

ORGANISATION UND KONZERNSTRUKTUR

GESCHÄFTSTÄTIGKEIT UND SEGMENTE

Unternehmensprofil und Geschäftstätigkeit

Die ProSiebenSat.1 Group ist mehr als ein reines Medienunternehmen: Wir nutzen die Millionen-Reichweite unserer führenden TV-Marken, um auch in anderen Branchen starke Verbrauchermarken aufzubauen und vor allem digitale Umsatzmärkte zu erschließen. Dabei fokussieren wir uns insbesondere auf die DACH-Region als Kernmarkt. Auf Basis dieser Wachstumsstrategie treiben wir unsere digitale Transformation voran. ProSiebenSat.1 ist dabei in die drei Segmente Entertainment, Dating & Video sowie Commerce & Ventures gegliedert:

Im Entertainment-Segment verbinden wir starke lineare und digitale Entertainment-Plattformen mit dem Produktions-, Distributions- und Vermarktungsgeschäft. Der Fokus unserer Programmstrategie liegt auf lokalen Inhalten, die wir live und on-demand gezielt über alle Plattformen ausspielen und monetarisieren. Damit stärken wir unsere Wettbewerbsposition und grenzen uns gegenüber multinationalen Anbietern ab. Das Segment Dating & Video bietet ein breites Spektrum an Dating-Plattformen sowie Video-basierten Social-Entertainment-Angeboten. Hier konzentrieren wir uns darauf, ein komplementäres Plattform-Ökosystem aufzubauen. Im Commerce & Ventures-Segment bündeln wir die Investitionstätigkeiten der ProSiebenSat.1 Group: Über Medialeistung und die Kraft unserer Entertainment-Angebote bauen wir hier digitale Verbrauchermarken auf.

→ **Strategie und Steuerungssystem**

» INFORMATION

Die Erklärung zur Unternehmensführung gemäß §§ 289f und 315d HGB sowie der Vergütungsbericht gemäß § 162 AktG sind im Geschäftsbericht und auf der Homepage der Gesellschaft veröffentlicht:

→ www.prosiebensat1.com/investor-relations/corporate-governance/erklarung-zur-unternehmensfuehrung → www.prosiebensat1.com/investor-relations/corporate-governance/verguetung-meldepflichtige-wertpapiergeschaefte

Segmente und Markenportfolio

Entertainment: ProSiebenSat.1 betreibt in Deutschland, Österreich und der Schweiz 15 Free- und Pay-TV-Sender. Dazu zählen in Deutschland die Free-TV-Sender ProSieben, SAT.1, Kabel Eins, sixx, ProSieben MAXX, SAT.1 Gold und Kabel Eins Doku sowie in Österreich und der Schweiz unter anderem die Free-TV-Sender PULS4, ATV und Puls 8. In Deutschland ist ProSiebenSat.1 auf dem TV-Zuschauer- und Werbemarkt (14- bis 49-jährige Zuschauer:innen) führend und erwirtschaftet den Großteil der Umsätze über den Verkauf von Werbezeiten.

Mit unserem Portfolio adressieren wir unterschiedliche, komplementäre Zielgruppen, um unsere Reichweite konsequent zu steigern und unsere Möglichkeiten der Monetarisierung zu erweitern. Dies gilt sowohl für lineares Fernsehen als auch unsere digitalen Angebote. In diesem Kontext haben wir zum 31. Oktober 2022 die Streaming-Plattform Joyn GmbH („Joyn“) vollständig übernommen: Joyn bietet Zugriff auf alle Live-TV-Angebote der ProSiebenSat.1-Senderfamilie, eine umfassende Mediathek sowie exklusive Previews und Catch-ups unserer Formate auf Abruf. Dabei

setzt Joyn primär auf ein werbefinanziertes Angebot und ist somit für Zuschauer:innen frei verfügbar; globale Plattformen refinanzieren sich dagegen vor allem über Abonnements. Durch den lokalen Zuschnitt ergibt sich ebenfalls ein Wettbewerbsvorteil, den wir sukzessive ausbauen. Mit Joyn als voll integriertem Bestandteil des konzernweiten Entertainment-Angebots können wir unsere vermarktbarere Gesamtreichweite stärken und insbesondere junge Zielgruppen adressieren. Mit Seven.One Audio, das Teil der Seven.One Entertainment Group GmbH („Seven.One Entertainment Group“) ist, setzen wir den Fokus auf junge Zielgruppen und erschließen zugleich zusätzliche Umsatzquellen im Bereich der Podcastvermarktung.

Daneben ist die Digital Media & Entertainment-Company Studio71 Teil des digitalen Entertainment-Angebots von ProSiebenSat.1: Studio71 vermarktet und distribuiert ein breites Portfolio von Content Creator:innen bzw. deren Inhalten auf digitalen Plattformen wie YouTube, Facebook und Instagram. Studio71 ist in Nordamerika, Deutschland sowie Großbritannien vertreten. Seit Juni 2022 ergänzt die Full-Service-Agentur Buzzbird GmbH („Buzzbird“) das Portfolio im Bereich Influencer-Marketing. Alle diese Publikumsmarken werden unter dem Dach der Seven.One Entertainment Group GmbH („Seven.One Entertainment Group“) gebündelt, zu der auch Seven.One Audio, Studio71 und Buzzbird gehören.

Unser Ziel ist es, den Anteil lokaler, eigenproduzierter Programme auf unseren Sendern konsequent zu erhöhen. Mit dieser Strategie schärfen wir das Profil unserer Marken und agieren zugleich unabhängiger im Markt. Das Programmproduktions- und Vertriebsgeschäft von ProSiebenSat.1 wird daher seit November 2022 unter der Dachmarke Seven.One Studios GmbH („Seven.One Studios“, vormals: Red Arrow Studios) zusammengefasst. Dazu zählen acht Produktionsgesellschaften in Europa und Israel, darunter mit der RedSeven Entertainment GmbH („Redseven Entertainment“), der Pyjama Pictures GmbH („Pyjama Pictures“), der Cheerio Entertainment GmbH („Cheerio Entertainment“) und der Flat White Productions GmbH („Flat White Productions“) vier Gesellschaften in Deutschland. Das weltweit tätige Programmvertriebshaus Red Arrow Studios International GmbH („Red Arrow Studios International“) ist mit seinem breiten Fiction-, Factual- und Format-Portfolio ebenfalls Teil der Gruppe.

→ **Wesentliche Ereignisse und Änderungen im Konsolidierungskreis**

Die ProSiebenSat.1-Marken stehen für Entertainment – jederzeit, überall und auf jedem Gerät. Von dieser plattformübergreifenden Zuschaueransprache profitiert ProSiebenSat.1 auch im Werbemarkt: Mit plattformübergreifenden Angeboten schaffen wir einen Mehrwert in der Vermarktung. Zudem kann der Konzern mit den Tochterunternehmen Seven.One Media GmbH („Seven.One Media“) und Seven.One AdFactory GmbH („Seven.One AdFactory“) Werbekunden und Agenturen von der Ideenfindung über die Konzeption bis zur Umsetzung begleiten. Gleichzeitig investiert ProSiebenSat.1 in die Bereiche AdTech und Data, um durch datengetriebene Angebote zusätzliche Monetarisierungsmöglichkeiten zu schaffen und Werbung immer zielgruppengenauer auszuspielen.

→ **Forschung und Entwicklung** → **Chancenbericht**

Die Bandbreite unseres Portfolios bildet den kompletten Wertschöpfungsprozess im Entertainment-Bereich ab: von der Produktion über die Distribution bis hin zur Vermarktung. Dabei spielen neben Umsätzen aus werbefinanzierten TV- und Digitalangeboten, Distributionserlöse und Umsätze aus dem Content-Geschäft (Programmproduktion und -verkauf) eine wichtige Rolle. Durch diese Diversifizierung stärken wir unser Geschäftsmodell. Gleichzeitig werden die Unternehmen als hundertprozentige Tochterunternehmen geführt. Dies ist ein Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen TV-Unternehmen, da wir hier von Synergien im Konzernverbund profitieren und Vorteile hinsichtlich der Programmverwertung haben.

» INFORMATION

Eine detaillierte Übersicht der Beteiligungsverhältnisse der ProSiebenSat.1 Group befindet sich im folgenden Abschnitt des Geschäftsberichts:

→ Konzern-Anhang, Ziffer 40 „Aufstellung des Anteilsbesitzes der ProSiebenSat.1 Group gemäß § 313 Abs. 2 HGB“

Dating & Video: Die ParshipMeet Group ist aus einem erfolgreichen Commerce & Ventures-Geschäft entstanden und trägt heute unter dem Segment Dating & Video zu unserem diversifizierten Konzernportfolio bei: Das initiale Investment erfolgte 2012 über ein Media-for-Revenue-Geschäft mit der Parship Group GmbH („Parship Group“). Nach dem Aufbau eines vorwiegend deutschsprachigen Portfolios rund um das Dating-Geschäft der Parship Group folgten wertsteigernde Akquisitionen mit einem Schwerpunkt in den USA, darunter die Akquisition des Online-Dating-Services eHarmony Inc. („eharmony“) im Jahr 2018 und der The Meet Group, Inc. („The Meet Group“) im Jahr 2020. Heute ist die ParshipMeet Group einer der führenden Online-Dating- und Social-Entertainment-Anbieter weltweit. Neben ProSiebenSat.1 agiert General Atlantic PD GmbH („General Atlantic“) als Finanzinvestor und hält einen Anteil von 45,0 Prozent an der ParshipMeet Holding GmbH („ParshipMeet Holding“).

Unter dem Motto „Meet – Date – Fall in Love“ decken wir mit den Marken der ParshipMeet Group ein breites Spektrum im Online-Dating- sowie im Social-Entertainment-Markt ab. Auch geografisch ist das Unternehmen diversifiziert: Online-Dating-Plattformen wie eharmony, Parship, ElitePartner und LOVOO unterstützen Singles in Europa, Nordamerika und Australien bei der Partnersuche. Video-basierte Social-Entertainment-Apps wie MeetMe, Skout, Tagged oder GROWLr ermöglichen ihren Nutzer:innen weltweit Kontakte und Unterhaltung. Auf diese Weise kann die ParshipMeet Group unterschiedlichen Zielgruppen ein umfassendes Angebot für ihre Suche nach Freundschaften, Flirts oder einer Partnerschaft machen.

Das Erlösmodell ist ebenfalls sehr diversifiziert und umfasst neben lang- und kurzfristigen Abonnements auch Einmalkäufe wie beispielsweise In-App-Käufe von virtuellen Produkten, Marketingleistungen sowie Dienstleistungen für Drittplattformen. Dabei ist das Dating & Video-Portfolio ein klassisches Plattformgeschäft und daher international gut skalierbar. Hier eröffnet insbesondere das Live-Video-Streaming-Know-how der ParshipMeet Group zusätzliches Potenzial: Mit der eigenen Livestreaming-Technologie Livebox (ehemals: vPaaS – video-Platform-as-a-Service) geben wir Creator:innen die Möglichkeit, plattformübergreifend ein breites Publikum zu erreichen, ihre Reichweite zu steigern und so ihre Aktivitäten bestmöglich zu monetarisieren. Diese Lösung nutzen wir nicht nur für unsere eigenen Online-Dating- und Social-Entertainment-Angebote, sondern stellen sie auch Drittunternehmen zur Verfügung. Dabei profitieren die Livebox-Plattformen von vielfältigen Services – von der Technologie über die Betreuung der Streamer:innen bis hin zur Moderation von Livestreams.

Commerce & Ventures: Im Segment Commerce & Ventures bündelt der Konzern seine Beteiligungen an digitalen Commerce-Unternehmen mit starkem Verbraucherkonzept. ProSiebenSat.1 verfolgt hier verschiedene Investitionsmodelle und kann Unternehmen in den unterschiedlichen Wachstumsphasen bei ihrer erfolgreichen Entwicklung begleiten:

Ein flexibles Investment-Modell aus Minderheitsbeteiligungen und Mediakooperationen bietet die SevenVentures GmbH („SevenVentures“). Hier nutzen wir gezielt Werbezeiten als Investitionswährung und bieten wachstumsstarken Unternehmen mit verbraucherorientierten Geschäftsmodellen eine individuell zugeschnittene Unterstützung: Nach dem Prinzip „Reichweite trifft Idee“ investieren wir Werbezeiten und partizipieren im Gegenzug am Wachstum der Unternehmen (in Form von Media-for-Revenue- oder Media-for-Equity-Geschäften). Auf diese Weise erschließen wir ohne hohes unternehmerisches Risiko neue Märkte. Ergänzt wird das Angebot von SevenVentures durch den SevenAccelerator, der sich auf frühphasige, skalierbare Start-up-Unternehmen fokussiert. Gerade junge Unternehmen in einem frühen Entwicklungsstadium profitieren von einer Anschubfinanzierung in Form von TV-Werbung. Als Teil

des Commerce & Ventures-Segments tätigt SevenGrowth mit einem Mix aus Barmitteln und Media-Volumen zudem Investitionen in digitale Unternehmen, deren Geschäftsmodelle sich bereits bewährt haben und die sich auf dem Weg zur Profitabilität befinden.

Zudem umfasst das Segment die Unternehmen der NCG – NUCOM GROUP SE („NuCom Group“), an der unser Partner General Atlantic als Finanzinvestor mit 28,41 Prozent beteiligt ist. Unter dem Dach der NuCom Group werden Online-Unternehmen gebündelt, die in den Bereichen Consumer Advice, Experiences sowie Beauty & Lifestyle tätig sind. Dazu zählen unter anderem das Online-Vergleichsportal Verivox GmbH („Verivox“, Consumer Advice), der Erlebnisanbieter Jochen Schweizer mydays Holding GmbH („Jochen Schweizer mydays“, Experiences), das Mietwagenvergleichsportal billiger-mietwagen.de (SilverTours GmbH („SilverTours“, Consumer Advice) oder der Online-Beauty-Shop Flaconi GmbH („Flaconi“, Beauty & Lifestyle).

SEGMENTE DER PROSIEBENSAT.1 GROUP IM GESCHÄFTSJAHR 2022

ENTERTAINMENT	DATING & VIDEO	COMMERCE & VENTURES
<p>Das Segment Entertainment umfasst die Seven.One Entertainment Group mit ihrem Vermarktungs- und Distributionsgeschäft, den starken TV-Marken wie ProSieben und SAT.1, Entertainment-Plattformen wie Joyn und weiteren digitalen Angeboten sowie das Produktions- und Programmvertriebsgeschäft der Seven.One Studios. Damit decken wir die komplette Wertschöpfungskette im Entertainment-Geschäft ab.</p>	<p>Im Dating & Video-Segment decken wir mit der Parship-Meet Group ein breites Spektrum von Online-Dating bis hin zu Social-Entertainment-Angeboten ab.</p>	<p>Im Segment Commerce & Ventures bündeln wir unsere Beteiligungen an digitalen Commerce-Unternehmen mit starkem Verbraucherkfokus. Diese begleiten wir mit unseren Investitionsoptionen in den verschiedensten Wachstumsphasen.</p>

UNTERNEHMENSSTRUKTUR UND BETEILIGUNGEN

Die wirtschaftliche Entwicklung der ProSiebenSat.1 Group wird maßgeblich durch die unmittelbar und mittelbar gehaltenen Tochtergesellschaften bestimmt. Konzernobergesellschaft ist die ProSiebenSat.1 Media SE. In dieser Funktion zählen unter anderem die zentrale Finanzierung, das konzernweite Risikomanagement sowie die Weiterentwicklung der Unternehmensstrategie zu ihren Aufgaben. Im vorliegenden Konzernabschluss ist die ProSiebenSat.1 Media SE mit allen wesentlichen Tochtergesellschaften einbezogen – damit sind jene Unternehmen gemeint, an denen die ProSiebenSat.1 Media SE mittelbar oder unmittelbar über die Mehrheit der Stimmrechte verfügt oder auf andere Weise zur Beherrschung der maßgeblichen Tätigkeiten des betreffenden Unternehmens befähigt ist.

→ Konzern-Anhang, Ziffer 4 „Konsolidierungskreis“