

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“

UNSERE MITARBEITENDEN

Unsere Mitarbeiter:innen sind der Schlüssel zur erfolgreichen Umsetzung unserer Unternehmensstrategie. Die vielfältigen Fähigkeiten und das Engagement unserer Beschäftigten tragen maßgeblich zum wirtschaftlichen Erfolg des ProSiebenSat.1-Konzerns bei. Gleichzeitig hilft die Diversität, die wir über Segmentgrenzen hinweg leben, in Zeiten des Wandels innovativ und wettbewerbsfähig zu bleiben. ProSiebenSat.1 will alle Mitarbeitenden befähigen, persönlich zu wachsen und die Zukunft des Unternehmens mitzugestalten. Dabei dienen unsere Werte „Passion“, „Innovation“, „Courage“, „Goal-Orientation“ und „Responsibility“ als Orientierung für Entscheidungen und unsere tägliche Zusammenarbeit.

→ **Nachhaltigkeit**

BESCHÄFTIGTENZAHLEN

Zum 31. Dezember 2022 beschäftigte die ProSiebenSat.1 Group konzernweit 7.284 Mitarbeiter:innen⁴ (Vorjahr: 7.906). Der Rückgang um 622 Beschäftigte bzw. 8 Prozent ist insbesondere auf den Verkauf der US-amerikanischen Produktionsgesellschaften der Red Arrow Studios (heute: Seven.One Studios) zurückzuführen.

Im Segment **Entertainment** ging die Beschäftigtenzahl aus diesem Grund um 10 Prozent auf 4.211 Mitarbeiter:innen zurück (Vorjahr: 4.671), wobei sich die Integration der Streaming-Plattform Joyn hier gegenläufig auswirkte. Das **Dating & Video**-Segment verzeichnete einen Rückgang von 4 Prozent auf 627 Mitarbeiter:innen (Vorjahr: 654). Die Anzahl der Beschäftigten im Segment **Commerce & Ventures** entwickelte sich im Jahr 2022 vor allem aufgrund des Verkaufs der Sonoma Internet GmbH („Amorelie“) rückläufig (-8%).

In Deutschland, Österreich und der Schweiz, also dem Kernmarkt unseres Unternehmens, waren zum 31. Dezember 2022 6.613 Mitarbeiter:innen (Vorjahr: 6.421) beschäftigt. Dies entspricht einem Anteil von 90,8 Prozent (Vorjahr: 81,2%) am ProSiebenSat.1-Konzern. 408 Mitarbeiter:innen (Vorjahr: 367) waren bei der ProSiebenSat.1 Media SE tätig.

KONZERNMITARBEITER:INNEN NACH SEGMENTEN

Vollzeitäquivalente Mitarbeiter:innen (FTE) zum 31. Dezember

Segment	2022	2021
Entertainment	4.211	4.671
Dating & Video	627	654
Commerce & Ventures	2.038	2.214
Überleitung (Holding & Sonstiges)	408	367

KONZERNMITARBEITER:INNEN NACH REGIONEN

Vollzeitäquivalente Mitarbeiter:innen (FTE) zum 31. Dezember

Region	2022	2021
Deutschland	6.104	5.935
Österreich/Schweiz	509	486
USA	394	1.163
UK	78	76
Sonstige	199	247

⁴ Die Anzahl der Mitarbeiter:innen wird in Vollzeitäquivalenten (Full Time Equivalents, FTE) dargestellt.

STRATEGIE UND STEUERUNGSSYSTEM

STRATEGIE UND ZIELE

ProSiebenSat.1 ist das Zuhause von populärer Unterhaltung sowie Infotainment und einer der führenden Entertainment-Anbieter im deutschsprachigen Raum. Unsere wichtigsten Entertainment-Marken drehen sich um unsere 15 Free- und Pay-TV-Sender sowie unsere digitale Streaming-Plattform Joyn.

Unser Entertainment-Portfolio wird durch digitale Verbrauchermarken in den Segmenten Commerce & Ventures sowie Dating & Video ergänzt. Mit diesen Verbrauchermarken sind wir sowohl in unseren deutschsprachigen Kernmärkten als auch im Ausland – insbesondere in Nordamerika – aktiv.

Im Mittelpunkt unserer Strategie stehen unsere Entertainment-Angebote, die wir vor allem durch Werbeeinnahmen umfassend monetarisieren. Unsere Maxime dabei: „Viewers and Users First“. Das bedeutet, wir stellen unsere Zuschauer:innen und Nutzer:innen in den Mittelpunkt unseres Handelns. Unsere Angebote richten wir dafür ganz nach ihren Bedürfnissen aus. So können sie sich von unseren Inhalten begeistern lassen, unsere Produkte nutzen und letztlich möglichst viel Zeit mit uns verbringen. Deshalb bildet unser Entertainment-Geschäft den Kern der ProSiebenSat.1 Group.

Unser Ziel ist es, konzernweit profitabel zu wachsen und Wert für alle Stakeholder zu schaffen, darunter Zuschauer:innen, Nutzer:innen, Werbekunden, institutionelle und private Aktionär:innen, Politik und Mitarbeiter:innen. Wir konzentrieren uns darauf, unsere Reichweite zu steigern, indem wir lokale, relevante und Live-Inhalte über eine breite Auswahl an Plattformen verbreiten und zugleich moderne digitale Dienstleistungen und Produkte über unsere Commerce-Geschäfte bieten. Dank diversifizierter Umsatzquellen monetarisieren wir unsere Reichweite sowohl durch Werbung als auch durch unseren Commerce & Ventures-Bereich, aus dem auch unser Dating & Video-Segment entstanden ist.

→ **Geschäftstätigkeit und Segmente**

Der Megatrend der Digitalisierung ist und bleibt einer der bestimmenden Faktoren für die Entwicklung unseres Unternehmens. Denn die Digitalisierung verändert unsere Geschäftsfelder und bietet uns große Chancen. So wird beispielsweise die Mediennutzung immer digitaler: Fernsehinhalte können unabhängig von Zeit, Gerät und Ort abgerufen werden. Die TV-Vermarktung profitiert von modernen Technologien wie Addressable TV, die es zum Beispiel ermöglichen, TV-Werbung in Echtzeit auf internetfähigen Geräten auszuspielen und Zielgruppen präzise anzusprechen. Auch in den Konsumentenmärkten, in denen die ProSiebenSat.1 Group aktiv ist, beschleunigt sich die digitale Transformation weiter und treibt die Nutzung von Online-Angeboten voran.

→ **Chancenbericht**

Unser Fokus

Im Segment **Entertainment** konzentrieren wir uns auf unsere Kernmärkte Deutschland, Österreich und die Schweiz. Wir haben in den vergangenen Jahren bereits Fortschritte gemacht, indem wir unseren Fokus auf lokale, relevante und Live-Inhalte setzen, die wir über alle Plattformen – live und on-demand – distribuieren und die zunehmend aus unserem eigenen Produktionsnetzwerk stammen. Auf diese Weise leisten wir auch einen wichtigen Beitrag zur Meinungsbildung und -vielfalt. Nun wollen wir das Potenzial unseres hochdynamischen Marktumfelds voll heben, indem wir unser Entertainment-Segment in ein plattformunabhängiges und datengetriebenes Geschäft transformieren. Dafür konzentrieren wir uns darauf, unser Digital-Angebot weiter auszubauen, etwa durch die Integration unserer Streaming-Plattform Joyn als Zentrum unserer digitalen Entertainment-Aktivitäten – immer mit dem Ziel, verschiedene Zielgruppen kundenorientiert anzusprechen. Hinzu kommt unser Fokus auf innovative, digitale Werbetechnologien unter dem Dach von Advanced TV, über die wir den digitalen Anteil unserer Werbeerlöse erhöhen wollen. Um eine klare Marktposition zu schaffen, betrachten wir Partnerschaften und Kooperationen in der Branche als wichtigen Teil unserer Strategie. Zu unseren Wachstumsambitionen im Entertainment-Bereich gehört zudem, dass wir regelmäßig die Möglichkeiten für anorganische Portfolioerweiterungen überprüfen.

Wir nutzen die Reichweite unserer Entertainment-Angebote, um Marken bekannt zu machen und ein Umfeld zu schaffen, in dem sie nachhaltig wachsen können. Deshalb hat unser Segment **Commerce & Ventures** eine strategische Nähe zu unserem Unterhaltungsgeschäft. Seit mehr als zehn Jahren unterstützen wir die Entwicklung aufstrebender Digitalunternehmen mit unserer Brand-Building-Power. Diesen Weg setzen wir fort, indem wir in attraktive junge Unternehmen investieren und dabei verstärkt auf unser Media-for-Equity/-Revenue-Modell setzen.

Unser **Dating & Video**-Segment mit der ParshipMeet Group ist aus einer erfolgreichen Investition im Commerce & Ventures-Segment hervorgegangen. Das erste Investment im Bereich Online-Matchmaking haben wir 2012 über eine Media-for-Revenue-Beteiligung an Parship getätigt. In den Folgejahren erwarb ProSiebenSat.1 eine Mehrheitsbeteiligung und kaufte weitere Online-Dating-Marken dazu – zuletzt The Meet Group im Jahr 2020. Heute bietet die ParshipMeet Group eine diversifizierte Umsatzbasis, bestehend aus einem Abonnement-Geschäft, virtuellen Geschenken sowie Livebox, unserer Livestreaming-Lösung, die alle zum finanziellen Profil von ProSiebenSat.1 beitragen.

Unsere Ziele

Die ProSiebenSat.1 Group wird auch in Zukunft finanziell diszipliniert und mit klarem Fokus auf Ergebnis und Cashflow agieren. Unsere Ambition ist, unseren Umsatz organisch mittel- bis langfristig im Durchschnitt im mittleren einstelligen Prozentbereich zu steigern. Wir wollen also konzernweit profitabel wachsen und unsere mittelfristigen Finanzziele erreichen: d.h., einen P7S1 ROCE (Return on Capital Employed) von über 15 Prozent zu erwirtschaften und einen Verschuldungsgrad zwischen 1,5x und 2,5x beizubehalten. Bei der Bemessung von Ausschüttungen an die Aktionär:innen berücksichtigt der Konzern neben dem allgemeinen wirtschaftlichen Umfeld und dem bereinigten Konzernjahresüberschuss (adjusted net income) als Bezugsgröße für das Ausschüttungsvolumen nunmehr mit besonderem Fokus ein angemessenes Niveau des Verschuldungsgrads. Darüber hinaus beachtet ProSiebenSat.1 dabei ebenso die Erfordernisse zu Investitionen in das operative Geschäft, einschließlich zur Umsetzung strategischer Wachstumsoptionen, insbesondere im Kerngeschäft Entertainment.

→ Unternehmensausblick

Darüber hinaus bekennt sich die ProSiebenSat.1 Group klar zu ihren Verpflichtungen in den Bereichen Gesellschaft, Diversität & Inklusion, Klima & Umwelt sowie Governance & Compliance, die die Basis unserer Nachhaltigkeitsstrategie bilden. Dabei richtet der Konzern seine Nachhaltigkeitsarbeit an den UN-Zielen für nachhaltige Entwicklung aus.

PLANUNG UND STEUERUNG

Das kennzahlenbasierte Steuerungssystem der ProSiebenSat.1 Group bildet die Grundlage für alle wirtschaftlichen und strategischen Entscheidungen des Unternehmens. Die unternehmensspezifischen Leistungsindikatoren ergeben sich aus der Konzernstrategie und umfassen sowohl finanzielle als auch nichtfinanzielle Aspekte. Ihre Planung und Steuerung erfolgt zentral über den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE. Der Planungs- und Steuerungsprozess wird durch die Überwachung der Kennzahlen auf Basis regelmäßig aktualisierter Daten ergänzt. Dazu zählt auch die Beurteilung von Entwicklungen im Rahmen des Chancen- und Risikomanagements.

→ **Risiko- und Chancenbericht**

Unternehmensinternes Steuerungssystem

Die für die ProSiebenSat.1 Group spezifischen Leistungsindikatoren orientieren sich an den Interessen der Kapitalgeber:innen und umfassen neben Aspekten einer ganzheitlichen Umsatz- und Ergebnissteuerung auch die Finanzplanung.

ÜBERSICHT BEDEUTSAMSTE LEISTUNGSINDIKATOREN ZUM 31. DEZEMBER 2022

BEDEUTSAMSTE NICHTFINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN

Segment Entertainment

- Zuschauermarktanteile⁵

BEDEUTSAMSTE FINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN

Konzern

- Umsatzerlöse
- Adjusted EBITDA
- Adjusted net income
- Adjusted Operating Free Cashflow
- P7S1 ROCE
- Verschuldungsgrad

Bedeutsamste nichtfinanzielle Leistungsindikatoren: Die Entwicklung der **Zuschauermarktanteile** ist ein wichtiges Kriterium bei der Programm- und Mediaplanung im werbefinanzierten TV-Geschäft. Zudem dienen die Daten als Richtwert für die Kalkulation von Werbezeitenpreisen: Der Marktanteil beschreibt den prozentualen Anteil der durchschnittlichen Sehbeteiligung einer Sendung an der Sehbeteiligung des gesamten TV-Markts. Die Daten sagen aus, welchen Anteil der gesamten TV-Zuschauer:innen eine Sendung erreicht hat. Dabei stehen die Zuschauermarktanteile in der Prime Time im Fokus, da insbesondere die Prime Time von 20:15 Uhr bis 23:00 Uhr die Hauptwerbezeit darstellt.

→ **Entwicklung relevanter Marktumfelder der ProSiebenSat.1 Group**

Die TV-Nutzungsdaten werden in Deutschland im Auftrag der AGF Videoforschung GmbH („AGF Videoforschung“) von der GfK Fernsehforschung erhoben. Die ProSiebenSat.1 Group wertet die von den Instituten empirisch erhobenen Zuschauerquoten täglich aus. Neben diesen Daten zu linearem TV-Konsum analysieren wir zusätzlich digitale Reichweitenkennzahlen sowie KPIs zu unseren datenbasierten Geschäftsmodellen. Ein Beispiel hierfür sind die gemessenen Daten aus HbbTV (Hybrid broadcast broadband TV).

⁵ Marktanteil der ProSiebenSat.1-Sender in Deutschland bei den 14- bis 49-jährige Zuschauer:innen.

Bedeutsamste finanzielle Leistungsindikatoren: Die zentralen Kennzahlen zur Profitabilitäts- und Rentabilitätssteuerung sind die Umsatzerlöse, das adjusted EBITDA, das adjusted net income, der adjusted Operating Free Cashflow, der P7S1 ROCE (Return on Capital Employed) sowie der Verschuldungsgrad. Vorrangiges Ziel ist es, die genannten Ergebnisgrößen durch kontinuierliches profitables Umsatzwachstum in allen Segmenten zu verbessern. Dabei fungieren die Geschäftseinheiten größtenteils als Profit Center: Das bedeutet, sie handeln mit voller Umsatz- und Ergebnisverantwortung. Zudem ist Flexibilität eine wichtige Voraussetzung für unseren Erfolg, da sich die ProSiebenSat.1 Group in einem sehr dynamischen Branchenumfeld bewegt. Die Organisationseinheiten treffen ihre operativen Entscheidungen daher – innerhalb der zentral verabschiedeten Rahmenvorgaben – eigenständig und abgestimmt auf das Wettbewerbsumfeld sowie mit der klaren Zielsetzung, Mehrwert für unsere Aktionär:innen zu schaffen.

Die Ertragskennzahl **adjusted EBITDA** steht für das bereinigte Ergebnis vor Zinsen, Steuern sowie Abschreibungen bzw. Wertminderungen (bereinigtes Betriebsergebnis). Sondereffekte – wie beispielsweise M&A-bezogene Aufwendungen, Reorganisationsaufwendungen und Aufwendungen aus Rechtsstreitigkeiten – werden im bereinigten Betriebsergebnis nicht berücksichtigt, sodass diese Kennzahl für den Vorstand als Hauptentscheidungsträger zur Beurteilung der operativen Ertragskraft des Konzerns dient. Das **adjusted net income** ist das den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnende bereinigte Konzernergebnis; es dient als Basis für die Dividendenbemessung. Neben Anpassungen aus dem adjusted EBITDA werden hier insbesondere Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte bzw. Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen und weitere Sondereffekte bei der Berechnung bereinigt.

→ **Definition von ausgewählten Non-IFRS-Kennzahlen**

Sondereffekte können die operative Geschäftsentwicklung beeinflussen oder gar überlagern und einen Mehrjahresvergleich erschweren. Daher stellen bereinigte Ergebnisgrößen geeignete Performance-Maße dar, die nachhaltige Entwicklung der Ertragskraft des Konzerns und seiner Segmente zu bewerten. Die Betrachtung unbereinigter Ertragskennzahlen ermöglicht jedoch den ganzheitlichen Blick auf die Aufwands- und Ertragsstruktur. Relevant ist in diesem Kontext – zusätzlich zu den bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikatoren Umsatzerlöse, adjusted EBITDA, adjusted net income, adjusted Operating Free Cashflow, P7S1 ROCE und Verschuldungsgrad – auf Konzernebene das EBITDA als weniger bedeutsamer Leistungsindikator. Da Steuer- und Abschreibungseinflüsse sowie die Finanzierungsstruktur nicht berücksichtigt werden, ermöglicht das EBITDA – wie auch das adjusted EBITDA – zudem eine einfachere Bewertung im internationalen Wettbewerbsvergleich.

Zur weiteren Fokussierung auf die operative Cashflow-Steuerung der Bereiche setzt der Konzern den **adjusted Operating Free Cashflow** als bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikator ein. Der adjusted Operating Free Cashflow wird definiert als operativer Free Cashflow vor Zinsen und Steuern und berechnet sich aus dem adjusted EBITDA korrigiert um zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge sowie abzüglich Investitionen (Programm- und sonstige Investitionen) und Veränderungen im Working Capital.

Darüber hinaus stellt der **P7S1 ROCE** (Return on Capital Employed) einen weiteren bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikator zur Rentabilitäts- bzw. Profitabilitätssteuerung dar. Er ermittelt sich aus dem Verhältnis des adjusted EBIT (bereinigtes Ergebnis vor Zinsen und Steuern) korrigiert um Pensionsaufwendungen und Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen zum durchschnittlich eingesetzten Kapital. Bei der Berechnung des adjusted EBIT werden neben den Sondereffekten des adjusted EBITDA auch Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte bzw. Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen und weitere Sondereffekte bereinigt. Das eingesetzte Kapital ist die Differenz aus immateriellen Vermögenswerten (inkl. Geschäfts- oder Firmenwerte sowie Kaufpreisallokationen), Sachanlagen, at-Equity bewerteten Anteilen, Media-for-Equity-Investitionen, Programmvermögen, Vorräten, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie kurzfristigen sonstigen finanziellen Vermögenswerten (exklusive Derivate) und übrigen Forderungen und Vermögenswerten abzüglich sonstige

Rückstellungen, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden, Verbindlichkeiten gegenüber at-Equity bewerteten Anteilen und übrige Verbindlichkeiten. Dabei bezieht sich der Wert auf den Durchschnitt der Stichtage der letzten fünf Quartale.

Ziel ist, mittelfristig eine Rendite auf das eingesetzte Kapital, also einen P7S1 ROCE, von mindestens 15 Prozent zu erzielen. Dafür sollen sich Erweiterungs- und Neuinvestitionen grundsätzlich innerhalb von drei Jahren amortisieren und dabei einen internen Zinsfuß (IRR = Internal Rate of Return) von mindestens 18 Prozent erwirtschaften. Strategische Projekte sollen sich im Regelfall innerhalb von fünf Jahren amortisieren. Dazu betreibt der Konzern eine konsequente Steuerung von Investitionen und bewertet dafür jedes Projekt in den Segmenten nach gleichen Zielparametern.

Ein wichtiger Leistungsindikator für die Finanzplanung des Konzerns ist ein kapitaleffizienter **Verschuldungsgrad**. Der Verschuldungsgrad gibt die Höhe der Netto-Finanzverbindlichkeiten im Verhältnis zum sogenannten LTM adjusted EBITDA an – dem adjusted EBITDA, das die ProSiebenSat.1 Group in den jeweils letzten zwölf Monaten realisiert hat (LTM = last twelve months). Zielwert ist ein **Faktor zwischen 1,5x und 2,5x zum jeweiligen Jahresende**. Aufgrund der Bedeutung des vierten Quartals bzw. der unterjährigen Saisonalitäten wird die Festlegung des Verschuldungsgrads als Zielwert nur für das jeweilige Jahresende vorgenommen. Unterjährig erfolgt die Berichterstattung aus Gründen der Transparenz bzw. nachrichtlich. Zyklische Einflüsse oder diskretionäre Liquiditätsabflüsse – etwa aufgrund von wichtigen strategischen Investitionen – können unter Umständen zu einer Überschreitung des für den am Jahresende gültigen Zielkorridors führen. Dies stellt den grundsätzlichen Zielwertkorridor jedoch nicht in Frage.

Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren sind die Grundlage der Unternehmenssteuerung. Es ist daher konsequent, sie als Bemessungsgrundlage für eine zielorientierte variable Vergütung einzubeziehen: Für Mitarbeiter:innen auf den oberen Managementebenen sowie ausgewählte Vertriebsfunktionen ist der Performance Bonus relevant; dieser bemisst sich am Unternehmenserfolg und basiert auf den bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikatoren Umsatzerlösen, adjusted EBITDA sowie dem adjusted Operating Free Cashflow. Als variable Bemessungsgrundlage für die Vergütung des Vorstands dienen im Geschäftsjahr 2022 verschiedene finanzielle Leistungsindikatoren, die im Vergütungsbericht beschrieben sind; zusätzlich zu diesen Kennzahlen werden ESG-Vorgaben herangezogen.

→ **Vergütungsbericht**

DEFINITION VON AUSGEWÄHLTEN NON-IFRS-KENNZAHLEN

ADJUSTED EBITDA

Adjusted EBITDA steht für adjusted Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization. Es beschreibt das um bestimmte Einflussfaktoren (Sondereffekte) bereinigte Ergebnis vor Zinsen, Steuern sowie Abschreibungen und Wertberichtigungen (bereinigtes Betriebsergebnis). Zu diesen Sondereffekten zählen:

- M&A-bezogene Aufwendungen beinhalten Beratungsaufwendungen und sonstige Aufwendungen für laufende, abgeschlossene oder abgebrochene M&A-Transaktionen sowie Kosten, die im Zusammenhang mit einem Börsengang oder Delisting-Prozess stehen und Integrationskosten, die innerhalb eines Jahres nach dem wirtschaftlichen Erwerb anfallen.
- Reorganisationsaufwendungen enthalten Sach- und Personalkosten für Reorganisationen und Restrukturierungen. Sie umfassen Aufwendungen wie Abfindungen, Freistellungsgehälter, Beratungskosten, Rechtsberatungskosten sowie Wertminderungen von jeweils mindestens 0,5 Mio Euro.
- Aufwendungen für Rechtsstreitigkeiten enthalten Ansprüche, Strafen, Bußgelder sowie Beratungskosten von jeweils mindestens 0,5 Mio Euro, die im Zusammenhang mit wesentlichen abgeschlossenen, laufenden oder drohenden Rechtsstreitigkeiten stehen.
- Anpassungen des beizulegenden Zeitwerts anteilsbasierter Vergütungen umfassen den ergebniswirksamen Teil der Änderungen des beizulegenden Zeitwertes von durch Barausgleich erfüllten anteilsbasierten Vergütungsplänen.
- Ergebnisse aus Änderungen des Konsolidierungskreises beinhalten Erträge und Aufwendungen im Rahmen von Fusionen, Unternehmensabspaltungen, Erwerben oder Verkäufen von Konzernunternehmen.
- Ergebnisse aus sonstigen wesentlichen Einmaleffekten beinhalten vom Finanzvorstand freigegebene, nicht mit der laufenden operativen Performance im Zusammenhang stehende Geschäftsvorfälle. Die ProSiebenSat.1 Group versteht unter wesentlichen Maßnahmen in diesem Zusammenhang Geschäftsvorfälle von jeweils mindestens 0,5 Mio Euro.
- Bewertungseffekte aus der strategischen Neuausrichtung von Business Units enthalten Aufwendungen im Rahmen von Veränderungen des zugrundeliegenden Geschäftszwecks bzw. der Strategie der betroffenen Einheiten von jeweils mindestens 25 Mio Euro.

ADJUSTED NET INCOME

Das adjusted net income ist das den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnende Konzernergebnis, bereinigt um obenstehende, im Rahmen des adjusted EBITDA dargestellte Sondereffekte sowie bereinigt um weitere Sondereffekte. Zu diesen weiteren Sondereffekten zählen:

- Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen.
 - Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte.
 - Bewertungseffekte im sonstigen Finanzergebnis enthalten Wertminderungen und Neubewertungseffekte von Beteiligungen, nach der Equity-Methode bilanzierten Unternehmen und sonstigen finanziellen Vermögenswerten, die im sonstigen Finanzergebnis erfasst werden. Darüber hinaus kann der Konzern im Zuge mehrstufiger Unternehmenserwerbe die Beherrschung über bisher nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungunternehmen erwerben. Die Effekte aus der Bewertung derartiger ursprünglicher Anteile zum beizulegenden Zeitwert im Rahmen der Erstkonsolidierung fallen auch unter diese Kategorie.
 - Bewertungseffekte aus Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten enthalten Bewertungs-, Währungs- und Zinseffekte aus Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten.
 - Bewertungseffekte aus Sicherungsgeschäften enthalten Ineffektivitäten und Auflösungen von im sonstigen Gesamtergebnis erfassten Beträgen aus Cashflow-Hedges sowie Effekte aus Sicherungsgeschäften, für die kein Hedge-Accounting im Sinne des IAS 39 Anwendung findet.
 - Ergebnisse aus sonstigen wesentlichen Einmaleffekten beinhalten nicht mit der laufenden operativen Performance im Zusammenhang stehende Geschäftsvorfälle. Die ProSiebenSat.1 Group versteht unter wesentlichen Maßnahmen in diesem Zusammenhang Geschäftsvorfälle von jeweils mindestens 0,5 Mio Euro.
- Die aus den Bereinigungen resultierenden Steuereffekte werden ebenfalls bereinigt.

AUSWEIS UND NUTZEN VON NON-IFRS-KENNZAHLEN

Dieser Geschäftsbericht enthält neben den nach IFRS ermittelten Finanzdaten auch sogenannte Non-IFRS-Kennzahlen. Die Überleitung dieser Non-IFRS-Kennzahlen auf die entsprechenden IFRS-Kennzahlen wird im folgenden Kapitel dargestellt:

→ **Ertragslage des Konzerns**

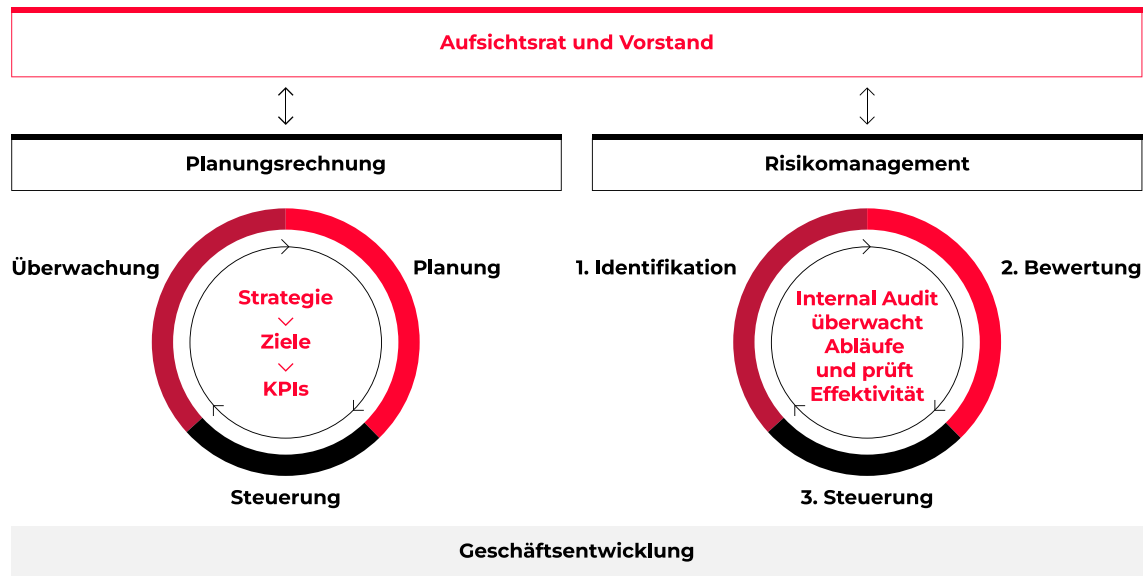
Die ProSiebenSat.1 Media SE verwendet für ihre finanziellen, strategischen und operativen Entscheidungen primär Non-IFRS-Kennzahlen als Entscheidungsgrundlage. Diese liefern auch Investor:innen Zusatzinformationen, die einen Vergleich der Performance im Mehrjahresvergleich erlauben, da sie um bestimmte Einflüsse bereinigt werden. Diese Kennzahlen werden nicht auf Basis der IFRS ermittelt und können sich daher von den Non-IFRS-Kennzahlen anderer Unternehmen unterscheiden. Daher ersetzen diese nicht die IFRS-Kennzahlen oder sind bedeutsamer als IFRS-Kennzahlen, sondern stellen eine Zusatzinformation dar. Wir sind davon überzeugt, dass die Non-IFRS-Kennzahlen aus den folgenden Gründen für Investor:innen von besonderem Interesse sind:

- Sondereffekte können die operative Geschäftsentwicklung beeinflussen oder gar überlagern; daher bieten um derartige Effekte bereinigte Kennzahlen Zusatzinformationen zur Beurteilung der operativen Leistungsfähigkeit des Unternehmens. Bereinigte Kennzahlen besitzen somit für die Steuerung des Unternehmens eine größere Relevanz.
- Das adjusted net income dient zudem bei der ProSiebenSat.1 Media SE als Basis zur Ermittlung der Dividendenzahlung, da wir unsere Aktionär:innen an der operativen Ertragskraft des Unternehmens beteiligen wollen.
- Der Konzern hat ein ganzheitliches Steuerungssystem implementiert. Non-IFRS-Kennzahlen werden konsequent für die Vergangenheit und die Zukunft ermittelt; sie bilden eine bedeutende Grundlage für die interne Steuerung sowie die Entscheidungsprozesse der Unternehmensleitung.

Operative und strategische Planung

Steuerung und Planung greifen bei der ProSiebenSat.1 Group eng ineinander. So werden im Rahmen der Planung Soll-Größen definiert und für verschiedene zeitliche Perioden festgelegt. Im Fokus stehen die zuvor erläuterten Leistungsindikatoren. Die unterschiedlichen Ebenen des Planungsprozesses bauen aufeinander auf und sind mit unserem Risikomanagement verknüpft. Der Aufsichtsrat wird zudem vom Vorstand – sowohl innerhalb als auch außerhalb der Aufsichtsratssitzungen – regelmäßig über alle für das Unternehmen relevanten Fragen der Strategie, der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage, des Risikomanagements und der Compliance unterrichtet.

PLANUNGSRECHNUNG UND RISIKOMANAGEMENT DER PROSIEBENSAT.1 GROUP



Unternehmensplanung: Die Unternehmensplanung umfasst die operative Jahresplanung (Budget) sowie die langfristige Unternehmensplanung (Mehrjahresplanung) und stellt die detaillierte, zahlenseitige Abbildung der Strategieplanung dar. Sie erfolgt für das erste Jahr auf Monats- und für weitere vier Jahre auf Jahresbasis. Die strategisch abgeleiteten Zielvorgaben für das erste Planungsjahr werden für die einzelnen bedeutsamsten finanziellen und nichtfinanziellen Leistungsindikatoren im Gegenstromverfahren konkretisiert und auf die Mehrjahre fortgeschrieben. Die Finanzkennzahlen aus der Gewinn- und Verlustrechnung bzw. der Bilanz und Kapitalflussrechnung der einzelnen Tochterunternehmen werden analysiert und auf Segment- und Konzernebene verdichtet.

Monatsberichtswesen und Trendprognosen: Ein wichtiges Werkzeug zur unterjährigen Planung sind Trendprognosen: Dabei wird auf Basis der bisherigen wirtschaftlichen Leistung die auf Jahressicht erwartete Entwicklung berechnet und mit den ursprünglich budgetierten Soll-Größen verglichen. Ziel ist es, potenzielle Soll-Ist-Abweichungen unmittelbar festzustellen und erforderliche Maßnahmen zur Gegensteuerung zeitnah umzusetzen. Auch im Jahr 2022 hat der Vorstand dem Aufsichtsratsgremium die kurz- und langfristige wirtschaftliche Entwicklung des Unternehmens erläutert.

Neben der monatlichen Berichterstattung werden Risikopotenziale quartalsweise an den Group Risk Officer gemeldet. Hier wird insbesondere analysiert, wie sich Risikofrühwarnindikatoren unterjährig und im Zeitablauf verändert haben. Ein wichtiger Frühwarnindikator ist etwa die Entwicklung der Zuschauermarktanteile. Sobald die Eintrittswahrscheinlichkeit von Risiken mehr als 50 Prozent beträgt, werden sie in den Planungsrechnungen erfasst. Zusätzliche Chancen und damit mögliche positive Abweichungen von prognostizierten Zielen werden parallel zum Risikomanagement analysiert und in den Planungsrechnungen erfasst, sofern ihre Eintrittswahrscheinlichkeit mehr als 50 Prozent beträgt.

ÜBERNAHMERECHTLICHE ANGABEN

Die ProSiebenSat.1 Media SE ist als börsennotierte Gesellschaft, deren stimmberechtigte Aktien an einem organisierten Markt im Sinne des § 2 Abs. 7 WpÜG notiert sind, verpflichtet, in den Konzernlagebericht die in § 315a Satz 1 HGB näher bezeichneten Angaben aufzunehmen. Sie sollen einen Dritten, der an der Übernahme einer börsennotierten Gesellschaft interessiert ist, in die Lage versetzen, sich ein Bild von der Gesellschaft, ihrer Struktur und etwaigen Übernahmehindernissen zu machen. Der nachfolgende Abschnitt enthält neben diesen gesetzlich vorgeschriebenen Angaben zugleich die hierauf bezogenen Erläuterungen gemäß § 176 Abs. 1 Satz 1 AktG i. V. m. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-VO.

ZUSAMMENSETZUNG DES GEZEICHNETEN KAPITALS

Zum 31. Dezember 2022 betrug das Grundkapital der ProSiebenSat.1 Media SE 233.000.000 Euro. Es ist eingeteilt in 233.000.000 auf den Namen lautende nennwertlose Stückaktien mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von 1,00 Euro je Aktie. Mit allen Aktien sind die gleichen Rechte und Pflichten verbunden. Jede Aktie an der ProSiebenSat.1 Media SE gewährt in der Hauptversammlung eine Stimme und den gleichen Anteil am Gewinn.

→ **Organisation und Konzernstruktur**

Zum 31. Dezember 2022 betrug die Gesamtzahl eigener Aktien der Gesellschaft 6.514.679 Stück; dies entspricht einem Anteil von 2,8 Prozent am Grundkapital.

→ **Vermögenslage des Konzerns**

BESCHRÄNKUNGEN, DIE STIMMRECHTE ODER DIE ÜBERTRAGUNG VON AKTIEN BETREFFEN, UND BETEILIGUNGEN AM KAPITAL, DIE 10 PROZENT DER STIMMRECHTE ÜBERSCHREITEN

Dem Vorstand liegen keine Informationen über etwaige Beschränkungen der Stimmrechtsausübung oder hinsichtlich der Übertragbarkeit der Aktien vor, die über die allgemeinen regulatorischen Vorgaben, insbesondere des Kapitalmarktrechts und des Kartellrechts sowie der Mediengesetzgebung der Länder, hinausgehen.

Geplante Veränderungen von Beteiligungsverhältnissen oder sonstigen Einflüssen müssen gemäß § 63 Satz 1 MStV bei der zuständigen Landesmedienanstalt vor ihrem Vollzug schriftlich angemeldet werden: Veränderungen dürfen nur dann von der zuständigen Landesmedienanstalt als unbedenklich bestätigt werden, wenn auch unter den veränderten Voraussetzungen eine Zulassung erteilt werden kann. Wird eine geplante Veränderung vollzogen, die nicht nach § 63 Satz 3 MStV als unbedenklich bestätigt wurde, ist die für den Betrieb bundesweiter TV-Sender gemäß § 52 MStV notwendige Zulassung zu widerrufen.

Geprüft werden das Vorliegen einer unzulässigen Beteiligung in- oder ausländischer staatlicher Stellen, deren gesetzlicher Vertreter oder politische Parteien sowie die Einhaltung der Regelungen zur Sicherung der Meinungsvielfalt im Rundfunk (§§ 53 und 60 ff. MStV).

Für geringfügige Veränderungen von Beteiligungsverhältnissen oder sonstigen Einflüssen hat das für die Landesmedienanstalten in dieser Sache gemäß § 105 Abs. 3 MStV zuständige Organ, die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich („KEK“), Ausnahmen vorgesehen:

Gemäß § 2 i. V. m. § 3 Meldepflicht-Richtlinie der KEK sind Änderungen von Beteiligungsverhältnissen geringfügig, wenn sie durch Erwerb, Veräußerung oder auf sonstige Weise mit weniger als 5 Prozent des Kapitals oder der Stimmrechte bewirkt werden.

Etwas anderes gilt für den Fall, dass (1) die Beteiligungsschwellen von 25 Prozent, 50 Prozent oder 75 Prozent erreicht, überschritten oder unterschritten werden, (2) eine Erhöhung oder Verringerung einer zuletzt angemeldeten Beteiligung um wenigstens 5 Prozent durch ein oder mehrere aufeinanderfolgende Geschäfte bewirkt wird, oder (3) eine Beteiligung an einer börsennotierten Aktiengesellschaft 5 Prozent erreicht oder überschreitet, und eine Überschreitung dieser Schwelle nicht bereits innerhalb eines vorausgehenden Zeitraums von 12 Monaten Gegenstand einer Anmeldung war (vgl. § 5 Meldepflicht-Richtlinie).

Die Bundesländer beabsichtigen, das Medienkonzentrationsrecht zu reformieren. In der Rundfunkkommission der Länder existiert eine Arbeitsgruppe, die Vorschläge für eine Anpassung des Medienstaatsvertrages erarbeitet. Ziel ist das pluralistische Mediensystem weiter zu stärken.

Darüber hinaus traten am 1. April 2022 Änderungen des Bayerischen Mediengesetzes in Kraft. Die Neuregelung erweitert den Katalog der Kriterien, die die Bayerische Landeszentrale für neue Medien („BLM“) bei Veränderungen der Beteiligungsverhältnisse eines von der BLM beaufsichtigten Rundfunkanbieters berücksichtigen muss. Die BLM prüft bei geplanten Beteiligungsänderungen von Amts wegen, ob sich durch die zu ändernden Verhältnisse das Informationsgefüge in Bayern wesentlich verändert. Darüber hinaus kann die BLM Maßnahmen zur Verhinderung vorherrschender Meinungsmacht und zur Sicherung von Meinungs- und Informationsvielfalt ergreifen.

Auf Grundlage der der Gesellschaft bis zum 31. Dezember 2022 zugegangenen Stimmrechtsmitteilungen gemäß §§ 33 und 34 WpHG bestehen folgende Beteiligungen am Kapital der Gesellschaft, die 10 Prozent der Stimmrechte überschreiten:

Ausweislich der uns am 2. November 2022 zugegangenen Stimmrechtsmitteilung hält die MFE-MEDIAFOREUROPE N.V., Amsterdam, Niederlande („MFE“), teilweise direkt und teilweise indirekt über die Mediaset España Comunicación, S.A., Madrid, Spanien („Mediaset España Comunicación“), eine Beteiligung in Höhe von 22,72 Prozent der Anteile mit Stimmrechten.

Aus ihrer direkten bzw. indirekten Beteiligung an der MFE und an der Mediaset España Comunicación wird der Finanziaria d'investimento Fininvest S.p.A., Mailand, Italien („Finanziaria d'investimento Fininvest“), eine indirekte Beteiligung i.S. des § 34 WpHG in Höhe von 22,72 Prozent der Anteile mit Stimmrechten zugerechnet.

Aus seiner direkten bzw. indirekten Beteiligung an der Finanziaria d'investimento Fininvest, an der MFE und an der Mediaset España Comunicación wird wiederum Silvio Berlusconi eine indirekte Beteiligung in Höhe von 22,72 Prozent der Anteile mit Stimmrechten zugerechnet.

Zusätzlich hält Silvio Berlusconi indirekt über die vorgenannten Gesellschaften Instrumente i.S. des § 38 Abs. 1 WpHG in Höhe von 6,29 Prozent der Stimmrechtsanteile.

AKTIEN MIT SONDERRECHTEN, DIE KONTROLLBEFUGNISSE VERLEIHEN, UND STIMMRECHTSKONTROLLE, WENN ARBEITNEHMER:INNEN AM KAPITAL BETEILIGT SIND

Es wurden keine Aktien mit Sonderrechten ausgegeben, die Kontrollbefugnisse verleihen.

Es besteht keine Stimmrechtskontrolle für den Fall, dass Arbeitnehmer:innen am Kapital der ProSiebenSat.1 Media SE beteiligt sind und ihre Kontrollrechte nicht unmittelbar ausüben.

ERNENNUNG UND ABBERUFUNG VON VORSTANDSMITGLIEDERN

Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE besteht gemäß § 7 Abs. 1 Satz 1 der Satzung der Gesellschaft aus einer oder mehreren Personen; die genaue Zahl wird gemäß § 7 Abs. 1 Satz 2 der Satzung durch den Aufsichtsrat bestimmt. Die Ernennung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands erfolgt gemäß Art. 39 Abs. 2 SE-VO grundsätzlich durch den Aufsichtsrat als Aufsichtsorgan. Gemäß § 7 Abs. 2 Satz 1 der Satzung i. V. m. Art. 46 SE-VO werden Vorstandsmitglieder für einen Zeitraum von höchstens fünf Jahren bestellt; Wiederbestellungen, jeweils für höchstens fünf Jahre, sind zulässig. Vorstandsmitglieder können vom Aufsichtsrat vorzeitig abberufen werden, wenn hierfür ein wichtiger Grund vorliegt. Für die Bestellung und Abberufung von Vorstandsmitgliedern ist die einfache Mehrheit der abgegebenen Stimmen im Aufsichtsrat erforderlich; bei Stimmgleichheit entscheidet die Stimme des Vorsitzenden des Aufsichtsrats (§ 12 Abs. 1 Satz 3 der Satzung der Gesellschaft). Fehlt ein erforderliches Vorstandsmitglied, so hat in dringenden Fällen das Gericht auf Antrag eines Beteiligten ein Mitglied zu bestellen (§ 85 Abs. 1 Satz 1 AktG i. V. m. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-VO).

ÄNDERUNG DER SATZUNG

Über Änderungen der Satzung hat grundsätzlich die Hauptversammlung zu beschließen (Art. 59 Abs. 1 SE-VO). Ein satzungsändernder Beschluss der Hauptversammlung bedarf im Fall der ProSiebenSat.1 Media SE der einfachen Mehrheit der abgegebenen Stimmen, sofern mindestens die Hälfte des stimmberechtigten Grundkapitals bei der Beschlussfassung vertreten ist (Art. 59 Abs. 2 SE-VO, § 51 Satz 1 SEAG), andernfalls einer Mehrheit von zwei Dritteln der abgegebenen Stimmen (Art. 59 Abs. 1 SE-VO), soweit nicht die Satzung oder das Gesetz zwingend eine größere Mehrheit vorschreibt. Dies ist zum Beispiel bei der Änderung des Gegenstands des Unternehmens (§ 179 Abs. 2 Satz 1 AktG i. V. m. Art. 59 Abs. 1 und 2 SE-VO, § 51 Satz 2 SEAG) sowie der Schaffung bedingten Kapitals (§ 193 Abs. 1 Satz 1 und 2 AktG i. V. m. Art. 57 SE-VO, § 51 Satz 2 SEAG) oder genehmigten Kapitals (§ 202 Abs. 2 Satz 2 und 3 AktG i. V. m. Art. 57 SE-VO, § 51 Satz 2 SEAG) der Fall, wofür jeweils eine Mehrheit von mindestens drei Vierteln der gültig abgegebenen Stimmen erforderlich ist. Der Aufsichtsrat ist berechtigt, Änderungen der Satzung, die nur die Fassung betreffen, zu beschließen (§ 179 Abs. 1 Satz 2 AktG i. V. m. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-VO, § 13 der Satzung der Gesellschaft).

BEFUGNISSE DES VORSTANDS, AKTIEN AUSZUGEBEN ODER ZURÜCKZUKAUFEN

Die Hauptversammlung vom 12. Juni 2019 hat die Gesellschaft gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 11. Juni 2024 (einschließlich) eigene Aktien der Gesellschaft im Umfang von insgesamt bis zu 10,0 Prozent des zum Zeitpunkt der Erteilung oder – falls dieser Wert geringer ist – des zum Zeitpunkt der Ausübung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals der Gesellschaft nach näherer Maßgabe der Bestimmungen der Ermächtigung zu erwerben und diese, in den in der Ermächtigung näher bezeichneten Fällen auch unter Ausschluss des Bezugsrechts, zu verwenden. Der Erwerb eigener Aktien kann dabei im Umfang von insgesamt bis zu 5,0 Prozent des zum Zeitpunkt der Erteilung oder – falls dieser Wert geringer ist – des zum Zeitpunkt der Ausübung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals nach näherer Maßgabe der Bestimmungen der Ermächtigung auch unter Einsatz von Derivaten erfolgen. Im Geschäftsjahr 2022 wurden keine eigenen Aktien erworben.

Der Vorstand wurde durch Beschluss der Hauptversammlung vom 1. Juni 2021 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital der ProSiebenSat.1 Media SE bis zum 31. Mai 2026 (einschließlich) gegen Bar- und/oder Sacheinlagen einmalig oder mehrmals um insgesamt bis zu 46.600.000 Euro durch Ausgabe neuer auf den Namen lautender Stückaktien zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2021). Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats den

weiteren Inhalt der Aktienrechte und die Bedingungen der Aktienaussgabe festzulegen. Dabei kann die Gewinnberechtigung der neuen Aktien auch abweichend von § 60 Abs. 2 AktG ausgestaltet werden; die neuen Aktien können insbesondere auch mit Gewinnberechtigung ab Beginn des ihrer Ausgabe vorangehenden Geschäftsjahres ausgestattet werden, wenn im Zeitpunkt der Ausgabe der neuen Aktien ein Gewinnverwendungsbeschluss der Hauptversammlung über den Gewinn dieses Geschäftsjahres noch nicht gefasst worden ist. Den Aktionär:innen ist grundsätzlich das gesetzliche Bezugsrecht auf die neuen Aktien zu gewähren. Das Bezugsrecht kann dabei auch ganz oder teilweise als mittelbares Bezugsrecht im Sinne von § 186 Abs. 5 Satz 1 AktG ausgestaltet werden. Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionär:innen nach näherer Maßgabe der Bestimmungen der Ermächtigung auszuschließen, soweit die auf Grundlage des Genehmigten Kapitals 2021 unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionär:innen ausgegebenen Aktien insgesamt 10 Prozent des Grundkapitals nicht überschreiten, und zwar weder im Zeitpunkt des Wirksamwerdens noch im Zeitpunkt der Ausnutzung der Ermächtigung zum Bezugsrechtsausschluss.

Der Vorstand wurde durch Beschluss der Hauptversammlung vom 1. Juni 2021 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 31. Mai 2026 (einschließlich) einmalig oder mehrmals auf den Inhaber und/oder auf den Namen lautende Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen im Gesamtnennbetrag von bis zu 800.000.000 Euro mit einer befristeten oder unbefristeten Laufzeit zu begeben und den Inhabern bzw. Gläubigern von Schuldverschreibungen Wandlungs- oder Optionsrechte zum Bezug von insgesamt bis zu 23.300.000 neuen auf den Namen lautenden Stückaktien der Gesellschaft mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von insgesamt bis zu 23.300.000 Euro nach näherer Maßgabe der Wandel- bzw. Optionsanleihebedingungen zu gewähren und/oder für die Gesellschaft entsprechende Wandlungsrechte vorzusehen.

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 1. Juni 2021 wurde das Grundkapital um insgesamt bis zu 23.300.000 Euro durch Ausgabe von insgesamt bis zu 23.300.000 neuen auf den Namen lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2021). Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Aktien an Inhaber:innen bzw. Gläubiger:innen von Wandelschuldverschreibungen sowie an Inhaber:innen von Optionsrechten aus Optionsschuldverschreibungen, die aufgrund Ermächtigung gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 1. Juni 2021 bis zum 31. Mai 2026 (einschließlich) von der Gesellschaft oder einem in- oder ausländischen Unternehmen, an dem die Gesellschaft unmittelbar oder mittelbar mit der Mehrheit der Stimmen und des Kapitals beteiligt ist, ausgegeben werden.

WESENTLICHE VEREINBARUNGEN DER GESELLSCHAFT, DIE UNTER DER BEDINGUNG EINES KONTROLLWECHSELS STEHEN, GEMÄß § 315A SATZ 1 NR. 8 HGB

Die ProSiebenSat.1 Media SE hat die im Folgenden aufgeführten wesentlichen Vereinbarungen abgeschlossen, die Regelungen für den Fall eines Kontrollwechsels etwa infolge eines Übernahmeangebots beinhalten:

- Es besteht eine syndizierte Kreditvereinbarung der ProSiebenSat.1 Media SE, die zum 31. Dezember 2022 ein Darlehen in Höhe von 1,2 Mrd Euro sowie eine revolvingende Kreditfazilität mit einem Rahmenvolumen von 500 Mio Euro umfasst. Im Fall einer Änderung der Kontrolle über die ProSiebenSat.1 Media SE durch direkten oder indirekten Erwerb von mehr als 50 Prozent der Stimmrechte der ProSiebenSat.1 Media SE durch einen Dritten („Change of Control“) haben die Kreditgeber das Recht, ihre Beteiligung an dem Kredit zu kündigen und die Rückzahlung der auf sie entfallenden Kreditinanspruchnahmen innerhalb einer bestimmten Frist nach Eintritt des Kontrollwechsels zu verlangen.

→ **Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur**

- Die ProSiebenSat.1 Media SE hat 2016 Schuldscheindarlehen in einer Gesamthöhe von 500 Mio Euro mit Laufzeitbändern von sieben Jahren (225 Mio Euro festverzinst und 50 Mio Euro variabel verzinst) und zehn Jahren (225 Mio Euro festverzinst) begeben. Die Schuldscheindarlehen mit siebenjähriger Laufzeit über insgesamt 275 Mio Euro wurden am 1. Dezember 2022 vorzeitig zurückgezahlt. Im Oktober 2021 hat die Gesellschaft weitere Schuldscheindarlehen in einer Gesamthöhe von 700 Mio Euro mit Laufzeitbändern von vier Jahren (115,5 Mio Euro festverzinst und 110,5 Mio Euro variabel verzinst), sechs Jahren (193 Mio Euro festverzinst und 153 Mio Euro variabel verzinst), acht Jahren (46 Mio Euro festverzinst und 34 Mio Euro variabel verzinst) und zehn Jahren (48 Mio Euro festverzinst) begeben. Im Fall einer Änderung der Kontrolle über die ProSiebenSat.1 Media SE durch direkten oder indirekten Erwerb von mehr als 50 Prozent der Stimmrechte der ProSiebenSat.1 Media SE durch einen Dritten („Change of Control“) haben die Darlehensgeber der vorbeschriebenen Schuldscheindarlehen das Recht, ihre Darlehensbeteiligung zu kündigen und Rückzahlung zu verlangen.

→ Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur → Wesentliche Ereignisse und Änderungen im Konsolidierungskreis

- Im Berichtsjahr stand der ProSiebenSat.1 Media SE an der Börse Luxemburg ein Programm zur Begebung von Schuldverschreibungen mit einem Rahmenvolumen von bis zu 2,5 Mrd Euro zur Verfügung. Unter dem Programm wurden bisher keine Schuldverschreibungen begeben. Sollten Schuldverschreibungen begeben werden, könnten diese eine Kontrollwechselvereinbarung enthalten. Eine solche Kontrollwechselvereinbarung kann den Schuldverschreibungsgläubigern das Recht geben, im Fall eines Kontrollwechsels, d.h. einer Änderung der Kontrolle über die ProSiebenSat.1 Media SE von mehr als 50 Prozent der Stimmrechte durch einen Dritten, und des Eintritts eines negativen Rating-Ereignisses aufgrund des Kontrollwechsels innerhalb des Kontrollwechselzeitraums, den Rückkauf der Schuldverschreibungen zu verlangen.
- Darüber hinaus sehen einige Lizenzverträge für Filme, TV-Serien und andere für das Unternehmen wichtige Programme Regelungen vor, die den jeweiligen Anbieter von Programminhalten im Fall eines Kontrollwechsels dazu berechtigen, den entsprechenden Lizenzvertrag vorzeitig zu beenden. Ferner räumen auch einzelne Verträge mit Verbreitungsplattformen dem Vertragspartner im Fall eines Kontrollwechsels das Recht ein, die betreffenden Verträge zu kündigen. Die diesen Sachverhalten zugrundeliegenden Vertragsverhältnisse haben ein Volumen von insgesamt ca. 1,2 Mrd Euro.
- Es besteht eine Rahmenvereinbarung zwischen der ProSiebenSat.1 Media SE und unter anderem der RTL Deutschland GmbH („RTL Deutschland“) sowie deren indirekter Konzerntochtergesellschaft Ad Alliance GmbH („Ad Alliance“) im Hinblick auf die Beteiligung an der d-force GmbH („d-force“). Die Ad Alliance ist zur außerordentlichen Kündigung der Rahmenvereinbarung berechtigt, wenn ein Dritter direkt oder indirekt mehr als 50 Prozent der Aktien und/oder der Stimmrechte an der ProSiebenSat.1 Media SE hält. Mit Wirksamwerden der Kündigung scheidet die Ad Alliance schnellstmöglich als Gesellschafterin der d-force aus.
- Darüber hinaus gelten für die ProSiebenSat.1 Media SE insbesondere die Regelungen des Medienkonzentrationsrecht sowie der relevanten Mediengesetzgebung der Länder, wie im Abschnitt „Beschränkungen, die Stimmrechte oder die Übertragbarkeit von Aktien betreffen, und Beteiligungen am Kapital, die 10 Prozent der Stimmrechte überschreiten“ dargestellt, aus denen sich Vorgaben für den Fall eines Kontrollwechsels ergeben können. Zum Beispiel können die Aufsichtsbehörden insbesondere ab einer Beteiligung von 25 Prozent am Grundkapital oder den Stimmrechten Maßnahmen ergreifen, um die Staatsferne eines Sendeunternehmens oder die Meinungs- und Informationsvielfalt zu sichern.

ENTSCHÄDIGUNGSVEREINBARUNG DER GESELLSCHAFT, DIE FÜR DEN FALL EINES KONTROLLWECHSELS MIT DEN MITGLIEDERN DES VORSTANDS ODER ARBEITNEHMER:INNEN GETROFFEN SIND

Die Vorstandsdiensverträge sehen eine „Change-of-Control-Klausel“ für den Fall eines Kontrollwechsels bei der Gesellschaft vor. Im Falle eines Kontrollwechsels haben die Vorstandsmitglieder das Recht, den Vorstandsvertrag mit einer Frist von drei Monaten zum Monatsende zu kündigen und das Vorstandsamt niederzulegen, sofern es im Zusammenhang mit dem Kontrollwechsel zu einer erheblichen Beeinträchtigung der Stellung des Vorstandsmitglieds gekommen wäre. Unter den im Geschäftsjahr 2022 geltenden Vorstandsdiensverträgen der Vorstandsmitglieder Wolfgang Link und Christine Scheffler bestand ein solches Kündigungsrecht nicht; dieses ist allerdings in den ab 1. Januar 2023 geltenden verlängerten Verträgen dieser beiden Vorstandsmitglieder enthalten. Ein Anspruch auf Zahlung einer Abfindung im Fall eines Kontrollwechsels besteht nicht. Für detaillierte Informationen verweisen wir auf den Vergütungsbericht.

→ [Vergütungsbericht](#)

Mit Arbeitnehmer:innen der ProSiebenSat.1 Media SE bestanden im Geschäftsjahr 2022 keine „Change-of-Control-Klauseln“.