment Broadcasting German-speaking durchgeführt. Es soll im Wesentlichen eine stärkere Diversifizierung der Programmstruktur der Gruppe erreicht werden, um mittelfristig den US Fiction Anteil im Programm zu reduzieren. Im Zuge dessen wurden im Rahmen der zweistufigen Werthaltigkeitsüberprüfung weitreichende Bereinigungen auf Titelebene im Programmbestand vorgenommen. Die Gruppe hat auf Grundlage der durchgeführten Neubewertung im dritten Quartal des Geschäftsjahres 2017 einen außerplanmäßigen Werteverzehr in Höhe von 170 Mio Euro erfasst. Der außerplanmäßige Werteverzehr wurde in den Funktionskosten sowie in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen erfasst.

5 Ertragsteuern

Der für den Konzern maßgebliche nominelle Steuersatz beläuft sich unverändert auf 28,0 Prozent. Im Rahmen der Ermittlung des Konzernsteueraufwands für die ersten neun Monate 2017 wurde der für das gesamte Geschäftsjahr erwartete, effektive Konzern-Steuersatz von 23,0 Prozent (Vorjahr: 31,5%) zugrunde gelegt. Der sich ergebende Unterschied zum nominellen Steuersatz ist größtenteils auf die Berücksichtigung von steuerfreien Veräußerungsgewinnen, insbesondere aus der Veräußerung der eTRAVELi Holding AB (siehe Ziffer 3 „Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen im Zusammenhang mit Tochterunternehmen“), sowie auf Steuern für vorangegangene Veranlagungszeiträume und auf nicht abzugsfähige Betriebsausgaben zurückzuführen.

6 Ergebnis je Aktie

In den folgenden Tabellen werden die der Berechnung des Ergebnisses je Aktie zugrunde liegenden Parameter dargestellt:

In das Ergebnis je Aktie einbezogene Ergebnisgrößen (Abb. 47)

in Mio Euro	Q3 2017	Q3 2016	Q1-Q3 2017	Q1-Q3 2016
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Ergebnis (unverwässert)	122	68	304	228
davon aus fortgeführten Aktivitäten (unverwässert)	122	68	304	271
davon aus nicht-fortgeführten Aktivitäten (unverwässert)	-/-	-/-	-/-	-42
Bewertungseffekte aus der anteilsbasierten Vergütung nach Steuern	-5	0	-2	-3
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Ergebnis (verwässert)	117	68	302	225
davon aus fortgeführten Aktivitäten (verwässert)	117	68	302	268
davon aus nicht-fortgeführten Aktivitäten (verwässert)	-/-	-/-	-/-	-42

In das Ergebnis je Aktie einbezogene Aktien (Abb. 48)

in Stück	Q3 2017	Q3 2016	Q1-Q3 2017	Q1-Q3 2016
Gewichtete Anzahl ausgegebener Aktien (unverwässert)	228.859.760	214.573.846	228.836.336	214.469.856
Verwässerungseffekt aufgrund von ausgegebenen Aktienoptionen und Anrechten auf Aktien	547.758	607.705	547.758	607.705
Gewichtete Anzahl ausgegebener Aktien (verwässert)	229.407.518	215.181.550	229.384.094	215.077.561

Die Group Share Pläne (siehe Ziffer 9 „Anteilsbasierte Vergütung“) beinhalten hinsichtlich der Erfüllungsart ein Wahlrecht seitens der ProSiebenSat.1 Media SE, diese mittels Aktien oder im Wege des Barausgleichs zu erfüllen. Aufgrund des auftretenden Verwässerungseffekts im dritten Quartal 2016 und 2017 sowie in den ersten neun Monaten 2016 und 2017 werden die Pläne für die Berechnung des Ergebnisses je Aktie gemäß IAS 33.58 im Gegensatz zu IFRS 2 so behandelt, als würden diese in Aktien erfüllt werden.

7 Eventualverbindlichkeiten und sonstige finanzielle Verpflichtungen

Steuerliche Risiken betreffend die Bewertung des Programmvermögens

Im Rahmen der seit 2010 bzw. 2013 laufenden steuerlichen Außenprüfung der ProSiebenSat.1 Group für die Jahre 2004 bis 2012 haben die deutschen Steuerbehörden im Juni 2017 erstmals konkret die Richtigkeit der steuerbilanziellen Behandlung des Programmvermögens der ProSiebenSat.1 Group in Frage gestellt. Dabei geht es insbesondere um den Ausweis des Programmvermögens als Umlaufvermögen und die Ermittlung des Werteverzehrs. Die fachlichen Diskussionen mit der Finanzverwaltung sind derzeit noch nicht abgeschlossen. Insbesondere liegt noch keine schriftliche Äußerung der Finanzverwaltung vor, wie die Bilanzierung des Programmvermögens nach ihrer Auffassung konkret geändert werden sollte. Daher ist aktuell noch unklar, ob bzw. inwiefern die Bilanzierung dem Grunde nach sowie die Bewertungsmethode tatsächlich zu ändern wäre. Die ProSiebenSat.1 Group hält ihre Bilanzierungspraxis, die bisher auch von den Steuerbehörden akzeptiert wurde, für gesetzeskonform. Daher behält sich die ProSiebenSat.1 Group das Recht vor, gegen etwaige Steuerfestsetzungen Rechtsbehelfe einzulegen. Wir erachten die nach aktuellen Kenntnissen gebildete Risikorückstellung in Höhe eines sehr niedrigen zweistelligen Millionenbetrags als ausreichend. Aufgrund der genannten Gründe ist es möglich, dass die tatsächliche Belastung abweicht.

Darüber hinaus ergaben sich gegenüber den im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2016 ausgewiesenen Eventualverbindlichkeiten zum 30. September 2017 keine wesentlichen Änderungen.

Die sonstigen finanziellen Verpflichtungen setzen sich folgendermaßen zusammen:

Sonstige finanziellen Verpflichtungen (Abb. 49)

in Mio Euro	30. September 2017	31. Dezember 2016
Einkaufsobligo für Programmvermögen	2.892	3.244
Distribution	200	187
Leasing- und Mietverpflichtungen	95	111
Übrige finanzielle Verpflichtungen	183	162
Summe	3.370	3.704

8 Finanzinstrumente

Die folgende Tabelle zeigt die Buchwerte und beizulegenden Zeitwerte aller Kategorien von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Group und ordnet die zum beizulegenden Zeitwert bewerteten finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten den Fair-Value-Hierarchiestufen zu.

Buch- und Marktwerte von Finanzinstrumenten per 30. September 2017 (Abb. 50)

in Mio Euro	In der Bilanz ausgewiesen in	Buchwert	Kategorie					Fair Value			Summe
			Erfolgs-wirksam zum Fair Value bewertet	Zu Zwecken des Hedge Accounting	Kredite und Forderungen	Zur Ver-äußerung verfügbar	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	
Finanzielle Vermögenswerte											
Bewertet zum Fair Value											
	Finanzielle Vermögenswerte designiert als Fair-Value-Option	22	22	-/-	-/-	-/-	-/-	22	-/-	-/-	22
	Sonstige Eigenkapitalinstrumente	96	96	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	96	96
	Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	11	11	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	1	10	11
	Hedge Derivate	89	-/-	89	-/-	-/-	-/-	-/-	89	-/-	89
Nicht zum Fair Value bewertet											
	Zahlungsmittel und Zahlungsmittel-äquivalente ¹	1.320	-/-	-/-	1.320	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-
	Darlehen und Forderungen ¹	459	-/-	-/-	459	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-
	Summe	1.998	129	89	1.780	-/-	-/-	22	90	106	218
Finanzielle Verbindlichkeiten											
Bewertet zum Fair Value											
	Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-Outs	356	356	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	356	356
	Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	29	29	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	29	-/-	29
	Hedge Derivate	35	-/-	35	-/-	-/-	-/-	-/-	35	-/-	35
Nicht zum Fair Value bewertet											
	Darlehen und Kredite	2.090	-/-	-/-	-/-	-/-	2.090	-/-	2.104	-/-	2.104
	Anleihen	596	-/-	-/-	-/-	-/-	596	632	-/-	-/-	632
	Schuldscheindarlehen	498	-/-	-/-	-/-	-/-	498	-/-	494	-/-	494
	Leasingverbindlichkeiten	62	-/-	-/-	-/-	-/-	62	-/-	65	-/-	65
	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten zu (fortgeführten) Anschaffungskosten ¹	620	-/-	-/-	-/-	-/-	620	-/-	-/-	-/-	-/-
	Summe	4.285	383	35	-/-	-/-	3.867	632	2.727	356	3.714

¹ Der Buchwert stellt einen angemessenen Näherungswert für den beizulegenden Zeitwert dar.

Buch- und Marktwerte von Finanzinstrumenten per 31. Dezember 2016 (Abb. 51)

in Mio Euro	In der Bilanz ausgewiesen in	Buchwert	Kategorie					Fair Value			
			Erfolgswirksam zum Fair Value bewertet	Zu Zwecken des Hedge Accounting	Kredite und Forderungen	Zur Veräußerung verfügbar	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Summe
Finanzielle Vermögenswerte											
Bewertet zum Fair Value											
	Finanzielle Vermögenswerte designiert als Fair-Value-Option	21	21	-/-	-/-	-/-	-/-	21	-/-	-/-	21
	Sonstige Eigenkapitalinstrumente	99	99	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	99	99
	Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	18	18	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	11	7	18
	Hedge Derivate	246	-/-	246	-/-	-/-	-/-	-/-	246	-/-	246
Nicht zum Fair Value bewertet											
	Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente ¹	1.271	-/-	-/-	1.271	-/-	-/-				
	Darlehen und Forderungen ¹	484	-/-	-/-	484	-/-	-/-				
	Summe	2.140	138	246	1.755	-/-	-/-	21	257	106	384
Finanzielle Verbindlichkeiten											
Bewertet zum Fair Value											
	Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-Outs	363	363	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	363	363
	Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	32	32	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	32	-/-	32
Nicht zum Fair Value bewertet											
	Darlehen und Kredite	2.091	-/-	-/-	-/-	-/-	2.091	-/-	2.118	-/-	2.118
	Anleihen	596	-/-	-/-	-/-	-/-	596	637	-/-	-/-	637
	Schuldscheindarlehen	498	-/-	-/-	-/-	-/-	498	-/-	488	-/-	488
	Leasingverbindlichkeiten	72	-/-	-/-	-/-	-/-	72	-/-	77	-/-	77
	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten zu (fortgeführten) Anschaffungskosten ¹	640	-/-	-/-	-/-	-/-	640				
	Summe	4.291	395	-/-	-/-	-/-	3.896	637	2.715	363	3.715

¹ Der Buchwert stellt einen angemessenen Näherungswert für den beizulegenden Zeitwert dar.

Die folgende Tabelle stellt die Überleitung der regelmäßig zum beizulegenden Zeitwert bewerteten und der Stufe 3 zugeordneten Sachverhalte zum Bilanzstichtag dar:

Überleitung der Fair Values im Bereich Stufe 3 (Abb. 52)

in Mio Euro	Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-Outs
1. Januar 2017	7	363
Nicht realisierte, in der Berichtsperiode in der Gewinn- und Verlustrechnung sowie im übrigen kumulierten Eigenkapital erfasste Ergebnisse ¹	-/-	-7
Zugänge aus Akquisitionen	4	22
Abgänge aus Veräußerungen/Tilgungen	-/-	-78
Sonstige Veränderungen	-/-	56
30. September 2017	10	356

¹ Diese Position beinhaltet Aufzinsungseffekte und weitere Bewertungsanpassungen.

Die Position „Sonstige Veränderungen“ umfasst im Wesentlichen Effekte aus Anteilsänderungen.

Die ProSiebenSat.1 Group verfolgt ein aktives Finanzmanagement und nutzte das attraktive Umfeld an den Finanzmärkten. So hat der Konzern im April 2017 die Fälligkeit der syndizierten Kreditvereinbarung, bestehend aus einem endfälligen Darlehen über 2,1 Mrd Euro und einer revolvingierenden Kreditfazilität, um zwei Jahre bis April 2022 verlängert. In diesem Zusammenhang wurde die revolvingierende Kreditfazilität um 150 Mio Euro auf 750 Mio Euro erhöht, jedoch nicht in den ersten neun Monaten 2017 in Anspruch genommen. Der bisherige Financial Covenant ist im Rahmen der Refinanzierungsmaßnahmen entfallen.

9**Anteilsbasierte Vergütung**

Der zum Ende des Geschäftsjahres 2016 abgelaufene Group Share Plan 2013 wurde im zweiten Quartal 2017 in Höhe von 13,6 Mio Euro vollständig ausgezahlt. Die Planbedingungen für die Group Share-Pläne sind darüber hinaus unverändert und entsprechen weiterhin den dargestellten Informationen im Konzernanhang und im zusammengefassten Lagebericht zum 31. Dezember 2016.

Von den im Rahmen der anderen Group-Share-Pläne ausgegebenen Performance Share Units verfielen in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2017 7.845 Stück des Group Share Plans 2014, 15.993 Stück des Group Share Plans 2015 und 32.488 Stück des Group Share Plans 2016.

In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2017 wurden 78.780 Aktienoptionen aus dem LTIP 2010 (Cycle 2011) ausgeübt.

10**Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen**

Zum 1. Januar 2017 wurde Sabine Eckhardt als Chief Commercial Officer (CCO) in den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE berufen. Dr. Gunnar Wiedenfels ist zum 31. März 2017 auf eigenen Wunsch aus dem Vorstand ausgeschieden. Dr. Jan Kemper wurde zum 1. Juni 2017 als Finanzvorstand (CFO) in den Vorstand berufen.

Dr. Ralf Schremper (Chief Investment Officer) ist zum 31. Juli 2017 aus dem Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE ausgeschieden. Dr. Jan Kemper hat ab dem 1. August 2017 das M&A-Ressort des Konzerns übernommen.

Innerhalb der ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2017 wurden an nahestehende Unternehmen Lieferungen und Leistungen in Höhe von insgesamt 94 Mio Euro (Vorjahr: 90 Mio Euro) erbracht. Zum 30. September 2017 betragen die Forderungen gegen die jeweiligen Unternehmen 30 Mio Euro (31. Dezember 2016: 23 Mio Euro).

Der Konzern empfing in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2017 von seinen nahestehenden Unternehmen Lieferungen und Leistungen und erfasste in diesem Zuge Aufwendungen in Höhe von 22 Mio Euro (Vorjahr: 19 Mio Euro). Die Verbindlichkeiten gegenüber diesen Unternehmen beliefen sich zum 30. September 2017 auf 14 Mio Euro (31. Dezember 2016: 10 Mio Euro).

Die Mitglieder des Aufsichtsrats erwarben in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2017 8.386 Stückaktien der Gesellschaft. Thomas Ebeling erwarb 10.000 Stückaktien im dritten Quartal des Geschäftsjahres 2017. Dr. Gunnar Wiedenfels veräußerte in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2017 5.000 Stückaktien der Gesellschaft.

Im Zusammenhang mit der Rahmenvereinbarung mit der Heilpflanzenwohl AG, Pfäffikon, Schweiz (siehe Ziffer 32 „Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen“ im Anhang zum Konzernabschluss zum 31. Dezember 2016), wurden in der Berichtsperiode Werbeleistungen mit einem Bruttomediavolumen in Höhe von 11 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) erbracht.

Darüber hinaus haben sich im dritten Quartal des Geschäftsjahres 2017 keine wesentlichen Änderungen oder Transaktionen im Vergleich zu den im Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2016 dargestellten Sachverhalten zu nahestehenden Unternehmen und Personen ergeben.

11**Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode****Erwerb von 83 Prozent der Anteile an der Jochen Schweizer GmbH**

Mit wirtschaftlicher Wirkung zum 16. Oktober 2017 hält die ProSiebenSat.1 Group über ihr Konzernunternehmen ProSieben Travel GmbH, Unterföhring, einen Anteil von 90 Prozent an der Jochen Schweizer mydays Holding GmbH, Unterföhring. Im Zuge der Transaktion wurde die 100-prozentige Beteiligung mydays Holding GmbH, München, mit ihren Tochterunternehmen in die neu gegründete Jochen Schweizer mydays Holding GmbH eingebracht. Über die neu gegründete Gesellschaft wurden 83 Prozent an der Jochen Schweizer GmbH, München, erworben. Die verbleibenden 17 Prozent Minderheitenanteile der Altgesellschafter der Jochen Schweizer GmbH wurden im Zuge eines Anteilstausches gegen 10 Prozent Minderheitenanteile an der Jochen Schweizer mydays Holding GmbH getauscht, sodass die ProSieben Travel GmbH zum 16. Oktober 2017 mit 90 Prozent an der neu gegründeten Jochen Schweizer mydays Holding GmbH beteiligt ist. Die erworbene Gesellschaft sowie deren Tochterunternehmen werden dem Segment Digital Ventures & Commerce (siehe Ziffer 2 „Segmentberichterstattung“) zugeordnet. Die erworbene Gesellschaft betreibt Online-Portale zum Vertrieb von Erlebnisgutscheinen. Der Kaufpreis nach IFRS 3 setzt sich aus einem Barkaufpreis in Höhe von 80 Mio Euro sowie einer Put-Option zugunsten des Altgesellschafters der Jochen Schweizer GmbH über den Verkauf der verbleibenden 10 Prozent der Anteile mit frühest möglicher Fälligkeit im Jahr 2020 zusammen. Da die ProSiebenSat.1 Group eine unbedingte Verpflichtung hat, die Put-Option bei Ausübung zu erfüllen, besteht aufgrund des wirtschaftlichen Eigentums („present ownership“) zum 16. Oktober 2017 eine Konsolidierungsquote von 100 Prozent.

Erwerb von 62,5 Prozent der Anteile an der Gravitass Ventures, LLC

Mit Vertrag vom 6. November 2017 und wirtschaftlicher Wirkung vom 7. November 2017 hat die ProSiebenSat.1 Group einen Anteil von 62,5 Prozent an der Gravitass Ventures, LLC, Los Angeles, USA, erworben und damit die Kontrolle erlangt. Die Gesellschaft wird dem Segment Content Production & Global Sales (siehe Ziffer 2 „Segmentberichterstattung“) zugeordnet. Die Gesellschaft ist ein global tätiger Filmvertrieb. Der Kaufpreis nach IFRS 3 setzt sich aus einem Barkaufpreis in Höhe von 35 Mio US-Dollar (31 Mio Euro) sowie einer vertraglich vereinbarten Kaufpreisanpassung zusammen. Darüber hinaus wurde mit den Altgesellschaftern eine Put-Option über den Erwerb von weiteren 37,5 Prozent der Anteile mit frühestmöglicher Fälligkeit in 2022 vereinbart. Da die ProSiebenSat.1 Group eine unbedingte Verpflichtung hat, die Put-Option bei Ausübung zu erfüllen, besteht aufgrund des wirtschaftlichen Eigentums („present ownership“) zum 7. November 2017 eine Konsolidierungsquote von 100 Prozent.

Weitere Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Zwischen dem Ende des dritten Quartals 2017 und dem 8. November 2017, dem Datum der Freigabe dieses Quartalsberichtes zur Veröffentlichung und Weiterleitung an den Aufsichtsrat, sind keine weiteren berichtspflichtigen Ereignisse eingetreten, die eine wesentliche Bedeutung für die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group bzw. der ProSiebenSat.1 Media SE haben.

8. November 2017
Der Vorstand

Impressum

Kontakte

Presse

ProSiebenSat.1 Media SE
Konzernkommunikation
Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel. +49 [89] 95 07 – 11 45
Fax +49 [89] 95 07 – 11 59
E-Mail: info@prosiebensat1.com

Investor Relations

ProSiebenSat.1 Media SE
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

Herausgeber

ProSiebenSat.1 Media SE
Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel. +49 [89] 95 07 – 10
Fax +49 [89] 95 07 – 11 21
www.ProSiebenSat1.com
HRB 219 439 AG München

Inhalt und Gestaltung

ProSiebenSat.1 Media SE
Konzernkommunikation

hw.design, München

Photo Credits: Titel © Enno Kapitza

FINANZKALENDER (Abb. 53)

06.12.2017	Capital Markets Day
22.02.2018	Pressekonferenz/IR-Konferenz anlässlich der Zahlen 2017 Pressemitteilung, Pressekonferenz in München, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren
15.03.2018	Veröffentlichung des Geschäftsberichts 2017
09.05.2018	Veröffentlichung der Quartalsmitteilung für das 1. Quartal 2018 Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten
16.05.2018	Ordentliche Hauptversammlung 2018
02.08.2018	Veröffentlichung des Halbjahresfinanzberichts 2018 Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten
08.11.2018	Veröffentlichung der Quartalsmitteilung für das 3. Quartal 2018 Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten

Die ProSiebenSat.1 Group im Internet

Diese und andere Veröffentlichungen sowie Informationen über die ProSiebenSat.1 Group erhalten Sie im Internet unter www.ProSiebenSat1.com.

Zukunftsgerichtete Aussagen

Dieser Bericht beinhaltet zukunftsgerichtete Aussagen über die ProSiebenSat.1 Media SE 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 SE liegen, beeinflusst die Geschäftsaktivitäten, den Erfolg, die Geschäftsstrategie und die Ergebnisse der ProSiebenSat.1 Media SE. 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 SE 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 dass die Meinungen und Erwartungen angemessen sind, wird keine Haftung oder Garantie auf Vollständigkeit, Richtigkeit, Angemessenheit und/oder Genauigkeit jeglicher hier enthaltener Informationen und Meinungen übernommen.