

## PRESSEMITTEILUNG

### ProSiebenSat.1 übernimmt 100 Prozent der Anteile an der Streaming-Plattform Joyn

- Joyn wird Mittelpunkt des digitalen Entertainment-Auftritts
- Ausbau von Joyn zur größten frei zugänglichen Plattform für Premium-Videoinhalte im deutschsprachigen Raum
- Stärkung der Vorreiterrolle im Wachstumsmarkt AVoD
- Trotz negativer adjusted EBITDA Beiträge aus der erstmaligen Vollkonsolidierung noch in 2022 in Höhe von ca. 25 Mio Euro aus der Joyn Akquisition rechnet der Konzern für 2022 mit einem adjusted net income auf Vorjahresniveau und damit kaum verändert zur bisherigen Erwartung
- Bereits ab 2023 rechnet der Konzern mit keinen negativen Auswirkungen auf das Dividenden-relevante adjusted net income der Gruppe; deutlich positive Beiträge zum adjusted net income werden bereits ab 2024 erwartet
- Zusätzlich eröffnet sich für den Konzern in den kommenden Jahren die Möglichkeit zur Nutzung von ertragsteuerlichen Verlustvorträgen auf Ebene der Joyn GmbH in Höhe von deutlich über 400 Mio Euro
- Ausblick in Summe aufgrund der erstmaligen Vollkonsolidierung von Joyn im vierten Quartal 2022 angepasst

**Unterföhring, 13. September 2022.** Die ProSiebenSat.1 Gruppe übernimmt die ausstehenden 50 Prozent der Anteile an Joyn von Warner Bros. Discovery. Das Joint Venture wurde mit Discovery 2017 gegründet und firmiert seit 2019 unter dem Namen Joyn. Von Beginn an hat Joyn den Fokus auf ein starkes, kostenfreies und damit werbefinanziertes Angebot gelegt, darüber hinaus bietet Joyn einen exklusiven Abo-Bereich. Mit über 30 Mio App-Downloads und 4 Mio Unique Users im Monat hat sich die deutsche Streaming-Plattform nach drei Jahren im Markt fest etabliert. Künftig wird Joyn als hundertprozentige Tochtergesellschaft in das Segment Entertainment der ProSiebenSat.1 Media SE überführt. Damit macht ProSiebenSat.1 die Streaming-Plattform zu einem integralen Teil seiner Wertschöpfungskette und stellt Joyn in den Mittelpunkt seines digitalen Entertainment-Auftritts. Neben Inhalten von ProSiebenSat.1 und weiteren Content-Partnern stehen Joyn-Nutzer:innen auch weiterhin die Inhalte von Warner Bros. Discovery im kostenfreien, werbefinanzierten Bereich zum Abruf zur Verfügung. Die Nutzer:innen des Abo-Angebots Joyn PLUS+ erhalten zudem Zugang zu discovery+, der dazu berechtigt, den Streamingdienst zwölf Monate lang zu nutzen. Die Kartellfreigabe wird ab dem 1. Oktober 2022 erwartet.

**Rainer Beaujean, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media SE:** „Mit der vollständigen Übernahme der Anteile an Joyn setzen wir die digitale Transformation der ProSiebenSat.1 Gruppe fort. Nachdem Joyn vor drei Jahren als reine Streaming-Plattform gestartet ist, bauen wir Joyn nun zur ersten Anlaufstelle unseres digitalen Ökosystems um und profitieren dabei von den Synergien innerhalb der Gruppe. Unserer Strategie entsprechend erweitern wir unsere Reichweite insbesondere bei jungen Zielgruppen und schaffen neue Möglichkeiten der Monetarisierung. Die vollständige Kontrolle über Joyn gibt uns die dafür notwendige unternehmerische Flexibilität.“

„Künftig setzen wir einen stärkeren Fokus auf die Interaktion mit und zwischen den Nutzer:innen und dem Community Management“, **so Rainer Beaujean weiter.** „Dafür verzahnen wir unsere Streaming-Plattform noch enger mit unserem Influencer Business



und unseren Marken aus dem Dating & Video- sowie Commerce & Ventures-Segment. Zum digitalen Ökosystem der Gruppe gehört auch der Single-Sign-On-Registrierservice 7Pass mit seinen über 20 Mio registrierten Nutzer:innen. Über ihn können wir die Nutzer:innen im Zusammenspiel mit Joyn künftig noch zielgerichteter adressieren.“

**Wolfgang Link, Vorstandsmitglied der ProSiebenSat.1 Media SE (verantwortlich für Entertainment):** „Wir haben Joyn gemeinsam mit Warner Bros. Discovery zu einem erfolgreichen und relevanten Player auf dem deutschen Streaming-Markt entwickelt und freuen uns, dass ihre Inhalte auch weiterhin auf Joyn zur Verfügung stehen. Mit der kompletten Übernahme machen wir Joyn ab sofort zum wichtigsten Eckpfeiler unseres digitalen Inhalte-Angebots – und haben große Wachstumspläne: Wir bauen unser Angebot um lokale, relevante Live-Inhalte weiter aus, steigern damit sukzessive unsere vermarktbare Gesamtreichweite und eröffnen uns zusätzliche Monetarisierungsmöglichkeiten. Denn wir wollen Joyn zur größten, frei zugänglichen Streaming-Plattform für Premium-Videoinhalte im deutschsprachigen Raum machen.“

**Wolfgang Link weiter:** „Wir haben viele neue Programmhilights in der Pipeline: Neben immer mehr Previews aus unserer Sendergruppe wird Joyn sein Angebot an Live-Events und Joyn Originals mit den Stars der ganz jungen Zielgruppe und aufmerksamkeitsstarken Reality-Formaten wie ‚Love is King‘ oder der Impro-Serie ‚INTIMATE‘ erweitern. Dabei bleibt Joyn im Live-Streaming-Bereich eine Aggregator-Plattform und wir freuen uns auf neue Inhalte-Partnerschaften.“

**Ralf Peter Gierig, Vorstandsmitglied & Finanzvorstand der ProSiebenSat.1 Media SE:** „Durch die vollständige Übernahme wird Joyn im vierten Quartal 2022 erstmals vollkonsolidiert. Erwartungsgemäß ergeben sich für die Gruppe zunächst Belastungen auf Ebene des adjusted EBITDAs. Trotzdem erwartet der Konzern im laufenden Jahr wie bisher ein adjusted net income in etwa auf Vorjahresniveau.“

**Ralf Peter Gierig weiter:** „Im Jahr 2023 werden die adjusted-net-income-Effekte bereits ausgeglichen und ab dem Jahr 2024 deutlich positive Beiträge zum adjusted net income der Gruppe erwirtschaftet. Zusätzlich eröffnet sich für unseren Konzern in den kommenden Jahren die Möglichkeit zur Nutzung von ertragsteuerlichen Verlustvorträgen auf Ebene von Joyn in Höhe von deutlich über 400 Mio Euro, die im bisherigen Joint Venture in dieser Höhe für uns nicht hätten genutzt werden können. Dies ist mit Blick auf die Dividende eine wichtige Nachricht für alle Aktionär:innen.“

**Effizientere Wertschöpfung des eigenen Programmangebots:** Die vollständige Integration ermöglicht ProSiebenSat.1 künftig eine effizientere Wertschöpfung des eigenen Programmangebots und bietet neue Möglichkeiten der Monetarisierung. Sämtliche eigene Inhalte können künftig flexibler, nutzerfreundlicher und profitabler über alle Ausspielkanäle eingesetzt werden. Werbekunden erhalten so eine nochmals verbesserte Basis für eine zielgruppenspezifische Ansprache. Auch ist nun erstmals eine konsequente Integration der Marke Joyn in allen Digitalplattformen auch der Segmente Dating & Video sowie Commerce & Ventures inklusive Inventar- und Contentnutzung der Gruppe möglich. Dadurch entsteht ein stetig wachsendes BVoD-System (Broadcaster-Video-on-Demand), das auf ein immer personalisierteres Angebot setzt: Zum Ende des Jahres bietet Joyn eine kontinuierlich wachsende Anzahl unterschiedlicher FAST-Kanäle (Free-Advertising-Supported-Streaming TV). Dort werden kuratierte werbefinanzierte Inhalte hintereinander abgespielt, ähnlich wie in einer Playlist mit thematisch passenden Inhalten. Bereits heute stehen auf Joyn insgesamt über 35.000 fiktionale Serien, Reality-, Show-, Magazin-, Infotainment- und Sportinhalte von ProSiebenSat.1 zum kostenfreien Abruf bereit. Darüber hinaus stärken eine immer engere Verzahnung mit den Creator-Netzwerken des Hauses wie Studio71 oder Buzzbird und künftige Möglichkeiten zur



Interaktion die Ansprache und Integration der jungen Zielgruppe. Gleichzeitig baut ProSiebenSat.1 das Angebot an vermarktbarem Short-Form-Content sowie großen Live- und Sport-Events auf der Streaming-Plattform sukzessive aus. Die neue Nachrichtenredaktion wird ab 2023 zusätzlichen relevanten Content für Joyn produzieren.

**Ausbau der Monetarisierungsmöglichkeiten:** Mit Joyn als voll integriertem Bestandteil des konzernweiten Entertainment-Angebots baut ProSiebenSat.1 seine monetarisierbare Gesamtreichweite über alle Plattformen hinweg weiter aus. So konnte Joyn die vermarktbare Sehdauer (marketable Watchtime) seiner Nutzer:innen im Vergleich zum Vorjahrzeitraum (06/2021 bis 06/2022) bereits um rund 20 Prozent steigern. Zudem ist Joyn bereits heute als hochwertige Bewegtbildmarke in der Werbeindustrie platziert. Der Streaming-Anbieter hat seine Werbebuchungen im ersten Halbjahr 2022 im Vergleich zum Vorjahr um 50 Prozent ausgebaut. Treiber sind hier auch das immer größere Portfolio an konzerneigenen, innovativen und crossmedialen Werbeprodukten in einem markensicheren Umfeld. Deren Umsetzung auf Joyn bzw. deren Integration in lineare und digitale Vermarktungspakete kann ProSiebenSat.1 nun noch schneller und effizienter vorantreiben. Künftig kann die Vertriebsorganisation erstmals Vermarktungsangebote für alle unsere Werbekunden basierend auf linearer und digitaler Reichweite unserer Formate erstellen.

**Schärfung und Ausbau des Distributionsangebots:** Bereits im Frühjahr 2022 hat ProSiebenSat.1 alle einzelnen Sender-Apps eingestellt und Joyn zur alleinigen Anlaufstelle für ProSiebenSat.1-Inhalte auf dem Connected TV, dem Smartphone und allen anderen Geräten gemacht. Zum digitalen Ökosystem des Konzerns gehört auch der Single-Sign-On-Registrierungsservice 7Pass mit seinen über 20 Mio registrierten Nutzer:innen. Auf Basis einer einheitlichen übergreifenden Technologie für die gesamte digitale Infrastruktur der Gruppe kann ProSiebenSat.1 künftig Digital-Produkte mit allen Plattformen inklusive Joyn perfekt verzahnen. Ein Streaming-Angebot für Distributionspartner wird die vermarktbare Gesamtreichweite der Gruppe zukünftig weiter stärken.

**Ausblick – adjusted net income und Dividende für 2022 auf Vorjahresniveau erwartet:** Für die Prognose des Geschäftsjahres 2022 der ProSiebenSat.1 bleibt der Umsatz von rund 4,375 Mrd Euro mit einer Varianz von plus/minus 75 Mio Euro (währungs- und portfoliobereinigter Vorjahreswert: 4,333 Mrd Euro) trotz erstmaliger Vollkonsolidierung im vierten Quartal unverändert.

Gleichzeitig erwartet ProSiebenSat.1 durch die erstmalige Vollkonsolidierung von Joyn (zuvor erfolgte der Ausweis des 50-prozentigen Gesellschaftsanteil „at equity“ im Finanzergebnis) eine Reduktion im adjusted EBITDA von etwa 25 Mio Euro für das Geschäftsjahr 2022 und passt seine Gesamtjahresprognose für das adjusted EBITDA entsprechend auf einen Wert von 780 Mio Euro, mit einer unveränderten Varianz von plus/minus 25 Mio Euro an (zuvor 805 Mio Euro plus/minus 25 Mio Euro).

Darüber hinaus werden im Geschäftsjahr 2022 aufgrund von Effizienzmaßnahmen in den Streaming-Aktivitäten der Gruppe einmalige Aufwendungen in Höhe von bis zu 20 Mio Euro anfallen, die jedoch keine weiteren Auswirkungen auf das adjusted EBITDA von ProSiebenSat.1 haben werden. Diese Effizienzmaßnahmen sowie Umsatzsynergien führen zu adjusted EBITDA-Verbesserungen ab dem Jahr 2023 von jährlich rund 35 Mio Euro. Im Ergebnis rechnet ProSiebenSat.1 infolge der Vollkonsolidierung von Joyn im Geschäftsjahr 2023 mit einem negativen Einfluss auf das adjusted EBITDA von nur noch rund 40 Mio Euro bzw. im Geschäftsjahr 2024 von nur noch rund 25 Mio Euro. Spätestens im Geschäftsjahr 2025 erwartet der Konzern auch beim adjusted EBITDA einen positiven Ergebnisbeitrag.

Der Konzern erwartet, dass das adjusted net income nach Vollkonsolidierung von Joyn für das Geschäftsjahr 2022 etwa auf dem Niveau des Vorjahreswert liegen wird (zuvor: auf



oder leicht über dem Vorjahreswert; Vorjahr: 362 Mio Euro). Entsprechend ihrer Dividendenpolitik geht ProSiebenSat.1 davon aus, demzufolge für das Geschäftsjahr 2022 eine Dividende ebenfalls auf Vorjahresniveau (für 2021: 0,80 Euro pro Aktie) ausschütten zu können. Der Konzern rechnet aufgrund der Vollkonsolidierung von Joyn mit keinen negativen Auswirkungen auf das adjusted net income im Geschäftsjahr 2023. In 2024 wird bereits ein deutlich positiver Beitrag für das adjusted net income der Gruppe erwartet.

Die Joyn GmbH verfügt darüber hinaus über ertragsteuerliche Verlustvorträge aus der Zeit des Joint Ventures von deutlich über 400 Mio Euro, die im bisherigen Joint Venture in dieser Höhe für ProSiebenSat.1 nicht hätten genutzt werden können. Durch die erwartete mögliche Nutzung dieser vor Vollkonsolidierung aufgelaufenen Verlustvorträge realisiert der Konzern in den kommenden Jahren einen ertragsteuerlichen Vorteil aus der Transaktion von deutlich über 100 Mio Euro.

**Kontakt:**

Stefanie Rupp-Menedetter  
Head of Group Communications  
ProSiebenSat.1 Media SE

Susanne Lang  
stv. SVP Communications & PR  
Seven.One Entertainment Group

Tel.: +49 (0) 89 950 725 98  
E-Mail: stefanie.rupp@ProSiebenSat1.com

Tel.: +49 (0) 89 9507 1183  
E-Mail: Susanne.Lang@seven.one

**ProSiebenSat.1 Media SE**

Medienallee 7 · 85774 Unterföhring  
[www.ProSiebenSat1.com](http://www.ProSiebenSat1.com)  
Twitter: @P7S1Group