



ProSiebenSat.1 verkauft US-Produktionsgeschäft der Red Arrow Studios an Peter Chernins The North Road Company

Seite 1

- Konzern fokussiert sich im Entertainment-Segment weiter konsequent auf erfolgreiche lokale Programm-Strategie in der DACH-Region und verkauft die US-Produktionsfirmen, die nicht auf Synergien einzahlen
- Die US-Produktionsfirmen Kinetic Content, Left/Right, 44 Blue, Half Yard Productions und Dorsey Pictures werden an Peter Chernins The North Road Company verkauft
- Europäisches Produktionsgeschäft bleibt wichtiger Bestandteil des Entertainment-Geschäfts und der Konzernstrategie
- Der Transaktion liegt ein Firmenwert von 310 Mio US-Dollar¹ (293 Mio Euro) zugrunde; der Kaufpreis unterliegt üblichen Anpassungen und beträgt rund 200 Mio US-Dollar (rund 189 Mio Euro)

Unterföhring, 6. Juli 2022. Die ProSiebenSat.1 Group setzt ihre Strategie weiter konsequent um und verkauft den US-amerikanischen Teil des Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios an Peter Chernins The North Road Company. Dies betrifft die Firmen Kinetic Content, Left/Right, 44 Blue, Half Yard Productions und Dorsey Pictures. The North Road Company wurde 2022 von Peter Chernin gegründet und ist ein globales Multi-Genre-Studio, das Film- und Fernsehinhalt in den USA und international produziert. Der Verkauf wurde bereits von den zuständigen Kartellbehörden genehmigt und nun entsprechend vollzogen.

Der Verkauf reflektiert die klare Ausrichtung des Entertainment-Geschäfts der ProSiebenSat.1-Gruppe auf die Produktion von lokalen, relevanten Inhalten, die live und on-demand über alle Plattformen im deutschsprachigen Raum verbreitet werden. Für Kreativ-Ideen und die Produktion eigener Inhalte spielen das deutschsprachige Produktionsgeschäft der Redseven Entertainment sowie die europäischen Produktionsunternehmen CPL Productions, Endor Productions, Snowman Productions und July August eine wichtige Rolle. Sie leisten damit einen starken Beitrag zur Programm-Strategie von ProSiebenSat.1. Auch das Vertriebsgeschäft Red Arrow Studios International verbleibt im Konzern. Darüber hinaus hat ProSiebenSat.1 vor Kurzem mit Cheerio Entertainment und Flat White Productions zwei neue Produktionsfirmen in Deutschland gegründet, um die eigenen Produktionskapazitäten im Entertainment-Segment für den deutschsprachigen Markt zu stärken. Zudem hatte sich die Gruppe 2019 an der Produktionsfirma Pyjama Pictures beteiligt. Gleichzeitig bleibt auch Studio71 fester Bestandteil der Konzernstrategie: Die globale Digital-Media- und Entertainment-Company adressiert insbesondere junge Zielgruppen mit ihren Video-Angeboten.

Rainer Beaujean, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media SE: „Wir prüfen kontinuierlich, ob unsere Unternehmen voll auf unsere Strategie sowie unsere finanziellen



Ziele einzahlen. Im Entertainment-Bereich bedeutet das, dass wir Produktionsfirmen brauchen, die die kulturellen Besonderheiten und Vorlieben unserer Zuschauer:innen verstehen. Denn mit lokalen Inhalten unterscheiden wir uns vom Wettbewerb. Solche Produktionsgeschäfte sind neben unseren deutschen Gesellschaften unsere Beteiligungen in Ländern wie Dänemark und Großbritannien. Deshalb ist es folgerichtig, dass wir diese Firmen weiter im Konzern behalten. Es steht für uns an erster Stelle, sie noch enger mit unseren Entertainment-Plattformen zu verbinden. Unsere US-Produktionsfirmen haben erfolgreiche und populäre TV-Marken im amerikanischen Raum geschaffen, stärken aber nicht langfristig unsere Strategie in der DACH-Region. Für North Road werden sie einen signifikanten Beitrag leisten. Dafür wünschen wir alles Gute und bedanken uns sehr für die gemeinsame Zeit.“

Red Arrow Studios, das Produktionsnetzwerk der ProSiebenSat.1 Group, hat sein US-Geschäft ab dem Jahr 2010 aufgebaut. In dieser Zeit produzierten diese Unternehmen erfolgreiche Formate für US-Sender und -Plattformen: Dazu zählen beispielsweise die Hit-Formate „Love is Blind“ (Kinetic Content für Netflix), „The Weekly“ (Left/Right für FX und Hulu), „Wahlburgers“ (44 Blue für A&E), „Say Yes to the Dress“ (Half Yard Productions für TLC) und „Building Alaska“ (Dorsey Pictures für Discovery).

Der Transaktion liegt ein Unternehmenswert von 310 Mio US-Dollar (293 Mio Euro) zugrunde. Der Kaufpreis unterliegt üblichen Anpassungen und liegt bei rund 200 Mio US-Dollar (rund 189 Mio Euro). Für das Geschäftsjahr 2021 erwirtschafteten die nun verkauften US-Produktionsgesellschaften ein adjusted EBITDA von 8 Mio US-Dollar (7 Mio Euro). In diesem adjusted EBITDA sind Personalaufwendungen in Höhe von rund 33 Mio US-Dollar (rund 31 Mio Euro) im Zusammenhang mit im Wesentlichen Incentive-Programmen enthalten.

Die verkauften US-Unternehmen hatten im Geschäftsjahr 2021 folgende Finanzkennzahlen erzielt:

Umsatz (ext.)	218 Mio Euro
Adjusted EBITDA (ent.)	7 Mio Euro
EBIT (ent.)	-3 Mio Euro
Adjusted Operating Free Cashflow (ent.)	11 Mio Euro
Free Cashflow (ent.)	12 Mio Euro
Adjusted net income (ent.)	-5 Mio Euro

¹ Währungsumrechnung: 1 Euro = 1,06 US-Dollar (Stand: 30. Juni 2022)

Kontakt:

Stefanie Rupp-Menedetter
 Head of Group Communications & Events
 Tel. +49 [0] 89 95 07-2598
 E-Mail: Stefanie.Rupp@ProSiebenSat1.com

Susanne Brieu
 Head of Corporate Communications Strategy & Finance
 Tel. +49 [0] 89 95 07-1137
 E-Mail: Susanne.Brieu@ProSiebenSat1.com

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

Pressemitteilung online: www.ProSiebenSat1.com
 Twitter: @P7S1Group



Über ProSiebenSat.1 Group

ProSiebenSat.1 vereint als Digitalkonzern führende Entertainment-Marken mit einem erfolgreichen Dating & Video- sowie Commerce & Ventures-Portfolio unter einem Dach. Wir verfolgen eine klare Strategie, die auf Synergien und dem Fokus auf Reichweite, Monetarisierung und Wertschaffung basiert. Im Entertainment-Bereich bieten wir beste Unterhaltung – jederzeit, überall und auf jedem Gerät. Ob mit Lagerfeuer-Formaten wie „The Masked Singer“ oder erfolgreichen Eigenproduktionen wie „Germany’s Next Topmodel – by Heidi Klum“. Wir haben mit unseren 15 Free- und Pay-TV-Sendern in Deutschland, Österreich und der Schweiz live und on-demand eine sehr große Reichweite, die wir kontinuierlich stärken und auf unterschiedlichste Weise monetarisieren – im Entertainment-Segment direkt über die Vermarktung von Werbespots, aber auch indirekt über unser Commerce & Ventures-Portfolio. Hier investieren wir Werbezeiten in junge Digitalunternehmen und bekommen im Gegenzug Anteile an den Unternehmen selbst oder deren Umsätzen. Im Rahmen unserer Investment- und Commerce-Aktivitäten bauen wir digitale Verbrauchermarken wie flaconi, Jochen Schweizer mydays oder Verivox mit unserer TV-Reichweite und Werbekraft auf und machen sie zu Marktführern in ihren jeweiligen Branchen. Nach diesem Prinzip ist auch das Segment Dating & Video entstanden: Mit der ParshipMeet Group haben wir einen führenden global agierenden Player im Dating-Markt geschaffen, der heute wichtiger Teil unseres Konzerns ist und den Erfolg unserer Diversifikation reflektiert. Damit schafft der Konzern langfristig Wert für alle Stakeholder. Hinter ProSiebenSat.1 stehen rund 8.000 Mitarbeiter:innen, die Zuschauer:innen und Kund:innen jeden Tag aufs Neue und mit großer Leidenschaft begeistern. Sie alle folgen der gemeinsamen Vision: „We empower brands & create moments that matter.“

Über The North Road Company

The North Road Company wurde 2022 von Peter Chernin gegründet und ist ein globales Multi-Genre-Studio, das Scripted-, Dokumentar- und Non-Scripted-TV- und Film-Inhalte in den USA und international produziert. North Road umfasst marktführende Produktionsgesellschaften, darunter das 2010 gegründete Scripted-TV- und Filmgeschäft Chernin Entertainment, die US-Assets von Red Arrow Studios (Kinetic Content, Left/Right und 44 Blue Productions), das Premium-Non-Fiction-Geschäft von Words + Pictures sowie ein internationales Geschäft, das sich auf strategische Akquisitionen und lokale Programme konzentriert. North Road ist einer der größten Anbieter von TV- und Filminhalten mit über 70 aktiven Produktionen aus den Portfolios von Chernin Entertainment, Words + Pictures und Red Arrow in den USA.