



ProSiebenSat.1
Media SE



CONNECTING



Halbjahresfinanzbericht 2017



THE DOTS

Inhaltsverzeichnis

- 02 ProSiebenSat.1 und H1 2017 auf einen Blick
- 03 Ergebnisse und Prognosen

KONZERNZWISCHENLAGEBERICHT

- 04 Wirtschaftsbericht: Q2 2017**
- 04 Wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen
- 07 Wesentliche Einflussfaktoren auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage
- 10 Ertragslage des Konzerns
- 14 Geschäftsentwicklung der Segmente
- 17 Finanz- und Vermögenslage des Konzerns
- 21 Die ProSiebenSat.1-Aktie**
- 22 Risiko- und Chancenbericht**
- 24 Prognosebericht**
- 24 Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen
- 25 Unternehmensausblick

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

- 26 Gewinn- und Verlustrechnung**
- 27 Gesamtergebnisrechnung**
- 28 Bilanz**
- 29 Kapitalflussrechnung**
- 30 Eigenkapitalveränderungsrechnung**
- 31 Anhang**
- 42 Versicherung der gesetzlichen Vertreter**
- 43 Bescheinigung nach prüferischer Durchsicht**
- 44 Impressum**
- 44 Finanzkalender**

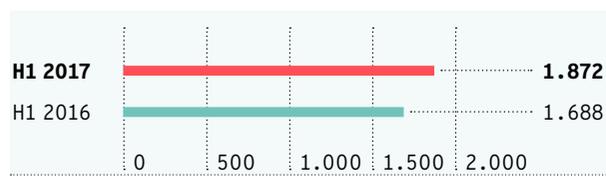
ÜBER DIE PROSIEBENSAT.1 GROUP

Die ProSiebenSat.1 Group hat das erste Halbjahr 2017 mit einem zweistelligen Umsatzwachstum von 11 Prozent auf 1.872 Mio Euro abgeschlossen. Gleichzeitig hat der Konzern auch seine relevanten Ergebnisgrößen gesteigert: Das adjusted EBITDA erhöhte sich um 8 Prozent auf 458 Mio Euro, der bereinigte Konzernüberschuss stieg um 9 Prozent auf 233 Mio Euro (Vorjahr: 213 Mio Euro). Wichtigster Wachstumstreiber war erneut das Commerce-Portfolio. ProSiebenSat.1 generierte zum Abschluss des ersten Halbjahres bereits 50 Prozent der Umsätze außerhalb des TV-Werbe-geschäfts (Vorjahr: 44 %). Das Unternehmen beschäftigt durchschnittlich 6.540 Mitarbeiter, wichtigster Umsatzmarkt ist Deutschland. Dort ist die ProSiebenSat.1-Aktie seit März 2016 im Leitindex DAX notiert.

Die ProSiebenSat.1 Group zählt zu den erfolgreichsten unabhängigen Medienunternehmen in Europa mit einer starken Präsenz im TV- und Digitalmarkt. Werbefinanziertes Free-TV ist das Kerngeschäft; hier ist der Konzern führend im deutschen TV-Markt. Gleichzeitig treibt der Konzern die digitale Transformation voran und diversifiziert sein Portfolio. Dazu nutzt er seinen Wettbewerbsvorteil und hebt Synergien, die sich aus der Vernetzung des reichweitenstarken TV-Repertoires mit digitalen Unterhaltungsangeboten ergeben. Schon heute ist ProSiebenSat.1 auch im Internet Deutschlands führender Bewegtbild-Vermarkter und einer der erfolgreichsten Anbieter für digitales Entertainment. Das Internet verändert jedoch nicht nur die Unterhaltungsindustrie, digitale Medien beeinflussen auch das Konsumentenverhalten. Deshalb hat ProSiebenSat.1 in den vergangenen Jahren ein erfolgreiches Commerce-Geschäft aus digitalen Plattformen aufgebaut, das inzwischen der größte Wachstumstreiber ist. Dieses Broadcasting, Digital Entertainment und Commerce-Portfolio komplettiert ein internationales Produktions- und Vertriebsnetzwerk. Damit steht ProSiebenSat.1 auf einer breit diversifizierten Umsatz- und Ergebnisbasis und wächst nachhaltig.

Umsatzerlöse

in Mio Euro

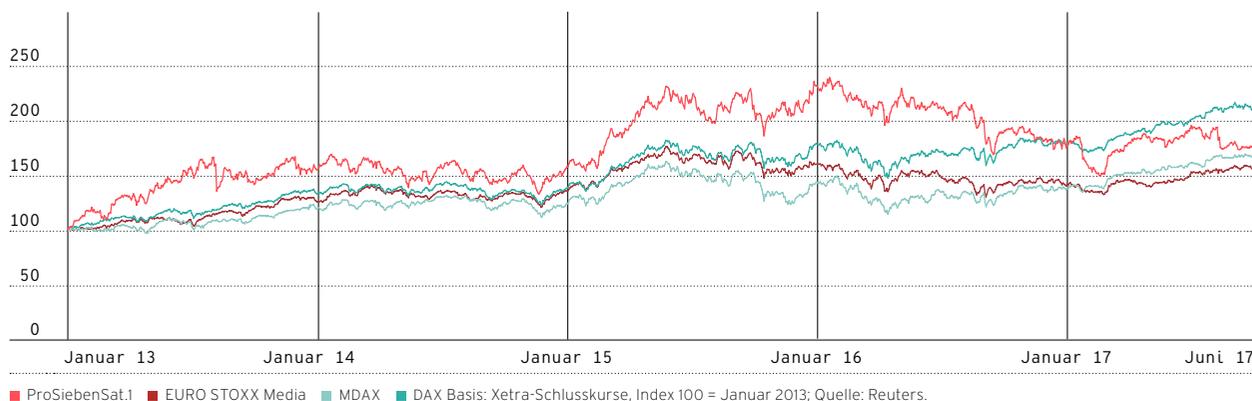


Adjusted EBITDA¹

in Mio Euro



Kursentwicklung der ProSiebenSat.1-Aktie



Alle Angaben beziehen sich auf die fortgeführten Aktivitäten.

¹ Seit 01.01.2017 Umbenennung des recurring EBITDA in adjusted EBITDA.

ERGEBNISSE 2016

+17 %	Umsatz 3.799 Mio Euro
+3 %	Broadcasting German-speaking 2.210 Mio Euro
+19 %	Digital Entertainment 442 Mio Euro
+65 %	Digital Ventures & Commerce 768 Mio Euro
+38 %	Content Production & Global Sales 362 Mio Euro

+10 %	Recurring EBITDA¹ 1.018 Mio Euro
+3 %	Broadcasting German-speaking 760 Mio Euro
-1 %	Digital Entertainment 37 Mio Euro
+33 %	Digital Ventures & Commerce 180 Mio Euro
+87 %	Content Production & Global Sales 47 Mio Euro

+10 %	Bereinigter Konzernüberschuss¹ 513 Mio Euro
--------------	--

1,9	Verschuldungsgrad
------------	--------------------------

28,0 %	Deutscher TV-Zuschauermarkt²
---------------	--

Alle Angaben beziehen sich auf die fortgeführten Aktivitäten.

PROGNOSEN 2017

Hoher einstelliger Anstieg

Leichter Anstieg

Deutlicher Anstieg

Deutlicher Anstieg

Mittlerer einstelliger Anstieg

Mittlerer einstelliger Anstieg

Leichter Anstieg

Stabil bis leichter Rückgang

Deutlicher Anstieg

Stabil bis leichter Anstieg

Mittlerer bis hoher einstelliger Anstieg

1,5 - 2,5

Führende Position auf hohem Niveau festigen

¹ Seit 01.01.2017 Umbenennung in adjusted EBITDA bzw. adjusted net income. Detaillierte Informationen enthält der Geschäftsbericht 2016 auf den Seiten 73 und 74.

² Werberelevante Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen.

A. KONZERNZWISCHENLAGEBERICHT

Wirtschaftsbericht: Q2 2017

Wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen

Entwicklung der Zuschauermarktanteile und Nutzerzahlen

Die ProSiebenSat.1 Group betreibt in Deutschland, Österreich und der Schweiz werbefinanzierte Free-TV-Sender und bietet diese sowohl in SD- als auch in HD-Qualität an (Abb. 1). In Deutschland haben die ProSiebenSat.1 Group und die RTL Mediengruppe Deutschland die höchste Reichweite (Zuschauer 14 bis 49 Jahre).

Zuschauermarktanteile der ProSiebenSat.1 Group nach Ländern (Abb. 1)

in Prozent	Q2 2017	Q2 2016	H1 2017	H1 2016
Deutschland	27,1	27,8	26,9	28,0
Österreich	27,7	22,6	27,0	23,1
Schweiz	17,2	16,7	17,1	17,5

Werte beziehen sich auf 24 Stunden (Mo - So). **Deutschland:** SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx, SAT.1 Gold, ProSieben MAXX, kabel eins Doku (seit 22.09.2016); werberelevante Zielgruppe E 14 - 49; Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK/TV Scope 6.1/SevenOne Media Committees Representation. **Österreich:** Basis: Österreich, alle Ebenen; Zeitraum: 01.01. - 30.06.2017 (endgültig gewichtet); E 12 - 49; SAT.1 Österreich, ProSieben Austria, kabel eins Austria, PULS 4, sixx Austria, ProSieben MAXX Austria, SAT.1 Gold Österreich, kabel eins Doku Österreich (ab 22.09.2016), ATV + ATV 2 (ab 07.04.2017 bei ProSiebenSat.1 PULS 4, davor eigenständige Gruppe); Quelle: AGTT/GfK: Fernsehforschung/EvoGenius Reporting (KR). **Schweiz:** SAT.1 Schweiz, ProSieben Schweiz, kabel eins Schweiz, sixx Schweiz, SAT.1 Gold Schweiz, ProSieben MAXX Schweiz, Puls 8 (seit 08.10.2015); werberelevante Zielgruppe E 15 - 49; Marktanteile beziehen sich auf die deutsche Schweiz, D - CH; Quelle: Mediapulse TV Panel.

Im Kernmarkt Deutschland ist ProSiebenSat.1 mit seinen sieben Free-TV-Sendern Marktführer. Der gemeinsame Marktanteil der Sendergruppe betrug im zweiten Quartal 27,1 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern (Vorjahr: 27,8%). Die von der IP Deutschland vermarkteten Sender (RTL, VOX, n-tv, Super RTL, RTL Nitro, RTLplus) kamen auf einen Marktanteil von 25,1 Prozent (Vorjahr: 23,0%).

Das Wettbewerbsumfeld im deutschen Free-TV-Markt hat sich wie erwartet intensiviert. So hat die RTL Mediengruppe vom Senderstart von RTLplus profitiert, der im Sendezeitraum 24. Juni bis 30. Juni 2017 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum 0,5 Prozent Marktanteile gewinnen konnte. Dabei hat sich das Set an bekannten TV-Marken nicht wesentlich verändert, SAT.1 und ProSieben zählen weiterhin zu den reichweitenstärksten Sendern der ProSiebenSat.1 Group. Hinzugekommen sind in den vergangenen Jahren jedoch zahlreiche neue Special-Interest-Sender.

Zuschauermarktanteile der ProSiebenSat.1-Sender in Deutschland (Abb. 2)

Zielgruppe 14 - 49 Jahre

in Prozent	Q2 2017	Q2 2016	H1 2017	H1 2016
SAT.1	8,3	8,6	8,4	8,7
ProSieben	9,7	10,2	9,7	10,5
kabel eins	4,8	5,2	4,8	5,1
sixx	1,2	1,4	1,1	1,4
SAT.1 Gold	1,4	1,3	1,4	1,3
ProSieben MAXX	1,3	1,0	1,2	1,0
kabel eins Doku ¹	0,3	-/-	0,3	-/-

Relevanzzielgruppen

in Prozent	Q2 2017	Q2 2016	H1 2017	H1 2016
SAT.1: Erwachsene 14 - 59 Jahre	8,3	8,5	8,4	8,6
ProSieben: Erwachsene 14 - 39 Jahre	12,9	13,8	12,9	14,2
kabel eins: Erwachsene 14 - 49 Jahre	4,8	5,2	4,8	5,1
sixx: Frauen 14 - 39 Jahre	1,7	2,2	1,7	2,1
SAT.1 Gold: Frauen 40 - 64 Jahre	2,5	2,7	2,3	2,5
ProSieben MAXX: Männer 14 - 39 Jahre	2,8	1,8	2,5	1,8
kabel eins Doku: Männer 40 - 64 Jahre	0,4	-/-	0,4	-/-

¹ Seit 22.09.2016.

Werte beziehen sich auf 24 Stunden (Mo - So). SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx, SAT.1 Gold, ProSieben MAXX, kabel eins Doku; Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK/TV Scope 6.1/SevenOne Media Committees Representation.



Im Vergleich zu dem im Geschäftsbericht 2016 auf den Seiten 75 bis 81 beschriebenen Grundlagen des Konzerns haben sich im zweiten Quartal bzw. ersten Halbjahr 2017 keine wesentlichen Änderungen ergeben.



Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen in diesem Halbjahresfinanzbericht nicht genau zur angegebenen Summe addieren lassen und dass dargestellte Prozentangaben nicht genau die absoluten Zahlen widerspiegeln, auf die sie sich beziehen.



Risiko- und Chancenbericht, Seite 22.

Im April 2017 hat die ProSiebenSat.1 Group die österreichische Sendergruppe ATV erworben. Vor diesem Hintergrund steigerte ProSiebenSat.1 PULS 4 in Österreich seinen gemeinsamen Zuschauermarktanteil bei den 12- bis 49-Jährigen um 5,1 Prozentpunkte auf 27,7 Prozent (Vorjahr: 22,6%). Davon entfiel auf die Sender ATV und ATV2 ein gemeinsamer Marktanteil von 4,4 Prozent. Die ProSiebenSat.1-Sender in der Schweiz steigerten ihren Gruppenmarktanteil im zweiten Quartal 2017 auf 17,2 Prozent (Vorjahr: 16,7%) bei den 15- bis 49-jährigen Zuschauern.

ProSiebenSat.1 verfolgt eine komplementäre Mehrsenderstrategie. Mit diesem Multi-Channel-Ansatz gewinnt der Konzern neue Zuschauer und bietet der Werbewirtschaft zugleich zusätzliche Umfeldler zur Zielgruppenansprache. Dabei gelingt es ProSiebenSat.1 auch, die junge Zielgruppe erfolgreich zu adressieren. Der Konzern profitiert davon, die digitale Transformation frühzeitig als Chance erkannt zu haben und diese Entwicklung in den für ihn relevanten Märkten aktiv mitzugestalten. Durch die Digitalisierung stehen heute vielfältige Digital-Entertainment-Angebote zur Verfügung: TV-Inhalte werden über unterschiedliche Endgeräte wie Smartphones und Tablets konsumiert und sind damit unabhängig von Ort und Zeit.

Vor diesem Hintergrund hat ProSiebenSat.1 ein erfolgreiches Portfolio aus Digitalplattformen etabliert. Auf Basis der von der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) zuletzt veröffentlichten Daten von März 2017 erreichten die vom ProSiebenSat.1-Werbezeitenvermarkter SevenOne Media betreuten Web-Angebote in Deutschland rund 33 Mio Unique User (Vormonat: rund 34 Mio Unique User). Das Multi-Channel-Network (MCN) Studio71 zählte mit rund 21 Mrd Video Views im zweiten Quartal 2017 (Vorjahr: rund 15 Mrd Video Views) weltweit zu den drei größten MCNs.

Durch crossmediale Vermarktungsmodelle im TV und auf digitalen Plattformen stärkt der Konzern die Zuschauerbindung und baut seine Reichweite aus. Zugleich eröffnen sich durch die Digitalisierung auch zusätzliche Erlösmodelle. So partizipiert ProSiebenSat.1 im Free-TV-Geschäft beispielsweise an technischen Freischaltentgelten, die Endkunden für Programme in HD-Qualität an die jeweiligen Anbieter entrichten. Die HD-Nutzerzahl steigt seit 2012 kontinuierlich und lag im zweiten Quartal 2017 bei 7,6 Mio Nutzern (Vorjahr: 6,7 Mio). Das Pay-Video-on-Demand (Pay-VoD)-Portal maxdome generiert zudem Umsätze aus Abonnements (SVoD) und Einzelabrufen: Im zweiten Quartal 2017 stieg die Anzahl der SVoD-Nutzer im Vergleich zum Vorjahr erneut um 23 Prozent auf über 1 Mio. Damit zählt maxdome zu den drei größten Online-Videotheken im deutschen Markt.

 Geschäftsentwicklung der Segemente, Seite 14.

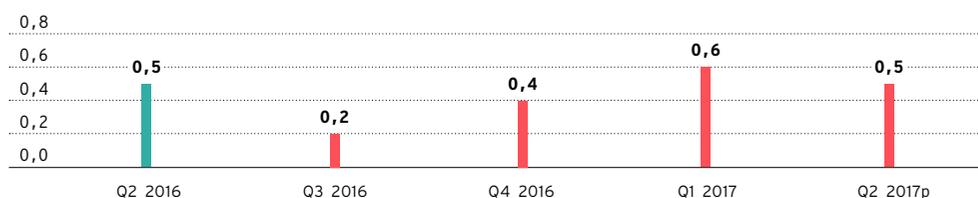
Entwicklung von Konjunktur und Werbemarkt

Die deutsche Wirtschaft ist im ersten Quartal 2017 im Vergleich zum Vorquartal real um 0,6 Prozent gewachsen und damit vergleichsweise dynamisch in das Jahr 2017 gestartet. Das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) prognostiziert für das zweite Quartal 2017 ein Wirtschaftswachstum von plus 0,5 Prozent.

 Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen, Seite 24.

Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts in Deutschland (Abb. 3)

in Prozent, Veränderung gegenüber Vorquartal



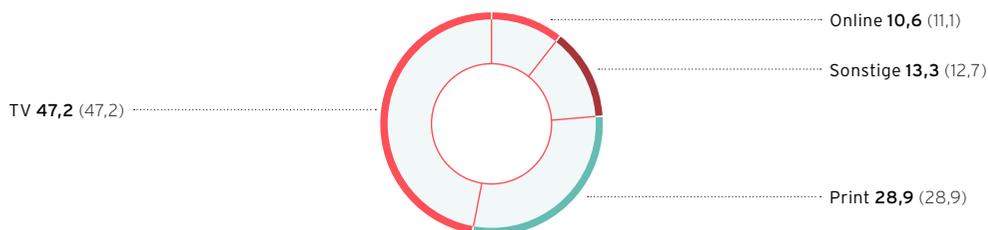
Verkettet, preis-, saison- und kalenderbereinigt; Quellen: Destatis, DIW-Konjunkturprognose vom 28.06.2017; p = Prognose.

Wesentliche Wachstumsimpulse kamen vom privaten Konsum, der von günstigen Arbeitsmarkt- und Einkommensbedingungen profitiert. Vor diesem Hintergrund ist auch der Einzelhandelsumsatz in der ersten Jahreshälfte um real 1,7 Prozent gewachsen (Januar bis Mai 2017); er macht rund ein Viertel des privaten Konsums aus. Besonders dynamisch entwickelte sich dabei der Internet- und Versandhandel (real: +7,2%). Für den Euroraum erwartet das ifo Institut im zweiten Quartal ein Wachstum von 0,5 Prozent gegenüber dem Vorquartal und damit eine stabile Fortsetzung des Aufwärtstrends.

Die Brutto-TV-Werbeinvestitionen in Deutschland stiegen laut Nielsen Media Research im zweiten Quartal 2017 leicht um 0,5 Prozent auf 3,551 Mrd Euro (Vorjahr: 3,534 Mrd Euro). Auf Halbjahressicht ergab sich eine Steigerung um 1,6 Prozent auf 6,974 Mrd Euro (Vorjahr: 6,867 Mrd Euro). Dabei hat Fernsehen im intermedialen Vergleich die höchste Relevanz: Im zweiten Quartal 2017 flossen 47,2 Prozent der Brutto-Werbeinvestitionen in TV-Werbung (Vorjahr: 47,2 %) (Abb. 4). Von Januar bis Juni stieg dieser Wert leicht auf 47,5 Prozent (Vorjahr: 47,4 %).

Media-Mix deutscher Brutto-Werbemarkt (Abb. 4)

in Prozent, Vorjahreswerte Q2 2016 in Klammern



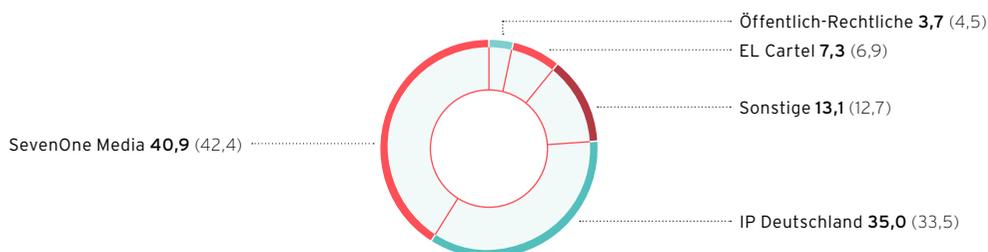
Quelle: Nielsen Media Research.

Auf Netto-Umsatzbasis entwickelte sich der Gesamtwerbemarkt aus Sicht von ProSiebenSat.1 im ersten Halbjahr 2017 leicht unter Vorjahr; dies dürfte im Wesentlichen durch die Entwicklung von Print getrieben worden sein. Auch der Netto-TV-Werbemarkt blieb in den ersten sechs Monaten nach unserer Einschätzung unter Vorjahr. Ursache hierfür ist neben hohen Vorjahresvergleichswerten insbesondere die Verlagerung von TV-Werbebudgets in das zweite Halbjahr 2017. Vor diesem Hintergrund entwickelten sich auch die TV-Werbeerlöse der ProSiebenSat.1 Group rückläufig; hier wirkte sich zusätzlich zu den oben genannten Gründen die akquisitionsbedingte Internalisierung von zuvor als Außenumsatz ausgewiesenen TV-Werbeerlösen von ParshipElite aus. Auf Jahres-sicht 2017 rechnet das Forschungsinstitut Magna Global mit einem Wachstum des Netto-TV-Werbemarkts um 1,5 Prozent.

 Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen, Seite 24.

Marktanteile deutscher Brutto-TV-Werbemarkt (Abb. 5)

in Prozent, Vorjahreswerte Q2 2016 in Klammern



Quelle: Nielsen Media Research.

ProSiebenSat.1 ist Marktführer im deutschen TV-Werbemarkt (Abb. 5 und Abb. 6) und erwirtschaftete laut Nielsen Media Research im zweiten Quartal 2017 TV-Werbeerlöse in Höhe von 1,452 Mrd Euro brutto (Vorjahr: 1,497 Mrd Euro). Auf Halbjahressicht erzielte das Unternehmen Brutto-Werbeerlöse in Höhe von 2,868 Mrd Euro (Vorjahr: 2,911 Mrd Euro). Daraus resultiert für das zweite Quartal 2017 ein Marktanteil von 40,9 Prozent (Vorjahr: 42,4 %); im ersten Halbjahr betrug der Werbemarktanteil 41,1 Prozent (Vorjahr: 42,4 %).

 Geschäftsentwicklung der Segmente, Seite 14.

TV-Werbemärkte in Deutschland, Österreich und der Schweiz auf Brutto-Basis (Abb. 6)

in Prozent	Entwicklung des TV-Werbemarkts Q2 2017 Abweichung vs. Vorjahr	Marktanteile ProSiebenSat.1 Q2 2017	Marktanteile ProSiebenSat.1 Q2 2016
Deutschland	+0,5	40,9	42,4
Österreich	+2,7	36,9	36,3
Schweiz	+0,2	29,3	25,3

TV-Werbemärkte in Deutschland, Österreich und der Schweiz auf Brutto-Basis (Fortsetzung)

in Prozent	Entwicklung des TV-Werbemarkts H1 2017 Abweichung vs. Vorjahr	Marktanteile ProSiebenSat.1 H1 2017	Marktanteile ProSiebenSat.1 H1 2016
Deutschland	+1,6	41,1	42,4
Österreich	+4,2	36,5	36,2
Schweiz	-4,0	28,5	27,2

Deutschland: Brutto, Nielsen Media. **Österreich:** Brutto, Media Focus.

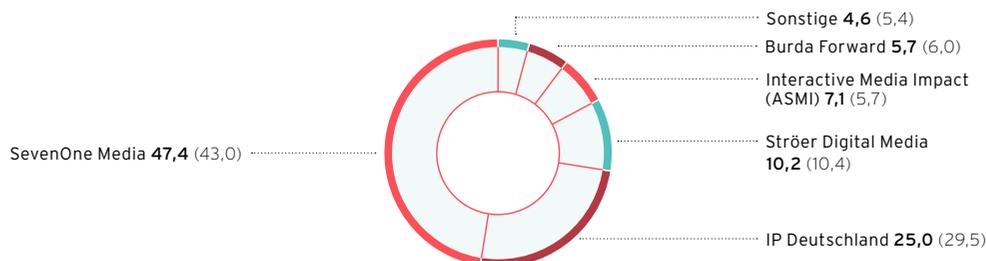
Schweiz: Die Werbemarktanteile beziehen sich auf die deutsche Schweiz, brutto, Media Focus.

 Nielsen Media Research weist für den Online-Werbemarkt in Deutschland Brutto-Zahlen aus, u. a. exklusive Google/YouTube, Facebook.

Nach einem schwächeren ersten Quartal verzeichnete der Werbemarkt für InStream-Videoanzeigen laut Nielsen Media Research im zweiten Quartal 2017 einen leichten Anstieg um 0,5 Prozentpunkte auf 151,4 Mio Euro brutto (Vorjahr: 150,6 Mio Euro). Im ersten Halbjahr betrug das Marktvolumen 280,3 Mio Euro (Vorjahr: 282,5 Mio Euro). InStream-Videoanzeigen sind Bewegtbild-Werbeformen im Internet, die vor, nach oder während eines Video-Streams gezeigt werden. Aus ihrer Vermarktung erwirtschaftete ProSiebenSat.1 im zweiten Quartal 2017 einen Brutto-Umsatz in Höhe von 71,7 Mio Euro (Vorjahr: 64,7 Mio Euro). Dies entspricht einem Zuwachs von 10,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr und einem führenden Marktanteil von 47,4 Prozent (Vorjahr: 43,0%) (Abb. 7). Im Sechsmonatszeitraum stiegen die Brutto-Umsatzerlöse der ProSiebenSat.1 Group um 11,3 Prozent auf 128,5 Mio Euro (Vorjahr: 115,4 Mio Euro). Daraus resultiert ein Marktanteil von 45,8 Prozent (Vorjahr: 40,9%). Insgesamt sanken die Investitionen in Online-Werbeformen in Deutschland im zweiten Quartal um 4,2 Prozent auf 798,1 Mio Euro (Vorjahr: 833,0 Mio Euro). Im Sechsmonatszeitraum betrugen die Investitionen 1,583 Mrd Euro (Vorjahr: 1,581 Mrd Euro). Der Online-Werbemarkt umfasst neben InStream-Videos auch Display Ads wie klassische Banner und Buttons.

Marktanteile deutscher Brutto-Online-Werbemarkt für InStream-Videoanzeigen (Abb. 7)

in Prozent, Vorjahreswerte Q2 2016 in Klammern



Quelle: Nielsen Media Research.

Die Werbemarktdaten von Nielsen Media Research sind wichtige Indikatoren für eine objektive Bewertung der Werbemarktentwicklung. Dennoch erlauben Brutto-Daten nur bedingt Rückschlüsse auf die tatsächlichen Werbeeinnahmen, da sie weder Rabatte und Eigenwerbung noch Agenturprovisionen berücksichtigen. Zudem beinhalten die Zahlen auch TV-Spots aus Media-for-Revenue-Share- und Media-for-Equity-Geschäften. Die großen digitalen Player sind in den Nielsen-Zahlen ebenfalls nicht reflektiert.

Wesentliche Einflussfaktoren auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Auswirkungen der Rahmenbedingungen auf den Geschäftsverlauf

Wir haben unser profitables Wachstum trotz der im zweiten Quartal 2017 schwächeren Entwicklung des TV-Werbemarkts fortgesetzt: Die ProSiebenSat.1 Group hat das zweite Quartal 2017 mit einem Umsatz von 962 Mio Euro abgeschlossen (Vorjahr: 886 Mio Euro). Das entspricht einem Wachstum von 9 Prozent. Gleichzeitig hat der Konzern seine relevanten Ergebnisgrößen weiter gesteigert: Das um Sondereffekte bereinigte EBITDA (adjusted EBITDA) erhöhte sich um 6 Prozent auf 270 Mio Euro



Ertragslage des Konzerns, Seite 10.

(Vorjahr: 254 Mio Euro), der bereinigte Konzernüberschuss (adjusted net income) verzeichnete einen Anstieg um 9 Prozent auf 144 Mio Euro (Vorjahr: 133 Mio Euro). Im ersten Halbjahr 2017 steigerte ProSiebenSat.1 seinen Umsatz um 11 Prozent auf 1.872 Mio Euro (Vorjahr: 1.688 Mio Euro).

Wichtigster Wachstumstreiber war erneut das Commerce-Portfolio. Der Netto-TV-Werbemarkt entwickelte sich unter Vorjahr, sodass die Konzerneinnahmen aus TV-Werbung zurückgingen. Für das zweite Halbjahr rechnen wir mit einem wieder positiven Umfeld im TV-Werbemarkt. 49 Prozent oder 474 Mio Euro des Konzernumsatzes erwirtschaftete ProSiebenSat.1 im zweiten Quartal 2017 aus Bewegtbild-Werbung im TV (Vorjahr: 56 % bzw. 497 Mio Euro); auf den deutschen Markt entfielen davon 85 Prozent (Vorjahr: 87 %). Im ersten Halbjahr generierte der Konzern 50 Prozent seiner Erlöse aus der Vermarktung von TV-Werbezeiten (Vorjahr: 56 %).

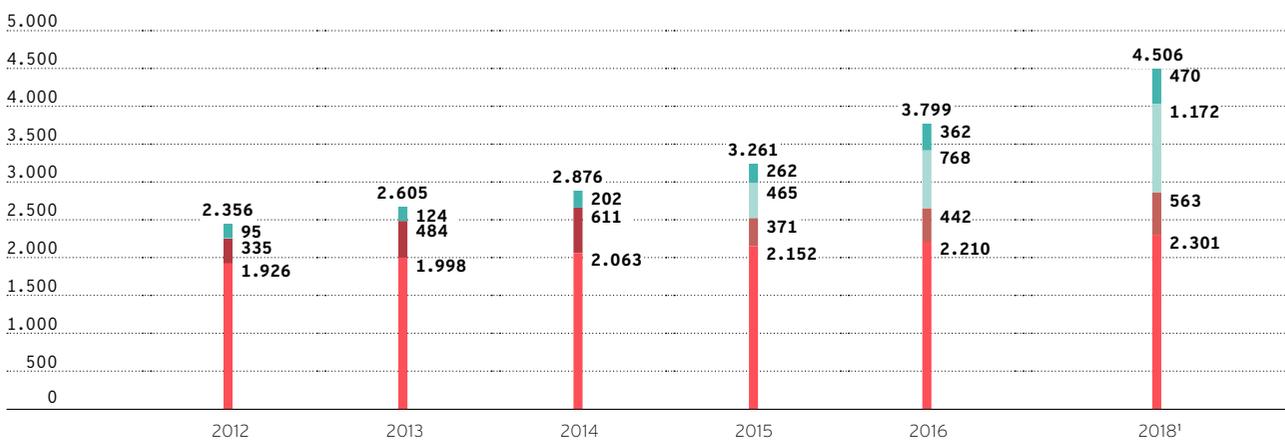
Die ProSiebenSat.1 Group treibt die Transformation von einem klassischen TV-Unternehmen zu einem Digitalkonzern mit einem diversifizierten Geschäftsportfolio konsequent voran. Die zunehmende Bedeutung digitaler Übertragungswege eröffnet uns neue Refinanzierungsmodelle und Wachstumchancen. Deshalb verfolgt ProSiebenSat.1 eine digitale Entertainment-Strategie und deckt damit die modernen Mediennutzungsformen ab: Neben Werbeeinnahmen erwirtschaftet ProSiebenSat.1 im Segment Digital Entertainment Subskriptions- und transaktionsbasierte Umsätze, etwa aus dem Video-on-Demand (VoD)-Angebot von maxdome. Im Free-TV-Segment hat sich der Konzern über die Distribution von Sendern in HD-Qualität ein zusätzliches Geschäftsmodell mit konjunkturunabhängigen und dynamisch wachsenden Umsätzen erschlossen. Die Digitalisierung verändert jedoch nicht nur unser Mediennutzungsverhalten; die hohe Relevanz des Internets beeinflusst das gesamte Konsumverhalten: Angeregt durch TV-Werbung hat beispielsweise fast die Hälfte aller Deutschen bereits ein Produkt im Internet gekauft. Aus diesem Grund investiert ProSiebenSat.1 in Commerce-Angebote, die eine breite Masse adressieren und deren Produktwelten für Bewegtbild-Werbung besonders geeignet sind. Den Erfolg dieser Strategie misst das Unternehmen an der Umsatz- und Ergebnissteigerung in seinen Segmenten. Im Hinblick auf seine Ziele bis Ende 2018 ist der Konzern auf Kurs (Abb. 8): Zum Quartalsende hat das Unternehmen bereits 76 Prozent seines mittelfristigen Umsatzziels erreicht.



Geschäftsentwicklung der Segmente, Seite 14.

Umsatzwachstumsziele 2018 (Abb. 8)

in Mio Euro



Zielerreichung Q2 2017	Broadcasting German-speaking	Digital Entertainment	Digital Ventures & Commerce	Content Production & Global Sales	ProSiebenSat.1 Group
in Mio Euro	281	215	815	293	1.627
in Prozent	75	64	77	78	76

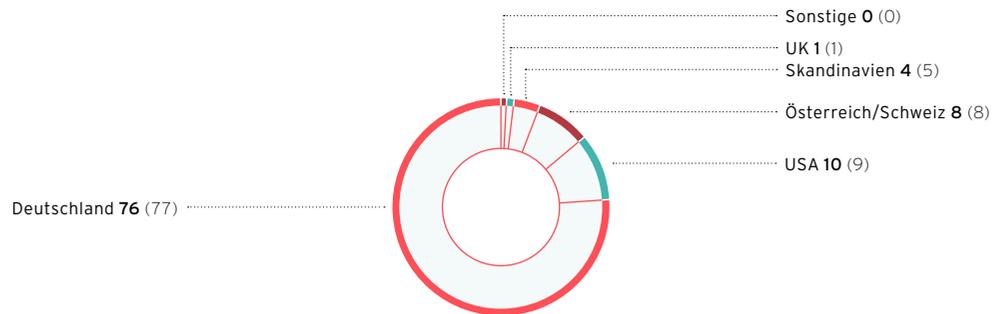
■ = Content Production & Global Sales
■ = Digital Ventures & Commerce
■ = Digital Entertainment
■ = Broadcasting German-speaking
■ = Digital & Adjacent

Externe Segment-Umsatzerlöse und Konzernumsatz aus fortgeführten Aktivitäten.
¹ Wachstumsziele

Während makroökonomische Rahmenbedingungen sowie branchenspezifische und strukturelle Effekte unsere Geschäftsentwicklung dabei deutlich beeinflussen können, haben Währungseffekte keine materiellen Auswirkungen auf die finanzielle Situation des Konzerns. ProSiebenSat.1 ist zwar international aufgestellt, das Unternehmen generiert den Großteil seiner Umsätze jedoch in Deutschland und damit in der Eurozone (Abb. 9). Weitere Ausführungen hierzu, und insbesondere zum Einsatz derivativer Finanzinstrumente, enthält der Geschäftsbericht 2016 auf Seite 159.

Umsatz nach Regionen (Abb. 9)

in Prozent, Vorjahreswerte Q2 2016 in Klammern



Änderungen im Konsolidierungskreis

Die österreichische Sendergruppe ATV wird seit dem zweiten Quartal 2017 vollkonsolidiert. ProSiebenSat.1 hatte im ersten Quartal über seine Tochter ProSiebenSat.1 PULS 4 einen Kaufvertrag über den Erwerb von ATV von der Tele München Fernseh GmbH & Co. geschlossen. Die Transaktion wurde Anfang April abgeschlossen.

Anhang, Ziffer 3
„Akquisitionen, Verkäufe
und sonstige Transaktionen im
Zusammenhang mit Tochter-
unternehmen“, Seite 34.

Der Konzern hat zudem im Juni 2017 weitere Portfoliomaßnahmen durchgeführt. Dazu zählen die Übernahme der Mehrheit an der Jochen Schweizer GmbH, einem führenden Anbieter für Erlebnisgeschenke in Deutschland, Österreich und der Schweiz, sowie der Verkauf der Anteile an der eTRAVELi Holding AB an den internationalen Finanzinvestor CVC Capital Partners. Seit der Übernahme durch ProSiebenSat.1 im November 2015 hat etraveli Umsatz und Ergebnis signifikant gesteigert, der Unternehmenswert wurde in diesem Zeitraum mehr als verdoppelt. Beide Transaktionen stehen unter Vorbehalt der Genehmigung durch die zuständigen Kartellbehörden. Die Transaktionen werden voraussichtlich im dritten (etraveli) bzw. vierten Quartal 2017 (Jochen Schweizer) abgeschlossen sein und im Konsolidierungskreis berücksichtigt werden.

Zudem hat der Konzern im Juni 2017 einen Großteil seines eigenen Media-for-Equity-Portfolios an den US-amerikanischen Private Equity Fonds Lexington Partners verkauft. Dabei wurden ausgewählte Minderheitsbeteiligungen von SevenVentures und anderen Konzerngesellschaften an den neu gegründeten Fonds Crosslantic Capital übertragen. Die Transaktion wurde Anfang Juli abgeschlossen, die Berücksichtigung im Konsolidierungskreis erfolgt im dritten Quartal.

Ertragslage des Konzerns

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im zweiten Quartal 2017

Überleitung Gewinn- und Verlustrechnung (Abb. 10)

in Mio Euro	Q2 2017 IFRS	Adjust- ments	Q2 2017 Adjusted
Umsatzerlöse	962	-/-	962
Gesamtkosten	-762	-30	-732
davon operative Kosten	-696	-/-	-696
davon Abschreibungen ¹	-53	-17	-36
Sonstige betriebliche Erträge	4	0	4
Betriebsergebnis (EBIT)	205	-29	234
Finanzergebnis	-26	-7	-19
Ergebnis vor Steuern	179	-37	215
Ertragsteuern	-57	8	-65
Konzernergebnis fortgeführter Aktivitäten	121	-29	150
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten nach Steuern	-/-	-/-	-/-
KONZERNERGEBNIS	121	-29	150
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Ergebnis	117	-27	144 ²
Ergebnisanteil anderer Gesellschafter	4	-2	6
Ergebnis vor Steuern	179	-37	215
Finanzergebnis	-26	-7	-19
Betriebsergebnis	205	-29	234
Abschreibungen	-53	-17	-36
davon PPA	-13	-13	-/-
EBITDA	258	-12	270³

¹ Abschreibungen und Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

Die ProSiebenSat.1 Group verwendet mit dem adjusted net income (2) und dem adjusted EBITDA (3) auch sogenannte Non-IFRS-Kennzahlen. Mit Beginn des Geschäftsjahres 2017 veröffentlicht ProSiebenSat.1 hierzu eine um bestimmte Einflüsse bereinigte vollständige Ergebnisrechnung. Diese Veröffentlichung berücksichtigt die Entwicklung in der Berichtspraxis zu Non-IFRS-Kennzahlen sowie die erhöhten regulatorischen Transparenzanforderungen in diesem Bereich. Detaillierte Informationen enthält der Geschäftsbericht 2016 auf den Seiten 73 und 74.

Die ProSiebenSat.1 Group steigerte ihren Konzernumsatz im zweiten Quartal 2017 auf 962 Mio Euro. Dies ist eine Zunahme gegenüber dem Vorjahr um 9 Prozent oder 76 Mio Euro. 51 Prozent (Vorjahr: 44%) seiner externen Umsätze generierte der Konzern außerhalb des TV-Werbegegeschäfts. Wichtigster Wachstumstreiber war erneut das Segment Digital Ventures & Commerce; es trug 227 Mio Euro zum Konzernumsatz bei. Die externen Umsätze im Segment Broadcasting German-speaking sind hingegen um 2 Prozent auf 529 Mio Euro gesunken.

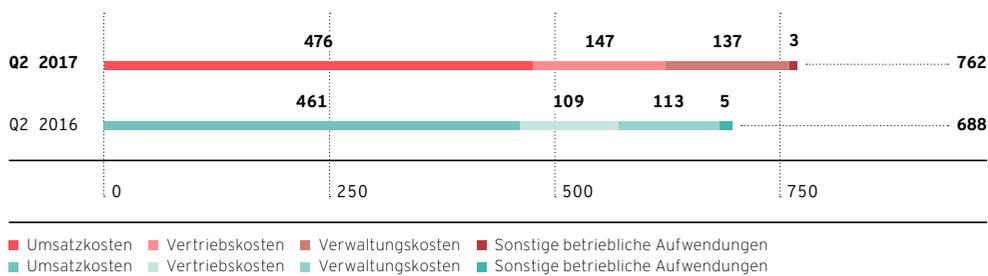
Die Gesamtkosten erhöhten sich gegenüber dem zweiten Quartal 2016 um 11 Prozent bzw. 74 Mio Euro auf 762 Mio Euro (Abb. 10). Die Entwicklung reflektiert die Erstkonsolidierung verschiedener Commerce-Plattformen und insbesondere der PARSHIP ELITE Group seit Oktober 2016. Der Konzern investiert in neue Wachstumsfelder und hat sein Portfolio in den vergangenen Monaten insbesondere durch Akquisitionen im Digitalbereich erweitert. Vor diesem Hintergrund sind auch die in den Gesamtkosten enthaltenen Personalkosten gestiegen, sie betragen 168 Mio Euro (Vorjahr: 137 Mio Euro). Der Gesamt-Werteverzehr des Programmvermögens ist programmplanungsbedingt um 11 Prozent auf 190 Mio Euro gesunken (Vorjahr: 212 Mio Euro). Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände nahmen um 5 Prozent bzw. 2 Mio Euro zu und beliefen sich auf 38 Mio Euro. Dabei verringerten sich die Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen um 2 Mio Euro auf 13 Mio Euro; Ursache hierfür waren Wertminderungen auf Marken im Vorjahr. In Summe verzeichneten die in den Gesamtkosten erfassten Abschreibungen eine Steigerung um 7 Mio Euro auf 53 Mio Euro.



Geschäftsentwicklung
der Segmente, Seite 14.

Gesamtkosten (Abb. 11)

in Mio Euro



Die operativen Kosten beliefen sich auf 696 Mio Euro (Vorjahr: 638 Mio Euro). Dies entspricht einem Anstieg von 9 Prozent im Vergleich zum zweiten Quartal 2016. Die operativen Kosten sind die für das adjusted EBITDA relevante Kostenposition (Abb 12).

Überleitungsrechnung operative Kosten (Abb. 12)

in Mio Euro	Q2 2017	Q2 2016
Gesamtkosten	762	688
Zu bereinigende Aufwendungen	-12	-3
Abschreibungen ¹	-53	-47
Operative Kosten	696	638

¹ Abschreibungen und Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

Das um Sondereffekte bereinigte EBITDA (adjusted EBITDA) stieg um 6 Prozent auf 270 Mio Euro (Vorjahr: 254 Mio Euro). Die adjusted EBITDA-Marge betrug 28,1 Prozent (Vorjahr: 28,7%) und reflektiert die Entwicklung der Umsatzverteilung nach Segmenten. Das Konzern-EBITDA lag mit 258 Mio Euro auf Vorjahresniveau (Vorjahr: 258 Mio Euro) und beinhaltet Sondereffekte in Höhe von insgesamt minus 12 Mio Euro (Vorjahr: +4 Mio Euro) (Abb. 13). Dazu zählen unter anderem Aufwendungen im Zuge von Reorganisationen in Höhe von 4 Mio Euro (Vorjahr: 2 Mio Euro), die insbesondere die Segmente Broadcasting German-speaking und Digital Ventures & Commerce betrafen. Aus M&A-Projekten resultierten zudem Kosten in Höhe von 5 Mio Euro (Vorjahr: 5 Mio Euro), die im Wesentlichen auf das Segment Digital Ventures & Commerce entfallen. Die sonstigen EBITDA-Effekte betragen minus 4 Mio Euro (Vorjahr: +5 Mio Euro) und beinhalten unter anderem Bewertungseffekte im Zusammenhang mit der Veräußerung der eTRAVELi Holding AB sowie im Vorjahr vor allem positive Bewertungseffekte auf die anteilsbasierte Vergütung mit Barausgleich (Group Share Plan). Demgegenüber steht für das Vorjahr ein einmaliger Ertrag in Höhe von 6 Mio Euro aus dem Verkauf der Games-Sparte (Q2 2017: 0 Mio Euro).

 Geschäftsentwicklung der Segmente, Seite 14.

 Weitere Informationen zum Group Share Plan beinhaltet der Geschäftsbericht 2016.

Überleitungsrechnung adjusted EBITDA (Abb. 13)

in Mio Euro	Q2 2017	Q2 2016
Ergebnis vor Steuern	179	201
Finanzergebnis	-26	-10
Betriebsergebnis (EBIT)	205	211
Abschreibungen ¹	53	47
davon Kaufpreisallokationen	13	15
EBITDA	258	258
Sondereffekte (saldiert) ²	12	-4
Adjusted EBITDA	270	254

¹ Abschreibungen und Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

² Differenz aus zu bereinigenden Aufwendungen in Höhe von 12 Mio Euro (Vorjahr: 3 Mio Euro) und Erträgen von 0 Mio Euro (Vorjahr: 6 Mio Euro).

Das Finanzergebnis betrug minus 26 Mio Euro (Vorjahr: -10 Mio Euro) und ist durch gegenläufige Entwicklungen geprägt. Hauptursache hierfür ist die Entwicklung des sonstigen Finanzergebnis-

ses; es belief sich auf minus 11 Mio Euro im Vergleich zu plus 12 Mio Euro im Vorjahr. Der hohe Vorjahresvergleichswert ist geprägt durch eine positiven Bewertungsänderung auf die Anteile der ZeniMax in Höhe von 30 Mio Euro; im Zuge der Reorganisation des Games-Portfolios hatte der Konzern im Jahr 2016 seine Beteiligung am Computerspielpublisher ZeniMax veräußert.

Für das zweite Quartal diesen Jahres weist der Konzern Wertberichtigungen und Wertaufholungen auf Finanzbeteiligungen in Höhe von saldiert minus 10 Mio Euro aus (Vorjahr: 18 Mio Euro). Darin enthalten sind positive Bewertungsänderungen auf die jüngst veräußerten Media-for-Equity-Beteiligungen der ProSiebenSat.1 Group in Höhe von saldiert 6 Mio Euro sowie Bewertungsänderungen von Put-Optionsverbindlichkeiten in Höhe von saldiert minus 7 Mio Euro (Vorjahr: -4 Mio Euro). Demgegenüber stehen Abschreibungen auf Finanzbeteiligungen in Höhe von 9 Mio Euro (Vorjahr: 7 Mio Euro); davon entfallen 7 Mio Euro auf PlutoTV.

Während sich das sonstige Finanzergebnis aus den genannten Gründen verringert hat, verbesserte sich das Zinsergebnis deutlich auf minus 14 Mio Euro (Vorjahr: -23 Mio Euro). Dies ist zum einen auf geringere Zinsen aus Ertragsteuernachzahlungen zurückzuführen, zum anderen reduzierten sich die Aufwendungen für Zinsswaps.

Aus den beschriebenen Entwicklungen ergibt sich ein Vorsteuerergebnis von 179 Mio Euro, gegenüber 201 Mio Euro im Vorjahr (-11% ggü. Vorjahr). Der Ertragsteueraufwand betrug 57 Mio Euro (Vorjahr: 63 Mio Euro) bei einer Steuerquote von 32,0 Prozent (Vorjahr: 31,5%). Damit verringerte sich auch das Konzernergebnis aus fortgeführten Aktivitäten, es belief sich auf 121 Mio Euro (-12% oder -16 Mio Euro ggü. Vorjahr). Das Konzernergebnis abzüglich Ergebnisanteil anderer Gesellschafter betrug 117 Mio Euro (Vorjahr: 136 Mio Euro). Der bereinigte Konzernüberschuss (adjusted net income) verzeichnete eine Zunahme (Abb. 14). Er stieg um 9 Prozent auf 144 Mio Euro (Vorjahr: 133 Mio Euro). Das unverwässerte bereinigte Ergebnis je Aktie erhöhte sich entsprechend um 2 Prozent auf 0,63 Euro (Vorjahr: 0,62 Euro).

**Überleitungsrechnung bereinigter Konzernüberschuss aus fortgeführten Aktivitäten
(adjusted net income) (Abb. 14)**

in Mio Euro	Q2 2017	Q2 2016
Konzernergebnis abzüglich Ergebnisanteil anderer Gesellschafter	117	136
EBITDA adjustments	12	-4
Abschreibungen aus Kaufpreisalokationen ¹	15	15
Wertberichtigungen auf sonstige Finanzbeteiligungen	15	8
Bewertungsänderung der Anteile an der ZeniMax Media Inc.	-/-	-30
Put-Optionen/Earn Outs	4	6
Bewertungseffekte aus Finanzderivaten	1	3
Neueinschätzung steuerlicher Risiken	-2	0
Sonstige Effekte ²	-9	-1
Steuereffekte	-8	1
Minderheiten	-2	-1
Bereinigter Konzernüberschuss (adjusted net income)	144	133

¹ Inkl. Effekte auf assoziierte Unternehmen, die nach der at-Equity-Methode konsolidiert werden.

² Die sonstigen Effekte beinhalten Bewertungseffekte auf strategische Investitionen im Bereich Digital Ventures & Commerce in Höhe von minus 14 Mio Euro (Vorjahr: -1 Mio Euro) sowie Abschreibungen auf Mietereinbauten und sonstige immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 4 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro).

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr 2017

Überleitung Gewinn- und Verlustrechnung (Abb. 15)

in Mio Euro	H1 2017 IFRS	Adjust- ments	H1 2017 Adjusted
Umsatzerlöse	1.872	-/-	1.872
Gesamtkosten	-1.568	-76	-1.492
davon operative Kosten	-1.423	-/-	-1.423
davon Abschreibungen ¹	-107	-38	-69
Sonstige betriebliche Erträge	10	0	9
Betriebsergebnis (EBIT)	314	-76	389
Finanzergebnis	-37	4	-41
Ergebnis vor Steuern	276	-72	348
Ertragsteuern	-88	17	-105
Konzernergebnis fortgeführter Aktivitäten	188	-55	243
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten nach Steuern	-/-	-/-	-/-
KONZERNERGEBNIS	188	-55	243
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Ergebnis	181	-51	233 ²
Ergebnisanteil anderer Gesellschafter	7	-4	10
Ergebnis vor Steuern	276	-72	348
Finanzergebnis	-37	4	-41
Betriebsergebnis	314	-76	389
Abschreibungen	-107	-38	-69
davon PPA	-27	-27	-/-
EBITDA	421	-37	458³

¹ Abschreibungen und Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

Die ProSiebenSat.1 Group verwendet mit dem adjusted net income (**2**) und dem adjusted EBITDA (**3**) auch sogenannte Non-IFRS-Kennzahlen. Mit Beginn des Geschäftsjahres 2017 veröffentlicht ProSiebenSat.1 hierzu eine um bestimmte Einflüsse bereinigte vollständige Ergebnisrechnung. Diese Veröffentlichung berücksichtigt die Entwicklung in der Berichtspraxis zu Non-IFRS-Kennzahlen sowie die erhöhten regulatorischen Transparenzanforderungen in diesem Bereich. Detaillierte Informationen enthält der Geschäftsbericht 2016 auf den Seiten 73 und 74.

Die Umsatz- und Ergebnisperformance des ersten Halbjahres 2017 spiegelt die Entwicklungen aus dem zweiten Quartal diesen Jahres wider: Auf Halbjahressicht steigerte der Konzern seinen Gesamtumsatz um 11 Prozent oder 184 Mio Euro auf 1.872 Mio Euro. Die operativen Kosten stiegen um 12 Prozent und betragen 1.423 Mio Euro (Vorjahr: 1.274 Mio Euro). Vor diesem Hintergrund verzeichnete das um Sondereffekte bereinigte EBITDA einen Anstieg um 8 Prozent auf 458 Mio Euro (Vorjahr: 424 Mio Euro). Das bereinigte Konzernergebnis (adjusted net income) betrug 233 Mio Euro (Vorjahr: 213 Mio Euro). Das EBITDA entwickelte sich hingegen stabil und belief sich auf 421 Mio Euro (Vorjahr: 420 Mio Euro); es beinhaltet Sondereffekte in Höhe von 37 Mio Euro (Vorjahr: 5 Mio Euro). Darin enthalten sind primär Aufwendungen im Zuge von Reorganisationen in Höhe von 20 Mio Euro (Vorjahr: 3 Mio Euro). Diese entfallen im Wesentlichen auf das Segment Broadcasting German-speaking und betreffen vor allem einen außerplanmäßigen Werteverzehr auf das Programmvermögen im Zusammenhang mit der Akquisition und Neuorganisation der österreichischen Sendergruppe ATV. Aus M&A-Projekten resultierten zudem Kosten in Höhe von 9 Mio Euro (Vorjahr: 8 Mio Euro) insbesondere im Segment Digital Ventures & Commerce. Die sonstigen EBITDA-Effekte betragen minus 8 Mio Euro (Vorjahr: -1 Mio Euro) und beinhalten unter anderem Bewertungseffekte im Zusammenhang mit der Veräußerung der eTRAVELi Holding AB sowie positive Bewertungseffekte auf die anteilsbasierte Vergütung mit Barausgleich. Demgegenüber steht für das Vorjahr ein einmaliger Ertrag in Höhe von 6 Mio Euro aus dem Verkauf der Games-Sparte (H1 2017: 0 Mio Euro).

Überleitungsrechnung adjusted EBITDA (Abb. 16)

in Mio Euro	H1 2017	H1 2016
Ergebnis vor Steuern	276	299
Finanzergebnis	-37	-34
Betriebsergebnis (EBIT)	314	333
Abschreibungen ¹	107	86
davon Kaufpreisallokationen	27	25
EBITDA	421	420
Sondereffekte (saldiert) ²	37	5
Adjusted EBITDA	458	424

¹ Abschreibungen und Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

² Differenz aus zu bereinigenden Aufwendungen in Höhe von 38 Mio Euro (Vorjahr: 11 Mio Euro) und Erträgen von 0 Mio Euro (Vorjahr: 6 Mio Euro).

Überleitungsrechnung bereinigter Konzernüberschuss aus fortgeführten Aktivitäten (adjusted net income) (Abb. 17)

in Mio Euro	H1 2017	H1 2016
Konzernergebnis abzüglich Ergebnisanteil anderer Gesellschafter	181	203
EBITDA adjustments	37	5
Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen ¹	30	25
Wertberichtigungen auf sonstige Finanzbeteiligungen	17	8
Bewertungsänderung der Anteile an der ZeniMax Media Inc.	-/-	-30
Put-Optionen/Earn Outs	-3	4
Bewertungseffekte aus Finanzderivaten	0	7
Neueinschätzung steuerlicher Risiken	1	0
Sonstige Effekte ²	-11	-1
Steuereffekte	-17	-5
Minderheiten	-4	-1
Bereinigter Konzernüberschuss (adjusted net income)	233	213

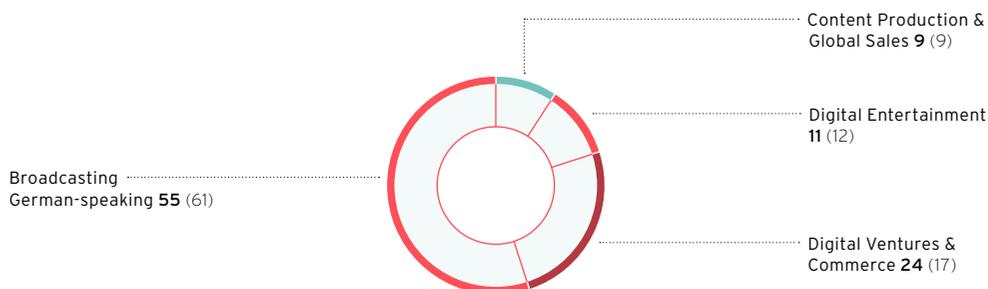
¹ Inkl. Effekte auf assoziierte Unternehmen, die nach der at-Equity-Methode konsolidiert werden.

² Die sonstigen Effekte beinhalten Bewertungseffekte auf strategische Investitionen im Bereich Digital Ventures & Commerce in Höhe von minus 23 Mio Euro (Vorjahr: -1 Mio Euro) sowie Abschreibungen auf Mietereinbauten und sonstige immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 11 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro).

Geschäftsentwicklung der Segmente

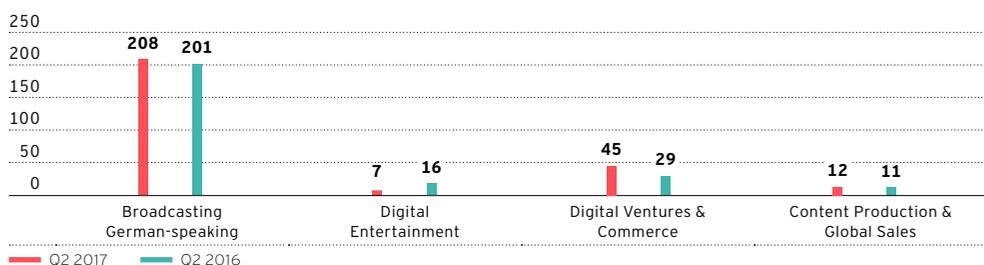
Umsatz nach Segmenten (Abb. 18)

in Prozent, Vorjahreswerte Q2 2016 in Klammern



Adjusted EBITDA nach Segmenten (Abb. 19)

in Mio Euro



Anhang, Ziffer 2
„Segmentberichterstattung“
Seite 33.

Künftige wirtschaftliche
und branchenspezifische
Rahmenbedingungen,
Seite 24.

Entwicklung von
Konjunktur und
Werbemarkt, Seite 5.

Segment Broadcasting German-speaking

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im zweiten Quartal 2017

Die **Außenumsätze** des Segments Broadcasting German-speaking beliefen sich im zweiten Quartal 2017 auf 529 Mio Euro. Dies entspricht einem Rückgang um 2 Prozent oder 12 Mio Euro gegenüber dem Vorjahr. Die Umsatzentwicklung reflektiert die rückläufigen TV-Werbeinnahmen in Deutschland und der Schweiz. Die Einnahmen aus TV-Werbung in Österreich sind hingegen akquisitionsbedingt gestiegen; im April hatte die ProSiebenSat.1 Group die österreichische Sendergruppe ATV erworben. Gleichzeitig entwickelten sich die Distributionserlöse im zweiten Quartal 2017 weiter positiv. Die aus den Leistungsbeziehungen zwischen dem TV- und Digitalgeschäft resultierenden internen Umsätze im Segment Broadcasting German-speaking verzeichneten einen Anstieg um 42 Prozent auf 34 Mio Euro (Vorjahr: 24 Mio Euro).

Trotz des leichten Umsatzrückgangs erhöhte sich das **adjusted EBITDA** um 4 Prozent bzw. 7 Mio Euro auf 208 Mio Euro, die korrespondierende **adjusted EBITDA-Marge** stieg auf 37,0 Prozent (Vorjahr: 35,6%). Das **EBITDA** betrug 205 Mio Euro (Vorjahr: 206 Mio Euro). Die ProSiebenSat.1 Group hat im zweiten Quartal insbesondere von geringeren Programmkosten profitiert.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr 2017

Auf Halbjahressicht lag der **externe Segmentumsatz** mit 1.031 Mio Euro nahezu auf Vorjahresniveau (Vorjahr: 1.034 Mio Euro). Das **EBITDA** verringerte sich um 3 Prozent auf 321 Mio Euro (Vorjahr: 332 Mio Euro). Darin enthalten sind Sondereffekte insbesondere aus Reorganisationen im Zusammenhang mit dem Erwerb von ATV im ersten Quartal 2017. Das um Sondereffekte bereinigte **adjusted EBITDA** stieg um 4 Prozent bzw. 13 Mio Euro auf 345 Mio Euro, die **adjusted EBITDA-Marge** betrug 31,3 Prozent (Vorjahr: 30,8%).

Kennzahlen Segment Broadcasting German-speaking (Abb. 20)

in Mio Euro	Q2 2017	Q2 2016	H1 2017	H1 2016
Segment-Umsatzerlöse	562	564	1.102	1.079
Außenumsätze	529	541	1.031	1.034
Innenumsätze	34	24	71	45
EBITDA	205	206	321	332
Adjusted EBITDA	208	201	345	332
Adjusted EBITDA-Marge ¹ (in %)	37,0	35,6	31,3	30,8

¹ Auf Basis der Segment-Umsatzerlöse.

Segment Digital Entertainment

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im zweiten Quartal 2017

Das Segment Digital Entertainment verzeichnete im zweiten Quartal 2017 einen Umsatzrückgang um 2 Prozent auf 108 Mio Euro (Vorjahr: 110 Mio Euro). Ursache hierfür war insbesondere die Entkonsolidierung des Games-Geschäfts zum Ende des zweiten Quartals 2016. Zudem wirkte sich die rückläufige Umsatzentwicklung im Musik- und Event-Bereich (Adjacent) aufgrund des weiterhin schwierigen Marktumfelds aus. Die Umsätze im Online-Video-Geschäft haben sich hingegen dynamisch entwickelt; wesentlicher Wachstumstreiber war das MCN Studio71. Bereinigt um den Games-Effekt wäre der Segmentumsatz um 8 Prozent gestiegen.

Die unter anderem wachstumsbedingt durch Studio71 höheren Kosten führten zu einem Rückgang des **adjusted EBITDA** auf 7 Mio Euro (Vorjahr: 16 Mio Euro). Die korrespondierende **adjusted EBITDA-Marge** betrug 6,2 Prozent (Vorjahr: 13,4%). Das **EBITDA** verzeichnete ebenfalls einen Rückgang und belief sich auf 8 Mio Euro (Vorjahr: 19 Mio Euro).

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr 2017

Auch auf Halbjahressicht konnte das strategisch wichtige Online-Video-Geschäft die Entkonsolidierung von Games sowie die Entwicklung des Adjacent-Geschäfts nur teilweise kompensieren. Mit 205 Mio Euro lag der **externe Umsatz** im Segment Digital Entertainment auf Vorjahresniveau (Vorjahr: 205 Mio Euro). Gleichzeitig verringerten sich die Ergebnisgrößen: Im Sechsmonatszeitraum betrug das **EBITDA** 4 Mio Euro (Vorjahr: 18 Mio Euro), das **adjusted EBITDA** belief sich auf 5 Mio Euro nach 15 Mio Euro im Vorjahr. Ursache für den Ergebnsrückgang ist unter anderem die Entwicklung

Anhang, Ziffer 2
„Segmentberichterstattung“
Seite 33.

im Adjacent-Bereich. Die korrespondierende **adjusted EBITDA-Marge** des Segments verringerte sich vor diesem Hintergrund auf 2,4 Prozent (Vorjahr: 7,1%).

Kennzahlen Segment Digital Entertainment (Abb. 21)

in Mio Euro	Q2 2017	Q2 2016	H1 2017	H1 2016
Segment-Umsatzerlöse	114	116	217	215
Außenumsätze	108	110	205	205
Innenumsätze	6	6	12	10
EBITDA	8	19	4	18
Adjusted EBITDA	7	16	5	15
Adjusted EBITDA-Marge ¹ (in %)	6,2	13,4	2,4	7,1

¹ Auf Basis der Segment-Umsatzerlöse.

Segment Digital Ventures & Commerce

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im zweiten Quartal 2017

Die **externen Umsätze** im Segment Digital Ventures & Commerce wuchsen weiter deutlich und beliefen sich im zweiten Quartal 2017 auf 227 Mio Euro (Vorjahr: 152 Mio Euro). Zu diesem Umsatzwachstum von 50 Prozent trugen alle vier Commerce-Verticals bei (Online Dating, Online Price Comparison, Online Travel, Lifestyle Commerce). Den größten Wachstumsbeitrag lieferte das Online-Dating-Vertical mit Parship und ElitePartner. Die PARSHIP ELITE Group wird seit Oktober 2016 vollkonsolidiert. Zudem verzeichnete das Lifestyle Commerce Vertical höhere Umsätze, dies ist insbesondere auf die Erstkonsolidierung von WindStar, einem führenden Anbieter für Gesundheitsprodukte, im Jahr 2016 sowie auf die Modeplattform Stylight zurückzuführen. Daneben trugen Flaconi und Amorelie zum organischen Wachstum des Konzerns bei.

Das dynamische Umsatzwachstum führte zu einem Anstieg des **adjusted EBITDA** gegenüber dem zweiten Quartal 2016 um 58 Prozent auf 45 Mio Euro (Vorjahr: 29 Mio Euro). Die **adjusted EBITDA-Marge** stieg auf 19,7 Prozent (Vorjahr: 18,1%). Das **EBITDA** steigerte sich um 40 Prozent bzw. 10 Mio Euro auf 35 Mio Euro. Die Kosten sind wachstumsbedingt gestiegen.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr 2017

Auch auf Halbjahressicht verzeichnete das Segment ein zweistelliges Umsatz- und Ergebniswachstum; dies reflektiert die Entwicklung des zweiten Quartals: Der **externe Umsatz** stieg um 52 Prozent auf 457 Mio Euro (Vorjahr: 302 Mio Euro). Das **adjusted EBITDA** ist um 40 Prozent auf 92 Mio Euro gewachsen (Vorjahr: 66 Mio Euro), die **adjusted EBITDA-Marge** betrug 20,0 Prozent (Vorjahr: 20,9%). Das **EBITDA** verzeichnete einen Anstieg um 33 Prozent bzw. 20 Mio Euro auf 80 Mio Euro.

Kennzahlen Segment Digital Ventures & Commerce (Abb. 22)

in Mio Euro	Q2 2017	Q2 2016	H1 2017	H1 2016
Segment-Umsatzerlöse	229	158	459	313
Außenumsätze	227	152	457	302
Innenumsätze	1	6	2	12
EBITDA	35	25	80	60
Adjusted EBITDA	45	29	92	66
Adjusted EBITDA-Marge ¹ (in %)	19,7	18,1	20,0	20,9

¹ Auf Basis der Segment-Umsatzerlöse.

Die Entkonsolidierung von etraveli wird voraussichtlich im dritten Quartal 2017 erfolgen und zu einer Anpassung der für 2018 gesetzten mittelfristigen Finanzziele der ProSiebenSat.1 Group führen. Der Konzern wird dazu Details – auch unter Berücksichtigung des Fortgangs des strategischen Reviews für das verbleibende Online-Reisegeschäft und gegebenenfalls bis dahin erfolgter Akquisitionen – auf dem Capital Markets Day (CMD) am 6. Dezember 2017 bekannt geben.

Segment Content Production & Global Sales

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im zweiten Quartal 2017

Im Segment Content Production & Global Sales erhöhten sich die **externen Umsätze** um 15 Prozent auf 89 Mio Euro (Vorjahr: 77 Mio Euro). Die Umsätze im zweiten Quartal wuchsen sowohl organisch als auch infolge von Akquisitionen. Dies ist zum einen auf das Umsatzwachstum verschiedener Red

Anhang, Ziffer 2
„Segmentberichterstattung“,
Seite 33.

Änderungen im
Konsolidierungskreis,
Seite 9.

Anhang, Ziffer 2
„Segmentberichterstattung“,
Seite 33.

Arrow-Produktionstöchter zurückzuführen wie von Kinetic Content, Endor Productions und Left/Right. Zum anderen verzeichneten die Erlöse akquisitionsbedingt einen Anstieg; hier trug die Erstkonsolidierung der US-amerikanischen Produktionsfirma 44 Blue Studios im Juli 2016 bei.

Infolge des größeren Geschäftsvolumens sind die Kosten proportional zu den Umsätzen gestiegen. Vor diesem Hintergrund erhöhte sich das **adjusted EBITDA** um 10 Prozent bzw. 1 Mio Euro auf 12 Mio Euro. Die **adjusted EBITDA-Marge** entwickelte sich auf Vorjahresniveau und betrug 10,9 Prozent (Vorjahr: 11,0%). Das **EBITDA** stieg gegenüber dem zweiten Quartal 2016 um 20 Prozent auf 12 Mio Euro (Vorjahr: 10 Mio Euro).

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr 2017

Auf Halbjahressicht wuchsen die **externen Umsätze** um 19 Prozent auf 168 Mio Euro (Vorjahr: 141 Mio Euro). Neben dem Produktionsgeschäft in den englischsprachigen Märkten trug das globale Vertriebsgeschäft zum Umsatzwachstum bei. Ursache hierfür war unter anderem der Lizenzbeginn von neuen Produktionen. Aufgrund der deutlichen Umsatzsteigerung sind die operativen Ergebniskennzahlen gewachsen: Das **adjusted EBITDA** verbesserte sich um 34 Prozent oder 5 Mio Euro auf 21 Mio Euro; die korrespondierende **adjusted EBITDA-Marge** stieg auf 10,0 Prozent (Vorjahr: 8,9%). Das **EBITDA** erhöhte sich um 51 Prozent bzw. 7 Mio Euro auf 21 Mio Euro.

Kennzahlen Segment Content Production & Global Sales (Abb. 23)

in Mio Euro	Q2 2017	Q2 2016	H1 2017	H1 2016
Segment-Umsatzerlöse	107	97	207	173
Außenumsätze	89	77	168	141
Innenumsätze	18	20	40	33
EBITDA	12	10	21	14
Adjusted EBITDA	12	11	21	15
Adjusted EBITDA-Marge ¹ (in %)	10,9	11,0	10,0	8,9

¹ Auf Basis der Segment-Umsatzerlöse.

Finanz- und Vermögenslage des Konzerns

Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur

Das **Fremdkapital** der ProSiebenSat.1 Group hatte zum 30. Juni 2017 einen Anteil von 83 Prozent an der Bilanzsumme (31. Dezember 2016: 78%; 30. Juni 2016: 88%). Davon entfiel mit 63 Prozent bzw. 3.183 Mio Euro ein Großteil auf die lang- und kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten des Konzerns (31. Dezember 2016: 62%; 30. Juni 2016: 57%).

ProSiebenSat.1 nutzt verschiedene Finanzierungsinstrumente und verfolgt ein aktives Finanzmanagement. Der Konzern hat im April 2017 die Laufzeiten seines endfälligen Darlehens (Term Loan) sowie der revolvingenden Kreditfazilität (RCF) um zwei Jahre verlängert und zugleich das Nominalvolumen des RCF um 150 Mio Euro auf 750 Mio Euro erhöht. Daneben hat die ProSiebenSat.1 Group weitere Vertragsbedingungen angepasst. So ist unter anderem der bisherige Financial Covenant im Rahmen der Refinanzierungsmaßnahmen entfallen.

Die Verzinsung des Term Loan und des RCF erfolgt variabel zu Euribor-Geldmarktkonditionen zuzüglich einer Kreditmarge. Potenzielle Risiken aus der Änderung von variablen Zinssätzen sichert die ProSiebenSat.1 Group durch derivative Finanzinstrumente in Form von Zinsswaps und Zinsoptionen ab. Der Festzinsanteil lag zum 30. Juni 2017 bei ca. 98 Prozent bezogen auf das gesamte langfristige Finanzierungsportfolio (31. Dezember 2016: ca. 98%; 30. Juni 2016: 100%). Der durchschnittliche Festzinssatz der Zinsswaps belief sich zum 30. Juni 2017 auf 1,88 Prozent per annum. Die durchschnittliche Zinsobergrenze der Zinscaps betrug 0,0 Prozent per annum.

Der **Verschuldungsgrad** (Leverage-Faktor) ist eine zentrale Steuerungsgröße der konzernweiten Finanz- und Investitionsplanung; Ziel ist ein Faktor zwischen 1,5 und 2,5 bezogen auf das jeweilige Jahresende. Die Netto-Finanzverschuldung belief sich auf 2.425 Mio Euro (31. Dezember 2016: 1.913 Mio Euro; 30. Juni 2016: 2.005 Mio Euro). Der Verschuldungsgrad, das Verhältnis der Nettoverschuldung zum bereinigten EBITDA der letzten zwölf Monate (LTM adjusted EBITDA), ergab den

 Ratings stellen ein unabhängiges Urteil über die Bonität eines Unternehmens dar. Die Kreditvereinbarung und die Anleihe der ProSiebenSat.1 Group werden jedoch von den Rating-Agenturen nicht zur Bonitätsbeurteilung herangezogen.

 Weiterführende Informationen zu den verschiedenen Finanzierungsinstrumenten finden sich im Geschäftsbericht 2016 auf den Seiten 126 und 127.

 Unterjährige Schwankungen können zu einer kurzfristigen Überschreitung des Zielkorridors führen.



Liquiditäts- und
Investitionsanalyse,
Seite 18.

Faktor 2,3 und lag damit im Zielkorridor (31. Dezember 2016: 1,9; 30. Juni 2016: 2,1). Diese Entwicklung reflektiert primär die Dividendenzahlung im Mai 2017 in Höhe von 435 Mio Euro (Vorjahr: 386 Mio Euro); im Vorjahr erfolgte die Auszahlung der Dividende im dritten Quartal. Die Ausschüttungsquote betrug 84,7 Prozent (Vorjahr: 82,6%). Der Konzern verfolgt eine ertragsorientierte Dividendenpolitik mit einer Ausschüttungsquote von 80 bis 90 Prozent bezogen auf den bereinigten Konzernüberschuss.

Netto-Finanzverschuldung des Konzerns¹ (Abb. 24)

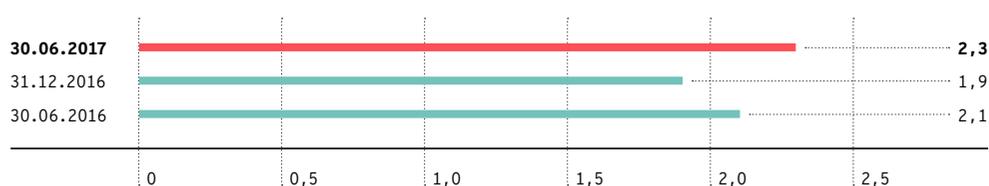
in Mio Euro



¹ Nach Umgliederung der liquiden Mittel der eTRAVELI Holding AB.

Verhältnis Netto-Finanzverschuldung zum LTM adjusted EBITDA (Verschuldungsgrad)¹ (Abb. 25)

in Mio Euro



¹ Nach Umgliederung der liquiden Mittel der eTRAVELI Holding AB.

Die Netto-Finanzverschuldung ist definiert als Saldo aus Finanzverbindlichkeiten abzüglich der liquiden Mittel und bestimmter kurzfristiger finanzieller Vermögenswerte. Aus ihr leitet sich der Verschuldungsgrad (Leverage-Faktor) ab; dazu wird die Netto-Finanzverschuldung in Relation zum bereinigten EBITDA der letzten zwölf Monate (LTM adjusted EBITDA) gesetzt.

Liquiditäts- und Investitionsanalyse

Kapitalflussrechnung (Abb. 26)

in Mio Euro

	Q2 2017	Q2 2016	H1 2017	H1 2016
Ergebnis fortgeführter Aktivitäten	121	137	188	205
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten	-/-	-42	-/-	-42
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit fortgeführter Aktivitäten	346	310	649	675
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	-/-	-40	-/-	-42
Cashflow aus Investitionstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	-366	-310	-685	-677
Free Cashflow fortgeführter Aktivitäten	-20	0	-37	-2
Free Cashflow nicht-fortgeführter Aktivitäten	-/-	-40	-/-	-42
Free Cashflow (gesamt)	-20	-40	-37	-45
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	-448	-11	-404	-16
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestandes	-5	0	-6	-3
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-472	-51	-448	-63
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	1.296	723	1.271	734
Zur Veräußerung stehende Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	65	-/-	65	-/-
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende¹	758	672	758	672

¹ Der in der Kapitalflussrechnung betrachtete Finanzmittelfonds entspricht den flüssigen Mitteln der Bilanz zum jeweiligen Bilanzstichtag.

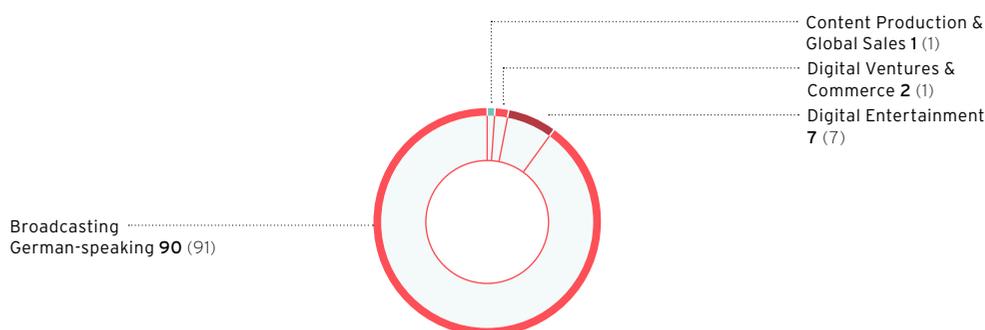


Ertragslage des
Konzerns, Seite 10.

Der **Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit** belief sich im zweiten Quartal 2017 auf 346 Mio Euro (Vorjahr: 310 Mio Euro). Dieser Anstieg um 12 Prozent basiert vor allem auf der Entwicklung des Working Capitals sowie den gesunkenen Zinszahlungen. Im ersten Halbjahr 2017 ist der operative Cashflow hingegen um 4 Prozent gesunken und betrug 649 Mio Euro (Vorjahr: 675 Mio Euro). Diese Entwicklung reflektiert primär Veränderungen im Working Capital, die sich auf minus 83 Mio Euro summierten (Vorjahr: -26 Mio Euro). Ursache hierfür waren hauptsächlich gestiegene Forderungsbestände sowie Veränderungen in den Programmverbindlichkeiten. Gegenläufig wirkten sich geringere Zinszahlungen in Höhe von 37 Mio Euro aus (Vorjahr: 58 Mio Euro).

Investitionen nach Segmenten¹ (Abb. 27)

in Prozent, Vorjahreswerte Q2 2016 in Klammern



¹ Investitionen nach Segmenten vor M&A-Aktivitäten.



Programminvestitionen bilden einen Schwerpunkt der Investitionstätigkeit. Neben dem Einkauf von Lizenzformaten und Auftragsproduktionen sichern Eigenformate die Programmversorgung des Konzerns. Diese basieren auf der Entwicklung und Umsetzung eigener Ideen und werden im Gegensatz zu Auftragsproduktionen primär im Hinblick auf eine kurzfristige Ausstrahlung produziert. Sie werden daher direkt aufwandswirksam in den Umsatzkosten erfasst und stellen keine Investition dar.



Vermögenswerte, die aus Erstkonsolidierungen stammen, werden nicht als segmentspezifische Investitionen erfasst. In der Position „Mittelabfluss für Zugänge zum Konsolidierungskreis“ werden die für den Erwerb der erstkonsolidierten Unternehmen aufgewendeten flüssigen Mittel abgebildet.



Der Free Cashflow bildet die Summe der im operativen Geschäft erwirtschafteten liquiden Mittel abzüglich des Saldo der im Rahmen der Investitionstätigkeit verwendeten und erwirtschafteten Mittel ab. Der Free Cashflow vor M&A wird definiert als Free Cashflow bereinigt um verwendete und erwirtschaftete Mittel aus M&A-Transaktionen (exkl. Transaktionskosten) im Rahmen von durchgeführten und geplanten Mehrheitserwerben sowie dem Erwerb und Verkauf von at-Equity bewerteten Anteilen.

Aus den **Zahlungsströmen im Rahmen der Investitionstätigkeit** resultierte im zweiten Quartal ein Cashflow von minus 366 Mio Euro (Vorjahr: -310 Mio Euro) bzw. minus 685 Mio Euro in den ersten sechs Monaten 2017 (Vorjahr: -677 Mio Euro). Dabei ergaben sich folgende Zahlungsströme:

- Der Mittelabfluss für den Erwerb von Programmrechten betrug im zweiten Quartal 273 Mio Euro (Vorjahr: 242 Mio Euro). Dies ist ein Anstieg von 13 Prozent oder 31 Mio Euro gegenüber dem zweiten Quartal 2016. Die Programminvestitionen entfielen zum größten Teil auf das Segment Broadcasting German-speaking (Q2 2017: 97%; H1 2017: 96%); sie verteilten sich zu rund zwei Drittel auf Lizenzprogramme (Q2 2017: 65%; H1 2017: 61%) und zu etwa einem Drittel auf Auftragsproduktionen (Q2 2017: 35%; H1 2017: 37%). Auf Halbjahressicht erhöhten sich die Mittelabflüsse auf 523 Mio Euro (Vorjahr: 519 Mio Euro).
- In sonstige immaterielle Vermögenswerte flossen im zweiten Quartal 27 Mio Euro (Vorjahr: 31 Mio Euro). Auf Halbjahressicht betrug der Mittelabfluss 50 Mio Euro (Vorjahr: 54 Mio Euro); er reflektiert die Entwicklungen auf Quartalsicht: Der Konzern investierte vor allem im Segment Digital Entertainment (Q2 2017: 38%; H1 2017: 43%). Die Investitionen in Sachanlagen betragen im zweiten Quartal 10 Mio Euro (Vorjahr: 7 Mio Euro) und im ersten Halbjahr 18 Mio Euro (Vorjahr: 12 Mio Euro). Der Großteil entfiel auf das Segment Broadcasting German-speaking (Q2 2017: 69%; H1 2017: 64%) und betraf technische Anlagen sowie Mietereinbauten am Standort Unterföhring.
- Der Mittelabfluss für Zugänge zum Konsolidierungskreis belief sich im zweiten Quartal 2017 auf 54 Mio Euro (Vorjahr: 19 Mio Euro); in den ersten sechs Monaten betrug der entsprechende Mittelabfluss 90 Mio Euro (Vorjahr: 74 Mio Euro). Der höhere Mittelabfluss basiert vor allem auf den nachgelagerten Kaufpreiszahlungen für die Produktionsunternehmen Kinetic Content und Left/Right sowie der Kaufpreiszahlung für den Erwerb der ATV Sendergruppe in Höhe von 28 Mio Euro.

Aus den beschriebenen Effekten ergibt sich für das zweite Quartal 2017 ein **Free Cashflow** vor minus 20 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) und ein Free Cashflow vor M&A-Maßnahmen vor 40 Mio Euro (Vorjahr: 31 Mio Euro). Auf Halbjahressicht betrug der Free Cashflow minus 37 Mio Euro (Vorjahr: -2 Mio Euro). Der Free Cashflow vor M&A-Maßnahmen belief sich auf 70 Mio Euro nach 94 Mio Euro im Vorjahr; Hauptgrund hierfür ist vor allem der oben beschriebene Rückgang des Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit.

Der **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** verzeichnete im zweiten Quartal 2017 einen Rückgang um 437 Mio Euro auf minus 448 Mio Euro. Auf Halbjahresbasis betrug der Mittelabfluss 404 Mio Euro (Vorjahr: -16 Mio Euro). Maßgeblich für den Mittelabfluss war die Auszahlung der Dividende im Mai 2017; die Dividendenzahlung im Vorjahr erfolgte dagegen bedingt durch den späteren Termin der Hauptversammlung erst im dritten Quartal. Einen gegenläufigen Effekt hatte eine Kapitalerhöhung bei Studio71: Zu Jahresbeginn hat der Konzern mit der TF1 Group und Mediaset zwei weitere Partner für das MCN aufgenommen.

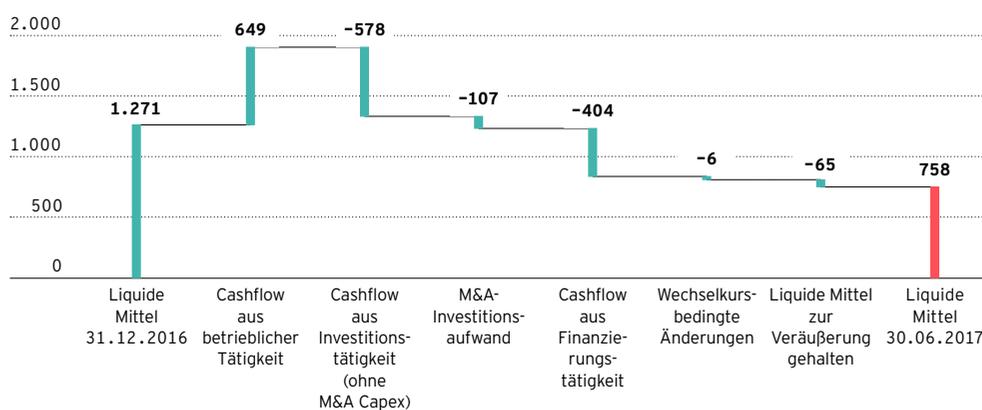


Vermögens- und
Kapitalstrukturanalyse,
Seite 20.

Der Konzern verfügt über eine komfortable Liquiditätsausstattung. Vor dem Hintergrund der beschriebenen Zahlungsströme stiegen die liquiden Mittel zum 30. Juni 2017 auf 758 Mio Euro; zum 30. Juni 2016 waren es 672 Mio Euro. Am 31. Dezember 2016 betrug die **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** 1.271 Mio Euro. Das vierte Quartal stellt üblicherweise die Cashflow-stärkste Periode im Geschäftsjahr des Konzerns dar.

Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente (Abb. 28)

in Mio Euro



Vermögens- und Kapitalstrukturanalyse

Die **Bilanzsumme** belief sich zum 30. Juni 2017 auf 6.128 Mio Euro (31. Dezember 2016: 6.603 Mio Euro). Der Konzern hat zum Stichtag einen Vertrag zur Veräußerung sämtlicher Anteile an der eTRAVELi Holding AB unterzeichnet; zudem wurde im zweiten Quartal 2017 der Verkauf eines Großteils des Media-for-Equity-Portfolios beschlossen. Die entsprechenden Vermögenswerte und Verbindlichkeiten werden daher in der Konzernbilanz zum 30. Juni 2017 als zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte bzw. damit in Verbindung stehende Verbindlichkeiten separat ausgewiesen.



Anhang, Ziffer 3,
„Akquisitionen und sonstige
Transaktionen im Zusammen-
hang mit Tochterunternehmen“,
Seite 34.



Änderungen im
Konsolidierungskreis,
Seite 9.

➤ **Kurz- und langfristige Aktiva:** Die Geschäfts- oder Firmenwerte betragen 1.868 Mio Euro (31. Dezember 2016: 1.860 Mio Euro); ihr Anteil an der Bilanzsumme lag bei 30 Prozent (31. Dezember 2016: 28 %). Die sonstigen immateriellen Vermögenswerte verringerten sich hauptsächlich infolge der zuvor genannten Veräußerung von etraveli um 7 Prozent auf 762 Mio Euro (31. Dezember 2016: 817 Mio Euro).

Die langfristigen sonstigen finanziellen und nicht-finanziellen Vermögenswerte beliefen sich zum 30. Juni 2017 auf 220 Mio Euro (31. Dezember 2016: 342 Mio Euro). Dieser Rückgang um 36 Prozent ist vor allem auf Bewertungseffekte aus Fremdwährungssicherungsinstrumenten zurückzuführen. In diesem Zusammenhang reduzierten sich auch die kurzfristigen sonstigen finanziellen und nicht-finanziellen Vermögenswerte; sie betragen 138 Mio Euro (31. Dezember 2016: 148 Mio Euro).

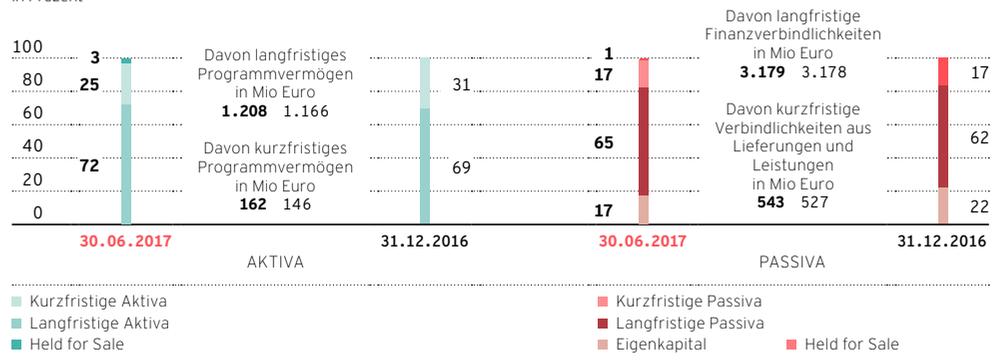
Das Programmvermögen belief sich auf 1.371 Mio Euro (31. Dezember 2016: 1.312 Mio Euro). Es zählt neben den Geschäfts- oder Firmenwerten zu den wichtigsten Aktivposten und hatte mit 22 Prozent im Vergleich zum Jahresende 2016 einen nahezu unveränderten Anteil an der Bilanzsumme (31. Dezember 2016: 20 %).

Die liquiden Mittel verzeichneten gegenüber dem 31. Dezember 2016 einen Rückgang um 40 Prozent auf 758 Mio Euro (31. Dezember 2016: 1.271 Mio Euro). Dies reflektiert insbesondere die Dividendenzahlung im Mai 2017 sowie Auszahlungen für Unternehmenserwerbe.

- Eigenkapital:** Das Eigenkapital sank um 25 Prozent auf 1.068 Mio Euro (31. Dezember 2016: 1.432 Mio Euro). Hauptgrund hierfür war die Auszahlung der Dividende in der Berichtsperiode; zudem wirkte sich der Rückgang von erfolgsneutral direkt im Eigenkapital erfassten Effekten aus Sicherungsgeschäften bei Fremdwährungen aus. Vor diesem Hintergrund ergibt sich eine Eigenkapitalquote von 17 Prozent (31. Dezember 2016: 22%). Damit verfügt die ProSiebenSat.1 Group nach wie vor über eine solide Vermögens- und Kapitalstruktur.
- Kurz- und langfristige Passiva:** Das Fremdkapital hat sich im Vergleich zum Bilanzstichtag 2016 nicht wesentlich verändert. Die Verbindlichkeiten und Rückstellungen betragen zum 30. Juni 2017 insgesamt 5.061 Mio Euro (31. Dezember 2016: 5.172 Mio Euro); darin enthalten sind insbesondere lang- und kurzfristige Finanzverbindlichkeiten von 3.183 Mio Euro (31. Dezember 2016: 3.185 Mio Euro).

Bilanzstruktur (Abb. 29)

in Prozent



Die ProSiebenSat.1-Aktie

ProSiebenSat.1 am Kapitalmarkt

Die ProSiebenSat.1-Aktie schloss das erste Halbjahr 2017 mit 36,64 Euro und damit auf dem Niveau des letzten Handelstages im Jahr 2016. Ihren höchsten Schlusskurs erreichte die Aktie am 31. März 2017 bei 41,50 Euro. Der DAX beendete die ersten sechs Monate des Börsenjahres 2017 mit einem Plus von 7,4 Prozent, der für europäische Medienwerte relevante Sektorindex EURO STOXX Media steigerte sich um 4,7 Prozent. Während sich die ProSiebenSat.1-Aktie in den ersten Monaten des Jahres 2017 über Marktniveau entwickelte, war sie im zweiten Quartal von einer stärkeren Volatilität geprägt. Mit Veröffentlichung der Geschäftszahlen zum ersten Quartal 2017 kam es zu Kursabschlägen, da der Konzern seine Erwartungen für den TV-Werbemarkt für das Gesamtjahr 2017 leicht angepasst hatte. Hinzu kam der Dividendenabschlag in Höhe von 1,90 Euro am 15. Mai 2017. Zum Ende des zweiten Quartals reflektierte die ProSiebenSat.1-Aktie die insgesamt schwächere Entwicklung an den Aktienmärkten.

Der Großteil der Analysten (78%) empfahl die ProSiebenSat.1-Aktie am Ende des ersten Halbjahres 2017 zum Kauf; 18 Prozent sprachen sich dafür aus, die Aktie zu halten und 4 Prozent gaben eine Verkaufsempfehlung. Das durchschnittliche Kursziel (Median) der Analysten lag bei 44,40 Euro (Vorjahr: 49 Euro). Insgesamt haben am Ende des Berichtshalbjahres 27 Brokerhäuser und Finanzinstitute die ProSiebenSat.1-Aktie aktiv bewertet und Research-Berichte veröffentlicht.

Kursentwicklung der ProSiebenSat.1-Aktie, Seite 2.

Entwicklung von Konjunktur und Werbemarkt, Seite 5.

Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2016

Die ordentliche Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE für das Geschäftsjahr 2016 fand am 12. Mai 2017 statt. Auf der Hauptversammlung waren rund 900 Teilnehmer anwesend. Die Präsenz lag bei rund 63 Prozent des Grundkapitals. Die Hauptversammlung hat die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2016 entlastet. Die Aktionäre haben diese Tagesordnungspunkte sowie die weiteren zustimmungspflichtigen Beschlussvorschläge mit großer Mehrheit angenommen. Lediglich das vorgelegte System zur Vergütung der Vorstandsmitglieder wurde nicht mehrheitlich gebilligt. Die Aktionäre stimmten darüber hinaus der Ausschüttung einer Dividende für das Geschäftsjahr 2016 in Höhe von 1,90 Euro je Aktie zu. Dies entspricht einer Ausschüttungssumme von rund 435 Mio Euro sowie einer Ausschüttungsquote von 84,7 Prozent bezogen auf den bereinigten Jahresüberschuss des Konzerns. Auf Basis des Jahresendkurses 2016 belief sich die Dividendenrendite auf 5,2 Prozent (Vorjahr: 3,8%). Die Dividende wurde am 17. Mai 2017 ausbezahlt.

 Liquiditäts- und Investitionsanalyse, Seite 18.

Aktionärsstruktur der ProSiebenSat.1 Media SE

Die Aktionärsstruktur ist gegenüber dem 31. Dezember 2016 nahezu unverändert: Die Aktien werden größtenteils von institutionellen Investoren aus den USA, Großbritannien und Deutschland gehalten. Insgesamt befanden sich zum 30. Juni 2017 98,2 Prozent im Streubesitz (31. Dezember 2016: 98,2%). Die restlichen 1,8 Prozent sind im eigenen Bestand (31. Dezember 2016: 1,8%).

Risiko- und Chancenbericht

Nach unserer Einschätzung sind derzeit keine Risiken erkennbar, die einzeln – oder in Wechselwirkung mit anderen Risiken – zu einer maßgeblichen bzw. dauerhaften Beeinträchtigung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage führen könnten. Die identifizierten Risiken haben keinen bestandsgefährdenden Charakter, auch in die Zukunft gerichtet. Der Vorstand bewertet die Gesamtrisikolage zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts daher weiterhin als begrenzt und beherrschbar. Es hat sich keine grundlegende Änderung der Gesamtrisikolage ergeben; den Großteil der im letzten Geschäftsbericht dargestellten Sachverhalte stufen wir nach wie vor als geringes Risiko ein. Allerdings haben wir im zweiten Quartal 2017 einen leichten Anstieg der Risiken in den Kategorien „Vertriebsrisiken“, „Content-Risiken“ und „Compliance-Risiken“ sowie einen Rückgang in der Kategorie „Externe Risiken“ erkannt und bewerten das Gesamtrisiko für den Konzern nun als leicht gestiegen. Diese Veränderungen (Abb. 30) im zweiten Quartal 2017 werden nachfolgend und im [Anhang](#) beschrieben.

 Anhang, Ziffer 6 „Eventualverbindlichkeiten und sonstige finanzielle Verpflichtungen“, Seite 37.

Die Chancensituation hat sich nicht verändert. Die als wesentlich identifizierten Risiken und Chancen werden im Geschäftsbericht 2016 ab Seite 148 beschrieben; dort werden auch die organisatorischen Voraussetzungen für das Risiko- und Chancenmanagement erläutert. Der Geschäftsbericht wurde am 16. März 2017 veröffentlicht und ist unter geschaeftsbericht2016.prosiebensat1.com abrufbar. Zudem verweisen wir auf die Anmerkungen zu den vorausschauenden Aussagen in diesem Halbjahresfinanzbericht auf Seite 25.

Entwicklung der Risiko-Cluster und der Gesamtrisikolage zum 30. Juni 2017 (Abb. 30)

Veränderung Q2 2017 vs. FY 2016

									
Externe Risiken	Vertriebsrisiken	Content-Risiken	Technologische Risiken	Personalrisiken	Investitionsrisiken	Finanzwirtschaftliche Risiken	Compliance-Risiken	Sonstige Risiken	Gesamtrisikolage

→ unverändert ↗ leicht gestiegen ↘ leicht gesunken

Externe Risiken/Makroökonomische Risiken. Der Aufschwung der deutschen Wirtschaft hat sich am Jahresbeginn beschleunigt: Im ersten Quartal legte das Bruttoinlandsprodukt mit real plus 0,6 Prozent im Vergleich zum Vorquartal deutlich zu, für das zweite Quartal rechnet das DIW weiterhin mit einem soliden Plus von 0,5 Prozent. Die Stimmungsindikatoren von Unternehmen (ifo) und Konsumenten (GfK) erreichten im Juni langjährige Höchststände. Die Aussichten für das Gesamtjahr 2017 sind positiver als noch zu Jahresbeginn, auch wenn im zweiten Halbjahr aufgrund der etwas verhaltenen Auftragsentwicklung und der anziehenden Inflation mit einer leichten Verlangsamung zu rechnen ist. Fast alle führenden Wirtschaftsforschungsinstitute haben ihre Konjunkturprognosen zwischenzeitlich nach oben angepasst und erwarten im Schnitt rund 1,6 Prozent reales Wachstum. Vor diesem Hintergrund erachtet die ProSiebenSat.1 Group externe Risiken aus den konjunkturellen Rahmenbedingungen als leicht gesunken, erhebliche negative Folgen stufen wir als unwahrscheinlich (vorher: möglich) ein. Wegen der potenziell hohen Auswirkungen bewerten wir die Kategorie dennoch weiterhin als mittleres Risiko.



Entwicklung von
Konjunktur und
Werbemarkt, Seite 5.

Vertriebsrisiken/Vermarktung von Werbezeiten. Nach einer verhaltenen Entwicklung des TV-Werbemarkts in der ersten Jahreshälfte 2017 rechnet ProSiebenSat.1 im zweiten Halbjahr mit einer Belebung dieses Umfelds. Daher geht der Konzern weiterhin von einem Wachstum des Netto-TV-Werbemarkts für das Gesamtjahr von voraussichtlich 1,5 bis 2,5 Prozent aus, wobei ein Wachstum am unteren Ende der Spanne aus Sicht von ProSiebenSat.1 wahrscheinlicher erscheint. Vor dem Hintergrund der notwendigen Belebung des Marktumfelds im zweiten Halbjahr stufen wir die Eintrittswahrscheinlichkeit für das Risiko aus der Vermarktung von Werbezeiten für ProSiebenSat.1 nun als möglich ein. Wir bewerten die Auswirkungen weiterhin als wesentlich. Insgesamt erhöht sich damit die Bewertung des Risikos von mittel auf hoch.

Vertriebsrisiken/Zuschauermarktanteile. Das Risiko von Zuschauermarktanteil-Rückgängen unserer Free-TV-Sender hat sich leicht erhöht, da neue Sender den Wettbewerb im deutschen Free-TV-Markt intensivieren. Implikationen aus einem Rückgang der Zuschauermarktanteile bewerten wir unter Umständen als erheblich und die Eintrittswahrscheinlichkeit weiterhin als möglich. Insgesamt hat sich unsere Risikoklassifizierung damit nicht verändert, wir bewerten diese Kategorie unverändert als mittleres Risiko. ProSiebenSat.1 gestaltet die Fragmentierung des Markts selbst seit vielen Jahren aktiv mit: Durch unsere Mehrsenderstrategie können wir neue Zuschauer und Werbekunden gewinnen; zugleich ergeben sich durch das breite Senderportfolio Effizienzvorteile für die Auswertung von Programmrechten. ProSiebenSat.1 ist mit einem Gruppenmarktanteil von 27,1 Prozent in der am Werbemarkt relevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen im zweiten Quartal 2017 weiterhin führend im deutschen Free-TV-Markt.

Content-Risiken/Lizenzkauf. Die USA sind weltweit für uns der wichtigste Markt für Lizenzprogramme. ProSiebenSat.1 hat daher langfristige Vereinbarungen mit Filmstudios bzw. Produktionsgesellschaften, die eine entsprechende Erfolgshistorie und Reputation aufweisen. US-amerikanische Erfolgsformate finden jedoch nicht zwangsläufig denselben positiven Anklang beim deutschen Publikum: Zuschauerinteressen können sich in unterschiedlichen Ländern verschieden entwickeln. Diese Unsicherheiten planen wir bei unseren Lizenzkäufen standardmäßig ein. Dabei haben wir die Eintrittswahrscheinlichkeit leicht erhöht und erachten dieses Risiko nun als unwahrscheinlich (vorher: sehr unwahrscheinlich). Sollte es sich realisieren, wären moderate Auswirkungen auf die Ergebnisentwicklung des Konzerns denkbar. Insgesamt bewerten wir Risiken aus dem Lizenzkauf damit weiterhin als ein geringes Risiko.

Zu Veränderungen bei den Compliance-Risiken verweisen wir auf den Anhang, Ziffer 6 „Eventualverbindlichkeiten und sonstige finanzielle Verbindlichkeiten“, Seite 37.

Prognosebericht

Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen



Entwicklung von
Konjunktur und
Werbemarkt, Seite 5.

Für den weiteren Jahresverlauf 2017 rechnen die Marktforschungsinstitute damit, dass sich der robuste Aufwärtstrend für die deutsche Wirtschaft weiter fortsetzt – allerdings mit leicht abgeschwächter Dynamik. Dennoch sind die Aussichten für das Gesamtjahr 2017 besser als zu Jahresbeginn. Fast alle führenden deutschen Wirtschaftsforschungsinstitute haben ihre Konjunkturprognosen zum Halbjahr angepasst und erwarten nun ein Wachstum zwischen 1,5 Prozent (Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung – DIW) und 1,8 Prozent (ifo Institut). Die Wachstumserwartungen für den privaten Konsum liegen laut ifo Institut für das Jahr 2017 bei 1,2 Prozent. Für das Jahr 2018 ist die prognostizierte Zuwachsrate ähnlich hoch. Auch die außenwirtschaftlichen Rahmenbedingungen haben sich verbessert. Für den Euroraum erwartet der internationale Währungsfonds (IWF) im Jahr 2017 ein Wachstum von 1,9 Prozent (Vorjahr: 1,7%), die Weltwirtschaft dürfte zugleich um 3,5 Prozent expandieren (Vorjahr: 3,2%). Die signifikanten Prognoserisiken bleiben jedoch bestehen, allen voran der unklare Kurs der US-Administration sowie die laufenden Brexit-Verhandlungen.



Unternehmensausblick,
Seite 25.

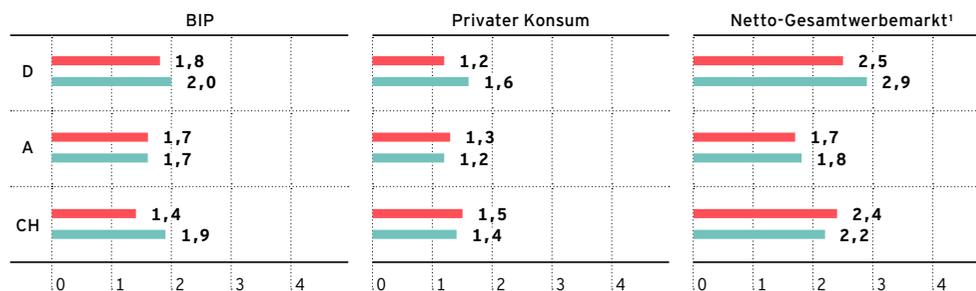
Der deutsche TV-Werbemarkt steht typischerweise in enger Beziehung zur Wirtschaftslage. Dabei ist der private Konsum mit einem Anteil von über 50 Prozent am BIP die wichtigste gesamtwirtschaftliche Verwendungskomponente und folglich auch für die Entwicklung des TV-Werbemarkts ein wesentlicher Indikator. Jedoch konnte der Netto-TV-Werbemarkt im ersten Halbjahr 2017 nicht von den positiven makroökonomischen Daten profitieren. Ursache hierfür sind temporäre Effekte: Neben den hohen Vorjahresvergleichswerten haben wichtige Branchen wie die Automobilindustrie ihre Werbebudgets in die zweite Jahreshälfte verlagert. Die Agenturgruppen erwarten für den deutschen TV-Werbemarkt für 2017 ein Netto-Wachstum zwischen 1,5 und 2,9 Prozent (WARC: +2,9%, ZenithOptimedia: +2,1%, Magna Global: +1,5%).

Zudem wird die hohe und zugleich gebündelte Reichweite, die TV-Werbung erzielt, aufgrund der digitalen Entwicklung und den damit einhergehenden veränderten Nutzungsgewohnheiten noch wertvoller. Dennoch kapitalisiert Fernsehen seine Reichweite in Deutschland nicht vollumfänglich. 2016 wurden schätzungsweise 34 Prozent der Netto-Werbebudgets in Print-Medien investiert, obwohl nur 6 Prozent der gesamten Mediennutzungszeit auf Print entfallen. Das Investitionsvolumen in TV-Werbung beläuft sich – basierend auf Netto-Daten von Magna Global – hingegen auf 23 Prozent. Dabei ist Fernsehen das Medium mit der höchsten Reichweite; im Durchschnitt des Jahres 2016 schalteten 46 Prozent der Deutschen täglich das TV-Gerät ein (Zielgruppe 14 bis 29 Jahre). In zahlreichen anderen Ländern ist die Budgetverteilung umgekehrt; in den USA entfällt beispielsweise bereits heute der Großteil der Werbeinvestitionen auf TV. Vor diesem Hintergrund sieht die ProSiebenSat.1 Group für TV als Werbemedium weiterhin ein hohes Aufholpotenzial.

Für die digitalen Medien sind die Perspektiven ebenfalls positiv. Die Agenturgruppen rechnen für das Jahr 2017 mit einem Netto-Wachstum des Online-Werbemarkts von knapp 8 Prozent (WARC: 6,8%, ZenithOptimedia: 10,4%, Magna Global: 8,5%). Der deutsche Gesamtwerbemarkt soll im niedrigen einstelligen Prozentbereich wachsen (WARC: 2,2%, ZenithOptimedia: +2,5%, Magna Global: 2,1%).

Erwartete Entwicklung des Bruttoinlandprodukts, des privaten Konsums sowie des Netto-Gesamtwerbemarkts in den für ProSiebenSat.1 wichtigen Ländern (Abb. 31)

in Prozent, Veränderung gegenüber Vorjahr



■ 2017 ■ 2018 Quellen:
D: ifo-Konjunkturprognose 2017/2018 Juni 2017. **A:** European Commission, European Economic Forecast Spring 2017.
CH: SECO Konjunkturprognose Juni 2017.
1 ZenithOptimedia, Advertising Expenditure Forecast March 2017, Zahlen auf Netto-Basis angepasst, dennoch methodische Unterschiede zwischen den Ländern und Quellen.

Unternehmensausblick

i Den Unternehmensausblick für 2017 haben wir am 23. Februar 2017 im Rahmen der Bilanzpressekonferenz sowie am 16. März 2017 im Geschäftsbericht 2016 veröffentlicht. Die einzelnen Ziele und Planungsprämissen hat das Unternehmen ausführlich im Geschäftsbericht 2016 auf den Seiten 172 bis 175 erläutert. Weitere Informationen befinden sich auf Seite 3 dieses Berichts; dort sind die aktuellen Zielvorgaben für alle relevanten finanziellen und nicht-finanziellen Leistungsindikatoren dargestellt.

Nach einer verhaltenen Entwicklung des TV-Werbemarkts in der ersten Jahreshälfte rechnet ProSiebenSat.1 im zweiten Halbjahr mit einer Belebung dieses Umfelds. Daher geht ProSiebenSat.1 weiterhin von einem Wachstum des Netto-TV-Werbemarkts für das Gesamtjahr von voraussichtlich 1,5 bis 2,5 Prozent aus, wobei ein Wachstum am unteren Ende der Spanne aus Sicht von ProSiebenSat.1 wahrscheinlicher erscheint.

Der Konzern bestätigt weiter seinen positiven Ausblick: ProSiebenSat.1 strebt auf Jahressicht unverändert eine Steigerung des Konzernumsatzes mindestens im hohen einstelligen Prozentbereich an. ProSiebenSat.1 geht davon aus, dass dazu alle Segmente beitragen werden, wobei die Umsätze im Segment Broadcasting German-speaking im zweiten Halbjahr 2017 von einer anziehenden Dynamik des TV-Werbegeschäfts profitieren sollten. ProSiebenSat.1 rechnet zudem damit, dass das adjusted EBITDA sowie der bereinigte Konzernüberschuss 2017 ebenfalls erneut das Vorjahresniveau übertreffen. Vor dem Hintergrund der Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr passt der Konzern den Ergebnisausblick im Segment Digital Entertainment von deutlicher Anstieg auf stabil bis leichter Rückgang an. Gleichzeitig sieht sich die ProSiebenSat.1 Group auf Kurs, ihre mittelfristigen Finanzziele für das Jahr 2018 zu erreichen.

Vorausschauende Aussagen zur künftigen Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage (Abb. 32)

Unsere Prognosen basieren auf aktuellen Einschätzungen zukünftiger Entwicklungen. Wir stützen uns dabei auf unser Budget sowie umfassende Markt- und Wettbewerbsanalysen. Prognosen sind jedoch naturgemäß mit gewissen Unsicherheiten verbunden, die zu positiven oder negativen Planabweichungen führen könnten. Sollten Unwägbarkeiten eintreten oder die den vorausschauenden Aussagen zugrunde liegenden Prämissen nicht zutreffen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den getroffenen Aussagen oder implizit zum Ausdruck gebrachten Ergebnissen abweichen. Entwicklungen, die diese Prognose belasten könnten, sind zum Beispiel eine geringere Kon-

junkturdynamik als zum Zeitpunkt der Erstellung dieser Mitteilung erwartet. Diese und weitere Faktoren werden ausführlich im Risiko- und Chancenbericht des Geschäftsberichts 2016 sowie im vorliegenden Halbjahresfinanzbericht erläutert. Wir berichten auch über zusätzliche Wachstumspotenziale. Chancen, die wir bislang nicht bzw. nicht vollumfänglich budgetiert haben, könnten sich etwa aus den unternehmensstrategischen Entscheidungen ergeben. Wesentliche Ereignisse nach dem Ende der Berichtsperiode werden im Anhang, Ziffer 10, erläutert. Veröffentlichungstermin des Halbjahresfinanzberichts 2017 ist der 3. August 2017.

B. KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

Gewinn- und Verlustrechnung

Gewinn- und Verlustrechnung der ProSiebenSat.1 Group (Abb. 33)

in Mio Euro	Q2 2017	Q2 2016 ¹	H1 2017	H1 2016
FORTGEFÜHRTE AKTIVITÄTEN				
1. Umsatzerlöse	962	886	1.872	1.688
2. Umsatzkosten	-476	-461	-998	-916
3. Bruttoergebnis vom Umsatz	486	425	874	772
4. Vertriebskosten	-147	-109	-289	-222
5. Verwaltungskosten	-137	-113	-277	-229
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-3	-5	-4	-5
7. Sonstige betriebliche Erträge	4	12	10	17
8. Betriebsergebnis	205	211	314	333
9. Zinsen und ähnliche Erträge	1	2	1	2
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-15	-25	-37	-48
11. Zinsergebnis	-14	-23	-36	-46
12. Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen	-2	1	-4	3
13. Sonstiges Finanzergebnis	-11	12	2	9
14. Finanzergebnis	-26	-10	-37	-34
15. Ergebnis vor Steuern	179	201	276	299
16. Ertragsteuern	-57	-63	-88	-94
17. Konzernergebnis fortgeführter Aktivitäten	121	137	188	205
NICHT-FORTGEFÜHRTE AKTIVITÄTEN				
18. Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten nach Steuern	-/-	-42	-/-	-42
KONZERNERGEBNIS	121	95	188	163
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Ergebnis	117	94	181	160
Ergebnisanteil anderer Gesellschafter	4	1	7	2
in Euro				
Ergebnis je Aktie				
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	0,51	0,44	0,79	0,75
Verwässertes Ergebnis je Aktie	0,51	0,42	0,79	0,73
Ergebnis je Aktie fortgeführter Aktivitäten				
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	0,51	0,64	0,79	0,95
Verwässertes Ergebnis je Aktie	0,51	0,62	0,79	0,93
Ergebnis je Aktie nicht-fortgeführter Aktivitäten				
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	-/-	-0,20	-/-	-0,20
Verwässertes Ergebnis je Aktie	-/-	-0,20	-/-	-0,20

¹ Die Vergleichszahlen wurden aufgrund einer vorgenommenen Ausweisänderung von Hedge-Ineffektivitäten angepasst (siehe Ziffer 11 „Zinsergebnis“ im Anhang zum Konzernabschluss zum 31. Dezember 2016).

Gesamtergebnisrechnung

Gesamtergebnisrechnung der ProSiebenSat.1 Group (Abb. 34)

in Mio Euro	Q2 2017	Q2 2016	H1 2017	H1 2016
Konzernergebnis	121	95	188	163
Zukünftig erfolgswirksam umzugliedernde Posten				
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnung ¹	-23	-2	-28	-13
Bewertung von Cashflow Hedges	-84	33	-122	-19
Latente Steuern auf direkt mit dem Eigenkapital verrechnete Wertänderungen	23	-9	34	5
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	-83	22	-116	-27
Konzern-Gesamtergebnis	38	117	72	136
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Gesamtergebnis	34	116	66	133
Gesamtergebnisanteil anderer Gesellschafter	4	1	6	2

¹ Enthält im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten und Schulden erfolgsneutral erfasste Beträge in Höhe von minus 4 Mio Euro für H1 2017 (H1 2016: 0 Mio Euro) sowie minus 4 Mio Euro für das zweite Quartal 2017 (Q2 2016: 0 Mio Euro).

Bilanz

Bilanz der ProSiebenSat.1 Group (Abb. 35)

in Mio Euro	30.06.2017	31.12.2016
A. Langfristige Vermögenswerte		
I. Geschäfts- und Firmenwerte	1.868	1.860
II. Sonstige immaterielle Vermögenswerte	762	817
III. Sachanlagen	201	216
IV. At-Equity bewertete Anteile	100	109
V. Langfristige finanzielle Vermögenswerte	209	331
VI. Programmvermögen	1.208	1.166
VII. Übrige Forderungen und Vermögenswerte	11	11
VIII. Latente Ertragsteueransprüche	26	30
	4.386	4.540
B. Kurzfristige Vermögenswerte		
I. Programmvermögen	162	146
II. Vorräte	37	29
III. Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	65	91
IV. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	413	446
V. Steuererstattungsansprüche aus Ertragsteuern	27	23
VI. Übrige Forderungen und Vermögenswerte	74	57
VII. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	758	1.271
VIII. Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	207	-/-
	1.743	2.064
Bilanzsumme	6.128	6.603

in Mio Euro	30.06.2017	31.12.2016
A. Eigenkapital		
I. Gezeichnetes Kapital	233	233
II. Kapitalrücklage	1.055	1.054
III. Erwirtschaftetes Konzerneigenkapital	-211	42
IV. Eigene Anteile	-14	-14
V. Kumuliertes übriges Eigenkapital	59	171
VI. Kumuliertes übriges Eigenkapital im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten und Schulden	-4	-/-
VII. Sonstiges Eigenkapital	-80	-79
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zustehendes Eigenkapital	1.039	1.408
VIII. Anteile anderer Gesellschafter	29	24
	1.068	1.432
B. Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen		
I. Finanzverbindlichkeiten	3.179	3.178
II. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	400	406
III. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	34	70
IV. Übrige Verbindlichkeiten	8	16
V. Rückstellungen für Pensionen	27	26
VI. Sonstige Rückstellungen	38	42
VII. Latente Ertragsteuerschulden	278	335
	3.965	4.073
C. Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen		
I. Finanzverbindlichkeiten	4	7
II. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	97	102
III. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	543	527
IV. Übrige Verbindlichkeiten	234	303
V. Steuerrückstellungen	65	76
VI. Sonstige Rückstellungen	90	83
VII. Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten	64	-/-
	1.096	1.099
Bilanzsumme	6.128	6.603

Kapitalflussrechnung

Kapitalflussrechnung der ProSiebenSat.1 Group (Abb. 36)

in Mio Euro	Q2 2017	Q2 2016	H1 2017	H1 2016
Ergebnis fortgeführter Aktivitäten	121	137	188	205
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten	-/-	-42	-/-	-42
Konzernergebnis	121	95	188	163
Ertragsteuern	57	63	88	94
Finanzergebnis	26	10	37	34
Abschreibungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	53	47	107	86
Abschreibungen/Wertaufholungen auf Programmvermögen	190	212	452	447
Veränderung der Pensionsrückstellungen und sonstigen Rückstellungen	-12	-10	-9	4
Ergebnis aus dem Verkauf von Vermögenswerten	5	-6	3	-5
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	2	-6	3	-4
Veränderung Working Capital	-15	-43	-83	-26
Erhaltene Dividende	0	0	7	6
Gezahlte Steuern	-56	-60	-108	-110
Gezahlte Zinsen	-26	-36	-37	-58
Erhaltene Zinsen	1	2	1	2
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit fortgeführter Aktivitäten	346	310	649	675
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	-/-	-40	-/-	-42
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit Gesamt	346	270	649	633
Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen, sonstigen immateriellen und anderen langfristigen Vermögenswerten	1	1	1	1
Auszahlungen für die Beschaffung von sonstigen immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	-37	-39	-67	-66
Auszahlungen für die Beschaffung von finanziellen Vermögenswerten	-7	-6	-18	-17
Einzahlungen aus dem Verkauf von Programmvermögen	4	2	12	4
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	-273	-242	-523	-519
Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich übernommener Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente)	-54	-19	-90	-74
Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich abgegangener Zahlungsmittel- und Zahlungsmitteläquivalente)	-/-	-7	-/-	-7
Cashflow aus Investitionstätigkeit Gesamt	-366	-310	-685	-677
Free Cashflow fortgeführter Aktivitäten	-20	0	-37	-2
Free Cashflow nicht-fortgeführter Aktivitäten	-/-	-40	-/-	-42
Free Cashflow	-20	-40	-37	-45
Auszahlungen Dividenden	-435	-/-	-435	-/-
Auszahlungen zur Rückführung von verzinslichen Verbindlichkeiten	0	-1	-7	-1
Einzahlungen aus Aufnahme von verzinslichen Verbindlichkeiten	0	-/-	5	-/-
Auszahlungen zur Rückführung von Leasingverbindlichkeiten	-4	-4	-7	-7
Einzahlungen aus dem Verkauf eigener Anteile	0	1	1	6
Einzahlungen aus dem Verkauf von Gesellschaftsanteilen ohne Änderung der Kontrolle	-2	-2	52	-2
Einzahlungen in das Kapital von anderen Gesellschaften	-/-	1	-/-	1
Auszahlungen von Finanzierungskosten	-4	-/-	-4	-/-
Auszahlungen von Dividenden an andere Gesellschafter	-4	-6	-9	-13
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit Gesamt	-448	-11	-404	-16
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestands	-5	0	-6	-3
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-472	-51	-448	-63
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	1.296	723	1.271	734
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	824	672	824	672
Abzüglich zur Veräußerung stehende Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	65	-/-	65	-/-
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende aus fortgeführten Aktivitäten (Konzernbilanz)	758	672	758	672

Eigenkapitalveränderungsrechnung

Eigenkapitalveränderungsrechnung der ProSiebenSat.1 Group für H1 2016 (Abb. 37)

in Mio Euro	Ge- zeich- netes Kapital	Kapital- rück- lage	Erwirt- schaf- tetes Konzern- eigen- kapital	Eigene Anteile	Kumuliertes übriges Eigenkapital					Sons- tiges Eigen- kapital	Den Anteils- eignern der ProSiebenSat.1 Media SE zustehendes Eigenkapital	Anteile anderer Gesell- schafter	Konzern- eigen- kapital
					Unter- schieds- betrag aus Währungs- umrech- nung	Bewer- tung von Cashflow- Hedges	Bewer- tungs- effekte aus Pensions- verpflich- tungen	Latente Steuern					
31. Dezember 2015	219	600	26	-20	22	185	-8	-50	-54	922	21	943	
Konzernergebnis	-/-	-/-	160	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	160	2	163	
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	-/-	-/-	-/-	-/-	-13	-19	-/-	5	-/-	-27	0	-27	
Konzern- Gesamtergebnis	-/-	-/-	160	-/-	-13	-19	-/-	5	-/-	133	2	136	
Dividenden	-/-	-/-	-386	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-386	-13	-399	
Anteilsbasierte Vergütungen	-/-	-57	-/-	6	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-51	-/-	-51	
Sonstige Veränderungen	-/-	-/-	0	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-9	-9	9	0	
30. Juni 2016	219	543	-199	-14	9	165	-8	-44	-63	608	20	628	

Eigenkapitalveränderungsrechnung der ProSiebenSat.1 Group für H1 2017 (Abb. 38)

in Mio Euro	Ge- zeich- netes Kapital	Kapital- rück- lage	Erwirt- schaf- tetes Konzern- eigen- kapital	Eigene Anteile	Kumuliertes übriges Eigenkapital					Sons- tiges Eigen- kapital	Den Anteils- eignern der ProSiebenSat.1 Media SE zustehendes Eigenkapital	Anteile anderer Gesell- schafter	Konzern- eigen- kapital
					Unter- schieds- betrag aus Währungs- umrech- nung	Bewer- tung von Cashflow- Hedges	Bewer- tungs- effekte aus Pensions- verpflich- tungen	Latente Steuern					
31. Dezember 2016	233	1.054	42	-14	18	221	-9	-59	-79	1.408	24	1.432	
Konzernergebnis	-/-	-/-	181	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	181	7	188	
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse ¹	-/-	-/-	-/-	-/-	-28	-122	-/-	34	-/-	-116	0	-116	
Konzern- Gesamtergebnis	-/-	-/-	181	-/-	-28	-122	-/-	34	-/-	66	6	72	
Dividenden	-/-	-/-	-435	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-435	-9	-444	
Anteilsbasierte Vergütungen	-/-	1	-/-	0	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	1	-/-	1	
Sonstige Veränderungen	-/-	0	0	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-1	-1	8	7	
30. Juni 2017	233	1.055	-211	-14	-10	100	-9	-25	-80	1.039	29	1.068	

¹ Enthält im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten und Schulden erfolgsneutral erfasste Beträge aus Währungsumrechnung (-4 Mio Euro).

Konzernanhang für den Zwischenabschluss zum 30. Juni 2017 der ProSiebenSat.1 Group

1 Allgemeine Angaben

Der Konzernzwischenabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE und ihrer Tochtergesellschaften (zusammen „das Unternehmen“, „der Konzern“ oder „ProSiebenSat.1 Group“) zum 30. Juni 2017 wurde in Übereinstimmung mit den für die Zwischenberichterstattung anzuwendenden IFRS, wie sie vom IASB veröffentlicht wurden und in der EU anzuwenden sind, aufgestellt und sollte im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2016 gelesen werden.

Die Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze, die für den Konzernzwischenabschluss zum 30. Juni 2017 angewendet wurden, sind dieselben, die auch dem Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2016 zugrunde lagen.

Das Kerngeschäft des Konzerns unterliegt starken saisonalen Schwankungen. Die in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2017 erzielten Ergebnisse lassen deshalb nicht notwendigerweise Vorhersagen über die Entwicklung des weiteren Geschäftsverlaufs zu.

In der Gewinn- und Verlustrechnung wurde der Ausweis von Hedge-Ineffektivitäten geändert, die nun im sonstigen Finanzergebnis ausgewiesen werden (siehe Ziffer 11 „Zinsergebnis“ im Anhang zum Konzernabschluss zum 31. Dezember 2016). Ebenso hat der Konzern im Juli 2016 seine Segmentstruktur angepasst (siehe Ziffer 2 „Segmentberichterstattung“ im Anhang zum Konzernabschluss zum 31. Dezember 2016). Die Vergleichsinformationen vom ersten Halbjahr 2016 wurden entsprechend angepasst. Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen in diesem Konzernzwischenabschluss nicht genau zur angegebenen Summe addieren lassen und dass dargestellte Prozentangaben nicht genau die absoluten Zahlen widerspiegeln, auf die sie sich beziehen.

Auf der ordentlichen Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE am 12. Mai 2017 wurde die Einstellung in die Gewinnrücklage in Höhe von 800 Mio Euro sowie die Ausschüttung einer Dividende für das Geschäftsjahr 2016 in Höhe von 1,90 Euro je Aktie beschlossen. Die Gesamtsumme der Dividendenzahlung betrug 435 Mio Euro und wurde am 17. Mai 2017 ausgezahlt.

Auswirkungen der Veränderung von Rechnungslegungsstandards

Die ProSiebenSat.1 Group befindet sich aktuell im Prozess der Implementierung neuer, vom IASB verabschiedeter Rechnungslegungsstandards (Vgl. Geschäftsbericht 2016, S. 265-267). Im Einzelnen handelt es sich hierbei um die Standards IFRS 9 „Finanzinstrumente“, IFRS 15 „Erlöse aus Verträgen mit Kunden“ sowie IFRS 16 „Leasingverhältnisse“. Mit Ausnahme von IFRS 16 sind diese Standards bereits von der Europäischen Kommission in Europäisches Recht übernommen worden.

Der Konzern analysiert derzeit die Auswirkungen der Erstanwendung von **IFRS 9** auf den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2018 bzw. auf die unterjährige Quartalsberichterstattung in einem konzernweiten Projekt. Hierbei wurden vorerst folgende Entscheidungen zur Umstellung getroffen:

➤ **Klassifizierung und Bewertung von Finanzinstrumenten sowie Wertminderung finanzieller Vermögenswerte**

Die diesbezüglichen Vorschriften des IFRS 9 werden ab dem 1. Januar 2018 erstmalig angewendet. Dabei wird der Konzern nach derzeitigem Projektstand sich daraus ergebende Effekte zum Stichtag im erwirtschafteten Konzerneigenkapital erfassen. Die Vergleichszahlen für das Geschäftsjahr 2017 werden voraussichtlich nicht angepasst. Die ProSiebenSat.1 Group analysiert

derzeit die quantitativen Auswirkungen, welche sich nach aktuellem Kenntnisstand voraussichtlich aufgrund der zeitlich vorgezogenen Erfassung von Wertminderungen auf Forderungen und aktiven Vertragssalden gemäß IFRS 15 im Rahmen des so genannten „Expected-Loss-Modells“ ergeben werden. Belastbare quantitative Daten liegen zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch nicht vor, derzeit werden einmalige Anpassungseffekte im mittleren einstelligen Millionenbereich erwartet.

➤ **Bilanzierung von Sicherungsbeziehungen (Hedge Accounting)**

Der Konzern wird die Vorschriften des IFRS 9 zur Bilanzierung finanzieller Sicherungsbeziehungen (Hedge Accounting) ab dem 1. Januar 2018 voraussichtlich nicht anwenden und vielmehr von dem Beibehaltungswahlrecht der Bilanzierung nach IAS 39 Gebrauch machen.

Die ProSiebenSat.1 Group wird die Vorschriften zur Umsatzrealisierung des **IFRS 15** voraussichtlich vollständig rückwirkend anwenden. Dabei werden die sich aus der Umstellung ergebende quantitative Effekte zum 1. Januar 2017 im erwirtschafteten Konzerneigenkapital erfasst. Die Umsetzung der vom IASB im April 2016 veröffentlichten Klarstellungen des IFRS 15 in europäisches Recht ist zum Stichtag noch nicht erfolgt, wird aber im dritten Quartal 2017 erwartet. Aus der Umsetzung ergeben sich auf Basis des aktuellen Vertragsbestands voraussichtlich keine wesentlichen Auswirkungen auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Konzerns.

Vorbehaltlich der fristgerechten Umsetzung von **IFRS 16** in europäisches Recht plant der Konzern dessen Vorschriften vorzeitig ab dem Geschäftsjahr 2018 umzusetzen. Die Umstellung wird dabei gemäß IFRS 16.C5(b) unter Erfassung der kumulativen, quantitativen Umstellungseffekte zum 1. Januar 2018 im erwirtschafteten Konzerneigenkapital erfolgen. Die Vergleichsinformationen für das Geschäftsjahr 2017 werden dabei voraussichtlich im Konzernabschluss 2018 gemäß IFRS 16.C7 nicht angepasst werden.

Bei der Umstellung auf IFRS 16 wird der Konzern nach derzeitigem Stand die Erleichterungsvorschriften des IFRS 16.C3(b) anwenden und Vertragsverhältnisse, die nach IAS 17 „Leasingverhältnisse“ in Verbindung mit IFRIC 4 „Feststellung, ob eine Vereinbarung ein Leasingverhältnis enthält“ nicht als Leasingverhältnisse eingestuft wurden, nicht nach der Definition eines Leasingverhältnisses in IFRS 16 überprüfen. Hiervon sind primär die bestehenden Satelliten-, Transponder- bzw. Kabeleinspeiseverträge des Konzerns betroffen, die nach den Vorschriften des IAS 17 in Verbindung mit IFRIC 4 als Dienstleistungsverträge eingestuft wurden und deren Bilanzierung für bestehende Verträge nicht berührt werden.

Der Konzern analysiert gegenwärtig die möglichen Auswirkungen der erstmaligen Anwendung von IFRS 16; belastbare quantitative Ergebnisse liegen jedoch zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch nicht vor. Diese wird die ProSiebenSat.1 Group im weiteren Verlauf des Geschäftsjahres 2017 veröffentlichen.

2 Segmentberichterstattung

Der Konzern ist seit dem 1. Juli 2016 in die vier Berichtssegmente „Broadcasting German-speaking“, „Digital Entertainment“, „Digital Ventures & Commerce“ sowie „Content Production & Global Sales“ unterteilt.

Die nachfolgende Tabelle enthält die Segmentinformationen der ProSiebenSat.1 Group:

Segmentinformationen der ProSiebenSat.1 Group Q2 2017/2016 (Abb. 39)

	Segment Broadcasting German-speaking	Segment Digital Entertainment	Segment Digital Ventures & Commerce	Segment Content Production & Global Sales	Summe Segmente	Sonstige/ Eliminierungen	Summe Konzern- zwischenabschluss
in Mio Euro	Q2 2017	Q2 2017	Q2 2017	Q2 2017	Q2 2017	Q2 2017	Q2 2017
Umsatzerlöse	562	114	229	107	1.013	-51	962
Außenumsätze	529	108	227	89	953	9	962
Innenumsätze	34	6	1	18	60	-60	-/-
EBITDA ¹	205	8	35	12	260	-1	258
Adjusted EBITDA	208	7	45	12	272	-1	270

¹ Diese Segmentinformation wird im Rahmen der Segmentberichterstattung auf freiwilliger Basis angegeben.

	Segment Broadcasting German-speaking	Segment Digital Entertainment	Segment Digital Ventures & Commerce	Segment Content Production & Global Sales	Summe Segmente	Sonstige/ Eliminierungen	Summe Konzern- zwischenabschluss
in Mio Euro	Q2 2016	Q2 2016	Q2 2016	Q2 2016	Q2 2016	Q2 2016	Q2 2016
Umsatzerlöse	564	116	158	97	936	-50	886
Außenumsätze	541	110	152	77	880	6	886
Innenumsätze	24	6	6	20	56	-56	-/-
EBITDA ¹	206	19	25	10	259	-2	258
Adjusted EBITDA	201	16	29	11	256	-2	254

¹ Diese Segmentinformation wird im Rahmen der Segmentberichterstattung auf freiwilliger Basis angegeben.

Segmentinformationen der ProSiebenSat.1 Group H1 2017/2016 (Abb. 40)

	Segment Broadcasting German-speaking	Segment Digital Entertainment	Segment Digital Ventures & Commerce	Segment Content Production & Global Sales	Summe Segmente	Sonstige/ Eliminierungen	Summe Konzern- zwischenabschluss
in Mio Euro	H1 2017	H1 2017	H1 2017	H1 2017	H1 2017	H1 2017	H1 2017
Umsatzerlöse	1.102	217	459	207	1.985	-114	1.872
Außenumsätze	1.031	205	457	168	1.860	11	1.872
Innenumsätze	71	12	2	40	125	-125	-/-
EBITDA ¹	321	4	80	21	426	-5	421
Adjusted EBITDA	345	5	92	21	463	-5	458

¹ Diese Segmentinformation wird im Rahmen der Segmentberichterstattung auf freiwilliger Basis angegeben.

	Segment Broadcasting German-speaking	Segment Digital Entertainment	Segment Digital Ventures & Commerce	Segment Content Production & Global Sales	Summe Segmente	Sonstige/ Eliminierungen	Summe Konzern- zwischenabschluss
in Mio Euro	H1 2016	H1 2016	H1 2016	H1 2016	H1 2016	H1 2016	H1 2016
Umsatzerlöse	1.079	215	313	173	1.780	-92	1.688
Außenumsätze	1.034	205	302	141	1.681	7	1.688
Innenumsätze	45	10	12	33	99	-99	-/-
EBITDA ¹	332	18	60	14	424	-4	420
Adjusted EBITDA	332	15	66	15	429	-4	424

¹ Diese Segmentinformation wird im Rahmen der Segmentberichterstattung auf freiwilliger Basis angegeben.

Der Vorstand als Hauptentscheidungsträger misst den Erfolg der Segmente anhand einer Segmentergebnisgröße, die in der internen Steuerung und Berichterstattung seit dem 1. Januar 2017 als „adjusted EBITDA“ bezeichnet wird.

Nachfolgend wird die Überleitungsrechnung von den Segmentwerten auf die entsprechenden Konzernwerte dargestellt:

Anhang

3 Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen im Zusammenhang mit Tochterunternehmen

Überleitung auf die Konzernwerte (Abb. 41)

in Mio Euro	Q2 2017	Q2 2016	H1 2017	H1 2016
Adjusted EBITDA der berichtspflichtigen Segmente	272	256	463	429
Sonstige/Eliminierungen	-1	-2	-5	-4
Adjusted EBITDA des Konzerns	270	254	458	424
Sondereffekte (saldiert)	-12	4	-37	-5
Finanzergebnis	-26	-10	-37	-34
Planmäßige Abschreibungen	-51	-40	-102	-79
Wertminderungen	-2	-7	-5	-7
Konzernergebnis vor Steuern	179	201	276	299

Nachstehend sind die Angaben auf Unternehmensebene der ProSiebenSat.1 Group zu finden:

Angaben auf Unternehmensebene (Abb. 42)

Geografische Aufteilung	D		USA		AT/CH		Skandinavien		UK		Sonstige		Summe Konzernzwischenabschluss	
	Q2 2017	Q2 2016	Q2 2017	Q2 2016	Q2 2017	Q2 2016	Q2 2017	Q2 2016	Q2 2017	Q2 2016	Q2 2017	Q2 2016	Q2 2017	Q2 2016
in Mio Euro														
Außenumsätze	728	683	99	79	78	71	43	42	10	9	4	2	962	886

Geografische Aufteilung	D		USA		AT/CH		Skandinavien		UK		Sonstige		Summe Konzernzwischenabschluss	
	H1 2017	H1 2016	H1 2017	H1 2016	H1 2017	H1 2016	H1 2017	H1 2016	H1 2017	H1 2016	H1 2017	H1 2016	H1 2017	H1 2016
in Mio Euro														
Außenumsätze	1.445	1.314	181	146	137	127	89	82	13	15	7	4	1.872	1.688

3 Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen im Zusammenhang mit Tochterunternehmen

Erwerb von 100 Prozent der Anteile an der ATV Sendergruppe

Mit wirtschaftlicher Wirkung zum 6. April 2017 hat die ProSiebenSat.1 Group 100,0 Prozent der Anteile an der ATV Privat TV GmbH & Co KG, Wien, Österreich, und der ATV Privat TV GmbH, Wien, Österreich, erworben und damit Kontrolle erlangt. ATV ist eine österreichische Sendergruppe und betreibt die österreichischen Fernsehprogramme ATV und ATV2. Die Gesellschaften werden dem Segment Broadcasting German-speaking (siehe Ziffer 2 „Segmentberichterstattung“) zugeordnet. Im Rahmen des Erwerbs der Gesellschaften wurden Anschaffungsnebenkosten von 1 Mio Euro in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Der Kaufpreis nach IFRS 3 beläuft sich auf 24 Mio Euro und setzt sich aus einem Basiskaufpreis in Höhe von 28 Mio Euro sowie vertraglicher Kaufpreisanpassungen auf den übernommenen Bestand an Nettofinanzmitteln und Nettoumlaufvermögen in Höhe von minus 4 Mio Euro zusammen.

Die nachfolgende Tabelle zeigt die beizulegenden Zeitwerte der identifizierten erworbenen Vermögenswerte und übernommenen Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit dem Erwerb jeweils zum Erwerbszeitpunkt. Die nachstehenden Beträge wurden aufgrund der zeitlichen Nähe zum Bilanzstichtag bis zum Abschluss einer vollständigen unabhängigen Kaufpreisallokation durch eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft vorläufig bewertet:

Anhang

3 Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen im Zusammenhang mit Tochterunternehmen

Akquisition ATV Sendergruppe (Abb. 43)

in Mio Euro	Fair Value zum Erwerbs- zeitpunkt
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	12
davon im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierte Vermögenswerte	12
Sachanlagen	1
Langfristige Vermögenswerte	13
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	3
Übrige kurzfristige Forderungen und Vermögenswerte	6
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1
Kurzfristige Vermögenswerte	10
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	7
Sonstige Rückstellungen	10
Sonstige Verbindlichkeiten	4
Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	21
Netto-Reinvermögen	2
Kaufpreis nach IFRS 3	24
Geschäfts- oder Firmenwert	22

Der identifizierte Geschäfts- oder Firmenwert ist steuerlich über 15 Jahre abzugsfähig und wird in der funktionalen Währung Euro geführt. Er repräsentiert besondere Synergiepotenziale aus der Erweiterung der Geschäftsaktivitäten im Bereich des österreichischen TV-Markts. Er wird somit der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Broadcasting German-speaking zugeordnet.

Im Rahmen der vorläufigen Kaufpreisallokation wurde eine Marke mit einer unbestimmten Nutzungsdauer und einem beizulegenden Zeitwert von 12 Mio Euro separat vom Geschäfts- oder Firmenwert angesetzt.

Eine Einbeziehung der Gesellschaften vom Beginn des Geschäftsjahres bis zur Erstkonsolidierung im April 2017 hätte folgende Auswirkungen auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group gehabt: Zusätzliche Umsatzerlöse von 7 Mio Euro und ein Ergebnis nach Steuern von minus 13 Mio Euro. Seit der Erstkonsolidierung bis zum 30. Juni 2017 haben die Gesellschaften Umsatzerlöse von 7 Mio Euro und ein Ergebnis nach Steuern von minus 2 Mio Euro zum Konzernergebnis beigetragen.

Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten

Bei zur Veräußerung gehaltenen langfristigen Vermögenswerten (oder Gruppen von zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten und Schulden) handelt es sich um Vermögenswerte, die in ihrem gegenwärtigen Zustand veräußert werden können und deren Veräußerung sehr wahrscheinlich ist. Sie werden zum niedrigeren Wert aus Buchwert oder beizulegendem Zeitwert abzüglich Verkaufskosten bewertet, es sei denn IFRS 5 ist für die Bewertung nicht anwendbar. Eine Anpassung der Bilanz-Vorjahreszahlen erfolgt in Übereinstimmung mit IFRS 5.40 nicht.

Zum 30. Juni 2017 werden gemäß IFRS 5 zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte des zum Stichtag verkauften Tochterunternehmens eTRAVELi Holding AB und der Minderheitsbeteiligungen in Höhe von 207 Mio Euro sowie hiermit in Verbindung stehende Verbindlichkeiten in Höhe von 64 Mio Euro separat in der Bilanz ausgewiesen. Der Verkauf des Online-Reisebüros etraveli steht im Zusammenhang mit dem strategischen Review des Online-Reisegeschäftes der ProSiebenSat.1 Group. Die Veräußerung der größtenteils gemäß IAS 39 erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Minderheitsbeteiligungen steht im Zusammenhang mit dem aktiven Portfolio-Management der ProSiebenSat.1 Group. In diesem Zuge wurden Neubewertungseffekte auf die zur Veräußerung gehaltenen Minderheitsbeteiligungen in Höhe von 6 Mio Euro erfasst.

Der Vollzug des Verkaufs von etraveli wird für das dritte Quartal 2017 erwartet. Am 5. Juli erfolgte der Vollzug bei den Minderheitsbeteiligungen (siehe Ziffer 10 „Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode“). Alle zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte sind dem Segment Digital Ventures & Commerce (siehe Ziffer 2 „Segmentberichterstattung“) zugeordnet. Die zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte bzw. die damit im Zusammenhang stehenden Verbindlichkeiten teilen sich zum Stichtag auf folgende wesentliche Positionen auf:

Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten (Abb. 44)

in Mio Euro	30. Juni 2017
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	46
Sachanlagen	1
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	50
Sonstige Vermögenswerte inkl. latente Steuern	44
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	65
Summe zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	207
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	15
Sonstige Verbindlichkeiten und Rückstellungen inkl. latente Steuern	48
Summe Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten	64
Nettovermögen	143

In dieser Darstellung des Nettovermögens ist der anteilig der Geschäftsaktivität etraveli nach IAS 36.86 zuzuordnende Geschäfts- und Firmenwert des Segments Digital Ventures & Commerce nicht enthalten, da dieser erst zum Zeitpunkt des Vollzugs der Transaktion auf Grundlage der dann bestehenden Wertverhältnisse bestimmbar sein wird. Es wird ein niedriger dreistelliger Millionen Euro-Betrag erwartet.

Kapitalerhöhung bei Studio71

Mit wirtschaftlicher Wirkung vom 11. Januar 2017 beteiligten sich die Medienkonzerne TF1 SA, Boulogne-Billancourt, Frankreich (TF1) und Reti Televisive Italiane S.p.A., Mailand, Italien (Mediaset) im Rahmen einer Kapitalerhöhung jeweils mit einer Minderheitsbeteiligung an der ProSiebenSat.1 Digital Content LP (Studio71). Mit wirtschaftlicher Wirkung vom 17. Februar 2017 erhöhte TF1 seine Minderheitsbeteiligung an Studio71 durch eine weitere Kapitalerhöhung. Bei der ProSiebenSat.1 Group verbleiben nach den Kapitalerhöhungen 69 Prozent der Anteile an Studio71. Mit TF1 und Mediaset wurden jeweils Put-Optionen über den Rückerwerb der Anteile vereinbart. Da die ProSiebenSat.1 Group eine unbedingte Verpflichtung hat, die Put-Optionen bei Ausübung zu erfüllen, besteht weiterhin eine Konsolidierungsquote von 100,0 Prozent.

4 Ertragsteuern

Der für den Konzern maßgebliche nominelle Steuersatz beläuft sich unverändert auf 28,0 Prozent. Im Rahmen der Ermittlung des Konzernsteueraufwands für die ersten sechs Monate 2017 wurde der für das gesamte Geschäftsjahr erwartete, effektive Konzern-Steuersatz von 32,0 Prozent (Vorjahr: 31,5%) zugrunde gelegt. Der sich ergebende Unterschied zum nominellen Steuersatz ist größtenteils auf die Berücksichtigung von Steuern für vorangegangene Veranlagungszeiträume und auf nicht abzugsfähige Betriebsausgaben zurückzuführen.

5 Ergebnis je Aktie

In den folgenden Tabellen werden die der Berechnung des Ergebnisses je Aktie zugrunde liegenden Parameter dargestellt:

Anhang

6 Eventualverbindlichkeiten und sonstige finanzielle Verpflichtungen

In das Ergebnis je Aktie einbezogene Ergebnisgrößen (Abb. 45)

in Mio Euro	Q2 2017	Q2 2016	H1 2017	H1 2016
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Ergebnis (unverwässert)	117	94	181	160
davon aus fortgeführten Aktivitäten (unverwässert)	117	136	181	203
davon aus nicht-fortgeführten Aktivitäten (unverwässert)	-/-	-42	-/-	-42
Bewertungseffekte aus der anteilsbasierten Vergütung nach Steuern	-1	-3	-/-	-3
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Ergebnis (verwässert)	116	91	181	157
davon aus fortgeführten Aktivitäten (verwässert)	116	133	181	200
davon aus nicht-fortgeführten Aktivitäten (verwässert)	-/-	-42	-/-	-42

In das Ergebnis je Aktie einbezogene Aktien (Abb. 46)

in Stück	Q2 2017	Q2 2016	H1 2017	H1 2016
Gewichtete Anzahl ausgegebener Aktien (unverwässert)	228.834.430	214.530.284	228.824.430	214.418.143
Verwässerungseffekt aufgrund von ausgegebenen Aktienoptionen und Anrechten auf Aktien	530.800	559.392	65.221	559.392
Gewichtete Anzahl ausgegebener Aktien (verwässert)	229.365.230	215.089.676	228.889.651	214.977.535

Die Group-Share-Pläne (siehe Ziffer 8 „Anteilsbasierte Vergütung“) beinhalten hinsichtlich der Erfüllungsart ein Wahlrecht seitens der ProSiebenSat.1 Media SE, diese mittels Aktien oder im Wege des Barausgleichs zu erfüllen. Aufgrund des auftretenden Verwässerungseffekts im zweiten Quartal 2016, zweiten Quartal 2017 und in den ersten sechs Monaten 2016 werden die Pläne für die Berechnung des Ergebnisses je Aktie gemäß IAS 33.58 im Gegensatz zu IFRS 2 so behandelt, als würden diese in Aktien erfüllt werden. In den ersten sechs Monaten 2017 ergab sich kein Verwässerungseffekt.

6 Eventualverbindlichkeiten und sonstige finanzielle Verpflichtungen

Steuerliche Risiken betreffend die Bewertung des Programmvermögens

Im Rahmen der seit 2010 bzw. 2013 laufenden steuerlichen Außenprüfung der ProSiebenSat.1 Group für die Jahre 2004 bis 2012 haben die deutschen Steuerbehörden im Juni 2017 erstmals konkret die Richtigkeit der steuerbilanziellen Behandlung des Programmvermögens der ProSiebenSat.1 Group in Frage gestellt. Dabei geht es insbesondere um den Ausweis des Programmvermögens als Umlaufvermögen und die Ermittlung des Werteverzehrs. Die fachlichen Diskussionen mit der Finanzverwaltung sind derzeit noch nicht abgeschlossen. Insbesondere liegt noch keine schriftliche Äußerung der Finanzverwaltung vor, wie die Bilanzierung des Programmvermögens nach ihrer Auffassung konkret geändert werden sollte. Daher ist aktuell noch unklar, ob bzw. inwiefern die Bilanzierung dem Grunde nach sowie die Bewertungsmethode tatsächlich zu ändern wäre. Die ProSiebenSat.1 Group hält ihre Bilanzierungspraxis, die bisher auch von den Steuerbehörden akzeptiert wurde, für gesetzeskonform. Daher behält sich die ProSiebenSat.1 Group das Recht vor, gegen etwaige Steuerfestsetzungen Rechtsbehelfe einzulegen. Gleichwohl ist es aus den genannten Gründen möglich, dass es infolge von Steuernachzahlungen aufgrund der Außenprüfung auch zu wesentlichen Effekten auf unsere Ergebnisentwicklung kommt. Rückstellungen für dieses Risiko wurden zum Bilanzstichtag nicht gebildet.

Darüber hinaus ergaben sich gegenüber den im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2016 ausgewiesenen Eventualverbindlichkeiten zum 30. Juni 2017 keine wesentlichen Änderungen.

Die sonstigen finanziellen Verpflichtungen setzen sich folgendermaßen zusammen:

Sonstige finanziellen Verpflichtungen (Abb. 47)

in Mio Euro	30. Juni 2017	31. Dezember 2016
Einkaufsobligo für Programmvermögen	3.022	3.244
Distribution	215	187
Leasing- und Mietverpflichtungen	97	111
Übrige finanzielle Verpflichtungen	163	162
Summe	3.497	3.704

7 Finanzinstrumente

Die folgende Tabelle zeigt die Buchwerte und beizulegenden Zeitwerte aller Kategorien von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Group und ordnet die zum beizulegenden Zeitwert bewerteten finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten den Fair-Value-Hierarchiestufen zu.

Buch- und Marktwerte von Finanzinstrumenten per 30. Juni 2017 (Abb. 48)

in Mio Euro	In der Bilanz ausgewiesen in	Buchwert	Kategorie					Fair Value			Summe
			Erfolgswirksam zum Fair Value bewertet	Zu Zwecken des Hedge Accounting	Kredite und Forderungen	Zur Veräußerung verfügbar	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	
Finanzielle Vermögenswerte											
Bewertet zum Fair Value											
	Finanzielle Vermögenswerte designiert als Fair-Value-Option	22	22	-/-	-/-	-/-	-/-	22	-/-	-/-	22
	Sonstige Eigenkapitalinstrumente	78	78	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	78	78
	Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	8	8	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	1	7	8
	Hedge Derivate	127	-/-	127	-/-	-/-	-/-	-/-	127	-/-	127
Nicht zum Fair Value bewertet											
	Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente ¹	758	-/-	-/-	758	-/-	-/-				
	Darlehen und Forderungen ¹	452	-/-	-/-	452	-/-	-/-				
	Summe	1.445	108	127	1.210	-/-	-/-	22	128	85	235
Finanzielle Verbindlichkeiten											
Bewertet zum Fair Value											
	Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-Outs	354	354	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	354	354
	Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	34	34	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	34	-/-	34
	Hedge Derivate	11	-/-	11	-/-	-/-	-/-	-/-	11	-/-	11
Nicht zum Fair Value bewertet											
	Darlehen und Kredite	2.089	-/-	-/-	-/-	-/-	2.089	-/-	2.088	-/-	2.088
	Anleihen	596	-/-	-/-	-/-	-/-	596	633	-/-	-/-	633
	Schuldscheindarlehen	498	-/-	-/-	-/-	-/-	498	-/-	495	-/-	495
	Leasingverbindlichkeiten	65	-/-	-/-	-/-	-/-	65	-/-	69	-/-	69
	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten zu (fortgeführten) Anschaffungskosten ¹	610	-/-	-/-	-/-	-/-	610				
	Summe	4.257	388	11	-/-	-/-	3.858	633	2.697	354	3.683

¹ Der Buchwert stellt einen angemessenen Näherungswert für den beizulegenden Zeitwert dar.

Buch- und Marktwerte von Finanzinstrumenten per 31. Dezember 2016 (Abb. 49)

in Mio Euro	In der Bilanz ausgewiesen in	Buchwert	Kategorie					Fair Value			Summe
			Erfolgs-wirksam zum Fair Value bewertet	Zu Zwecken des Hedge Accounting	Kredite und Forderungen	Zur Ver-äußerung verfügbar	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	
Finanzielle Vermögenswerte											
Bewertet zum Fair Value											
Finanzielle Vermögenswerte designiert als Fair-Value-Option	Langfristige finanzielle Vermögenswerte	21	21	-/-	-/-	-/-	-/-	21	-/-	-/-	21
Sonstige Eigenkapitalinstrumente	Langfristige finanzielle Vermögenswerte	99	99	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	99	99
Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	18	18	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	11	7	18
Hedge Derivate	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	246	-/-	246	-/-	-/-	-/-	-/-	246	-/-	246
Nicht zum Fair Value bewertet											
Zahlungsmittel und Zahlungsmittel-äquivalente ¹	Zahlungsmittel und Zahlungsmittel-äquivalente	1.271	-/-	-/-	1.271	-/-	-/-				
Darlehen und Forderungen ¹	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	484	-/-	-/-	484	-/-	-/-				
Summe		2.140	138	246	1.755	-/-	-/-	21	257	106	384
Finanzielle Verbindlichkeiten											
Bewertet zum Fair Value											
Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-Outs	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	363	363	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	363	363
Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	32	32	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	32	-/-	32
Nicht zum Fair Value bewertet											
Darlehen und Kredite	Finanzverbindlichkeiten	2.091	-/-	-/-	-/-	-/-	2.091	-/-	2.118	-/-	2.118
Anleihen	Finanzverbindlichkeiten	596	-/-	-/-	-/-	-/-	596	637	-/-	-/-	637
Schuldscheindarlehen	Finanzverbindlichkeiten	498	-/-	-/-	-/-	-/-	498	-/-	488	-/-	488
Leasingverbindlichkeiten	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	72	-/-	-/-	-/-	-/-	72	-/-	77	-/-	77
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten zu (fortgeführten) Anschaffungskosten ¹	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	640	-/-	-/-	-/-	-/-	640				
Summe		4.291	395	-/-	-/-	-/-	3.896	637	2.715	363	3.715

¹ Der Buchwert stellt einen angemessenen Näherungswert für den beizulegenden Zeitwert dar.

Die folgende Tabelle stellt die Überleitung der regelmäßig zum beizulegenden Zeitwert bewerteten und der Stufe 3 zugeordneten Sachverhalte zum Bilanzstichtag dar:

Überleitung der Fair Values im Bereich Stufe 3 (Abb. 50)

in Mio Euro	Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-Outs
1. Januar 2017	7	363
Nicht realisierte, in der Berichtsperiode in der Gewinn- und Verlustrechnung sowie im übrigen kumulierten Eigenkapital erfasste Ergebnisse ¹	-/-	- 12
Zugänge aus Akquisitionen	-/-	1
Abgänge aus Veräußerungen/Tilgungen	-/-	- 54
Sonstige Veränderungen	-/-	56
30. Juni 2017	7	354

¹ Diese Position beinhaltet Aufzinsungseffekte und weitere Bewertungsanpassungen.

Die ProSiebenSat.1 Group verfolgt ein aktives Finanzmanagement und nutzte das attraktive Umfeld an den Finanzmärkten. So hat der Konzern im April 2017 die Fälligkeit der syndizierten Kreditvereinbarung, bestehend aus einem endfälligen Darlehen über 2,100 Mrd Euro und einer revolvingierenden Kreditfazilität, um zwei Jahre bis April 2022 verlängert. In diesem Zusammenhang wurde die revolvingierende Kreditfazilität um 150 Mio Euro auf 750 Mio Euro erhöht, jedoch in den ersten sechs Monaten 2017 nicht in Anspruch genommen. Der bisherige Financial Covenant ist im Rahmen der Refinanzierungsmaßnahmen entfallen.

8 Anteilsbasierte Vergütung

Der zum Ende des Geschäftsjahres 2016 abgelaufene Group Share Plan 2013 wurde im zweiten Quartal 2017 in Höhe von 13,6 Mio Euro vollständig ausgezahlt. Die Planbedingungen für die Group-Share-Pläne sind darüber hinaus unverändert und entsprechen weiterhin den dargestellten Informationen im Konzernanhang und im zusammengefassten Lagebericht zum 31. Dezember 2016.

Von den im Rahmen der anderen Group-Share-Pläne ausgegebenen Performance Share Units verfielen in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2017 7.047 Stück des Group-Share-Plans 2014, 11.636 Stück des Group Share Plans 2015 und 19.696 Stück des Group-Share-Plans 2016.

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2017 wurden 31.030 Aktienoptionen aus dem LTIP 2010 (Cycle 2011) ausgeübt.

9 Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen

Zum 1. Januar 2017 wurde Sabine Eckhardt als Chief Commercial Officer (CCO) in den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE berufen. Dr. Gunnar Wiedenfels ist zum 31. März 2017 auf eigenen Wunsch aus dem Vorstand ausgeschieden. Dr. Jan Kemper wurde zum 1. Juni 2017 als Finanzvorstand (CFO) in den Vorstand berufen.

Dr. Ralf Schremper (Chief Investment Officer) wird zum 31. Juli 2017 aus dem Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE ausscheiden. Dr. Jan Kemper wird ab dem 1. August 2017 auch das M&A-Ressort des Konzerns übernehmen.

Innerhalb der ersten sechs Monate des Geschäftsjahres 2017 wurden an nahestehende Unternehmen Lieferungen und Leistungen in Höhe von insgesamt 66 Mio Euro (Vorjahr: 65 Mio Euro) erbracht. Zum 30. Juni 2017 betragen die Forderungen gegen die jeweiligen Unternehmen 24 Mio Euro (31. Dezember 2016: 23 Mio Euro).

Der Konzern empfing in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2017 von seinen nahestehenden Unternehmen Lieferungen und Leistungen und erfasste in diesem Zuge Aufwendungen in Höhe von 15 Mio Euro (Vorjahr: 16 Mio Euro). Die Verbindlichkeiten gegenüber diesen Unternehmen beliefen sich zum 30. Juni 2017 auf 4 Mio Euro (31. Dezember 2016: 10 Mio Euro).

Die Mitglieder des Aufsichtsrats erwarben in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2017 586 Stückaktien der Gesellschaft. Dr. Gunnar Wiedenfels veräußerte in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2017 5.000 Stückaktien der Gesellschaft.

Im Zusammenhang mit der Rahmenvereinbarung mit der Heilpflanzenwohl AG, Pfäffikon, Schweiz (siehe Ziffer 32 „Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen“ im Anhang zum Konzernabschluss zum 31. Dezember 2016), wurden in der Berichtsperiode Werbeleistungen mit einem Bruttomediavolumen in Höhe von 7 Mio Euro (Vorjahr: keine) erbracht.

Darüber hinaus haben sich im zweiten Quartal des Geschäftsjahres 2017 keine wesentlichen Änderungen oder Transaktionen im Vergleich zu den im Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2016 dargestellten Sachverhalten zu nahestehenden Unternehmen und Personen ergeben.

10**Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode****Veräußerung eines Portfolios von Minderheitsbeteiligungen**

Mit wirtschaftlicher Wirkung zum 5. Juli 2017 hat die ProSiebenSat.1 Group ein Portfolio von Minderheitsbeteiligungen an die LCP (Overseas) Financial Holdings DAC, Dublin, Irland (Erwerber) veräußert. Im Rahmen der Veräußerung wurden die Beteiligungen in eine von der ProSiebenSat.1 Group gegründete GmbH & Co. KG eingebracht, die zu 75,1% an den Erwerber veräußert wurde. Die Zahlung des Kaufpreises in Höhe von 35 Mio Euro erfolgte am 5. Juli 2017. Aufgrund des maßgeblichen Einflusses wird der von der ProSiebenSat.1 Group gehaltene Anteil von 24,9% an der Crosslantic Fund I GmbH & Co. KG als ein nach der Equity-Methode konsolidiertes assoziiertes Unternehmen bilanziert.

Weitere Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Zwischen dem Ende des zweiten Quartals 2017 und dem 27. Juli 2017, dem Datum der Freigabe dieses Halbjahresfinanzberichts zur Veröffentlichung und Weiterleitung an den Aufsichtsrat, sind keine weiteren berichtspflichtigen Ereignisse eingetreten, die eine wesentliche Bedeutung für die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group bzw. der ProSiebenSat.1 Media SE haben.

27. Juli 2017
Der Vorstand

Versicherung der gesetzlichen Vertreter

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Konzerns vermittelt und im zusammengefassten Lagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns beschrieben sind.

Unterföhring, den 27. Juli 2017



Thomas Ebeling (Chief Executive Officer – CEO)



Dr. Jan Kemper (Chief Financial Officer – CFO)



Conrad Albert (External Affairs & Industry Relations, General Counsel)



Sabine Eckhardt (Chief Commercial Officer – CCO)



Jan David Frouman (Content & Broadcasting)



Dr. Ralf Schremper (Chief Investment Officer – CIO)



Christof Wahl (Digital Entertainment)

Bescheinigung nach prüferischer Durchsicht

An die ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring

Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss – bestehend aus Gewinn- und Verlustrechnung, Gesamtergebnisrechnung, Bilanz, Kapitalflussrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung sowie ausgewählten erläuternden Anhangsangaben – und den Konzernzwischenlagebericht der ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring, für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. Juni 2017, die Bestandteile des Halbjahresfinanzberichts nach § 37w WpHG sind, einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Die Aufstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses nach dem International Accounting Standard IAS 34 „Zwischenberichterstattung“, wie er in der EU anzuwenden ist, und des Konzernzwischenlageberichts nach den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, eine Bescheinigung zu dem verkürzten Konzernzwischenabschluss und dem Konzernzwischenlagebericht auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht abzugeben.

Wir haben die prüferische Durchsicht des verkürzten Konzernzwischenabschlusses und des Konzernzwischenlageberichts unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze für die prüferische Durchsicht von Abschlüssen vorgenommen. Danach ist die prüferische Durchsicht so zu planen und durchzuführen, dass wir bei kritischer Würdigung mit einer gewissen Sicherheit ausschließen können, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit IAS 34 „Zwischenberichterstattung“, wie er in der EU anzuwenden ist, und der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden sind. Eine prüferische Durchsicht beschränkt sich in erster Linie auf Befragungen von Mitarbeitern der Gesellschaft und auf analytische Beurteilungen und bietet deshalb nicht die durch eine Abschlussprüfung erreichbare Sicherheit. Da wir auftragsgemäß keine Abschlussprüfung vorgenommen haben, können wir einen Bestätigungsvermerk nicht erteilen.

Auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit IAS 34 „Zwischenberichterstattung“, wie er in der EU anzuwenden ist, oder dass der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden ist.

München, den 2. August 2017

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Sailer
Wirtschaftsprüfer



Schmidt
Wirtschaftsprüfer

Impressum

Kontakte

Presse

ProSiebenSat.1 Media SE
 Konzernkommunikation
 Medienallee 7
 85774 Unterföhring
 Tel. +49 [89] 95 07 – 11 45
 Fax +49 [89] 95 07 – 11 59
 E-Mail: info@prosiebensat1.com

Investor Relations

ProSiebenSat.1 Media SE
 Investor Relations
 Medienallee 7
 85774 Unterföhring
 Tel. +49 [89] 95 07 – 15 02
 Fax +49 [89] 95 07 – 15 21
 E-Mail: aktie@prosiebensat1.com

Herausgeber

ProSiebenSat.1 Media SE
 Medienallee 7
 85774 Unterföhring
 Tel. +49 [89] 95 07 – 10
 Fax +49 [89] 95 07 – 11 21
www.ProSiebenSat1.com
 HRB 219 439 AG München

Inhalt und Gestaltung

ProSiebenSat.1 Media SE
 Konzernkommunikation

hw.design, München

Photo Credits: Titel © Enno Kapitza

FINANZKALENDER (Abb. 51)

09.11.2017	Veröffentlichung der Quartalsmitteilung für das 3. Quartal 2017 Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten
06.12.2017	Capital Markets Day
22.02.2018	Pressekonferenz/IR-Konferenz anlässlich der Zahlen 2017 Pressemitteilung, Pressekonferenz in München, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren
15.03.2018	Veröffentlichung des Geschäftsberichts 2017
09.05.2018	Veröffentlichung der Quartalsmitteilung für das 1. Quartal 2018 Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten
02.08.2018	Veröffentlichung des Halbjahresfinanzberichts 2018 Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten
08.11.2018	Veröffentlichung der Quartalsmitteilung für das 3. Quartal 2018 Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten

Die ProSiebenSat.1 Group im Internet

Diese und andere Veröffentlichungen sowie Informationen über die ProSiebenSat.1 Group erhalten Sie im Internet unter www.ProSiebenSat1.com.

Zukunftsgerichtete Aussagen

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