

WEITERE INFORMATIONEN

- 260 Kennzahlen: Mehrjahresübersicht Konzern
- 261 Kennzahlen: Mehrjahresübersicht Segmente
- 262 Finanzglossar
- 264 Medienglossar
- 266 Grafik- und Tabellenverzeichnis
- 269 Impressum
- 270 Finanzkalender

Kennzahlen:
 Mehrjahresübersicht Konzern

KENNZAHLEN: MEHRJAHRESÜBERSICHT KONZERN (Abb. 150)

in Mio Euro	Q4 2012	Q4 2011	Q4 2010	Q4 2009	Q4 2008	Q4 2007	Q4 2006	Q4 2005
Konzernumsatz	789,3	712,4	828,9	880,4	876,8	989,3	657,2	636,0
Umsatzrendite vor Steuern (in %)	27,3	26,7	23,9	19,5	-14,6	14,4	27,1	23,3
Gesamtkosten	554,1	466,7	572,6	651,8	915,8	772,3	471,6	480,6
Operative Kosten ¹	509,5	434,7	520,8	576,2	621,6	695,1	460,3	-/-
Werteverzehr des Programmvermögens	244,6	239,0	279,3	290,1	327,5	395,6	264,2	288,8
Recurring EBITDA ²	285,7	281,9	312,5	307,2	279,3	296,9	200,8	-/-
Recurring EBITDA Marge (in %)	36,2	39,6	37,7	34,9	31,9	30,0	30,6	-/-
EBITDA	269,3	266,5	292,9	293,0	251,7	281,1	200,2	167,8
Einmaleffekte (saldiert) ³	-16,5	-15,4	-19,6	-14,2	-27,6	-15,8	-0,6	-/-
Betriebsergebnis (EBIT)	241,3	249,3	260,8	239,2	3,5	222,1	189,4	156,8
Finanzergebnis	-25,9	-58,9	-63,0	-67,3	-133,3	-79,6	-11,0	-10,0
Ergebnis vor Steuern	215,4	190,4	197,8	171,9	-128,0	142,5	178,4	147,9
Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter ⁴	99,0	129,9	181,4	113,4	-170,0	39,5	113,4	96,9
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten nach Steuern	-78,7	-36,2	34,4	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-
Bereinigter Konzernüberschuss ⁵	178,9	175,9	158,8	137,1	78,2	75,3	114,4	-/-
Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie (bereinigt)	0,84	0,83	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-
Investitionen in das Programmvermögen	183,8	211,4	240,0	267,8	329,3	366,9	261,1	253,9
Free Cashflow	262,8	237,5	203,5	241,6	389,2	213,9	190,7	162,7
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-207,5	-222,8	-285,7	-305,1	-67,1	-432,1	-268,0	-261,1

in Mio Euro	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005
Konzernumsatz	2.356,2	2.199,2	2.601,0	2.760,8	3.054,2	2.710,4	2.104,6	1.989,6
Umsatzrendite vor Steuern (in %)	19,4	15,8	12,6	8,4	-2,2	9,2	18,4	17,6
Gesamtkosten	1.768,8	1.628,0	2.045,4	2.310,7	2.851,0	2.341,9	1.672,4	1.620,3
Operative Kosten ¹	1.624,6	1.482,9	1.820,6	2.077,5	2.413,1	2.063,1	1.629,7	-/-
Werteverzehr des Programmvermögens	838,7	864,3	957,0	1.068,6	1.247,1	1.145,8	946,0	947,2
Recurring EBITDA ²	744,8	725,5	791,5	696,5	674,5	662,9	487,0	-/-
Recurring EBITDA Marge (in %)	31,6	33,0	30,4	25,2	22,1	24,5	23,1	-/-
EBITDA	680,4	652,5	693,8	623,0	618,3	522,3	484,3	418,5
Einmaleffekte (saldiert) ³	-64,4	-73,0	-97,7	-73,5	-56,2	-140,6	-2,7	-/-
Betriebsergebnis (EBIT)	600,9	580,5	566,8	475,1	263,5	385,3	444,3	382,7
Finanzergebnis	-144,4	-232,7	-238,2	-242,4 ⁸	-334,9	-135,5	-57,6	-33,0
Ergebnis vor Steuern	456,5	347,8	328,6	233,1 ⁸	-68,4	249,8	386,7	350,7
Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter ⁴	295,0	637,5	312,7	146,6 ⁸	-129,1	89,4	240,7	220,9
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten nach Steuern	-30,2	373,2	78,1	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-
Bereinigter Konzernüberschuss ⁵	355,5	272,4	275,2	186,8 ⁸	170,4	272,8	244,8	-/-
Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie (bereinigt)	1,67	1,28	1,69	0,88	0,79	1,26	-/-	-/-
Investitionen in das Programmvermögen	843,3	938,9	1.098,6	1.227,2	1.397,0	1.176,7	955,0	907,3
Free Cashflow	256,3	201,2	179,0	157,4	183,8	-1.675,4	292,4	70,1
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-945,8	-973,4	-1.186,4	-1.320,1	-1.175,0	-3.269,0	-979,6	-1.095,7

Kennzahlen:
 Mehrjahresübersicht Konzern/
 Mehrjahresübersicht Segmente

KENNZAHLEN: MEHRJAHRESÜBERSICHT KONZERN

in Mio Euro	31.12.2012	31.12.2011	31.12.2010	31.12.2009	31.12.2008	31.12.2007	31.12.2006	31.12.2005
Programmvermögen	1.276,9	1.531,3	1.654,6	1.526,5	1.380,0	1.317,7	1.056,3	1.057,5
Eigenkapital	1.500,9	1.441,4	1.025,9	607,0 ⁸	506,7 ⁸	1090,1 ⁸	1.240,5	1.187,7
Eigenkapitalquote (in %)	27,7	28,6	16,2	9,8 ⁸	8,5 ⁸	18,2 ⁸	64,2	58,9
Liquide Mittel	702,3	517,9	740,7	737,4	632,9	250,8	63,5	157,6
Finanzverbindlichkeiten	2.573,1	2.335,7	3.761,9	4.032,1	4.039,8	3.579,5	185,6	387,2
Verschuldungsgrad ⁶	2,0	2,1	3,3	4,7	5,1	5,0	0,3	- / -
Netto-Finanzverschuldung	1.870,8	1.817,8	3.021,0	3.294,6	3.406,7	3.328,4	121,8	227,2
Mitarbeiter ⁷	3.026	2.605	4.117	4.814	5.450	4.852	2.976	2.788

KENNZAHLEN: MEHRJAHRESÜBERSICHT SEGMENTE (Abb. 151)

in Mio Euro	Q4 2012	Q4 2011	Q1-Q4 2012	Q1-Q4 2011
Broadcasting German-speaking				
Außenumsätze	629,3	615,7	1.909,5	1.903,0
Recurring EBITDA ²	252,0	254,4	660,3	657,7
Recurring EBITDA Marge (in %) ⁹	38,5	39,9	33,2	32,9
EBITDA	239,9	240,6	609,1	624,4
Digital & Adjacent				
Außenumsätze	122,8	80,7	351,2	254,4
Recurring EBITDA ²	30,3	23,7	89,7	66,9
Recurring EBITDA Marge (in %) ⁹	24,6	29,2	25,4	26,2
EBITDA	26,8	21,6	80,8	39,4
Content Production & Global Sales				
Außenumsätze	37,3	15,8	95,4	37,7
Recurring EBITDA ²	6,2	5,0	4,3	9,6
Recurring EBITDA Marge (in %) ⁹	11,1	14,6	3,1	8,8
EBITDA	5,7	4,3	1,5	8,5

1 Gesamtkosten abzüglich Einmalaufwendungen und Abschreibungen.

2 Um Einmaleffekte bereinigtes EBITDA.

3 Saldo aus Einmalaufwendungen und Einmalerträgen.

4 Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnendes Ergebnis inklusive nicht-fortgeführte Aktivitäten.

5 Konzernergebnis aus fortgeführten Aktivitäten vor Effekten aus Kaufpreisallokationen, nicht liquiditätswirksamen Währungsbewertungseffekten sowie in 2012 angefallenen Aufwendungen für das Kartellrechtsverfahren.

6 Verhältnis von Netto-Finanzverschuldung zum Recurring EBITDA.

7 Vollzeitäquivalente Stellen zum Stichtag aus fortgeführten Aktivitäten.

8 Nach Änderung der Bilanzierungsmethode gem. IAS 8 und entsprechender Anpassung der Vorjahreszahlen. Informationen zur Änderung nach IAS 8 finden sich im Geschäftsbericht 2010 auf Seite 125.

9 Auf Basis des Gesamtsegmentumsatzes; siehe Anhang Ziffer 35 „Segmentberichterstattung“.

Erläuterung zur Berichtsweise im vierten Quartal bzw. zum 31. Dezember 2012: Die Werte für 2012 beziehen sich auf die gemäß IFRS 5 ausgewiesenen Kennzahlen aus fortgeführten Aktivitäten, also ohne Berücksichtigung der veräußerten bzw. zur Veräußerung stehenden Aktivitäten in Skandinavien sowie Osteuropa. Die Werte für 2011 wurden für die Gewinn- und Verlustrechnung und die Kapitalflussrechnung darüber hinaus um die Werte der 2011 veräußerten Aktivitäten in Belgien und den Niederlanden angepasst. Die Kennzahlen der Gewinn- und Verlustrechnung und Kapitalflussrechnung

für 2010 wurden lediglich um die Werte der im Geschäftsjahr 2011 veräußerten Aktivitäten angepasst. Im Geschäftsjahr 2011 wurden die belgischen TV- sowie die niederländischen TV- und Print-Aktivitäten mit Vollzug der jeweiligen Anteilskaufverträge im Juni bzw. Juli 2011 entkonsolidiert. Die Ergebnisposten der betroffenen Unternehmen werden als Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten separat ausgewiesen. Dieses enthält für 2011 neben dem erwirtschafteten Ergebnis auch den Entkonsolidierungsgewinn und ist auf Nachsteuerbasis dargestellt.

Die Berichterstattung für das Geschäftsjahr 2012 basiert auf einer veränderten Segmentstruktur. Um die Vergleichbarkeit der aktuellen Jahreszahlen mit denen des

Vorjahres zu gewährleisten, wurden die Vorjahreszahlen an die bestehende Segmentstruktur angepasst. Ein Mehrjahresvergleich entfällt.

Finanzglossar

A

Außerplanmäßiger Werteverzehr auf Programmvermögen

Erfassung von nicht planmäßigen Wertminderungen auf das Programmvermögen. Z.B. Senderechte, die aufgrund medienrechtlicher Einschränkungen oder Auslaufen der Lizenzzeit vor Ausstrahlung nicht mehr gesendet werden.

C

Cashflow-Hedge

Absicherung des Risikos variabler Zahlungsströme durch derivative Finanzinstrumente.

D

Derivative Finanzinstrumente

Finanzinstrumente, deren Wert bzw. Preis von den künftigen Kursen oder Preisen anderer Vermögenswerte (Basiswerte) abhängig ist. Hierzu zählen unter anderem Swaps und Optionen.

E

EBIT

Abkürzung für „Earnings before Interest and Taxes“ (Ergebnis vor Zinsen und Steuern).

EBITDA

Abkürzung für „Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization“ (Ergebnis vor Zinsen, Steuern sowie Abschreibung auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte).

F

Financial Covenants

Verpflichtungen im Rahmen von Kreditverträgen. Im Wesentlichen handelt es sich um Finanzkennzahlen, die vom Kreditnehmer einzuhalten sind.

Free Cashflow

Wichtige Steuerungsgröße zur Beurteilung der Finanzkraft des Konzerns. Summe der im operativen Geschäft erwirtschafteten liquiden Mittel abzüglich des Saldos der im Rahmen der Investitionstätigkeit verwendeten und erwirtschafteten Mittel.

G

Gesamtkosten

Summe von Umsatz-, Vertriebs-, Verwaltungskosten sowie sonstigen betrieblichen Aufwendungen.

H

Hedge Accounting

Abbildung wirtschaftlicher Sicherungsbeziehungen nach IAS 39, bei denen die oft gegenläufigen Wertveränderungen abgesicherter Grundgeschäfte und zur Sicherung verwendeter derivativer Finanzinstrumente bilanziell erfasst werden.

I

Impairment-Test

Werthaltigkeitsüberprüfung von Vermögenswerten, insbesondere für den Geschäfts- oder Firmenwert sowie immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer. Übersteigt der Buchwert eines Vermögenswertes seinen erzielbaren Betrag, ist eine Wertminderung in der Regel erfolgswirksam zu erfassen.

K

Kapitalflussrechnung

Die Kapitalflussrechnung zeigt die Herkunft und Verwendung der Zahlungsströme. Dabei wird unterschieden zwischen Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit, Cashflow aus Investitionstätigkeit und Cashflow aus Finanzierungstätigkeit. Der in der Kapitalflussrechnung betrachtete Finanzmittelfonds entspricht den flüssigen Mitteln der Bilanz zum Stichtag. Ausgehend vom Konzernergebnis aus fortgeführter Geschäftstätigkeit wird der Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit indirekt abgeleitet.

Kreditfazilität

Festgelegter Kreditrahmen, der zur Deckung eines Kreditbedarfs bei einer oder mehreren Banken in Anspruch genommen werden kann.

L

Leverage-Faktor

Marktübliche Kennzahl zur Messung der Verschuldungssituation. Errechnet als Verhältnis der Netto-Finanzverschuldung zum recurring EBITDA der letzten zwölf Monate.

N**Netto-Finanzverschuldung**

Saldo aus Kreditverbindlichkeiten abzüglich der liquiden Mittel und den kurzfristigen finanziellen Vermögenswerten.

O**Operative Kosten**

Gesamtkosten abzüglich Abschreibungen und Einmalaufwendungen. Relevante Kostengröße zur Berechnung des recurring EBITDA.

P**Programmvermögen**

Rechte an TV-Programminhalten (z. B. Spielfilmen, Serien, Auftragsproduktionen), die aufgrund ihrer besonderen Bedeutung für die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group als separater Posten aktiviert werden. Spielfilme und Serien werden mit Beginn der vertraglichen Lizenzzeit aktiviert, Auftragsproduktionen werden nach der Abnahme als sendefähiges Programmvermögen in der Bilanz ausgewiesen. Sportrechte sind bis zur Ausstrahlung in den geleisteten Anzahlungen enthalten und werden bei Ausstrahlung in das Programmvermögen umgebucht. Werden Programme ausgestrahlt, wird in der Gewinn- und Verlustrechnung ein sogenannter Programmwerteverzehr gebucht.

R**Recurring EBITDA**

Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization. Beschreibt das um Einmaleffekte bereinigte Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern sowie Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte.

Revolving Credit Facility (RCF)

Eine Kreditlinie, die während eines bestimmten Zeitraums getilgt und wieder in Anspruch genommen werden kann.

T**Term Loan**

Darlehen, bei dem die Darlehensschuld am Ende der vereinbarten Laufzeit getilgt wird (besichertes endfälliges Darlehen).

U**Underlying Net Income**

Konzernüberschuss, bereinigt um planmäßige Abschreibungen und Wertminderungen auf im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen identifizierte immaterielle Vermögenswerte und damit zusammenhängende Steuereffekte sowie weitere zahlungsunwirksame Sondereffekte.

V**Verschuldungsgrad**

Gibt an, wie hoch die Netto-Finanzverschuldung in Relation zum recurring EBITDA der letzten zwölf Monate ist.

W**Working Capital**

Nettoumlaufvermögen, das sich aus dem Umlaufvermögen abzüglich kurzfristiger Verbindlichkeiten errechnet und somit der Beurteilung der Liquidität dient.

Z**Zinsswaps**

Derivative Finanzinstrumente zum Austausch von Zahlungsströmen. So werden beispielsweise bei Zinsswaps zwischen den Vertragspartnern fixe und variable Zinsströme getauscht.

Medienglossar

#

360-Grad-Vermarktung

Bezeichnet Werbekonzepte und -angebote, die mehrere Medien miteinander kombinieren. Die ProSiebenSat.1 Group entwickelt im Rahmen ihrer 360-Grad-Vermarktung für Werbekunden vernetzte Kampagnenkonzepte, die bis zu 13 unterschiedliche Plattformen vernetzen. Die wichtigsten sind TV, Online, Mobile, Video-on-Demand, Games, Teletext, Testimonials, Events und Licensing.

A

Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF)

Die Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung ist der Zusammenschluss der Sender ARD und ZDF sowie der Sendergruppen ProSiebenSat.1 Media AG und Mediengruppe RTL Deutschland zur gemeinsamen Durchführung und Weiterentwicklung der kontinuierlichen quantitativen Fernsehzuschauerforschung in Deutschland (Einschaltquoten). Die im Auftrag der AGF durch die GfK Fernsehforschung exklusiv für die AGF erhobenen Daten sind im Fernsehmarkt als die gültige Währung für die Werbe- und Programmplanung anerkannt. Das AGF/GfK Fernsehpanel umfasst 5.000 täglich berichtende Haushalte (Berichtsbasis Fernsehpanel D+EU), in denen fast 10.500 Personen leben. Damit wird die Fernsehnutzung von 71,75 Millionen Personen ab 3 Jahren bzw. 36,24 Millionen Fernsehhaushalten abgebildet (Stand 01.01.2013).

G

GfK Fernsehforschung

Die GfK Fernsehforschung ist ein Unternehmen der GfK Gruppe (Gesellschaft für Konsumforschung), das exklusiv im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) die Fernsehnutzungsdaten in Deutschland erhebt. Die GfK Fernsehforschung erfasst täglich die TV-Nutzung der Haushalte im Fernsehpanel und der in ihnen lebenden Personen und deren Gäste durch elektronische Messgeräte. Diese Daten gelten als „die Währung“ im deutschen Fernsehmarkt.

H

HighDefinition (HD)

Bezeichnet hochauflösende Bewegtbildinhalte in Abgrenzung zur Standardauflösung (SD). HD-Inhalte werden vorwiegend über das Fernsehen, BluRays und das Internet verbreitet. Im Fernsehen werden die Standards 720p, 1080i und 1080p verwendet. Im Internet werden HD-Inhalte gestreamt (z.B. auf Youtube) oder in verschiedenen Dateiformaten (z.B. avi, mp4, mkv, mov) und diversen Spezifikationen verbreitet. Man spricht von nativem HD, wenn von Beginn an mit HD-Geräten produziert wurde und die Inhalte nicht hochskaliert werden müssen, um sie in HD auszustrahlen. Die Übertragung von HD-Inhalten zwischen Geräten erfolgt mittels HDMI und kann gegen Kopiervorgänge geschützt werden (HDCP). Auch der HD-Standard befindet sich in der Weiterentwicklung.

Hybrid-TV

Unter Hybrid-TV versteht man Fernsehgeräte und Set-Top-Boxen, die über eine eingebaute Internet-Schnittstelle verfügen und somit TV- und Internet-Inhalte darstellen können.

I

IPTV

Steht für Internet Protocol Television (IPTV). Filme und Fernsehen werden hier über das Internet übertragen – und im Gegensatz zu klassischem Rundfunk nicht über Kabel oder Satellit. IPTV ist weder ein Standard noch ein Konzept und damit nur ein Gattungsbegriff, der in sehr vielen unterschiedlichen Ausprägungen anzutreffen ist.

M

Media-for-Revenue-Share/Media-for-Equity

Beschreibt ein von der ProSiebenSat.1 Group eingeführtes Geschäftsmodell, bei dem Start-Up-Unternehmen Werbezeit gegen eine Umsatzbeteiligung (Revenue Share) und/oder Unternehmensbeteiligung (Equity) erhalten.

N**Netto-Werbeerlöse**

Werbeerlöse nach Abzug von Rabatten, Eigenwerbung, Agenturprovisionen etc.

Nielsen Media Research

Tochtergesellschaft des amerikanischen Marktforschungsinstituts AC Nielsen. Nielsen Media Research mit Sitz in Hamburg widmet sich der Beobachtung des Werbemarkts. Es stellt die Brutto-Werbeumsätze (AdEx-Daten) der wichtigsten Mediengattungen und Werbeträger (Fernsehen, Publikums- und Fachzeitschriften, Tageszeitungen, Funk, Online und Plakat) nach Wirtschaftsbereichen, Produktgruppen und -familien sowie Firmen und Marken fest.

P**Pay-per-View**

Pay-TV, bei dem der Zuschauer nur für die tatsächlich gesehene Sendung bezahlt.

R**Real-Time-Response-Test (RTR)**

Instrument der Markt- und Programmforschung: Bei Programmvorfürungen von ersten Sequenzen oder einer Pilotfolge zu neuen TV-Formaten dokumentieren Testpersonen mithilfe einer Art Fernbedienung ihre Stimmungen und Empfindungen sekundengenau und in Echtzeit. Dadurch ist es möglich, intuitive und spontane Reaktionen zu messen, ohne dass die Teilnehmer ihre Eindrücke bereits verbalisieren müssen.

S**Second Screen**

Begriff, der die Nutzung eines zweiten Bildschirms (mobile Geräte wie Smartphones, Tablets oder Notebooks) parallel zum laufenden Fernsehprogramm beschreibt.

Social TV

Verknüpfung von Social Media und Fernsehen.

T**Tausend-Kontakt-Preis (TKP)**

Dient dem Preis-Leistungsvergleich und damit der Beurteilung der Wirtschaftlichkeit von Werbeträgern. Gibt an, wie hoch die Kosten sind, um 1.000 Kontakte in einer Zielgruppe zu erzielen.

U**Unique User**

Der „einzelne Nutzer“ ist die Basis der AGOF Internet Facts. Diese Einheit drückt aus, wie viele Personen in einem bestimmten Zeitraum Kontakt mit einem Werbeträger beziehungsweise einzelnen Belegungseinheiten hatten und entspricht der Netto-Reichweite. Der Unique User bildet die Grundlage für die Berechnung von Reichweiten und Strukturen von Onlinewerbeträger, sowie für die Regulierung wesentlicher Faktoren für die Mediaplanung wie wöchentliche Nutzung, monatliche Nutzung und Kontaktaufbau.

V**Video-on-Demand**

Ermöglicht es dem User, Videos zu jedem beliebigen Zeitpunkt direkt online als Streaming anzusehen oder herunterzuladen.

Z**Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW)**

Als Zusammenschluss von Verbänden, deren Mitglieder Wirtschaftswerbung betreiben, führt der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e.V. (ZAW) die Interessen der Werbewirtschaft zusammen, vertritt sie nach außen und stellt jährlich die Werbeinvestitionen (netto) aller Mediengattungen und Werbeträger fest. Der Verband widmet sich allen Angelegenheiten der Werbewirtschaft mit der Intention, staatliche Regulierungen entbehrlich zu machen.

Grafik- und Tabellenverzeichnis

Umschlag

I	Konzernumsatz aus fortgeführten Aktivitäten	
II	Recurring EBITDA aus fortgeführten Aktivitäten	
III	Umsatz nach Segmenten aus fortgeführten Aktivitäten	
IV	Umsatz nach Regionen aus fortgeführten Aktivitäten	
V	Ausgewählte Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group für das Geschäftsjahr 2012 (inklusive nicht-fortgeführte Aktivitäten)	
VI	Ausgewählte Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group für das Geschäftsjahr 2012	
VII	Konzernstruktur	
VIII	Standorte der ProSiebenSat.1 Group	

Vorstand und Aufsichtsrat berichten

1	Mitglieder des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG zum 31. Dezember 2012	27
2	Angaben zu den Mitgliedern der Ausschüsse	32
3	Zusammensetzung der Ausschüsse zum 31. Dezember 2012	33
4	Directors'-Dealings-Meldungen	36

Konzernlagebericht

5	Segmente der ProSiebenSat.1 Group	43
6	Segmentstruktur der ProSiebenSat.1 Group	46
7	Strategische Handlungsfelder der ProSiebenSat.1 Group	48
8	Übersicht wichtiger Key Performance Indicators	49
9	Planungsuhr	50
10	Vergütung der Mitglieder des Vorstands	54
11	Bestandsentwicklung der von aktiven Vorständen gehaltenen Aktienoptionen im Geschäftsjahr 2012	54
12	Vergütung des 2012 ausgeschiedenen Vorstandsmitglieds Andreas Bartl	55
13	Bestandsentwicklung der Aktienoptionen des Vorstandsmitglieds Andreas Bartl im Geschäftsjahr 2012 (ausgeschieden 2012)	55
14	Vergütung der Mitglieder des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2012	57
15	Änderung der Gesamtumsätze im Rundfunk im Vergleich [2000 = 100]	58
16	Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts in Deutschland	61
17	Marktanteile deutscher Brutto-TV-Werbemarkt	61
18	Media-Mix deutscher Brutto-TV-Werbemarkt	62
19	Entwicklung der TV-Werbemärkte	63
20	Zuschauermarktanteile der ProSiebenSat.1 Group	64
21	Nutzung der Online-Angebote	65
22	Vergleich des tatsächlichen mit dem prognostizierten Geschäftsverlauf für den Konzern	70

23	Vergleich des tatsächlichen mit dem prognostizierten Geschäftsverlauf für die Segmente	70
24	Umsatzentwicklung 2012 aus fortgeführten Aktivitäten nach Regionen	72
25	Umsatzentwicklung 2012 aus fortgeführten Aktivitäten nach Quartalen	72
26	Recurring EBITDA-Entwicklung 2012 aus fortgeführten Aktivitäten nach Quartalen	72
27	Portfoliomaßnahmen und Änderungen im Konsolidierungskreis im Jahr 2012	74
28	Portfoliomaßnahmen und Änderungen im Konsolidierungskreis im Jahr 2011	75
29	Ausgewählte Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group für das Geschäftsjahr 2012	76
30	Ausgewählte Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group für das vierte Quartal 2012	77
31	Umsatz nach Segmenten aus fortgeführten Aktivitäten	78
32	Gesamtkosten aus fortgeführten Aktivitäten	79
33	Überleitungsrechnung operative Kosten aus fortgeführten Aktivitäten	79
34	Überleitungsrechnung recurring EBITDA aus fortgeführten Aktivitäten	80
35	Überleitungsrechnung bereinigter Konzernüberschuss aus fortgeführten Aktivitäten	81
36	Überleitung Umsatz inklusive der nicht-fortgeführten Aktivitäten	82
37	Überleitung Konzernergebnis nach Minderheiten inklusive der nicht-fortgeführten Aktivitäten	82
38	Fremdkapitalausstattung und Laufzeiten zum 31. Dezember 2012	84
39	Konzernweite Unternehmensfinanzierung	85
40	Netto-Finanzverschuldung des Konzerns	86
41	Verhältnis Netto-Finanzverschuldung vor Umgliederung zum LTM Recurring EBITDA	86
42	Kapitalflussrechnung	87
43	Investitionen nach Segmenten aus fortgeführten Aktivitäten	89
44	Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	90
45	Bilanzstruktur	91
46	Bilanzielle Ermessensentscheidungen	93
47	Umsatzanteil nach Segmenten aus fortgeführten Aktivitäten im Geschäftsjahr 2012	94
48	Kennzahlen Segment Broadcasting German-Speaking	94
49	Kennzahlen Segment Digital & Adjacent	95
50	Kennzahlen Segment Content Production & Global Sales	95

51	Mitarbeiter nach Regionen	96	Konzernabschluss		
52	Mitarbeiter nach Segmenten	96	85	Gewinn- und Verlustrechnung der ProSiebenSat.1 Group	154
53	Anteil der Frauen und Männer im Gesamtkonzern	97	86	Gesamtergebnisrechnung der ProSiebenSat.1 Group ..	155
54	Anteil der Frauen und Männer im Kernmarkt Deutschland	97	87	Bilanz der ProSiebenSat.1 Group	156
55	Übernahmequote der Auszubildenden 2012 in Deutschland	99	88	Kapitalflussrechnung der ProSiebenSat.1 Group	158
56	ProSiebenSat.1-Aktie: Kursentwicklung	102	89	Eigenkapitalveränderungsrechnung der ProSiebenSat.1 Group 2011	160
57	Kennzahlen zur ProSiebenSat.1-Aktie	103	90	Eigenkapitalveränderungsrechnung der ProSiebenSat.1 Group 2012	160
58	Stammdaten der ProSiebenSat.1-Aktie	103	91	Vollkonsolidierte Tochterunternehmen	162
59	Empfehlungen der Analysten	104	92	Akquisition Left/Right	163
60	Gesellschafterstruktur der ProSiebenSat.1 Media AG zum 31. Dezember 2012	104	93	Sonstige Akquisitionen 2012	166
61	„Relevant Set“ inklusive Marktanteile der Top-10-Sender	106	94	Akquisition maxdome	168
62	ProSiebenSat.1-Programmauszeichnungen 2012	108	95	Akquisition Burda:ic	169
63	Top-5-Senderseiten in Deutschland bei Facebook	109	96	Sonstige Akquisitionen 2011	170
64	Top-5-Formate der ProSiebenSat.1 Group bei Facebook	109	97	Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten	171
65	Marktanteile TV-Sender 2012	113	98	Gewinn- und Verlustrechnung nicht-fortgeführter Aktivitäten	172
66	Marktanteile ausgewählter Politischer Talkshows im Deutschen Fernsehen	113	99	Auswirkungen der Entkonsolidierung auf den Konzern	173
67	Risikomanagementprozess	120	100	Wechselkurse	175
68	Entwicklung der Einzelrisiken zum 31. Dezember 2012 ..	121	101	Nutzungsdauern der Sachanlagen	178
69	Operative Risiken	121	102	Zusammenfassung ausgewählter Bewertungsmethoden	186
70	Finanzwirtschaftliche Risiken	130	103	Umsatzerlöse	192
71	Angaben zum internen Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den (Konzern-) Rechnungslegungsprozess (§ 315 Abs. 2 Nr. 5 HGB) mit Erläuterungen	131	104	Sonstiger betrieblicher Ertrag	194
72	Compliance-Risiken	134	105	Zinsergebnis	194
73	Übersicht Chancen	135	106	Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen und Sonstiges Finanzergebnis	195
74	Parallelnutzung von TV und Internet	136	107	Ertragsteueraufwand	196
75	Internetnutzung mit TV-Bezug	137	108	Veränderung erwarteter Steuersätze	196
76	Weltweiter Absatz von Bildschirmgeräten	138	109	Überleitung Steueraufwand	197
77	Prognosen für das reale Bruttoinlandsprodukt in den für ProSiebenSat.1 wichtigen Ländern	143	110	Zuordnung/Herkunft latente/r Steuern	198
78	Erwartete Entwicklung des TV-Werbemarktes in den für ProSiebenSat.1 wichtigen Ländern	143	111	Ergebnis je Aktie	199
79	Erwartete Entwicklung des Gesamtwerbemarktes in den für ProSiebenSat.1 wichtigen Ländern	143	112	Personalaufwand	200
80	Wachstumsziele 2015 und Zielerreichung 2012	147	113	Anzahl Mitarbeiter	200
81	Segmente der ProSiebenSat.1 Group	147	114	Abschreibungen	200
82	Erwartete Konzern-Kennzahlen auf Zweijahressicht	147	115	Anlagenspiegel immaterielle Vermögenswerte	201
83	Erwartete Segment-Kennzahlen auf Zweijahressicht	148	116	Angaben zur Beurteilung der Werthaltigkeit der Geschäfts- und Firmenwerte	203
84	Anmerkung zu den vorausschauenden Aussagen zur künftigen Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage ..	150	117	Angaben zur Beurteilung der Werthaltigkeit der Marken	204
			118	Anlagenspiegel Sachanlagen	206
			119	Mindestleasingzahlungen	207
			120	Angaben zu at-Equity bewerteten Anteilen	208
			121	Langfristige finanzielle Vermögenswerte	208
			122	Spiegeldarstellung Programmvermögen	209

123	Forderungen und sonstige Vermögenswerte	210
124	Wertberichtigungen	210
125	Altersstruktur	211
126	Kumuliertes übriges Eigenkapital	212
127	Gewinnverwendungsvorschlag	213
128	Kapitalstruktur	214
129	Anwartschaftsbarwert	215
130	Übersicht Bewertungsparameter	216
131	Sonstige Rückstellungen	217
132	Finanzielle Verbindlichkeiten	218
133	Übrige Verbindlichkeiten	220
134	Cashflow nach Segmenten	221
135	Sonstige finanzielle Verpflichtungen	224
136	Zinsrisiken	226
137	Devisenbezogene Geschäfte und Salden	227
138	Währungsrisiken	228
139	Finanzielle Verbindlichkeiten nach Fälligkeit	230
140	Buch- und Marktwerte von Finanzinstrumenten	231
141	Hierarchiestufen beizulegender Zeitwerte	232
142	Segmentinformationen	
	fortgeführter Aktivitäten 2012	235
143	Segmentinformationen	
	fortgeführter Aktivitäten 2011	235
144	Überleitungsrechnungen zu den	
	Segmentinformationen	236
145	Angaben auf Unternehmensebene	237
146	Aktionsoptionspläne	240
147	Mitglieder des Vorstands der	
	ProSiebenSat.1 Media AG	249
148	Mitglieder des Aufsichtsrats der	
	ProSiebenSat.1 Media AG	249
149	Anteilsbesitzliste der ProSiebenSat.1 Media AG	250

Weitere Informationen

150	Kennzahlen: Mehrjahresübersicht Konzern	260
151	Kennzahlen: Mehrjahresübersicht Segmente	261
152	Finanzkalender	270

Impressum

Kontakte

Presse

ProSiebenSat.1 Media AG
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 AG
Investor Relations
Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel. +49 [89] 95 07 – 15 11
Fax +49 [89] 95 07 – 15 21
E-Mail: aktie@ProSiebenSat1.com

Herausgeber

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

Inhalt und Gestaltung

ProSiebenSat.1 Media AG
Corporate Communications

hw.design gmbh

Photo Credits: Titel © Thomas Dashuber, ProSieben/Richard Hübner // Dabei sein ist alles Seite 2, 3, 5 © Thomas Dashuber, Seite 4 © ProSieben/Richard Hübner // Die wollen nur spielen Seite 6, 7, 8, 9 © Natalie Bothur, Seite 7 © Thomas Dashuber // Beteiligung am Lern-Erfolg Seite 10, 11 © Georgia Kuhn // Vorstand Seite 14, 17, 18, 19 © Thomas Dashuber // Aufsichtsrat Seite 20 © Julian Baumann // Broadcasting German-speaking Seite 38, 39 © Thomas Dashuber // Rückblick Seite 40, 41 Thomas Dashuber // TV-Highlights Seite 66, 67 a) © ProSieben/Richard Hübner, b) © ProSieben/Willi Weber, c) © SAT.1/Nela König, d) © 2009 Columbia Pictures Industries, Inc. All Rights Reserved., e) © Jugendfilm-Verleih GmbH, f) © sixx/Arne Weyhardt, g) © Mark Howells www.permanenttourist.ch, h) © Nick Albert, i) © Matthias Clamer/NBC Universal Inc., j) © Rasmus Mogensen/Kanal 5, // Öffentliches Engagement Seite 116, 117 a) © ProSieben/David Saretzki, b) © ProSiebenSat.1 Media AG/L.Lenz, c) © ProSiebenSat.1 Media AG/Stefan Heigl, d) © ProSieben/Benedikt Müller, e) © SAT.1/Andres Martinez Casares, f) © 2011 Tandem Productions GmbH / World Without End (T5) Productions Inc., g) © kabel eins, h) © startsocial/Thomas Effinger, i) © Dominik Giegler // Ausblick Seite 144, 145 a) © ProSieben/Arne Weyhardt, b) © ProSieben/Willi Weber, c) © 20th Century Fox International Television, d) © SAT.1/Hardy Brackmann, e) © 20th Century Fox International Television, f) © kabel eins/Witters/fran – UEFA Europa League, g) © Warner Bros., h) © SAT.1 Gold, i) © SAT.1 Schweiz, j) © Gerry Frank Photography 2012 // Digital & Adjacent Seite 152, 153 © Thomas Dashuber // Content Production & Global Sales Seite 258, 259 © Patrick Strattner



ClimatePartner[®]
klimaneutral

Druck | ID: 53152-1303-1005

DIE PROSIEBENSAT.1 GROUP IM INTERNET

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

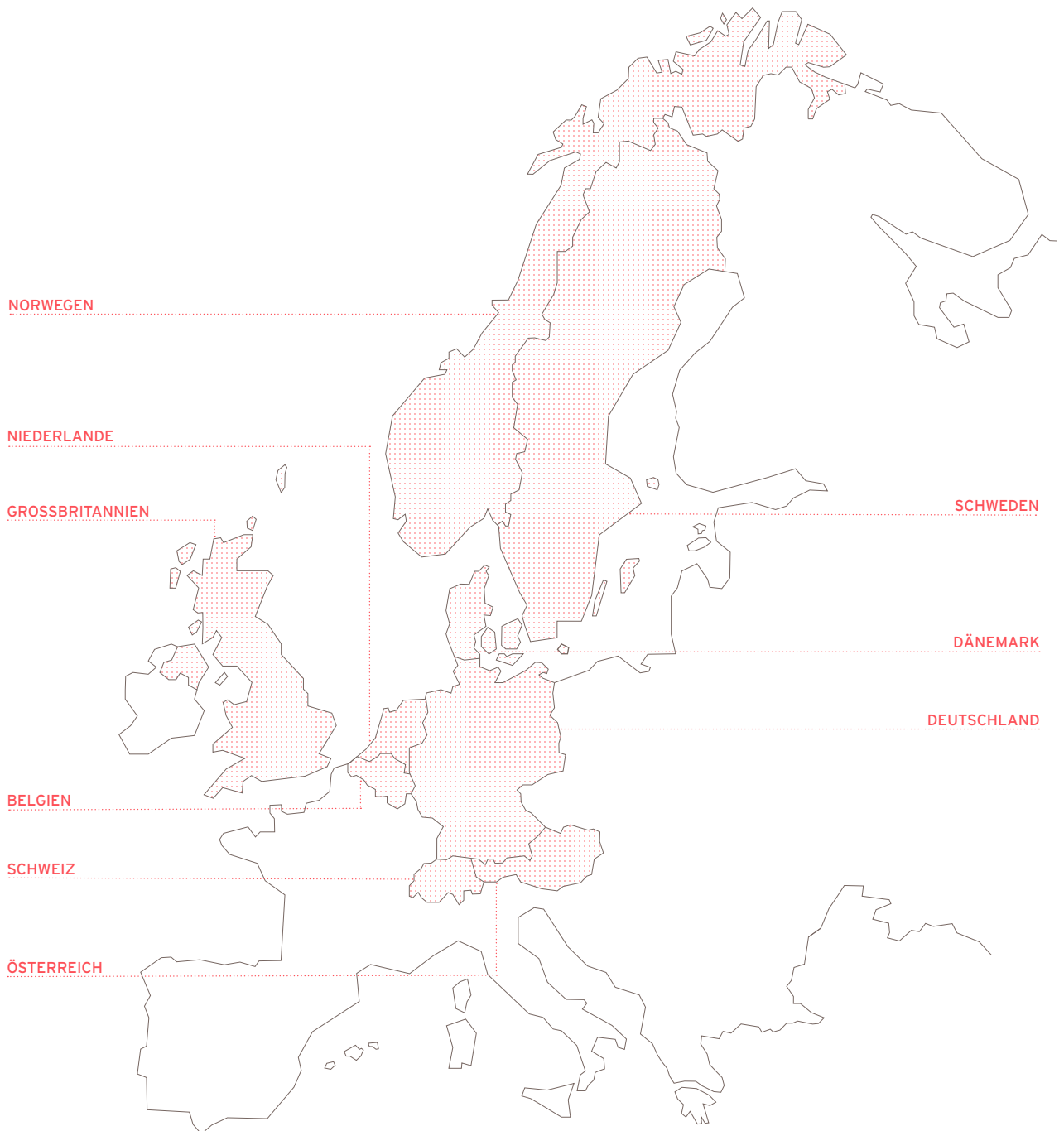
Zukunftsgerichtete Aussagen. Dieser Bericht beinhaltet zukunftsgerichtete Aussagen über die ProSiebenSat.1 Media AG und die ProSiebenSat.1 Group, die mitunter durch Verwendung der Begriffe „erwarten“, „beabsichtigen“, „planen“, „annehmen“, „das Ziel verfolgen“ und ähnliche Formulierungen kenntlich gemacht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

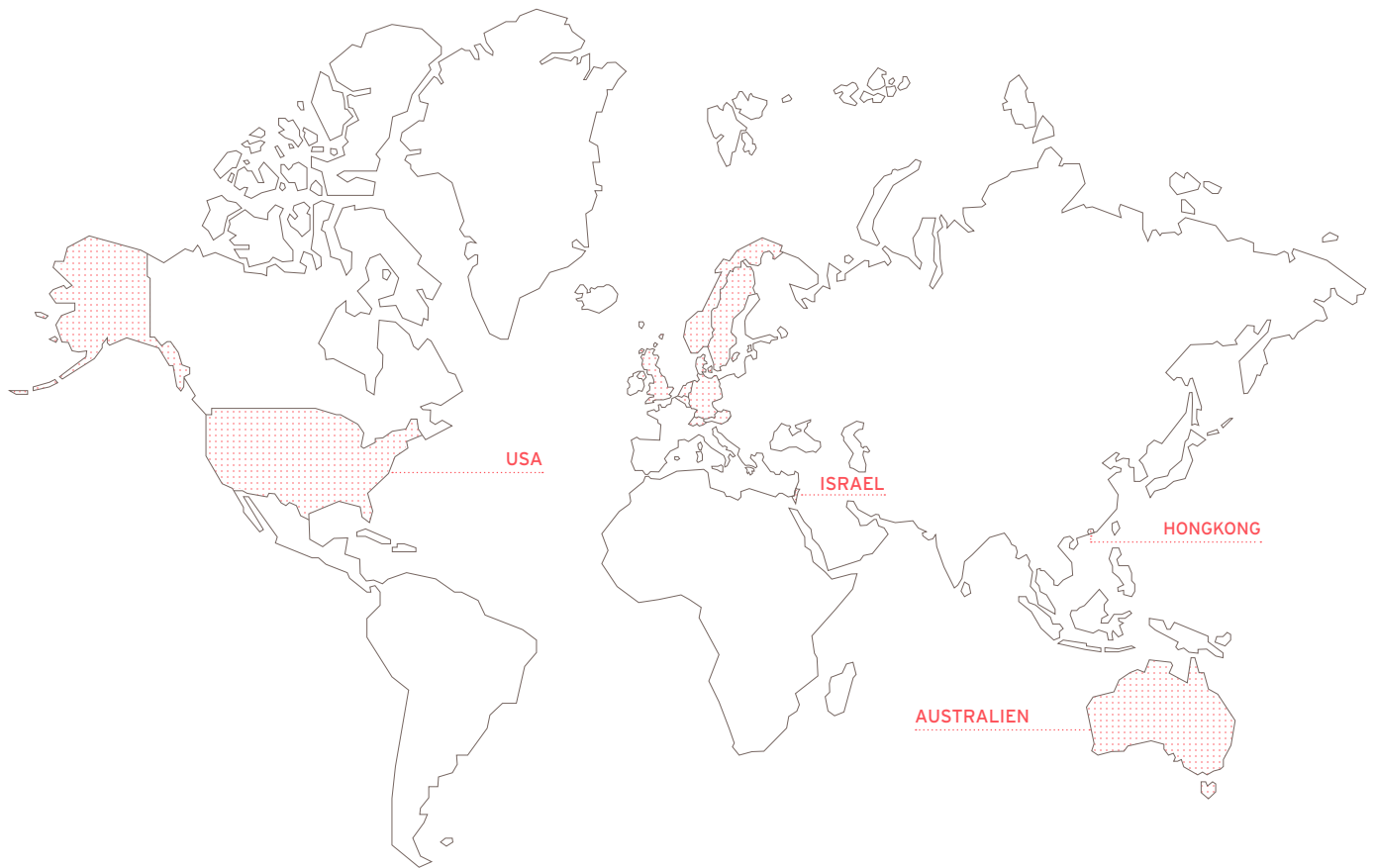
FINANZKALENDER (Abb. 152)

28.02.2013	Pressekonzferenz/IR-Konzferenz anlässlich der vorläufigen Zahlen 2012 Pressemitteilung, Pressekonferenz in München, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren
28.03.2013	Veröffentlichung des Geschäftsberichts 2012
07.05.2013	Veröffentlichung des Quartalsberichts Q1 2013 Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten, Webcast
23.07.2013	Ordentliche Hauptversammlung 2013
24.07.2013	Dividendenzahlung
01.08.2013	Veröffentlichung des Halbjahresfinanzberichts 2013 Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten, Webcast
07.11.2013	Veröffentlichung des Quartalsberichts Q3 2013 Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten, Webcast

STANDORTE DER PROSIEBENSAT.1 GROUP (VIII)

Die ProSiebenSat.1 Group ist weltweit mit erfolgreichen Marken vertreten.
Hauptsitz des Unternehmens ist in Unterföhring bei München, Deutschland.





DEUTSCHLAND

ProSiebenSat.1 Media AG, Hauptsitz

Broadcasting German-speaking

kabel eins, ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH, ProSieben, SAT.1, SAT.1 Gold, SevenOne Brands GmbH, SevenOne AdFactory, SevenOne Media, SevenPictures GmbH, sixx

Digital & Adjacent

Covus Games GmbH, kabel eins Classics, lokalisten media GmbH, maxdome, My Video, ProSieben Digital Media GmbH, ProSiebenSat.1 Digital GmbH, ProSiebenSat.1 Games GmbH, ProSiebenSat.1 Licensing GmbH, SAT.1 Comedy, SevenSenses GmbH, SevenVentures GmbH, Starwatch Entertainment GmbH, wer-weiss-was GmbH, wetter.com AG

Content Production & Global Sales

Producers at Work, ProSiebenSat.1 Welt GmbH, Red Arrow Entertainment Group GmbH, Red Arrow International GmbH, Redseven Artists & Events GmbH, Redseven Entertainment GmbH

AUSTRALIEN

Content Production & Global Sales
Granada Media Australia

BELGIEN

Content Production & Global Sales
Sultan Sushi

DÄNEMARK

Content Production & Global Sales
Snowman Productions

GROSSBRITANNIEN

Content Production & Global Sales
CPL Productions, Endor Productions, Nerd., Red Arrow Entertainment UK, The Mob Film co.

HONGKONG

Content Production & Global Sales
Red Arrow International, Hongkong

ISRAEL

Content Production & Global Sales
Omri Marcus, Partner

NIEDERLANDE

Content Production & Global Sales
Sultan Sushi, Dick de Rijk, Partner

NORWEGEN

Content Production & Global Sales
Snowman Productions

ÖSTERREICH

Broadcasting German-speaking
kabel eins Austria, ProSieben Austria, Puls 4, Sat.1 Österreich, SevenOne Media Austria, sixx Austria

SCHWEDEN

Content Production & Global Sales
Hard Hat, Snowman Productions

SCHWEIZ

Broadcasting German-speaking
kabel eins Schweiz, ProSieben (Schweiz), SAT.1 Schweiz, SevenOne Media (Schweiz)

USA

Content Production & Global Sales
Fabrik Entertainment, Genetic Entertainment, Kinetic Content LLC, Left/Right, The Gurin Company, The Mob Film Co.

KONZERNSTRUKTUR (VII)

DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA AG

ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH 100%					SevenOne Brands GmbH 100%			
sixx GmbH 100%	Sat.1 Satelliten Fernsehen GmbH 100%	ProSieben Television GmbH 100%	kabel eins Fernsehen GmbH 100%	SevenPictures Film GmbH 100%	SevenOne Media GmbH 100%	SevenOne Media Austria GmbH 100%	SevenOne Media (Schweiz) AG 100%	SevenOne AdFactory GmbH 100%
						Puls 4 TV GmbH 100%		
Red Arrow Entertainment Group GmbH 100%	ProSiebenSat.1 Welt GmbH 100%	P7S1 Erste SBS Holding GmbH 100%	P7S1 Zweite SBS Holding GmbH 100%	SevenSenses GmbH 100%	ProSieben Digital Media GmbH 100%	ProSiebenSat.1 Licensing GmbH 100%		
		P7S1 Broadcasting S.à r.l. 80 % / 20 %		maxdome GmbH & Co. KG 100%	Seven Ventures GmbH 100%	ProSiebenSat.1 Digital GmbH 100%	Starwatch Entertainment GmbH 100%	
		SBS Broadcasting Holding I B.V. 100%						