

GESAMTAUSSAGE AUS SICHT DER UNTERNEHMENSLEITUNG: RISIKO- UND CHANCENLAGE

Die fortschreitende Digitalisierung eröffnet neue Wachstumsmärkte für die ProSiebenSat.1 Group. So wird etwa die Mediennutzung immer vielfältiger, Bewegtbild wird unabhängig von Ort, Zeit und Gerät konsumiert und die Möglichkeiten, Werbung zielgruppengenau zu adressieren, zunehmend flexibler. Um diesen Wandel aktiv zu gestalten und in Wachstumspotenziale zu übersetzen, haben wir 2022 insbesondere in die Digitalisierung unserer Angebote im Bereich TV und Werbung investiert. Dabei wollen wir uns durch den verstärkten Fokus auf lokale, relevante und Live-Programme von globalen Streaming-Anbietern klar differenzieren und unsere Reichweite insbesondere bei jungen Zielgruppen stärken. Wir bewerten unsere Chancensituation als unverändert, wobei diese stark von der weiteren makroökonomischen Entwicklung abhängt.

Gleichzeitig birgt die Digitalisierung auch Risiken. Ebenso wichtig wie das Erkennen und Nutzen von Chancen ist für unser Unternehmen daher die Identifizierung und Steuerung potenzieller Risiken. Nach unserer Einschätzung sind zum Ende des Geschäftsjahres keine Risiken erkennbar, die zu einer maßgeblichen Beeinträchtigung unserer Geschäftsentwicklung führen könnten. Das Gesamtrisiko des Konzerns hat sich angesichts der makroökonomischen Eintrübung dennoch im Jahresverlauf 2022 erhöht: Die Konsumbereitschaft, insbesondere in der DACH-Region, war infolge des Russland-/Ukraine-Krieges und seiner Folgen wie der Energiepreiskrise stark beeinträchtigt. Auch 2023 bleibt die Unsicherheit bei den Verbraucher:innen hoch.

RISIKOBERICHT

PROZESSSTEUERUNG

Die ProSiebenSat.1 Group verfügt über ein umfassendes Risikomanagementsystem, das alle Tätigkeiten, Produkte, Prozesse, Abteilungen, Beteiligungen und Tochtergesellschaften berücksichtigt, die nachteilige Auswirkungen auf die Geschäftsentwicklung unseres Unternehmens haben könnten. Der klassische Risikomanagementprozess ist dabei in vier Phasen strukturiert:

1. Identifikation: Grundlage ist die Identifikation der wesentlichen Risiken über einen Soll-Ist-Vergleich. Verantwortlich hierfür sind die dezentralen Risikomanager:innen. Sie orientieren sich an Frühwarnindikatoren, die für relevante Sachverhalte bzw. Kennzahlen definiert wurden. Ein wichtiger Frühwarnindikator ist beispielsweise die Entwicklung der Zuschauermarktanteile.

→ **Unternehmensinternes Steuerungssystem**

2. Bewertung: Die Bewertung der relevanten konsolidierten Risiken erfolgt auf Basis einer Matrix. Dazu werden die Sachverhalte zum einen nach ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit auf einer Fünf-Stufen-Prozentskala kategorisiert. Zum anderen wird der Grad ihrer möglichen finanziellen Auswirkung beurteilt; die finanziellen Äquivalente gliedern sich ebenfalls in fünf Stufen. Mithilfe der Matrixdarstellung werden die Risikopotenziale nach ihrer relativen Bedeutung als „hoch“, „mittel“ oder „niedrig“ klassifiziert (Matrixdarstellung). Neben der Klassifizierung ist die Analyse von Ursachen und Wechselwirkungen Teil der Risikobeurteilung. Dabei fließen Maßnahmen zur Gegensteuerung bzw. Risikominimierung in die Bewertung ein (Netto-Betrachtung). Um ein möglichst präzises Bild der Risikolage zu erhalten, werden Chancen hingegen nicht berücksichtigt.

→ **Chancenbericht**

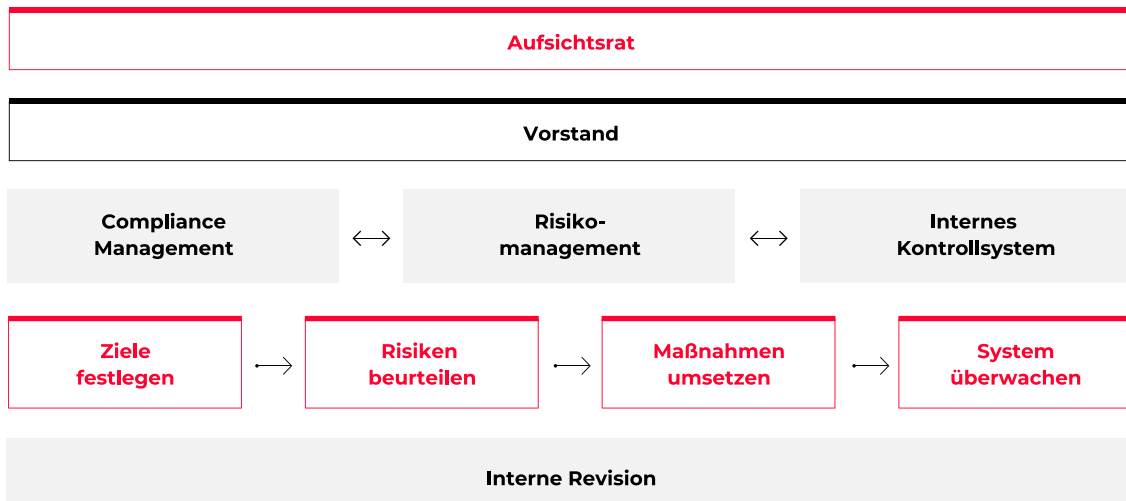
3. Steuerung: Über entsprechende Maßnahmen kann die ProSiebenSat.1 Group die Eintrittswahrscheinlichkeit von Verlustpotenzialen verringern und mögliche Einbußen begrenzen oder vermindern. Von großer Bedeutung für den sicheren Umgang mit Risiken ist daher, adäquate Gegenmaßnahmen zu ergreifen, sobald ein Indikator eine bestimmte Toleranzgrenze überschreitet.

4. Monitoring: Die Risikoüberwachung und Risikoberichterstattung komplettieren den Risikomanagementprozess. Ziel ist es, die Veränderungen zu überwachen und die Effektivität der ergriffenen Steuerungsmaßnahmen zu prüfen. Teil des Monitorings ist auch die Dokumentation; sie stellt sicher, dass alle entscheidungsrelevanten Hierarchieebenen über adäquate Risikoinformationen verfügen.

» INFORMATION

Risiko ist im vorliegenden Bericht als mögliche künftige Entwicklung bzw. mögliches künftiges Ereignis definiert, das unsere Geschäftslage wesentlich beeinflussen und zu einer negativen Ziel- bzw. Prognoseabweichung führen könnte. Damit fallen jene Risikoausprägungen, die wir bereits in unserer finanziellen Planung bzw. im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2022 berücksichtigt haben, nicht unter diese Definition und werden folglich in vorliegendem Risikobericht nicht erläutert.

RISIKOMANAGEMENTSYSTEM

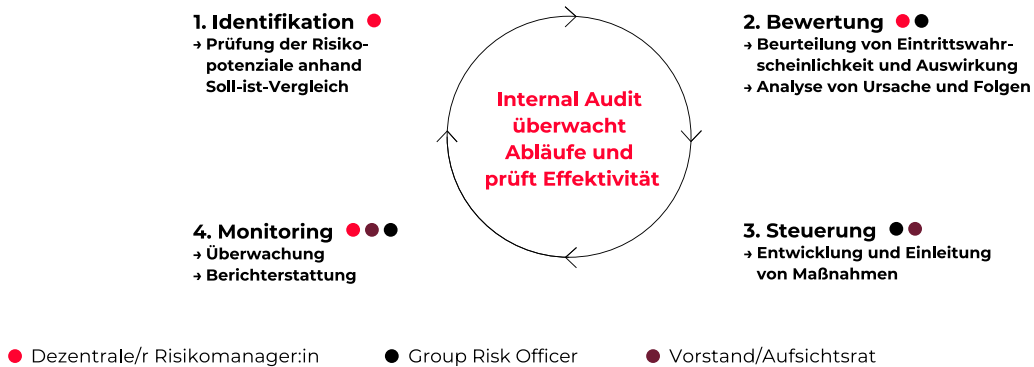


Neben einem strukturierten Prozess sind klare Entscheidungsstrukturen, einheitliche Richtlinien und methodisches Vorgehen der verantwortlichen Instanzen Grundvoraussetzungen für den konzernweit sicheren Umgang mit Risiken. Zugleich müssen Abläufe und Organisationsstrukturen so flexibel gestaltet sein, dass die ProSiebenSat.1 Group jederzeit angemessen auf neue Situationen reagieren kann. Daher erfolgt die regelmäßige Klassifikation der Risiken dezentral und somit direkt in den verschiedenen Unternehmenseinheiten, wie nachfolgend beschrieben:

- **Dezentrale Risikomanager:innen:** Die dezentralen Risikomanager:innen erfassen die Risiken aus ihrem jeweiligen Verantwortungsbereich nach der beschriebenen, konzernweit einheitlichen Systematik. Sie dokumentieren ihre Ergebnisse quartalsweise in einer IT-Datenbank.
- **Group Risk Officer:** Der Group Risk Officer berichtet die in der Datenbank gemeldeten relevanten Risiken quartalsweise an den Vorstand und den Aufsichtsrat. Kurzfristig auftretende relevante Risiken werden zudem unverzüglich gemeldet. Vorstand bzw. Aufsichtsrat erhalten auf diesem Weg frühzeitig und regelmäßig alle entscheidungsrelevanten Analysen und Daten, um angemessen reagieren zu können.
- Das **Group Risk Management** unterstützt die verschiedenen Unternehmensbereiche bei der Risikofrüherkennung. Durch Schulungen der dezentralen Risikomanager:innen und eine kontinuierliche Prüfung des Risikokonsolidierungskreises stellt das Ressort die Effektivität und Aktualität des Systems sicher. Darüber hinaus prüft der Bereich Internal Audit regelmäßig die Qualität und Ordnungsmäßigkeit des Risikomanagementsystems. Die Ergebnisse werden direkt an den Finanzvorstand des Konzerns berichtet, danach im Vorstand des Konzerns besprochen und auch dem Aufsichtsrat zur Kenntnis gegeben.

Die regelmäßige Prüfung des Risikomanagementsystems von Internal Audit und externen Beauftragten hat im Geschäftsjahr 2022 zu einem positiven Ergebnis geführt. Grundlage für die Prüfung ist die sogenannte Risikomanagement Rahmen-Richtlinie. Diese Rahmen-Richtlinie fasst unternehmensspezifische Grundsätze zusammen und reflektiert den international anerkannten Standard für unternehmensweites Risikomanagement und interne Kontrollsysteme des COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission).

RISIKOMANAGEMENTPROZESS IM ABLAUF



GESAMTRISIKOLAGE

Die Konsumbereitschaft in der DACH-Region war 2022 angesichts des Russland-/Ukraine-Krieges und den davon beeinflussten makroökonomischen Indikatoren wie Inflation, Energiepreise und Zinskosten stark beeinträchtigt. Diese hohe Unsicherheit bei den Verbraucher:innen prägte unsere Geschäftsentwicklung im Jahresverlauf deutlich, so dass die Umsatz- und Ergebnisentwicklung unter unserer ursprünglichen Jahresprognose blieb. Die makroökonomischen Belastungen haben auch unsere Risikobewertung verändert: Die Gesamtrisikolage der ProSiebenSat.1 Group ist zum 31. Dezember 2022 im Vergleich zum Vorjahresende gestiegen.

→ Rahmenbedingungen des Konzerns

Im Risikobericht gehen wir von einer Netto-Betrachtung aus: Somit berichten wir hier nur jene Risiken, die nicht über die finanzielle Planung abgedeckt sind und nach risikomindernden Maßnahmen verbleiben. In unserer finanziellen Planung haben wir die zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Geschäftsberichts vorliegenden Annahmen zur konjunkturellen Entwicklung berücksichtigt. Eine Verschärfung, insbesondere getrieben durch die geopolitische Lage, ist hier nicht reflektiert. Nach unserer Einschätzung sind derzeit keine Risiken erkennbar, die einzeln oder in Wechselwirkung mit anderen Risiken zu einer maßgeblichen bzw. dauerhaften Beeinträchtigung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage führen könnten. Die identifizierten Risiken haben keinen bestandsgefährdenden Charakter, auch nicht in die Zukunft gerichtet.

» INFORMATION

Risiken werden im Risikomanagement Prozess der ProSiebenSat.1 Group über einen Bottom-Up- und Top-Down-Ansatz berichtet und analysiert. Zur Beurteilung der Gesamtrisikolage klassifiziert die ProSiebenSat.1 Group zunächst alle Einzelrisiken im Rahmen des vierteljährlichen Bewertungsprozesses auf Basis einer fortlaufenden 12-monatigen Betrachtung, aggregiert sie und ordnet sie übergreifenden Risiken zu. Diese Risiken gewichtet die ProSiebenSat.1 Group bei der Bewertung der Gesamtrisikolage entsprechend ihrer Bedeutung für den Konzern. Die Einschätzung der Gesamtrisikosituation ist somit das Ergebnis der konsolidierten Betrachtung der Hauptrisikokategorien des Konzerns und seiner drei Segmente Entertainment, Dating & Video sowie Commerce & Ventures. Zur Identifikation bestandsgefährdender Risiken wird diese Einschätzung durch die im Rahmen der langfristigen Unternehmensplanung bewerteten Risiken ergänzt. Die ProSiebenSat.1 Group unterteilt die Risiken auf Segment- und Konzernebene in die Kategorien Operative Risiken, Finanzwirtschaftliche Risiken, Compliance-Risiken, Strategische Risiken und Nichtfinanzielle Risiken.

Wir überwachen fortlaufend und systematisch alle im Rahmen des Risikomanagementprozesses erfassten Risiken. Dies sind nicht notwendigerweise die einzigen Risiken, denen der Konzern ausgesetzt ist. Weitere Risiken, die unsere Geschäftstätigkeit beeinflussen könnten, sind uns derzeit jedoch nicht bekannt oder wir betrachten sie im Kontext dieses Berichts als nicht relevant. Risiken mit einer niedrigen Bedeutung werden hier nicht berichtet; Eventualverbindlichkeiten aus möglichen Compliance-Risiken sind im Konzern-Anhang dargestellt.

→ Konzern-Anhang, Ziffer 31 „Eventualverbindlichkeiten“

ENTWICKLUNG DER RISIKEN

Die ProSiebenSat.1 Group hat zum Ende des Geschäftsjahres 2022 ihre Schwellenwerte zur Risikoquantifizierung überarbeitet. Diese entsprechen so den aktuell gängigen Veröffentlichungspraktiken börsennotierter Unternehmen mit vergleichbarer Größe. Die finanziell möglichen Auswirkungen der definierten Risiken klassifizieren wir nun wie folgt:

ANPASSUNG DER SCHWELLENWERTE ZUR KLASSIFIZIERUNG DES AUSWIRKUNGSGRADES DER RISIKEN

in Mio Euro

Klassifizierung der Auswirkung	Neue Stufen für den Auswirkungsgrad	Bisherige Stufen für den Auswirkungsgrad
Wesentlich	> 50	> 20
Erheblich	> 25 - 50	> 10 - 20
Moderat	> 10 - 25	> 4 - 10
Gering	> 2,5 - 10	> 1 - 4
Sehr gering	≤ 2,5	≤ 1

Einen Überblick über die relevanten Risiken zum 31. Dezember 2022 zeigt nachfolgende Tabelle:

ÜBERBLICK DER RELEVANTEN RISIKEN

	Kategorie	Risiken	Veränderung zum 31.12.2022 ggü. Vorjahresende ¹	Auswirkungsgrad	Eintrittswahrscheinlichkeit	Risiko-bedeutung
Konzernebene	Operative Risiken	Risiken aus dem wirtschaftlichen und geopolitischen Umfeld ²	Gestiegen	Wesentlich	Möglich	Hoch ³
		Wertminderungsrisiken	Gestiegen	Wesentlich	Möglich	Hoch
	Compliance-Risiken	Compliance-Risiken	Gestiegen	Wesentlich	Möglich	Hoch
Segment Entertainment	Operative Risiken	Allgemeine Branchenrisiken	Unverändert	Wesentlich	Unwahrscheinlich	Mittel
		Vermarktungsrisiken	Unverändert	Wesentlich	Möglich	Hoch
		Content-Risiken	Gesunken	Moderat	Unwahrscheinlich	Niedrig ^{4,5}
Segment Dating & Video	Operative Risiken	Allgemeine Branchenrisiken	Gestiegen	Wesentlich	Möglich	Hoch
		Vermarktungsrisiken	Gestiegen	Erheblich	Möglich	Mittel
Segment Commerce & Ventures	Operative Risiken	Allgemeine Branchenrisiken	Unverändert	Wesentlich	Unwahrscheinlich	Mittel
		Vermarktungsrisiken	Gestiegen	Erheblich ⁶	Möglich	Mittel ⁶

1 Die ausgewiesene Veränderung zum Vorjahresende bezieht sich auf die Klassifizierung der Vorjahresrisiken unter Verwendung der aktualisierten Schwellenwerte für den Auswirkungsgrad. Eine Übersicht zu den aktualisierten Schwellenwerte zeigt die Tabelle „Anpassung der Schwellenwerte zur Klassifizierung des Auswirkungsgrades der Risiken“ im Kapitel „Risiko- und Chancenbericht“.

2 Makroökonomische Risiken werden seit dem Jahr 2022 fortlaufend unter dem neuen Risiko „Risiken aus dem wirtschaftlichen und geopolitischen Umfeld“ zusammengefasst.

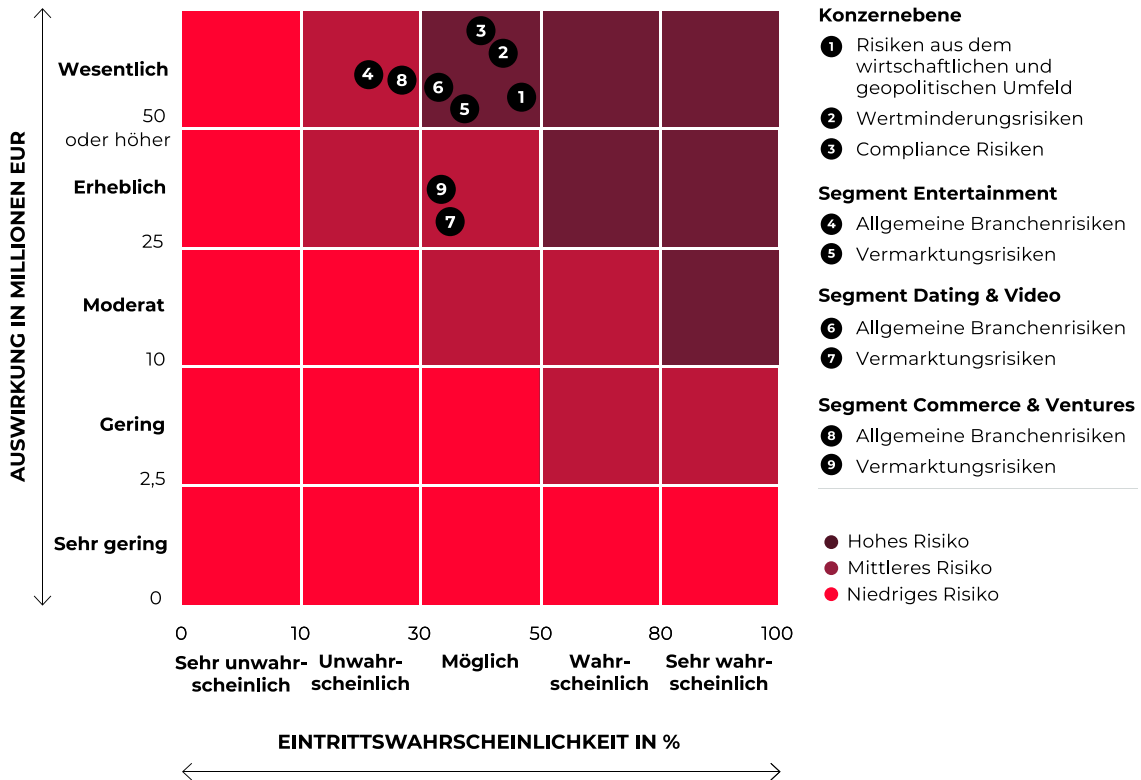
3 Basierend auf den neuen Schwellenwerten wären die makroökonomischen Risiken im Geschäftsbericht 2021 als mittleres Risiko (vormals: hoch) mit einer erheblichen Auswirkung (vormals: wesentlich) und einem möglichen Eintritt eingestuft worden.

4 Basierend auf den bisherigen und zum Geschäftsjahr 2021 gültigen Schwellenwerten würden die Content-Risiken des Segments Entertainment im Geschäftsbericht 2022 als mittlere Risiken (neu: niedrig) mit einer erheblichen Auswirkung (neu: moderat) und einem unwahrscheinlichen Eintritt berichtet werden.

5 Basierend auf den neuen Schwellenwerten würden die Content-Risiken des Segments Entertainment im Geschäftsbericht 2021 als mittleres Risiko mit einer erheblichen Auswirkung (vormals: wesentlich) und einem unwahrscheinlichen Eintritt eingestuft werden.

6 Basierend auf den neuen Schwellenwerten wären die Vermarktungsrisiken des Segments Commerce & Ventures im Geschäftsbericht 2021 als insgesamt niedriges Risiko (vormals: mittel) mit einer moderaten Auswirkung (vormals: erheblich) und einem unwahrscheinlichen Eintritt bewertet worden.

RISIKOMATRIX



Grafik ist nicht maßstabsgetreu dargestellt. Im vorliegenden Geschäftsbericht werden die relevanten Risiken mit potenziell erheblicher oder wesentlicher Auswirkung dargestellt; über Risiken mit potenziell sehr geringer, geringer oder moderater Auswirkung berichten wir hier nicht.

» INFORMATION

Im vorliegenden Geschäftsbericht werden die relevanten Risiken mit potenziell erheblicher oder wesentlicher Auswirkung dargestellt; über Risiken mit potenziell sehr geringer, geringer oder moderater Auswirkung berichten wir hier nicht. Über Risiken mit einer insgesamt niedrigen Bedeutung wird hier ebenfalls nicht berichtet. Sollte sich ein Risiko mit derzeit sehr geringer, geringer oder moderater potenzieller Auswirkung jedoch zu einem Risiko mit potenziell erheblicher oder wesentlicher Auswirkung entwickeln, werden wir diese Veränderung in unseren künftigen Risikoberichten berücksichtigen. Wenn im Umkehrschluss Risiken, die wir derzeit mit erheblicher oder wesentlicher Auswirkung einstufen, auf eine sehr geringe, geringe oder moderate Auswirkung herabgestuft werden, werden solche Risiken in diesem Bericht nicht detailliert beschrieben – mit Ausnahme der Veränderung gegenüber der im Geschäftsbericht 2021 veröffentlichten Risikosituation selbst. Wenn sich analog dazu ein Risiko mit einer insgesamt niedrigen Bedeutung zu einem Risiko mit einer insgesamt mittleren oder insgesamt hohen Bedeutung entwickelt, würde ein solches Risiko in unseren künftigen Risikoberichten berücksichtigt werden, sobald wir die Auswirkung des Risikos als erheblich oder wesentlich einschätzen. Entwickelt sich dagegen ein Risiko mit einer insgesamt hohen oder mittleren Bedeutung zu einem Risiko mit einer insgesamt niedrigen Bedeutung, so würde dieses Risiko unabhängig von dem Auswirkungsgrad nicht detailliert beschrieben werden – mit Ausnahme der Veränderung gegenüber der im Geschäftsbericht 2021 veröffentlichten Risikosituation selbst.

KONZERNEBENE

Operative Risiken

Risiken aus dem wirtschaftlichen und geopolitischen Umfeld: Die Weltwirtschaft war 2022 erneut mit großen Herausforderungen konfrontiert: Neben der schwelenden COVID-19-Pandemie beeinflussten der Russland-/Ukraine-Krieg sowie seine Folgen, wie etwa der starke Anstieg der Inflation, viele Wirtschaftsregionen. Dies führte nicht nur zu massiven Kaufkraftverlusten, sondern auch zu einer deutlich restriktiveren Finanzpolitik. Dies bremste weltweit das Wachstum.

Auch die deutsche Wirtschaft verlor nach gutem Beginn im ersten Quartal 2022 im weiteren Jahresverlauf spürbar an Schwung: Neben bereits bestehenden Problemen wie Rohstoffknappheiten und Lieferengpässen beeinflussten nach Beginn des Russland-/Ukraine-Krieges dessen Konsequenzen, wie die Belastungen durch die Energiekrise, die beschleunigte Inflation sowie die nachlassende Dynamik im Welthandel die deutsche Wirtschaft. Im zweiten Quartal kam das Wachstum nahezu zum Erliegen (real +0,1% vs. Vorquartal). Im September überschritt die Inflationsrate erstmals die 8,0-Prozent-Schwelle.

Dennoch legte – entgegen der Erwartungen – das Bruttoinlandsprodukt im dritten Quartal mit plus 0,5 Prozent wieder etwas stärker zu. Getragen wurde das Wachstum, ebenso wie in den beiden Vorquartalen, in erster Linie vom privaten Konsum. Stützend wirkte dabei unter anderem der robuste Arbeitsmarkt. Im vierten Quartal verzeichnete das Bruttoinlandsprodukt jedoch einen Rückgang (real -0,4% gegenüber Q3 2022). Anders als in den Vorquartalen wurde die Wirtschaft hier nicht durch den privaten Konsum gestützt. Nichtsdestotrotz mehrten sich die Anzeichen, dass die prognostizierte Konjunkturabschwächung oder gar Rezession der deutschen Wirtschaft im Winterhalbjahr 2022/23 milder ausfallen könnte als zunächst befürchtet.

Insgesamt überwiegen im Winterhalbjahr dennoch Abwärtskräfte: Inflation und Kaufkraftverluste bleiben in Deutschland voraussichtlich hoch, trotz dämpfender Entlastungspakete. Gleichzeitig laufen die COVID-19-Aufholeffekte in den konsumnahen Dienstleistungssektoren allmählich aus.

→ **Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen**

Prognosen sind naturgemäß mit Unsicherheiten verbunden, derzeit sind sie jedoch besonders hoch. Vor allem die geopolitischen Entwicklungen sind kaum vorhersehbar. Vor diesem Hintergrund erachten wir die Risiken aus dem wirtschaftlichen und geopolitischen Umfeld im Vergleich zum Vorjahresende als gestiegen. Den Eintritt stufen wir wie zum Vorjahresende als möglich ein, während im Fall des Eintritts wesentliche finanzielle Auswirkungen folglich nicht vollständig ausgeschlossen werden können (vorher: erheblich). Insgesamt stufen wir die Risiken aus dem wirtschaftlichen und geopolitischen Umfeld als hoch ein (vorher: mittel).

→ **Entwicklung von Konjunktur und Werbemarkt** → **Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen**

Wertminderungsrisiken: Im Geschäftsjahr 2022 haben die Belastungen für den Konzern mit Beginn des Russland-/Ukraine-Krieges gegenüber dem Jahresende 2021 zugenommen – insbesondere wurde die zahlungsmittelgenerierende Einheit NuCom Group im Segment Commerce & Ventures durch Inflation, Energiekrise und gestiegener Unsicherheit bezüglich der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung beeinträchtigt. Gleichzeitig hat sich die Anwendbarkeit des Zahlungsdienstenaufsichtsgesetzes („ZAG“) auf bestimmte Gutscheine in der Jochen Schweizer mydays-Gruppe sowie die daraus resultierenden Änderungen im Produktangebot ausgewirkt. Infolgedessen ergab sich im dritten Quartal 2022 eine Wertminderung von sonstigen langfristigen Vermögenswerten und Geschäfts- oder Firmenwerten dieser zahlungsmittelgenerierenden Einheit. Im vierten Quartal 2022 kam es zu einer weiteren Wertminderung, die auf den Stichtag angepasste Kapitalkosten und einem Anstieg der Buchwerte im Vergleich zum vorherigen Quartal zurückzuführen sind.

Dabei überwacht und analysiert der Konzern die Bewertungsparameter im Kontext der Entwicklung der voranstehend dargestellten Risiken aus dem wirtschaftlichen und geopolitischen Umfeld auf Ebene der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten in allen Segmenten sehr eng, dazu gehört auch das steigende Zinsniveau. Vor dem Hintergrund dieser Risiken aus dem wirtschaftlichen und geopolitischen Umfeld schätzen wir das Eintrittsrisiko von weiteren Wertminderungen auf Konzernebene gegenüber dem Vorjahresende als hohes Risiko (vorher: niedrig) ein.

Die potenziellen Auswirkungen bewerten wir als wesentlich (vorher: moderat) und sehen die Eintrittswahrscheinlichkeit nun als möglich (vorher: sehr unwahrscheinlich) an.

Compliance-Risiken

Allgemeine Compliance-Risiken (inkl. gesetzliche Berichtspflichten, Kartellrecht, Gerichtsverfahren): Die digitale Entwicklung stellt den Gesetzgeber vor neue Herausforderungen und konfrontiert Unternehmen mit einer hohen Regulierungsdichte, insbesondere in den Bereichen Verbraucher- und Datenschutz. Zur Prävention möglicher gesetzlicher Verstöße beobachten wir die Rechtsentwicklungen genau, um auf Veränderungen angemessen zu reagieren. Gemeinsam mit Politik und Industrie will der Konzern die Chancen der Digitalisierung fördern, um somit den Wirtschafts- und Innovationsstandort Deutschland langfristig zu stärken. Dabei stehen aktuell folgende Themen im Fokus:

Die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) hat die rechtlichen Vorgaben für die Verarbeitung personenbezogener Daten in der Europäischen Union harmonisiert. Die Online-Werbewirtschaft hat frühzeitig das Transparency & Consent Framework (TCF) entwickelt, um die datenschutzrechtlich notwendige Abfrage von Einwilligungen bei den Nutzer:innen zu ermöglichen, Widersprüche gegen berechnete Verarbeitungsinteressen abzufragen und Pflichtinformationen zur Verfügung zu stellen. Die zuständige Datenschutzaufsichtsbehörde hatte den TCF-Mechanismus zu Jahresbeginn 2022 in wesentlichen Punkten beanstandet und der standardsetzenden Organisation, dem Interactive Advertising Bureau Europe (IAB Europe), verschiedene Nachbesserungspflichten auferlegt. IAB Europe hat im April 2022 einen Action Plan mit Nachbesserungsvorschlägen eingereicht, der im Januar 2023 von der Aufsichtsbehörde gebilligt wurde und jetzt vom IAB Europe umgesetzt wird. Eine nicht fristgerechte Anpassung des TCF würde das werbefinanzierte Geschäftsmodell der ProSiebenSat.1 Group beeinträchtigen, da die datenschutzkonforme Einwilligungsabfrage für die targetierte Werbeauspielungen erschwert würde. Während die künftige ePrivacy-Verordnung (eP-VO) im Trilog zwischen Europäischem Rat, Parlament und Kommission verhandelt, ist das deutsche Telekommunikation-Telemedien-Datenschutz-Gesetz (TTDSC) am 1. Dezember 2021 in Kraft getreten und beschränkt seither die Wiedererkennung von Nutzerendeinrichtungen. Zusätzlich zu den regulatorischen Einschnitten verkürzen die Hersteller von Browser-Software bzw. die Anbieter von Betriebssoftware für mobile Endeinrichtungen die Nutzung von Online-Kennungen, etwa von sogenannte Third Party Cookies.

Das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LKSG) ist am 1. Januar 2023 in Kraft getreten. Es verpflichtet die Gesellschaften der ProSiebenSat.1 Group, bestimmte, angemessene Maßnahmen zur Absicherung gegen menschenrechtliche und umweltrechtliche Risiken im eigenen Geschäftsbereich sowie hinsichtlich ihrer unmittelbaren und mittelbaren Geschäftspartner zu implementieren. Die Verletzung der sich daraus ergebenden Pflichten kann signifikante negative Haftungs- und Rechtsfolgen sowie Bußgelder nach sich ziehen. Die ProSiebenSat.1 Group hat im Laufe des Jahres 2022 ein fachbereichsübergreifendes Projekt aufgesetzt und plant, im Rahmen ihrer Berichtspflichten nach § 10 LKSG jährlich öffentlich hierzu zu berichten.

→ **Nachhaltigkeit** → www.prosiebensat1.com/nachhaltigkeit/informationen/publikationen

Verschiedenen Gesetzesinitiativen auf nationaler wie auch europäischer Ebene zielen darauf ab, die digitale Entwicklung zu berücksichtigen und die Interessen der Verbraucher:innen durch eine zeitgemäße Regulierung im Netz zu stärken. So sieht die EU-Omnibus-Richtlinie als Teil des „New Deal for Consumers“ unter anderem Änderungen am Widerrufsrecht, neue Transparenzregelungen

für Online-Marktplätze sowie eine Novellierung der Preisangabenverordnung vor. Diese Regelungen traten auf nationaler Ebene am 28. Mai 2022 in Kraft. Bei bestimmten Verstößen können Bußgelder von bis zu vier Prozent des Jahresumsatzes eines Anbieters verhängt werden. Ein weiterer Bestandteil des „New Deal for Consumers“-Pakets ist die EU-Verbandsklage-Richtlinie, die am 24. Dezember 2020 verabschiedet wurde, binnen zwei Jahren in nationales Recht umzusetzen ist und sodann sechs Monate später in Kraft treten wird. Der nationale Referentenentwurf hierzu sieht vor, dass künftig sogenannte qualifizierte Einrichtungen sämtliche Ansprüche von Verbraucher:innen gegen Unternehmen auf Abhilfe – wie Schadensersatz, Nachbesserung oder Vertragsauflösung – geltend machen können, soweit diese Ansprüche gleichartig sind. Bereits verabschiedet wurde zudem das „Gesetz für faire Verbraucherverträge“, das unter anderem eine stärkere Regulierung von Verträgen mit längeren Laufzeiten einschließlich einer erleichterten Kündigungsmöglichkeit für Verbraucher:innen über einen Online-Kündigungsbutton vorsieht. Die Regelungen traten gestaffelt zum 1. März 2022 bzw. zum 1. Juli 2022 in Kraft und betreffen den Konzern in Teilen seiner Segmente Dating & Video und Commerce & Ventures.

Im November 2022 ist schließlich die EU-Verordnung zum Digital Services Act (DSA) in Kraft getreten. Der DSA schafft einen einheitlichen Rechtsrahmen für den Umgang mit rechtswidrigen und sonstigen schädlichen Inhalten auf Vermittlungsplattformen. Zudem beinhaltet die Verordnung Regelungen zur Haftungsbefreiung, auf bestimmte Kategorien von Vermittlungsdiensten zugeschnittene Sorgfaltspflichten sowie aufsichtsrechtliche Vorschriften über die Durchführung und Durchsetzung dieser Vorgaben. Für sogenannte sehr große Online-Plattformen finden die Regelungen gestaffelt im Jahr 2023, für alle anderen Anbieter von Vermittlungsdiensten ab 17. Februar 2024 Anwendung. Der DSA betrifft den Konzern vor allem im Segment Dating & Video.

Die Dynamik digitaler Märkte bringt zudem notwendige Anpassungen des nationalen und europäischen Kartellrechts mit sich. Unternehmen mit überragender marktübergreifender Bedeutung für den Wettbewerb stehen mit der Einführung des GWB-Digitalisierungsgesetzes (Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen-Digitalisierungsgesetz) unter verschärfter Missbrauchsaufsicht. Auf europäischer Ebene trat im November 2022 mit dem Digital Markets Act (DMA) eine Ex-ante-Regulierung digitaler Plattformen sowie die zentralisierte Durchsetzung des neuen Ordnungsrahmens in Kraft. Dies sind entscheidende Schritte, um gleiche Wettbewerbsbedingungen in digitalen Märkten zu schaffen und künftig rechtzeitig gegen Wettbewerbsverzerrungen im Umfeld digitaler Ökosysteme vorzugehen.

Schließlich ist auch die Reformierung des Urhebervertragsrechts von Relevanz. Die neuen gesetzlichen Regelungen enthalten unbestimmte Rechtsbegriffe und einige weitere, noch unklare Formulierungen, bezüglich derer erst durch die Rechtsprechung und Branchenübung in den nächsten Jahren mehr Rechtssicherheit erreicht werden kann. Derzeit sind die Auswirkungen auf die ProSiebenSat.1 Group daher noch nicht final absehbar.

Compliance-Risiken im Kontext des Zahlungsdiensteaufsichtsgesetz im Hinblick auf die Geschäftstätigkeit der Jochen Schweizer GmbH und der mydays GmbH: Am 28. Februar 2023 hat die ProSiebenSat.1 Media SE im Rahmen einer Ad-hoc-Mitteilung bekannt gegeben, dass sie nach einem kurz zuvor erhaltenen Hinweis auf der Grundlage der Ergebnisse einer externen Prüfung davon ausgeht, dass die Geschäftstätigkeit ihrer beiden Tochtergesellschaften Jochen Schweizer GmbH („Jochen Schweizer“) und mydays GmbH („mydays“), die im Wesentlichen im Vertrieb von Gutscheinen besteht, in Teilen unter das Zahlungsdiensteaufsichtsgesetz („ZAG“) fällt.

Jochen Schweizer und mydays haben daraufhin ihr Produktangebot am 13./14. März 2023 angepasst, um die in der Ad-hoc-Mitteilung genannten aufsichtsrechtlichen Bedenken auszuräumen. Mit Schreiben vom 6. April 2023 teilte die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht („BaFin“) als zuständige Aufsichtsbehörde Jochen Schweizer und mydays mit, dass diese für das weitere Betreiben ihres zum 13./14. März 2023 angepassten Produktangebots keiner Erlaubnis der BaFin bedürfen.

Gleichzeitig hat die BaFin mitgeteilt, dass sie auf Grundlage ihrer gegenwärtigen Verwaltungspraxis davon ausgeht, dass Jochen Schweizer und mydays für die Ausgabe eines Teils der vor dem 13./14. März 2023 ausgegebenen Gutscheinprodukte einer Erlaubnis der BaFin nach dem ZAG bedurften. Jochen Schweizer und mydays stimmen derzeit die Modalitäten der Abwicklung der betroffenen Gutscheinprodukte mit der BaFin ab.

Der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE hat unverzüglich nach Veröffentlichung der Ad-hoc-Mitteilung die Durchführung einer unabhängigen internen Untersuchung durch eine externe Rechtsanwaltskanzlei veranlasst. Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE unterstützt diese Untersuchung vollumfänglich. Die Untersuchung dient der Aufklärung von etwaigem Fehlverhalten von Mitgliedern der Leitungsorgane und Mitarbeiter:innen im ProSiebenSat.1-Konzern, insbesondere im Hinblick auf Pflichten der betroffenen Gesellschaften nach dem ZAG.

Gleichzeitig hat die Staatsanwaltschaft München I einen Beobachtungsvorgang eingeleitet, wobei sie den Anfangsverdacht möglicher Straftaten prüft. Die ProSiebenSat.1 Media SE und deren betroffene Tochtergesellschaften kooperieren umfassend mit den zuständigen Behörden. Die möglichen finanziellen Belastungen für den Konzern im Zusammenhang mit den behördlichen Untersuchungen sind derzeit noch nicht abschätzbar, könnten aber erheblich sein.⁶

→ **Wesentliche Ereignisse und Änderungen im Konsolidierungskreis**

Vor diesem Hintergrund gehen wir aktuell davon aus, dass sich die Compliance-Risiken insgesamt erhöht haben, wenngleich die aus den Allgemeinen Compliance-Risiken resultierende Risikowertung insgesamt unverändert ist: Wir bewerten die Compliance-Risiken nun als hohes Risiko (vorher: mittel) und sehen den Eintritt als möglich (vorher: unwahrscheinlich). Die potenziellen Auswirkungen stufen wir dabei auch weiterhin als wesentlich ein.

SEGMENT ENTERTAINMENT

Operative Risiken

Allgemeine Branchenrisiken (inkl. Mediennutzungsverhalten und Reichweitenentwicklung):

Fernsehen ist nach wie vor das wichtigste Breitenmedium, dies gilt sowohl mit Blick auf die Reichweite als auch die Mediennutzungszeit. Die steigende Internetnutzung hat das Mediennutzungsverhalten jedoch nachhaltig verändert und dabei zu einer signifikanten Diversifizierung der genutzten Angebote gesorgt. Schon seit Langem werden beispielsweise TV-Inhalte nicht nur live am stationären TV-Gerät genutzt, sondern auch on-demand und über mobile Endgeräte wie Laptops. Ein weiteres Beispiel ist die wachsende Bedeutung von Podcasts, deren Nutzung sich dynamisch entwickelt und zur anhaltend hohen Mediennutzung beiträgt. Dabei hat sich die gesamte Bewegtbildnutzung – nach dem Hoch während der ersten Welle der COVID-19-Pandemie und der damit einhergehenden Beschränkungen des öffentlichen Lebens – wieder auf ursprünglichem Niveau normalisiert: Zwar entwickelte sich die klassische TV-Nutzung rückläufig, sie liegt aber nach wie vor auf sehr hohem Niveau. Gleichzeitig ist die Nutzungsdauer von Online-Videos sehr stark gestiegen. Damit ist die Bewegtbildnutzung mit ca. 4 Stunden insgesamt konstant und lag 2022 auf gleicher Höhe der entsprechenden Zeiträume seit 2018 (Quelle: Viewtime Report, Zielgruppe 14-69 Jahre, Welle 3/2022). Auf diese Nutzungssituation haben wir unsere Strategie ausgerichtet und bauen unser Portfolio stetig aus.

→ **Rahmenbedingungen des Konzerns**

Indem der Konzern Inhalte zielgruppenspezifisch über möglichst viele Kanäle verbreitet, erreichen wir unsere von der Werbewirtschaft nachgefragten Nutzer:innen auf ihren jeweilig präferierten Plattformen. Auf diese Weise baut ProSiebenSat.1 die digitale Reichweite aus und stärkt zugleich das Markenprofil des klassischen Senderportfolios. Dabei fokussieren wir uns auf werbefinanzierte Bewegtbild-Angebote und reagieren gezielt auf die Trends der Mediennutzung: Neben Bewegtbild

⁶ Die Einschätzung „erheblich“ entspricht in diesem Fall nicht der Definition von „erheblicher Auswirkung“, die ansonsten in diesem Risikobericht verwendet wird, das heißt, > 25 - 50 Mio Euro.

ergänzen mit Podcasts auch Audio-Formate unsere Angebotspalette. Gleichzeitig konzentrieren wir uns auf Eigenproduktionen, wobei wir im TV einen Schwerpunkt auf die werberelevante Prime Time setzen. Vor diesem Hintergrund erachten wir die Risiken aus einer Veränderung der Bewegtbildnutzung im Vergleich zum Vorjahresende als unverändert und sehen deren Eintritt weiterhin als unwahrscheinlich an. Im Fall einer grundlegenden Veränderung können wir wesentliche finanzielle Auswirkungen jedoch nicht vollständig ausschließen. Insgesamt stufen wir diesen Sachverhalt weiterhin als mittleres Risiko ein.

Vermarktungsrisiken: Der Wettbewerb mit globalen Plattformanbietern ist intensiv. Wesentliche Auswirkungen auf unsere Umsatzentwicklung im TV-Werbemarkt können wir nicht ausschließen, obgleich wir eine digitale und plattformübergreifende Entertainment-Strategie verfolgen. Zugleich ist die Visibilität der künftigen gesamtwirtschaftlichen Entwicklung nach wie vor begrenzt. Dementsprechend haben wir unsere Finanzplanung aufgesetzt. Damit einhergehend bewerten wir das verbleibende Vermarktungsrisiko weiterhin als möglich mit einer wesentlichen Auswirkung. Somit ist das Vermarktungsrisiko insgesamt unverändert und weiterhin als hoch bewertet.

→ **Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen**

Content-Risiken: Die Content-Risiken für nationale und internationale Programmproduktionen sind gesunken. Dabei wirkte sich auf die Risikobewertung zum einen der Verkauf des US-Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios (heute: Seven.One Studios) aus. Zum anderen ist das Produktionsgeschäft zwar weiterhin mit den Herausforderungen der COVID-19-Pandemie konfrontiert. Durch die Erfahrungen der letzten zwei Jahre haben sich jedoch wirksame Prozesse für den Umgang mit Hygienemaßnahmen und logistischen Herausforderungen etabliert. Somit bewerten wir das Risiko als insgesamt niedrig (vorher: mittel). Die mögliche Risikoauswirkung stufen wir – bei weiterhin unwahrscheinlichem Eintritt – auf moderat (vorher: erheblich) herab.

SEGMENT DATING & VIDEO

Operative Risiken

Allgemeine Branchenrisiken: Der Markt für Online-Dating und Social Entertainment entwickelt sich dynamisch. Regulatorische Änderungen auf nationaler und internationaler Ebene können dabei jedoch zu Risiken für unsere etablierten Geschäftsmodelle im Segment Dating & Video führen. So können diese insbesondere Einschränkungen in der freien Produkt- und Preisgestaltung ergeben, die wiederum die Entwicklung des Umsatzes und des Ergebnisses auch aus Gründen von Haftungsrisiken mittel- bis langfristig schwerwiegend beeinflussen können.

Zudem wird der Wettbewerb in diesem Markt weiterhin intensiv geführt. So besteht die Gefahr, dass sich die Konsumentennachfrage durch neue Marktteilnehmer bzw. Wettbewerbsangebote und Technologien sehr rasch verändert. Zusätzlich bergen die digitalen Geschäftsmodelle in diesem Markt das erhebliche Risiko einer Abhängigkeit von Drittanbietern, zum Beispiel bei der Zahlungsabwicklung, der Bereitstellung von Video-Diensten oder der Einhaltung von Vorgaben hinsichtlich personalisierter Werbung auf mobilen Endgeräten. Änderungen in diesen Geschäftsbeziehungen können sich dabei ähnlich negativ auf den Umsatz oder die Kosten auswirken wie eine Zunahme an einschränkenden rechtlichen Vorgaben für diese neuen wie auch für die bestehenden Technologien. Es besteht zudem das Risiko, dass sich die Nachfrage nach Online-Dating und Interaktionsdiensten negativ verändert. Demgegenüber steigt weltweit die Zahl der Singles; die Bereitschaft, Dating-Apps zu nutzen, nimmt zu.

Wir beobachten diese Entwicklungen regelmäßig, um frühzeitig negative Veränderungen abzuschätzen und Gegenmaßnahmen einleiten zu können. Für den Fall, dass sich regulatorische Änderungen andeuten, wird proaktiv an alternativen Angeboten gearbeitet, um potenziell negativen Auswirkungen bei Eintritt der Risiken entgegenzuwirken. Durch die stetige Weiterentwicklung des digitalen Produktangebots wird zudem ein nachhaltiger Wettbewerbsvorteil im Markt angestrebt. Abweichend zum Vorjahresende stufen wir die

allgemeinen Branchenrisiken insgesamt als hoch (vorher: mittel) mit möglichem Eintritt (vorher: unwahrscheinlich) ein. Falls entscheidende Änderungen auftreten sollten, wäre die Auswirkung weiterhin wesentlich.

Vermarktungsrisiken: Die Entwicklung des Konsumklimas im Jahr 2022 wurde insbesondere durch Unsicherheiten vor dem Hintergrund des Russland-/Ukraine-Krieges, der anhaltenden Inflation sowie der Energiekrise beeinflusst. Es besteht das Risiko, dass sich die Nachfrage nach Online-Dating und Interaktionsdiensten negativ verändert. Demgegenüber steigt weltweit die Zahl der Singles; die Bereitschaft, Dating-Apps zu nutzen, nimmt zu.

Die Veränderung des Verbraucherverhaltens hat ebenso einen Einfluss auf unsere Marketingtätigkeiten. Eine Abkehr von traditionellen Kanälen erfordert verstärkt die Entwicklung neuer Marketingstrategien. Hier besteht das Risiko, dass die von uns gewählten Vertriebs- und Marketingkonzepte nicht das erhoffte Ergebnis liefern. An dieser Stelle ist wiederum die Abhängigkeit von Drittanbietern zu erwähnen, welche bei der erfolgreichen Vermarktung und dem Vertrieb unserer Produkte besteht. Hier existiert das Risiko, dass diese dritten Parteien einen negativen Einfluss auf die Nutzung oder die Vermarktung unserer Produkte haben können, indem sie diese einschränken, verbieten oder anderweitig beeinträchtigen. Falls die Bedingungen für den Vertrieb, die Nutzung oder Vermarktung unserer Produkte wesentlich verändert werden, könnte dies unsere Umsatzentwicklung schwerwiegend beeinflussen.

Daher stufen wir die Vermarktungsrisiken als insgesamt mittleres Risiko (vorher: niedrig) mit möglichem Eintritt (vorher: sehr unwahrscheinlich) ein. Falls entscheidende Änderungen auftreten sollten, wäre die Auswirkung erheblich (vorher: moderat).

SEGMENT COMMERCE & VENTURES

Operative Risiken

Allgemeine Branchenrisiken: Angesichts der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung verspüren Verbraucher:innen in der DACH-Region große Unsicherheit. Infolgedessen zeichnet sich seit dem vierten Quartal 2021 auch in unserem Segment Commerce & Ventures eine Zurückhaltung in der Konsumentennachfrage ab. Diese hat – angesichts des Russland-/Ukraine-Krieges bzw. der damit einhergehenden Energiekrise und sehr hohen Inflation – im Jahr 2022 zugenommen. Es ist nach wie vor schwer zu prognostizieren, wann sich das Preisniveau normalisiert und damit auch die allgemeine Konjunkturlage wieder nachhaltig erholt. Diese kann entsprechend auch künftig potenziell negative Auswirkungen auf die wirtschaftliche Lage unserer Geschäfts- und Kooperationspartner im Segment Commerce & Ventures haben, wenngleich sich die für uns relevanten Branchen unterschiedlich entwickeln dürften. Die entsprechend gedämpfte Konsumentennachfrage haben wir in unserer Finanzplanung reflektiert und bewerten die allgemeinen Branchenrisiken für das Segment Commerce & Ventures unverändert als mittleres Risiko mit potenziell wesentlicher Auswirkung und unwahrscheinlichem Eintritt.

Vermarktungsrisiken: Durch eine verstärkte Aktivität von Wettbewerbern könnten die Vertriebskosten in Zusammenhang mit Kundenakquisitionen im Segment Commerce & Ventures steigen. Um diese Risiken zu begrenzen, arbeiten die Unternehmen des Segments an einer noch engeren Kommunikation mit den Kund:innen und erweitern das Angebotsportfolio bspw. durch Apps oder durch geschützte Portale, die Kund:innen einen Mehrwert bieten wie etwa individuelle, zusätzliche Informationen. Wir stufen die resultierenden Vertriebsrisiken insgesamt als mittleres Risiko (vorher: niedrig) ein mit einer potenziell erheblichen Auswirkung (vorher: moderat) und einem möglichen Eintritt (vorher: unwahrscheinlich).

ANGABEN ZUM INTERNEN KONTROLL- UND RISIKOMANAGEMENTSYSTEM IM HINBLICK AUF DEN (KONZERN-) RECHNUNGSLEGUNGSPROZESS MIT ERLÄUTERUNGEN

Das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den (Konzern-) Rechnungslegungsprozess soll sicherstellen, dass Geschäftsvorfälle im Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE (aufgestellt in Übereinstimmung mit den am Abschlussstichtag gültigen International Financial Reporting Standards („IFRS“), wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind, und den nach § 315e Abs. 1 HGB ergänzend zu beachtenden handelsrechtlichen Vorschriften) bilanziell richtig abgebildet und die Vermögenswerte und Schulden damit hinsichtlich Ansatz, Bewertung und Ausweis zutreffend erfasst sind. Die konzernweite Einhaltung gesetzlicher und unternehmensinterner Vorschriften ist Voraussetzung hierfür. Umfang und Ausrichtung der implementierten Systeme wurden vom Vorstand anhand der für die ProSiebenSat.1 Group spezifischen Anforderungen ausgestaltet. Diese werden regelmäßig überprüft und gegebenenfalls aktualisiert. Trotz angemessener und funktionsfähiger Systeme kann eine absolute Sicherheit zur vollständigen Identifizierung und Steuerung der Risiken nicht gewährleistet werden. Die unternehmensspezifischen Grundsätze und Verfahren zur Sicherung der Wirksamkeit und Ordnungsmäßigkeit der (Konzern-) Rechnungslegung werden im Folgenden erläutert.

ZIELE DES RISIKOMANAGEMENTSYSTEMS IN BEZUG AUF RECHNUNGSLEGUNGSPROZESSE

Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE versteht das interne Kontrollsystem im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess als Teilbereich des konzernweiten Risikomanagementsystems. Durch die Implementierung von Kontrollen soll hinreichende Sicherheit erlangt werden, dass trotz der identifizierten Bilanzierungs-, Bewertungs- und Ausweisrisiken ein regelungskonformer (Konzern-) Abschluss erstellt wird. Die wesentlichen Ziele eines Risikomanagementsystems in Bezug auf die (Konzern-) Rechnungslegungsprozesse sind:

- Identifizierung von Risiken, die das Ziel der Regelungskonformität des (Konzern-) Abschlusses und des (Konzern-) Lageberichts gefährden könnten.
- Begrenzung bereits erkannter Risiken durch Identifikation und Umsetzung angemessener Maßnahmen.
- Überprüfung erkannter Risiken hinsichtlich eines möglichen Einflusses auf den (Konzern-) Abschluss und die entsprechende Berücksichtigung dieser Risiken.

Des Weiteren unterliegen unsere Prozessbeschreibungen sowie unsere Risikokontrollmatrizen einer jährlichen Überprüfung. Hierdurch wird die Aktualität der Beschreibung sichergestellt und damit auch die Etablierung kontinuierlich wirksamer Kontrollmechanismen erreicht. Die Ergebnisse dieser Überprüfungen sowie die Ergebnisse regelmäßiger Kontrolltests werden im Rahmen von Aktualisierungen integraler Bestandteil des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems im Hinblick auf den (Konzern-) Rechnungslegungsprozess. Basierend auf den Testergebnissen erfolgt eine Einschätzung, ob die Kontrollen angemessen ausgestaltet und wirksam sind. Erkannte Kontrollschwächen werden unter Beachtung ihrer potenziellen Auswirkungen behoben.

AUFBAUORGANISATION

- Die in den Konzern einbezogenen Abschlüsse der Einzelgesellschaften werden unter Zuhilfenahme von Standardsoftware erstellt.
- Die Konsolidierung der Meldedaten zum Konzernabschluss erfolgt mithilfe einer stabilen, marktüblichen Standardsoftware.
- Die Abschlüsse der Einzelgesellschaften werden nach lokalen Rechnungslegungsvorschriften, die Meldedaten nach dem auf IFRS basierten Bilanzierungshandbuch aufgestellt, das allen in den Rechnungslegungsprozess eingebundenen Mitarbeiter:innen verfügbar gemacht wird. Die in den Konzernabschluss einbezogenen Einzelgesellschaften übermitteln ihre Meldedaten in einem vorgegebenen Format an die Abteilung „Group Accounting & Reporting“.
- Die eingesetzten Finanzsysteme sind durch entsprechende Zugangs- und Zugriffskontrollen (Berechtigungskonzepte) geschützt.
- Es existiert für die Zwecke des Konzernabschlusses ein einheitlicher Kontenplan, nach dem die betreffenden Geschäftsvorfälle zu buchen sind.
- Die Ermittlung bestimmter rechnungslegungsrelevanter Sachverhalte (z.B. Gutachten zur Pensionsrückstellung) wird unter Mitwirkung externer Expert:innen vorgenommen.
- Die wesentlichen Funktionen im Rechnungslegungsprozess – Accounting, Taxes, Controlling sowie Treasury – sind klar getrennt. Die Verantwortungsbereiche sind eindeutig zugeordnet.
- Die am Rechnungslegungsprozess beteiligten Abteilungen und Bereiche werden in quantitativer und qualitativer Hinsicht angemessen ausgestattet. Es finden regelmäßig fachliche Schulungen statt, um eine Abschlusserstellung auf verlässlichem Niveau zu gewährleisten.
- Ein angemessenes Richtlinienwesen (z.B. auf IFRS basierendes Bilanzierungshandbuch, Verrechnungspreisrichtlinie, Einkaufsrichtlinie, Reisekostenrichtlinie etc.) ist eingerichtet und wird bei Bedarf aktualisiert. Die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems in Bezug auf die rechnungslegungsrelevanten Prozesse wird (in Stichproben) durch den prozessunabhängigen Bereich Internal Audit überprüft.

ABLAUFORGANISATION

- Für die Planung, Überwachung und Optimierung des Prozesses zur Erstellung des Konzernabschlusses erfolgt der Einsatz von Tools, die unter anderem einen detaillierten Abschlusskalender sowie alle wichtigen Aktivitäten, Meilensteine und Verantwortlichkeiten beinhalten. Allen Aktivitäten und Meilensteinen sind konkrete Zeitvorgaben zugeordnet. Die Einhaltung der Berichtspflichten und -fristen wird zentral durch das Konzernrechnungswesen überwacht.
- Bei allen rechnungslegungsbezogenen Prozessen werden Kontrollen wie Funktionstrennung, Vier-Augen-Prinzip, Genehmigungs- und Freigabeverfahren sowie Plausibilisierungen vorgenommen.
- Es besteht eine klare Zuordnung der Aufgaben bei der Erstellung des Konzernabschlusses (z.B. Abstimmung konzerninterner Salden, Kapitalkonsolidierung, Überwachung der Berichtsfristen und Berichtsqualität in Bezug auf die Daten der einbezogenen Unternehmen etc.). Für spezielle fachliche Fragestellungen und komplexe Bilanzierungssachverhalte fungiert die Abteilung „Group Accounting & Reporting“ als zentraler Ansprechpartner.
- Alle wesentlichen in den Konzernabschluss einbezogenen Informationen werden umfangreichen systemtechnischen Validierungen unterzogen, um die Vollständigkeit und Verlässlichkeit der Daten zu gewährleisten.
- Risiken, die sich auf den (Konzern-) Rechnungslegungsprozess beziehen, werden kontinuierlich im Rahmen des im Risikobericht beschriebenen Risikomanagementprozesses erfasst und überwacht.

CHANCENBERICHT

CHANCENMANAGEMENT

Unser Ziel ist es, Chancen möglichst frühzeitig zu erkennen und durch geeignete Maßnahmen zu nutzen. Dazu erfasst ProSiebenSat.1 die als relevant definierten Wachstumsoptionen im Rahmen der Strategieplanung. Dabei werden die einzelnen Optionen priorisiert, konkrete Ziele abgeleitet sowie Maßnahmen und Ressourcen zur operativen Zielerreichung festgelegt.

→ **Strategie und Steuerungssystem**

Unser Chancenmanagement ist Bestandteil des unternehmensinternen Steuerungssystems und organisatorisch dezentral in den Geschäftsbereichen angesiedelt. Der Prozess wird von der Abteilung „Group Strategy“ unterstützt und koordiniert: Durch den engen Kontakt mit den einzelnen operativen Einheiten erhält der Bereich einen detaillierten Einblick in die Geschäftssituation und ist kontinuierlich auf der Suche nach weiteren Wachstumsoptionen. Zudem dienen Markt- und Wettbewerbsanalysen sowie der Erfahrungsaustausch mit externen Expert:innen als wichtige Quellen, um Wachstumsmöglichkeiten für die ProSiebenSat.1 Group zu identifizieren.

» INFORMATION

Chancen, deren Eintrittswahrscheinlichkeit wir als hoch einstufen, haben wir bereits in unsere Prognose für das Jahr 2023 sowie unsere Planung bis zum Jahr 2027 aufgenommen. Diese Wachstumsmöglichkeiten berichten wir im Unternehmensausblick für das Geschäftsjahr 2023. Daneben existieren Potenziale, die bislang nicht bzw. nicht vollumfänglich budgetiert sind; diese möglichen positiven Budgetabweichungen beschreiben wir nachfolgend, sofern sie für den Planungszeitraum bis 2027 relevant und wesentlich sind.

CHANCENMANAGEMENT



CHANCEN AUS GESAMTWIRTSCHAFTLICHEN UND REGULATORISCHEN ENTWICKLUNGEN

Konjunkturprognosen sind per se mit hohen Unsicherheiten behaftet, derzeit ist die Visibilität aber besonders gering. Vor allem die geopolitischen Entwicklungen sind kaum vorhersehbar. In Deutschland – unserem größten Umsatzmarkt – dürften Inflation und Kaufkraftverluste hoch bleiben. Dennoch mehrten sich zuletzt die Anzeichen, dass der Konjunkturabschwung im Winterhalbjahr milder ausfallen könnte als zunächst erwartet. Als frühzyklisches Unternehmen dürften wir rasch und unmittelbar von einer konjunkturellen Erholung profitieren. Aktuell rechnen die Wirtschaftsinstitute mit einer konjunkturellen Erholung in der DACH-Region in der zweiten Jahreshälfte 2023. Bei einer positiven Abweichung dieser Planungsprämissen entstehen zusätzliche Wachstumschancen für die gesamte Gruppe und ihre drei Segmente – Entertainment, Dating & Video sowie Commerce & Ventures.

→ Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen

Chancen birgt zudem das medienpolitische Umfeld: Zusätzliche Potenziale könnten sich etwa aus einer Reform des dualen Rundfunksystems ergeben, die gerade rege und breit diskutiert wird. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter sind eine wertvolle Stütze unserer Medienlandschaft in Deutschland. Eine Fokussierung ihres Programmauftrags wie auch eine Schärfung der Mittelverwendung würde aber mehr Raum für Wettbewerb ermöglichen und die Vielfalt der Angebote nachhaltig stärken. Denn während die privaten Anbieter ihre Programme primär über Werbung refinanzieren, erhält der öffentlich-rechtliche Rundfunk zusätzlich garantierte Einnahmen aus öffentlichen Geldern in Form der Haushaltsabgabe.

Ein weiterer regulatorischer Meilenstein, der Chancen für ProSiebenSat.1 mit sich bringt, ist das im Sommer von den EU-Institutionen beschlossene und im November 2022 in Kraft getretene „Grundgesetz des Internets“: Mit dem Digital Services Act (DSA) und dem Digital Markets Act (DMA) werden einige Missstände im Wettbewerb mit großen Digitalunternehmen (Big Tech-Unternehmen) adressiert und die Spielregeln für alle Marktteilnehmer angeglichen. Beide Verordnungen sind für ProSiebenSat.1 wichtig, da sie strukturelle Nachteile im Wettstreit mit Big Tech-Unternehmen angehen und so neue Rahmenbedingungen in Europa setzen. So bietet der DMA beispielsweise neue Chancen, indem unter anderem wettbewerbsschädigende Verhaltensweisen von Suchmaschinen, Betriebssystemen, Video-Sharing-Plattformen oder App-Stores untersagt werden sollen. Bei konsequenter Um- und Durchsetzung der neuen Regeln können sich Optionen für alle unsere drei Segmente ergeben.

CHANCEN AUS PORTFOLIOMASSNAHMEN

Erste Anzeichen einer konjunkturellen Erholung, sei es bei den hohen Inflationsraten oder einer Entspannung auf den Energiemärkten, dürften sich auch mit Blick auf den M&A-Markt positiv auswirken und zusätzliche Optionen eröffnen.

Der Konzern verfolgt verschiedene M&A-Ansätze und hat unter anderem mit seiner Investitionswährung Media die Möglichkeit, ohne große Barmittel sein Portfolio zu vergrößern – insbesondere mit Bezug auf digitale Verbrauchermärkte im Segment Commerce & Ventures. Gleichzeitig prüfen wir auch im Segment Entertainment regelmäßig M&A-Optionen mit dem Ziel, unser Portfolio in der DACH-Region in Bezug auf „Content, Reach and Monetization“ auszubauen. Daneben bietet die internationale Skalierbarkeit unserer Plattformen Möglichkeiten. So sind wir mit unserem Dating & Video-Portfolio zwar schon heute geografisch breit diversifiziert, der Fokus liegt jedoch bislang auf den deutsch- und englischsprachigen Märkten in Europa und Nordamerika. Dabei tragen die Angebote der ParshipMeet Group maßgeblich dazu bei, Innovationen mittels eigener Technologien wie Livebox voranzutreiben. Diese Technologie bietet uns die Chance, auch künftig vom wachsenden Markt rund um die Creator Economy zu profitieren.

Teil unseres Portfoliomanagements sind ebenso Desinvestitionen: Haben bestimmte Geschäfte nicht mehr genug strategische Nähe, trennen wir uns von diesen und optimieren so unser Portfolio.

CHANCEN IN BEZUG AUF DIE DIGITALISIERUNG VON TV UND TV-WERBUNG

Globale Big Tech-Unternehmen wie Alphabet Inc. („Alphabet“)/Google oder auch Netflix Inc. („Netflix“) haben unter anderem aufgrund ihrer datenbasierten Geschäftsmodelle eine hohe Marktmacht. Dies gilt insbesondere auch für die Mediennutzung. Die ProSiebenSat.1 Group hat jedoch sehr frühzeitig begonnen, ihre TV-Angebote zu erweitern, crossmedial auszubauen und das eigene digitale Streaming-Angebot auf Freemium-Basis zu etablieren. Mit der vollständigen Übernahme von Joyn sind wir 2022 den nächsten Schritt gegangen, um den Ausbau von Joyn zur größten frei zugänglichen Plattform für Premium-Videoinhalte im deutschsprachigen Raum voranzutreiben. Dabei heben wir uns mit Joyn und unserem Fokus auf eigene, lokal produzierte Inhalte von den Angeboten globaler Streaming-Unternehmen ab. Gleichzeitig haben wir mit der vollständigen Übernahme die unternehmerische Flexibilität geschaffen, unsere Reichweite insbesondere bei jungen Zielgruppen zu erweitern und uns neue Möglichkeiten der Monetarisierung zu eröffnen. Treiber sind hier das immer größere Portfolio an konzerneigenen, innovativen und crossmedialen Produkten in einem markensicheren Umfeld. Dies gilt insbesondere für den Bereich Werbung.

Denn bei der Digitalisierung von TV-Werbung ist ProSiebenSat.1 Vorreiter und schafft durch vernetzte Angebote immer passgenauere Lösungen für Kunden. Dabei kombinieren wir konsequent die Vorteile des klassischen Fernsehens – wie etwa seine hohe Reichweite – mit den Vorteilen der digitalen Werbung wie etwa datenbasiertes Targeting. Ein Beispiel hierfür sind unsere unterschiedlichen Addressable-TV-Produkte, die eine zielgerichtete, kontextbezogene Aussteuerung von Werbung im TV ermöglichen. Die Nachfrage nach Addressable TV-Angeboten ist hoch und umfasste im Geschäftsjahr 2022 über 100 Kampagnen pro Monat. Ziel ist nun, diese starke Position kontinuierlich auszubauen.

Die Wachstumsperspektiven für digitale TV-Werbung wie Addressable TV ist groß, da die Nutzung von internetbasierten TV-Geräten kontinuierlich steigt. Gleichzeitig begegnet ProSiebenSat.1 der dynamisch steigenden Nachfrage nach innovativen Werbeprodukten mit neuen Technologien: Mit Total Video based on CFlight haben wir ein starkes Differenzierungsmerkmal in der Reichweitenmessung geschaffen, da es die hohen TV-Qualitätsstandards in die digitale Umgebung übersetzt und die Vergleichbarkeit von TV- und Online-Video-Werbekontakten garantiert. Trotz einer zunehmend fragmentierten Mediennutzung ermöglicht Total Video based on CFlight unseren Kunden daher einen ganzheitlichen und transparenten Blick auf ihre Bewegtbild-Kampagnen. Einen weiteren Bereich, in den wir zuletzt stark investiert haben, ist Programmatic TV mit dem Ziel, den Prozess von der Buchung bis hin zur Ausspielung von linearen TV-Werbeflächen zu automatisieren. Über Programmatic TV können wir neue Kunden für das Medium TV gewinnen und die Relevanz von Fernsehen im intermedialen Vergleich weiter stärken.

Alle diese Innovationsprodukte, die wir unter dem Dach von Advanced TV bündeln, bergen großes Potenzial für uns als Gruppe. Bei einer erfolgreichen digitalen Transformation geht es nicht nur darum Werbeprodukte zu verkaufen, sondern Markenberater zu sein. ProSiebenSat.1 deckt die gesamte Wertschöpfungskette ab und kann – anders als ein reiner TV-Vermarkter – Content, Marketing und Technologie miteinander verbinden. Dies ist ein wichtiges Differenzierungsmerkmal zu klassischen Medienhäusern – genauso wie zu globalen Wettbewerbern.

INTERNES KONTROLL- UND RISIKOMANAGEMENTSYSTEM⁷

WESENTLICHE MERKMALE DES INTERNEN KONTROLL- UND RISIKOMANAGEMENTSYSTEMS

Internes Kontroll- und Risikomanagementsystem

Neben der Verlässlichkeit der Finanzberichterstattung soll das unternehmensweite interne Kontroll- und Risikomanagementsystem (IKS bzw. RMS) die Effektivität und Effizienz des Geschäftsbetriebs sowie die Einhaltung maßgeblicher Gesetze, interner und externer Vorschriften und Richtlinien sicherstellen und Risiken in Bezug auf die Erreichung der Geschäftsziele identifizieren, evaluieren und steuern. Dabei sind auch Nachhaltigkeitsaspekte eingeschlossen, die auf Basis der regulatorischen Vorgaben fortlaufend weiterentwickelt werden.

Die Gesamtverantwortung für das IKS und RMS liegt beim Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE. Das IKS und RMS sind auf Basis des international anerkannten COSO-Rahmenwerks (Committee of Sponsoring Organization for Standardization) für Interne Kontrollsysteme (Internal Control – Integrated Framework) und Risikomanagementsysteme (Enterprise Risk Management – Integrating with Strategy and Performance) konzipiert. Entsprechende Vorgaben wurden vom Vorstand in Richtlinien, die für die ProSiebenSat.1 Group gültig sind, spezifiziert. Die Einhaltung dieser Vorgaben sind Gegenstand von Prüfungsaktivitäten unseres Internal Audit Bereichs. Diese erfolgen entweder im Rahmen des risikobasierten jährlichen Prüfungsplans oder im Rahmen von unterjährig anberaumten Prüfungen. Die Einhaltung dieser Vorgaben wird zudem regelmäßig durch externe Prüfungsgesellschaften überprüft.

Das grundlegende System für das gesamte IKS ist das gleiche wie für das rechnungslegungsbezogene IKS. Die Beschreibung des rechnungslegungsbezogenen IKS und des konzernweiten RMS erfolgt im prüfungspflichtigen Teil des Lageberichts:

→ Risikobericht

Um die Risiken, die sich nachteilig auf die oben genannten Ziele des IKS und RMS auswirken können, frühzeitig zu erkennen und effektiv zu steuern, hat der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE konkrete zentrale und dezentrale Verantwortlichkeiten und Strukturen organisiert: Die zentrale konzernweite Verantwortung für die Methodik, Qualitätssicherung, Überwachung und das Reporting liegt bei den IKS/RMS Abteilungen der ProSiebenSat.1 Media SE, die bei der Erfüllung ihrer Aufgaben durch Fachexpert:innen aus anderen Konzernfunktionen unterstützt werden. Die Prozessverantwortlichen und Risikomanager:innen in den Gesellschaften repräsentieren die dezentrale IKS- und RMS-Organisation und sind für die Umsetzung des IKS im Sinne der Kontrollidentifizierung, -dokumentation sowie Kontrolldurchführung sowie des RMS hinsichtlich der Risikoidentifizierung, Evaluation und Steuerung verantwortlich.

⁷ Dieser Abschnitt ist kein Bestandteil des geprüften Konzernlageberichts.

Compliance-Management-System

Das Governance-System der ProSiebenSat.1 Media SE umfasst auch ein an der Risikolage ausgerichtetes konzernweites Compliance-Management-System (CMS), das – basierend auf einer Relevanz- und Risikoanalyse – insbesondere die Themenfelder Geldwäscheprävention, Korruptionsprävention, Sanktionen & Embargos und Datenschutz abdeckt. Ein am Standard IDW PS 980 ausgerichtetes Compliance Programm unterstützt das regelkonforme Handeln unserer Mitarbeiter:innen.

Die wesentlichen Bestandteile des CMS bilden Kultur, Ziele, Organisation, Risiken, Programm, Kommunikation sowie Überwachung und Verbesserung des Systems. Im Fokus des CMS steht es, Integrität, richtlinienkonformes und regeltreues Verhalten dauerhaft im Denken und Handeln aller Mitarbeiter:innen zu verankern und auf diese Weise Rechts- und Regelverstöße von vornherein zu verhindern. Dies bildet das Fundament der Compliance Kultur. Die Compliance Ziele, die vom Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE beschlossen wurden, richten sich daran sowie an den für das CMS anhand der Risikoanalyse, die regelmäßig wiederholt sowie anlassbezogen durchgeführt wird, gewählten Themenfeldern aus. Im Rahmen der Compliance Organisation werden die erforderlichen Ressourcen zur Einrichtung, Unterhaltung, Überprüfung und stetigen Fortentwicklung des CMS zur Verfügung gestellt. In den Konzerngesellschaften wurden auf Ebene der Geschäftsleitung Ansprechpartner:innen für Fragen der Compliance benannt sowie ggf. Unit Compliance Officer ernannt. Das Compliance Programm wurde konzipiert, um die im Rahmen der Risikoanalyse ermittelten Risiken zu steuern und zu mitigieren und zu diesem Zweck wurden u.a. ein Verhaltenskodex sowie relevante Richtlinien beschlossen und eingeführt, welche durch Maßnahmen, wie z.B. Schulungen, Kontrollen sowie ein Hinweisgebersystem und ein entsprechendes Vorfalldmanagement flankiert werden. Die Compliance Kommunikation umfasst eine regelmäßige interne wie externe Kommunikation zu relevanten Compliance Themen, sowie eine regelmäßige und anlassbezogene Berichterstattung an den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE.

Das CMS wird laufend an die geschäftsspezifischen Risiken und jeweils gültigen gesetzlichen Anforderungen angepasst.

STELLUNGNAHME DES VORSTANDS ZUR ANGEMESSENHEIT UND WIRKSAMKEIT DES IKS, RMS UND CMS

Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE hat zur prozessintegrierten und prozessunabhängigen internen Überwachung zwecks Sicherstellung der Angemessenheit und Wirksamkeit des Internen Kontroll- und Risikomanagementsystems einschließlich des Compliance-Management-Systems organisatorische Maßnahmen etabliert.

Im Rahmen der prozessintegrierten internen Überwachung sind im Konzern Freigabe- und Berichtsprozesse verankert. Dabei werden die Einhaltung der konzernweiten Vorgaben in den jeweiligen Organisationseinheiten überwacht, die Inhalte der Berichterstattung hierüber plausibilisiert, kritische Kontrollschwächen diskutiert sowie bei Bedarf Maßnahmen zur Verbesserung eingeleitet. Der Vorstand erhält regelmäßige Berichte zu den Ergebnissen der prozessintegrierten internen Überwachung.

Quartalsweise findet ein interner Zertifizierungsprozess statt, bei dem – unterstützt durch Bestätigungen des Managements von Einheiten in ihrem Verantwortungsbereich – die Ordnungsmäßigkeit der berichteten Finanzdaten bestätigt und über die Wirksamkeit der Kontrollsysteme berichtet wurden.

Für die prozessunabhängige interne Überwachung ist ein internes Revisionssystem (IRS) als integraler Bestandteil des Corporate Governance Systems eingerichtet. Dabei können sämtliche Gesellschaften und Prozesse des ProSiebenSat.1-Konzerns Gegenstand einer Revisionsprüfung sein. Die jährliche Revisionsplanung bezüglich der zu prüfenden Gesellschaften und Prozesse erfolgt risikobasiert unter Berücksichtigung verschiedener interner und externer Faktoren. Zusätzlich kann der jährliche Revisionsplan flexibel um anlassbezogene Revisionsprüfungen erweitert werden. Die Interne Revision überwacht darüber hinaus die fristgerechte Umsetzung der im jeweiligen Revisionsbericht vereinbarten Maßnahmen.

Fester Bestandteil unserer internen Überwachungsmaßnahmen sind freiwillige externe Systemprüfungen bestimmter Teilbereiche. Für das Jahr 2022 wurden Teilbereiche des internen Kontrollsystems auf Basis des internationalen Prüfungsstandards „International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000“ in Verbindung mit dem COSO Internal Control Integrated Rahmenwerk mit dem Fokus auf das IKS bezogen auf die Rechnungslegung sowie Teilbereiche der Compliance geprüft. Ferner gehören dazu freiwillige Prüfungen des Risikomanagementsystems gemäß IDW PS 981 und Teilbereiche des Compliance-Management-Systems gemäß IDW PS 980 durch externe Prüfungsgesellschaften.