



ENGAGE.  
INSPIRE.  
JOYN.

# INHALT

## KONZERNZWISCHENLAGE- BERICHT \_\_\_\_\_ 3

Auf einen Blick \_\_\_\_\_ 3

Wesentliche Ereignisse \_\_\_\_\_ 5

Geschäftsverlauf der ProSiebenSat.1 Group \_\_\_\_\_ 9

ProSiebenSat.1 Media SE Aktie \_\_\_\_\_ 27

Risiko- und Chancenbericht \_\_\_\_\_ 29

Prognosebericht \_\_\_\_\_ 32

## KONZERNZWISCHEN- ABSCHLUSS \_\_\_\_\_ 35

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung \_\_\_\_\_ 35

Konzern-Gesamtergebnisrechnung \_\_\_\_\_ 36

Konzern-Bilanz \_\_\_\_\_ 37

Konzern-Eigenkapital-

Veränderungsrechnung \_\_\_\_\_ 39

Konzern-Kapitalflussrechnung \_\_\_\_\_ 40

Konzern-Anhang \_\_\_\_\_ 41

## INFORMATIONEN \_\_\_\_\_ 58

Versicherung der gesetzlichen Vertreter \_\_\_\_\_ 58

Bescheinigung nach prüferischer

Durchsicht \_\_\_\_\_ 59

Finanzkalender \_\_\_\_\_ 60

Impressum \_\_\_\_\_ 61

# AUF EINEN BLICK

- **Umsatzentwicklung reflektiert Konjunkturmilieu:** Der Konzernumsatz verzeichnete im zweiten Quartal 2025 einen Rückgang gegenüber dem Vorjahr um 7 Prozent auf 840 Mio Euro. Dies spiegelt das herausfordernde Marktumfeld sowie die Entkonsolidierung von Verivox im ersten Quartal 2025 wider. Im ersten Halbjahr sank der Konzernumsatz um 4 Prozent auf 1.695 Mio Euro. Bereinigt um Währungseffekte und Portfoliomaßnahmen gingen die Umsatzerlöse um 3 Prozent bzw. auf Halbjahressicht um 2 Prozent zurück.
- **Deutliches Umsatzwachstum bei Joyn:** Joyn wuchs zweistellig bei den digitalen Werbeumsätzen. Die rückläufigen TV-Werbeerlöse zeigten hingegen deutlich die enge Korrelation zwischen der Konsumzurückhaltung bei den Verbraucher:innen sowie den verhaltenen Investitionen der TV-Werbekunden.
- **Strategische und operative Erfolge im Entertainment-Geschäft:** Mit einem klaren Fokus auf lokale und Live-Inhalte verzeichnete der Konzern einen positiven Trend bei den Zuschauermarktanteilen. Gleichzeitig steigerte Joyn die vermarktete Reichweite signifikant.
- **Starkes organisches Wachstum des Commerce & Ventures-Portfolios:** ProSiebenSat.1 setzt sein dynamisches organisches Wachstum im Segment Commerce & Ventures fort, während das Dating & Video-Segment in einem herausfordernden Wettbewerbsumfeld einen Umsatzrückgang aufwies.
- **Adjusted EBITDA unter Vorjahr:** Aufgrund des schwächeren TV-Werbeengeschäfts und der Entkonsolidierung von Verivox verringerte sich das adjusted EBITDA im zweiten Quartal um 40 Prozent auf 55 Mio Euro bzw. im ersten Halbjahr 2025 ebenfalls um 40 Prozent auf 99 Mio Euro.
- **ProSiebenSat.1 bestätigt Zielbandbreiten für 2025:** Der Konzern bestätigt die Bandbreiten für seine Jahresziele beim Umsatz und adjusted EBITDA, wobei das adjusted EBITDA aufgrund der Entwicklung im hochmargigen TV-Werbegeschäft unterhalb des Mittelwerts liegen dürfte.

## KENNZAHLEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

in Mio Euro

|   | Q2 2025 | Q2 2024 | H1 2025 | H1 2024 |
|---|---------|---------|---------|---------|
| Umsatzerlöse                                  | 840     | 907     | 1.695   | 1.774   |
| Adjusted EBITDA <sup>1</sup>                  | 55      | 91      | 99      | 163     |
| Adjusted net income <sup>2</sup>              | 14      | 25      | 0       | 33      |
| Adjusted Operating Free Cashflow <sup>3</sup> | –6      | 65      | –50     | 104     |
| Zuschauermarktanteile (in %) <sup>4</sup>     | 21,3    | 19,4    | 20,5    | 19,8    |

|  | 30.06.2025 | 31.12.2024 | 30.06.2024 |
|--|------------|------------|------------|
| Mitarbeiter:innen <sup>5</sup>               | 6.634      | 7.041      | 6.893      |
| Programmvermögen                             | 785        | 828        | 814        |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente | 581        | 608        | 524        |
| Netto-Finanzverbindlichkeiten <sup>6</sup>   | 1.541      | 1.512      | 1.595      |
| Verschuldungsgrad <sup>7</sup>               | 3,1        | 2,7        | 2,6        |

1 Um Sondereffekte bereinigtes EBITDA. Die Zusammensetzung und Definition der Sondereffekte ist unverändert zum Vorjahr, eine detaillierte Aufstellung erfolgt in dem Kapitel Ertragslage des Konzerns in den Tabellen "Überleitungsrechnung Adjusted EBITDA zum Konzernergebnis" und "Darstellung der Sondereffekte innerhalb des Adjusted EBITDA" des Halbjahresfinanzberichtes 2025.

2 Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis vor Abschreibungen und Wertminderungen auf aus Kaufpreisallokationen angesetzte Vermögenswerte, bereinigt um Sondereffekte. Dazu zählen im sonstigen Finanzergebnis erfasste Bewertungseffekte, Bewertungseffekte aus Put-Options-Verbindlichkeiten, Bewertungseffekte aus Zinssicherungsgeschäften sowie sonstige wesentliche Einmaleffekte. Darüber hinaus werden die aus den Bereinigungen resultierenden Steuereffekte ebenfalls bereinigt. Siehe Geschäftsbericht 2024, Kapitel "Planung und Steuerung".

3 Eine Definition des adjusted Operating Free Cashflows findet sich im Geschäftsbericht 2024, Kapitel "Planung und Steuerung".

4 Deutschland: ProSiebenSat.1 Group: SAT.1, ProSieben, Kabel Eins, sixx, SAT.1 GOLD, ProSieben MAXX, Kabel Eins Doku; Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.10; 01.01.2024-30.06.2025; Marktstandard: Bewegtbild; Daten endgültig gewichtet; Zielgruppe: 20-59 Jahre.

5 Vollzeitäquivalente.

6 In der Definition der Netto-Finanzverbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Group waren zum 30. Juni 2025 keine Immobilienkredite in Höhe von 186 Mio Euro (31. Dezember 2024: 184 Mio Euro; 30. Juni 2024: 172 Mio Euro) sowie geschuldete Zinsen in Höhe von 12 Mio Euro (31. Dezember 2024: 10 Mio Euro; 30. Juni 2024: 16 Mio Euro) enthalten.

7 Verhältnis von Netto-Finanzverbindlichkeiten zum adjusted EBITDA der letzten zwölf Monate.

#### » INFORMATION

**Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen gegebenenfalls nicht exakt zu der angegebenen Summe addieren und dass dargestellte Prozentangaben nicht genau die absoluten Zahlen widerspiegeln, auf die sie sich beziehen. Darüber hinaus stellen die im Konzernzwischenlagebericht angegebenen Verweise weiterführende Informationen dar und sind damit kein Bestandteil dieses Konzernzwischenlageberichts.**

# WESENTLICHE EREIGNISSE

## WESENTLICHE EREIGNISSE IM ERSTEN HALBJAHR 2025

### **ProSiebenSat.1 setzt Portfoliostrategie konsequent um**

ProSiebenSat.1 verfolgt ein aktives Portfoliomanagement mit dem Ziel, Synergien im Konzernverbund zu realisieren. Infolge des strategischen Fokus auf das Entertainment-Geschäft prüft der Konzern daher regelmäßig verschiedene Portfoliomaßnahmen – dazu gehört auch der Verkauf von nicht-strategischen Beteiligungen. In diesem Kontext hat der Konzern im ersten Halbjahr 2025 weitere Maßnahmen umgesetzt, die die Konzernstruktur vereinfachen, die finanzielle Flexibilität erhöhen und den Fokus auf das Kerngeschäft im Bereich Entertainment stärken:

### **Verkauf der Verivox Holding GmbH und ihrer Tochterunternehmen („Verivox“) abgeschlossen.**

Mit Vertrag vom 21. März 2025 hat die ProSiebenSat.1 Group Verivox an ein Tochterunternehmen der Moltiply Group S.p.A. („Moltiply“) verkauft und im ersten Quartal entkonsolidiert. Verivox (Segment Commerce & Ventures) war bis dahin eine Beteiligung der NCG – NUCOM GROUP SE („NuCom Group“) – einer Tochtergesellschaft von ProSiebenSat.1, an der der globale Wachstumsinvestor General Atlantic PD B.V. („General Atlantic“) mit 28,4 Prozent beteiligt war.

Der Verkaufserlös soll zur vorzeitigen Tilgung von Darlehensverbindlichkeiten verwendet werden. Die Entkonsolidierung von Verivox führte im März 2025 zu einer Anpassung des Ausblicks von ProSiebenSat.1 für das Jahr 2025.

→ **Unternehmensausblick**

**ProSiebenSat.1 wird alleiniger Eigentümer der NuCom Group (ohne Flaconi GmbH („flaconi“) und der ParshipMeet Holding GmbH („ParshipMeet Group“).** Im Zuge der Veräußerung von Verivox hat sich ProSiebenSat.1 mit General Atlantic auf einen vollständigen Erwerb von deren Minderheitsbeteiligungen an der NuCom Group – mit Ausnahme von flaconi – und der ParshipMeet Group geeinigt. Die Transaktion wurde am 15. Mai 2025 vollzogen.

Die Gegenleistung für den Erwerb der Minderheitsbeteiligungen umfasst unter anderem eine Barkomponente in Höhe von 10 Mio Euro und ca. 5,9 Mio eigene Aktien von ProSiebenSat.1. Darüber hinaus partizipiert General Atlantic neben ProSiebenSat.1 an möglichen Zahlungen aus der anhängigen Klage eines Tochterunternehmens der NuCom Group gegen einen Dritten; mögliche Ansprüche aus diesem Rechtsstreit hat ProSiebenSat.1 bisher nicht in der Bilanz aktiviert. Des Weiteren wird General Atlantic an einem etwaigen Ausstieg von ProSiebenSat.1 aus der ParshipMeet Group von bis zu 50 Mio Euro beteiligt.

→ **Konzern-Anhang, Ziffer 2 „Akquisition und Verkäufe mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“**

General Atlantic hält seine Minderheitsbeteiligung von 28,4 Prozent an flaconi nun direkt und nicht wie bisher indirekt über die NuCom Group. ProSiebenSat.1 bleibt Mehrheitsgesellschafter von flaconi mit einem Anteil von 71,6 Prozent und hält zusätzlich einen verzinslichen Vorzugsanteil in Höhe von 97 Mio Euro.

Durch den Ausstieg von General Atlantic aus der NuCom Group (ohne flaconi) und der ParshipMeet Group erhält ProSiebenSat.1 die volle Kontrolle und Flexibilität über die strategische Ausrichtung dieser Gesellschaften – einschließlich der Entscheidung über mögliche Veräußerungen.

**ProSiebenSat.1 übernimmt Jochen Schweizer mydays Holding GmbH („Jochen Schweizer mydays“) vollständig.** Die ProSiebenSat.1 Media SE hat am 2. April 2025 die verbliebenen Anteile von 10,1 Prozent an Jochen Schweizer mydays übernommen. Damit wurde eine vertragliche Option zum Erwerb der verbliebenen Beteiligung des Gründers Jochen Schweizer vorzeitig umgesetzt. Mit

der vollständigen Übernahme vereinfacht der Konzern die Gesellschafterstruktur weiter und gewinnt zusätzliche Flexibilität für die künftige Ausrichtung von Jochen Schweizer mydays.

**ProSiebenSat.1 übernimmt Mehrheit an der Studio Bummens GmbH („Studio Bummens“).** Mit Vertrag vom 15. Mai 2025 und wirtschaftlicher Wirkung zum 30. Mai 2025 hat die Seven.One AdFactory GmbH („Seven.One AdFactory“) die Anteilsmehrheit an Studio Bummens gekauft und hält nun 65 Prozent am Berliner Podcast-Publisher. Mit diesem Schritt erweitert ProSiebenSat.1 das hauseigene Podcast-Produktionsgeschäft und sorgt für eine noch engere Verzahnung von Produktion und Vermarktung. Ziel ist es, die Marktposition im deutschsprachigen Podcast-Geschäft auszubauen und vom dynamischen Marktwachstum zu profitieren.

[→ Rahmenbedingungen des Konzerns](#) [→ Konzern-Anhang, Ziffer 2 „Akquisitionen und Verkäufe mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“](#)

### **Aufsichtsrat verlängert Vertrag von Bert Habets**

Der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE hat mit Beschluss vom 18. April 2025 den Vertrag des Vorstandsvorsitzenden Bert Habets um drei weitere Jahre bis Oktober 2028 verlängert. Damit erhält er das Mandat, die Transformation von ProSiebenSat.1 weiter konsequent voranzutreiben. Die unter Bert Habets eingeführte Strategie zielt darauf ab, das bisher breit aufgestellte Unternehmen stärker auf das Kerngeschäft zu fokussieren und Joyn zum Superstreamer in der DACH-Region zu entwickeln.

### **Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2024 und personelle Veränderungen im Aufsichtsrat**

Die ordentliche Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE für das Geschäftsjahr 2024 fand am 28. Mai 2025 in virtueller Form statt. Die Aktionär:innen stimmten einer Dividende in Höhe von 0,05 Euro je Aktie zu (Vorjahr: 0,05 Euro). Die Dividende wurde am 3. Juni 2025 ausgezahlt.

[→ Vermögenslage des Konzerns](#)

Darüber hinaus standen bei der Hauptversammlung Wahlen für den Aufsichtsrat an: Maria Kyriacou wurde mit einer Zustimmung von über 98 Prozent neu in den Aufsichtsrat gewählt. Außerdem bestätigten die Aktionär:innen die beiden Aufsichtsratsmitglieder Dr. Katrin Burkhardt und Simone Scettri, deren Mandate turnusgemäß zur Wiederwahl standen, in ihren Ämtern.

[→ Die ProSiebenSat.1-Aktie](#)

Drei Beschlussvorschläge erhielten nicht die erforderliche Zustimmung der Aktionär:innen: eine neue Ermächtigung zum Erwerb und zur Verwendung eigener Aktien, eine neue Ermächtigung zum Einsatz von Derivaten im Rahmen des Erwerbs eigener Aktien sowie die Schaffung eines neuen Genehmigten Kapitals. Alle sonstigen zustimmungspflichtigen Beschlussvorschläge wurden mit deutlicher Mehrheit angenommen.

Direkt im Nachgang zur Hauptversammlung fand die konstituierende Sitzung des Aufsichtsrats statt. Im Rahmen dieser Sitzung wurde Maria Kyriacou zur neuen Vorsitzenden des Gremiums gewählt. Sie folgt damit auf Dr. Andreas Wiele, der nach dreijähriger Amtszeit bei der Hauptversammlung nicht erneut zur Wahl antrat.

[→ www.prosiebensat1.com/ueber-prosiebensat1/wer-wir-sind/aufsichtsrat](http://www.prosiebensat1.com/ueber-prosiebensat1/wer-wir-sind/aufsichtsrat)

### **ProSiebenSat.1 gibt begründete Stellungnahmen zu den Angeboten von MFE-MEDIAFOREUROPE N.V. („MFE“) und PPF IM LTD ab**

MFE hat am 26. März 2025 seine Entscheidung bekanntgegeben, ein freiwilliges öffentliches Übernahmeangebot an die Aktionär:innen der ProSiebenSat.1 Media SE abzugeben. Die Angebotsunterlage von MFE wurde am 8. Mai 2025 veröffentlicht („MFE-Angebotsunterlage“). Am 22. Mai 2025 haben Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE eine begründete

Stellungnahme dazu abgegeben: Vorstand und Aufsichtsrat empfehlen den Aktionär:innen, das freiwillige öffentliche Übernahmeangebot von MFE nicht anzunehmen. Nach Prüfung der MFE-Angebotsunterlage kommen beide Gremien zu dem Schluss, dass das Angebot aus finanzieller Sicht nicht angemessen ist. So liegt der rechnerische Angebotspreis um rund 18 Prozent unter dem Schlusskurs vom 21. Mai 2025 von rund 7,01 Euro und reflektiert aus Sicht von ProSiebenSat.1 nicht die erwartete künftige Wertentwicklung des Unternehmens. Diese Einschätzung wird jeweils durch eine entsprechende Stellungnahme von Morgan Stanley als Berater des Vorstands und Goldman Sachs als Berater des Aufsichtsrats bestätigt.

Zudem hat die PPF IM LTD, eine indirekte Tochtergesellschaft der PPF Group N.V. (zusammen „PPF“), am 12. Mai 2025 ihre Entscheidung bekannt gegeben, ein öffentliches Erwerbsangebot in Form eines Teilangebots zum Erwerb von ProSiebenSat.1-Aktien abzugeben. Die Angebotsunterlage der PPF IM LTD wurde am 4. Juni 2025 veröffentlicht („PPF-Angebotsunterlage“). Im Rahmen des Angebots bietet PPF 7,00 Euro je Aktie in bar für den Erwerb von bis zu ca. 31,8 Mio ProSiebenSat.1-Aktien.

Am 18. Juni 2025 haben Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE eine begründete Stellungnahme dazu abgegeben. Demnach begrüßen Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE das öffentliche Erwerbsangebot in Form eines Teilangebots der PPF, halten jedoch den Angebotspreis aus finanzieller Sicht für nicht angemessen. Nach Prüfung der PPF-Angebotsunterlage haben beide Gremien entschieden, hinsichtlich der Annahme des Angebots durch die Aktionär:innen keine Empfehlung abzugeben (neutrale Stellungnahme). Unter Berücksichtigung der strategischen Transformation und der Zukunftsaussichten von ProSiebenSat.1 sind Vorstand und Aufsichtsrat der Ansicht, dass der Angebotspreis das Ertragspotenzial und den langfristigen Wert von ProSiebenSat.1 nicht angemessen widerspiegelt.

MFE hat am 28. Juli 2025 – damit nach Ende der Berichtsperiode – ihre Entscheidung bekanntgegeben, ihr freiwilliges öffentliches Übernahmeangebot an die Aktionär:innen der ProSiebenSat.1 Media SE durch Erhöhung der angebotenen Gegenleistung zu ändern. Die Änderung des freiwilligen öffentlichen Übernahmeangebots von MFE wurde am 28. Juli 2025 veröffentlicht („Geänderte MFE-Angebotsunterlage“). Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE werden die Geänderte MFE-Angebotsunterlage prüfen und hierzu eine begründete Stellungnahme abgeben.

→ [Die ProSiebenSat.1-Aktie](#) → [Risiko- und Chancenbericht](#)

## **ProSiebenSat.1 richtet Organisation konsequent auf digitale Transformation aus**

Im Mai 2025 hat der Konzern angekündigt, den nächsten Schritt der digitalen Transformation zu gehen: Nachdem ProSiebenSat.1 trotz einer herausfordernden konjunkturellen Lage zuletzt wichtige strategische Fortschritte erzielt hat und sich noch stärker auf das Entertainment-Geschäft fokussiert, folgt nun die Weiterentwicklung des Entertainment-Geschäfts und der Holding. Vor diesem Hintergrund ist auch eine Reduzierung der Belegschaft um rund 430 Vollzeitstellen erforderlich. Der Stellenabbau soll sozialverträglich durch ein Freiwilligen-Programm erfolgen.

Ziele der Restrukturierung sind eine Verschlankung der Prozessstruktur sowie eine höhere Kosteneffizienz. 2025 werden sich die Brutto-Effekte der reduzierten Aufwendungen voraussichtlich auf einen mittleren zweistelligen Millionen-Euro-Betrag belaufen. Dabei haben die Restrukturierungsaufwendungen keinen Einfluss auf die bereinigten Kennzahlen adjusted EBITDA und das bereinigte Konzernergebnis (adjusted net income), belasten aber das Konzernergebnis wie auch den Free Cashflow im zweiten Quartal 2025 bzw. auf Jahressicht einmalig.

→ [Ertragslage des Konzerns](#) → [Finanz- und Liquiditätstlage des Konzerns](#)

## WESENTLICHE EREIGNISSE NACH ENDE DER BERICHTSPERIODE

### Gesellschaftsrechtliche Neuausrichtung des Entertainment Segments

Vor dem Hintergrund der avisierten Integration des Free-TV-Geschäfts in das Streaming-Geschäft hat der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE am 9. Juli 2025 beschlossen, diese strategische Zielsetzung auch gesellschaftsrechtlich nachzuziehen und die Seven.One Entertainment Group GmbH („Seven.One Entertainment“) als übertragende Gesellschaft auf die Joyn GmbH („Joyn“) als übernehmende Gesellschaft mit Rückwirkung zum 1. Januar 2025 zu verschmelzen. Der Aufsichtsrat hat dieser Verschmelzung am 15. Juli 2025 zugestimmt.

[→ Ertragslage des Konzerns](#) [→ Finanz- und Liquiditätslage des Konzerns](#) [→ Konzern-Anhang, Ziffer 13 „Ereignisse nach dem Bilanzstichtag“](#)

### Verkauf der ABOUT YOU Holding SE ("ABOUT YOU") abgeschlossen

Die ProSiebenSat.1 Group setzt ihr Portfoliomanagement mit klarem Fokus auf Synergien mit dem Kerngeschäft Entertainment konsequent um. Gleichzeitig stärkt der Konzern durch Portfolioentscheidungen nach dem „Best-Owner-Prinzip“ seine finanzielle Basis. In diesem Kontext hat ProSiebenSat.1 die Minderheitsbeteiligung an ABOUT YOU veräußert, einem der führenden Online-Fashion-Anbieter in Europa. Die Transaktion wurde zu Beginn des dritten Quartals 2025 vollzogen, was zu einem Mittelzufluss in Höhe von 17 Mio Euro führte.

[→ Rahmenbedingungen des Konzerns](#) [→ Unternehmensausblick](#) [→ Konzern-Anhang, Ziffer 13 „Ereignisse nach dem Bilanzstichtag“](#)

### Finanzierung langfristig zu attraktiven Konditionen gesichert

Im Rahmen des aktiven Finanzmanagements hat ProSiebenSat.1 am 28. Juli 2025 einen Großteil der Darlehenstranchen (Term Loan) in Höhe von 810 Mio Euro sowie der Revolvierenden Kreditfazilität (RCF) bis 2029 verlängert. Mit dieser Maßnahme nutzt der Konzern die Bedingungen am Fremdkapitalmarkt, um seine Finanzierung langfristig zu attraktiven Konditionen zu sichern.

Diese Verlängerung tritt zum 5. September 2025 in Kraft, sofern bis dahin kein Change-of-Control-Fall eingetreten ist. Gleichzeitig wird der Konzern Darlehensverbindlichkeiten in Höhe von 250 Mio Euro vorzeitig zurückführen und dazu die Mittelzuflüsse aus den jüngsten Portfoliomaßnahmen nutzen.

[→ Finanz- und Liquiditätslage des Konzerns](#) [→ Risiko- und Chancenbericht](#) [→ Konzern-Anhang, Ziffer 13 „Ereignisse nach dem Bilanzstichtag“](#)

# GESCHÄFTSVERLAUF DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

## RAHMENBEDINGUNGEN DES KONZERNS

### Entwicklung von Konjunktur und Werbemarkt

Die globalen wirtschaftspolitischen Unsicherheiten haben sich im ersten Halbjahr 2025 verstärkt und sich negativ auf das Vertrauen von Verbraucher:innen und Unternehmen sowie auf deren Investitionsbereitschaft ausgewirkt. Die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD, Juni 2025) hat ihren Ausblick auf die **weltweite Konjunkturentwicklung** zur Jahresmitte entsprechend angepasst; vor allem fortgeschrittene Volkswirtschaften wie die USA sind von den Abwärtskorrekturen betroffen. Dabei hat der Dollar im Zuge der US-Zollpolitik der vergangenen Monate deutlich an Wert verloren – eine Entwicklung, die wiederum exportorientierte Länder wie Deutschland zu spüren bekommen.

Insgesamt bleiben die außenwirtschaftlichen Rahmenbedingungen für Deutschland herausfordernd. Dennoch erwarten führende Wirtschaftsforschungsinstitute nach den Rückgängen in den vergangenen zwei Jahren für 2025, dass die **deutsche Wirtschaft** wieder wachsen wird. Im ersten Quartal legte das Bruttoinlandsprodukt (BIP) mit real plus 0,4 Prozent gegenüber dem Vorquartal überraschend deutlich zu (Destatis, Mai 2025). Neben höheren Konsumausgaben (real: +0,5 % gegenüber Vorquartal) stiegen auch die Bruttoanlageinvestitionen (real: +0,9 % gegenüber Vorquartal) und Exporte deutlich (real +3,2 % gegenüber Vorquartal). Besonders dynamisch entwickelte sich hier die Ausfuhr pharmazeutischer Erzeugnisse sowie von Produkten der Automobilindustrie und damit Schlüsselindustrien des deutschen Exports in Richtung USA. Vorzieheffekte im Zuge des Handelskonflikts mit den USA dürften hierbei eine Rolle gespielt haben.

Ob und in welchem Maße sich der dadurch teils überzeichnete Schwung aus dem ersten Quartal im zweiten Quartal fortgesetzt hat, ist ungewiss. Die Industrieproduktion und die Exporte entwickelten sich laut Statistischem Bundesamt nach den guten März-Zahlen im April wieder rückläufig. Zugleich bewegten sich wichtige Stimmungsindikatoren trotz Verbesserungen auf niedrigem Niveau und tendierten uneinheitlich. So stieg der ifo-Geschäftsklimaindex im Juni zwar zum sechsten Mal in Folge, allerdings vor allem auf Basis verbesserter Zukunftserwartungen. Die Beurteilung der aktuellen Lage stagnierte hingegen. Das Konsumklima entwickelte sich in den letzten Monaten tendenziell eher seitwärts. Zudem schwächte sich die Wachstumsdynamik bei den Einzelhandelsumsätzen deutlich ab.

Führende Wirtschaftsforschungsinstitute prognostizieren vor diesem Hintergrund für das zweite Quartal im Vorquartalsvergleich ein Wachstum des BIP zwischen real 0,0 Prozent (ifo Institut, Juni 2025; Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung (RWI), Juni 2025) und plus 0,3 Prozent (Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung Halle (IWH), Juni 2025). Die Aussichten für den privaten Konsum bewegen sich auf ähnlichem Niveau, sie dürften im zweiten Quartal zwischen 0,0 Prozent (Institut für Weltwirtschaft Kiel (IfW), Juni 2025) und plus 0,2 Prozent liegen (ifo Institut, Juni 2025; IWH, Juni 2025).

#### → Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen

Dies spiegelt sich in der Entwicklung des Werbemarkts wider: Zwar deuteten einige Frühindikatoren in der ersten Jahreshälfte auf eine mögliche wirtschaftliche Stabilisierung hin, jedoch spüren Unternehmen wie Konsument:innen weiterhin eine große Verunsicherung. Auf Netto-Basis gehen wir davon aus, dass der TV-Sektor im ersten Halbjahr deutlich unter Vorjahr lag

und auch im zweiten Quartal beeinträchtigt war. Laut Nielsen Media beliefen sich die Brutto-Investitionen in TV-Werbung im ersten Halbjahr 2025 auf 7,41 Mrd Euro (Vorjahr: 7,63 Mrd Euro) – ein Rückgang um 2,9 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Im zweiten Quartal verzeichnete das Marktvolumen mit 3,73 Mrd Euro (Vorjahr: 3,92 Mrd Euro) einen Rückgang um 4,9 Prozent. Vor diesem Hintergrund sanken die TV-Werbeinnahmen der ProSiebenSat.1 Group im ersten Halbjahr um 1,8 Prozent auf 2,55 Mrd Euro brutto (Vorjahr: 2,60 Mrd Euro) und auf Quartalssicht um 1,9 Prozent auf 1,33 Mrd Euro brutto (Vorjahr: 1,36 Mrd Euro). Daraus resultierte ein Marktanteil von 34,4 Prozent im ersten Halbjahr (Vorjahr: 34,0 %) bzw. 35,7 Prozent für das zweite Quartal (Vorjahr: 34,6 %).

» INFORMATION

**Die von Nielsen Media erhobenen Brutto-Werbeinvestitionen sind wichtige Indikatoren für die Bewertung der Werbemarktentwicklung. Sie basieren auf den offiziellen Preislisten vor Abzug von Rabatten, Eigenwerbung und Agenturprovisionen. Ferner beinhalten sie TV-Spots aus Media-for-Revenue- und Media-for-Equity-Geschäften. Da die Werbeumsätze großer US-Digitalkonzerne, wie Google LLC („Google“), in den Nielsen-Zahlen nicht reflektiert sind, bilden sie nicht den gesamten Brutto-Werbemarkt ab. Aufgrund marktüblich hoher Nachlässe auf die Listenpreise liegen die tatsächlichen Werbeausgaben und die damit verbundenen Erlöse der Werbewirtschaft signifikant unter den Brutto-Werten.**

## Entwicklung relevanter Marktumfelder

### ENTERTAINMENT

Das Entertainment-Geschäft ist Kern der ProSiebenSat.1 Group. Ziel ist es, unsere Position in der Entertainment-Branche der DACH-Region weiter zu stärken – mit wachsenden digitalen Geschäftsmodellen und der Streaming-Plattform Joyn im Zentrum unserer Strategie. Diesen Ansatz verfolgen wir konsequent und richten unser Portfolio auf die strukturellen Veränderungen der Mediennutzung aus. In diesem Kontext setzt ProSiebenSat.1 mit seinem Portfolio an frei empfangbaren TV-Sendern und der Streaming-Plattform Joyn den Fokus auf kostenlose, werbefinanzierte Unterhaltung (Advertising-Video-on-Demand, AVoD).

→ Geschäftsbericht 2024, Kapitel „Rahmenbedingungen des Konzerns“

Lineares TV verfügt – obwohl die Reichweite und Nutzungsdauer vor allem in den jüngeren Zielgruppen seit mehreren Jahren sinkt – nach wie vor über die größte Werberelevanz. Dabei verzahnt der Konzern die Bereiche lineares TV, Streaming und Social Media eng miteinander, um die verschiedenen Nutzungsinteressen und Zielgruppen zu bedienen. Wir verfolgen das Ziel, Inhalte plattformübergreifend verfügbar zu machen und gleichzeitig das Programm um lokale sowie Live-Inhalte zu erweitern. Dies ist ein zunehmend wichtiger Wettbewerbsvorteil: Lokale und Live-Formate stärken unser Markenprofil und festigen die Position von Joyn als kostenlose Streaming-Plattform gegenüber internationalen Anbietern sowie zunehmend geschlossenen Ökosystemen anderer Marktteilnehmer.

Beispiele für diese Programmstrategie sind Shows wie „Germany’s Next Topmodel – by Heidi Klum“ und „Wer stiehlt mir die Show?“, die im ersten Halbjahr 2025 jeweils Marktanteile deutlich über dem Senderschnitt erzielten und im TV 11,7 Prozent bzw. 12,4 Prozent bei den 20- bis 59-jährigen Zuschauer:innen erreichten. Zudem wirkten sich die Live-Übertragungen von Sportereignissen im ersten Halbjahr sehr positiv aus. So erreichte die Fußball-Bundesliga bis zu 19,6 Prozent und die FIFA Klub-WM bis zu 21,3 Prozent in der Zielgruppe 20 bis 59 Jahre. Das Fußball-EM-Finale der deutschen U21-Nationalmannschaft gegen England sahen 11,5 Mio Menschen in Deutschland (Zuschauer:innen ab 3 Jahren), was einem Marktanteil von 40,3 Prozent in der Zielgruppe der 20-59-jährigen Zuschauer:innen entspricht. Insgesamt stieg der Zuschauermarktanteil der linearen ProSiebenSat.1-TV-Sender in der Gesamtzielgruppe 20 bis 59 Jahre in Deutschland auf 20,5 Prozent (Vorjahr: 19,8 %), im zweiten Quartal 2025 verbesserte sich der

Marktanteil auf 21,3 Prozent (Vorjahr: 19,4 %). In der für den Werbemarkt besonders relevanten Prime Time (20:00 bis 23:00 Uhr) erhöhte sich der Zuschauermarktanteil bei den 20- bis 59-Jährigen auf Halbjahressicht auf 19,9 Prozent (Vorjahr: 19,2 %) bzw. sogar auf 21,0 Prozent im zweiten Quartal (Vorjahr: 18,3 %). Zu diesem positiven Trend im zweiten Quartal trugen die Sport-Events sowie die lokalen und Live-Formate wesentlich bei.

Auch digital zählt sich die Programmausrichtung auf lokale und Live-Inhalte aus: Bei Joyn verzeichnete „Germany’s Next Topmodel – by Heidi Klum“ einen Anstieg der Video Views um 19 Prozent im Vergleich zur Vorstaffel. Weitere Beispiele sind „Promis unter Palmen“ und „Die Landarztpraxis“. Insgesamt hat Joyn im ersten Halbjahr 2025 die monatlichen Video-Nutzer:innen auf durchschnittlich 8,7 Millionen gesteigert, was einem Wachstum von 29 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum entspricht. Die Verweildauer stieg um 38 Prozent auf 26,1 Milliarden Minuten. Damit hat Joyn erneut Rekordwerte erzielt. Auf Quartalssicht wuchs die vermarktbar Reichweite auf durchschnittlich 9,2 Millionen Video-Nutzer:innen pro Monat, die Verweildauer auf 12,6 Milliarden Minuten.

### ZUSCHAUERMARKTANTEILE DER PROSIEBENSAT.1 GROUP IN DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND DER SCHWEIZ

in Prozent

|             | Q2 2025 | Q2 2024 | H1 2025 | H1 2024 |
|-------------|---------|---------|---------|---------|
| Deutschland | 21,3    | 19,4    | 20,5    | 19,8    |
| Österreich  | 26,4    | 24,2    | 25,2    | 24,2    |
| Schweiz     | 16,3    | 14,1    | 16,0    | 14,5    |

Deutschland: ProSiebenSat.1 Group: SAT.1, ProSieben, Kabel Eins, sixx, SAT.1 GOLD, ProSieben MAXX, Kabel Eins Doku; Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.10; 01.01.2024-30.06.2025; Marktstandard: Bewegtbild; Daten endgültig gewichtet; Zielgruppe: 20–59 Jahre.

Österreich: E 12–49; SAT.1 Österreich, ProSieben Austria, Kabel Eins Austria, PULS 4, sixx Austria, ProSieben MAXX Austria, SAT.1 Gold Austria, Kabel Eins Doku Austria, ATV + ATV 2, PULS 24; Quelle: AGTT/GfK TELETTEST; Evogenius Reporting; 01.01.2024-30.06.2025; personengewichtet; inklusive VOSDAL/Timeshift; Standard.

Schweiz: Werte beziehen sich auf 24 Stunden (Mo–So), alle Plattformen, overnight +7. SAT.1 Schweiz, ProSieben Schweiz, Kabel Eins Schweiz, sixx Schweiz, SAT.1 Gold Schweiz, ProSieben MAXX Schweiz, Puls 8; werberelevante Zielgruppe 15–49 Jahre; D-CH; Totalsignal; Quelle: Mediapulse TV Data.

Hauptumsatzquelle im Segment Entertainment ist die Vermarktung von Bewegtbildwerbung innerhalb der DACH-Region. Eine zunehmend wichtige Umsatzquelle sind hier digitale Werbeprodukte, dies gilt sowohl für die Bewegtbildwerbung als auch für andere Vermarktungsformen. Durch innovative Werbeprodukte im Bereich Advanced TV monetarisiert ProSiebenSat.1 seine Reichweite konsequent und erhöht so den Anteil der digitalen & smarten Werbeerlöse. Kooperationen mit unterschiedlichen Branchenpartnern sind ein wichtiger Teil dieser Strategie. In diesem Zusammenhang hat die ProSiebenSat.1 Group im Juni 2025 eine kommerzielle Partnerschaft mit der Comcast-Tochter FreeWheel geschlossen. Ziel der Kooperation ist die Internationalisierung des Media Managers der Virtual Minds GmbH („Virtual Minds“) sowie die internationale Skalierung von Werbekampagnen, die künftig über Mediengattungen hinweg und zugleich europaweit buchbar sind.

Die fortschreitende Digitalisierung eröffnet zusätzliche Chancen, das Umsatzprofil gezielt zu diversifizieren. Mit der Seven.One Audio und unserem Portfolio an exklusiv vermarktbar sowie eigenproduzierten Podcasts sind wir im deutschsprachigen Raum führend – und haben uns einen zusätzlichen Umsatzmarkt erschlossen. Im Mai 2025 hat der Konzern die Anteilsmehrheit am Berliner Podcast-Publisher Studio Bummens übernommen. Dies ist ein strategisch wichtiger Schritt zur Stärkung der Position im dynamisch wachsenden Podcast-Markt: Während Podcasts im Jahr 2024 bereits eine starke Reichweite von knapp 70 Prozent bei den 18- bis 29-Jährigen erzielten, legen sie 2025 weiter zu und erreichen mittlerweile 73 Prozent. Zu diesem Ergebnis kommt der aktuelle „Podcast 2025 Report“ der Seven.One Audio. Auch in der Zielgruppe der 18- bis 49-Jährigen erhöhte sich die Reichweite und beträgt im Jahr 2025 63 Prozent.

Gleichzeitig nehmen Nutzungsdauer und -frequenz in beiden Zielgruppen im Mehrjahresvergleich insgesamt zu. Diese Entwicklungen unterstreichen das wachsende Potenzial von Podcasts als attraktives Werbemedium.

→ **Wesentliche Ereignisse**

Neben der Podcastvermarktung zeigt das Distributionsgeschäft beispielhaft, wie ProSiebenSat.1 auf unterschiedliche Nutzungsbedürfnisse reagiert und zusätzliche Erlösquellen jenseits der traditionellen Bewegtbildwerbung erschließt. Hier partizipiert der Konzern an den technischen Freischaltentgelten, die Endkund:innen für den Empfang von HD-Programmen an die jeweiligen Plattformanbieter zahlen. In diesem Zusammenhang wurden die Distributionsvereinbarungen mit SES Astra und HD+ erneuert – damit ist auch Joyn über deren Angebote verfügbar. Ein weiterer Schritt in Richtung Reichweitenausbau ist die Integration der Joyn-App in die In-Car-Entertainment-Systeme von Mercedes-Benz. Seit April 2025 ist die App in fünf Fahrzeugmodellen verfügbar.

## COMMERCE & VENTURES

Im Segment Commerce & Ventures bündelt die ProSiebenSat.1 Group ihre Beteiligungen an E-Commerce-Unternehmen: Seit mehr als zehn Jahren unterstützt der ProSiebenSat.1-Konzern hier die Entwicklung aufstrebender Digitalunternehmen mit seiner Expertise in der Markenbildung. Diesen Weg setzen wir fort, indem wir verstärkt auf unser Media-for-Equity/Media-for-Revenue-Modell setzen. Mit diesem Investitionsansatz diversifiziert der Konzern seine Umsatzquellen und monetarisiert seine Reichweite durch Media-Synergien. Dabei ist dieses Investitionsmodell sehr kapitaleffizient: ProSiebenSat.1 investiert freie Werbezeiten in E-Commerce-Unternehmen und partizipiert im Gegenzug über eine Unternehmens- bzw. Umsatzbeteiligung an deren Wachstum.

Ein Großteil des Commerce & Ventures-Portfolios korreliert mit der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung. Dies gilt zum einen mit Blick auf die Finanzkraft der Wachstumsunternehmen und die sich bietenden Investitionschancen. Zum anderen ist der private Konsum relevant für die Geschäftsentwicklung der Commerce-Portale, die einen starken Fokus auf die Konsumneigung der Verbraucher:innen setzen. Dies zeigt sich im ersten Halbjahr 2025 erneut deutlich, wenn auch je nach Branche in unterschiedlicher Intensität und Auswirkung. Unabhängig davon legt der Konzern den Schwerpunkt darauf, die operative Performance der verschiedenen Portfoliounternehmen zu stärken. Ein Beispiel hierfür ist flaconi, das trotz der allgemeinen Konsumzurückhaltung wächst und die Effizienzsteigerung bei seinen technischen und kommerziellen Prozessen in den vergangenen Monaten deutlich optimiert hat. Zudem legt flaconi aktuell einen strategischen Schwerpunkt auf die Internationalisierung seines Angebots und ist seit dem zweiten Quartal in fünf weiteren europäischen Märkten tätig.

→ **Ertragslage des Konzerns**

ProSiebenSat.1 verfolgt ein aktives Portfoliomanagement und setzt seine „Best-Owner-Strategie“ konsequent um. Das bedeutet: Wir prüfen regelmäßig, welche Portfoliounternehmen wir mit unserer Expertise und Reichweite auf die nächste Entwicklungsstufe heben können, um Wert zu schaffen. Sollte ein Geschäft nicht mehr in hohem Maße von Synergien im Konzernverbund und insbesondere unserer Reichweite profitieren, ist es Teil der Gesamtstrategie, auch gut entwickelte Commerce-Marken an einen geeigneteren Eigentümer zu verkaufen, um so Investitionserträge zu realisieren. Der Zeitpunkt eines Verkaufs ist dabei sowohl von der Entwicklung der Beteiligung als auch dem Marktumfeld abhängig, um eine ausreichende Transaktionssicherheit und angemessene Bewertung erzielen zu können. In diesem Kontext hat der Konzern im ersten Quartal 2025 Verivox veräußert.

→ **Wesentliche Ereignisse**

Ein weiteres Beispiel für das aktive Portfoliomanagement ist der Verkauf der Urban Sports Club GmbH („Urban Sports Club“): ProSiebenSat.1 hatte sich 2021 im Rahmen eines Media-for-Equity-Deals sowie eines direkten Finanzinvestments an Urban Sports Club beteiligt. In dieser Zeit hat das Unternehmen von der Reichweite der Kanäle und Expertise im Markenaufbau profitiert und ist

heute eine führende Sport- und Wellness-Plattform in Europa. Im März 2025 hat ProSiebenSat.1 seine Minderheitsbeteiligung veräußert und so von der deutlichen Wertsteigerung in nur wenigen Jahren profitiert. Der Vollzug der Transaktion steht noch aus.

## DATING & VIDEO

Im Segment Dating & Video verfügen wir mit den breiten Online-Dating- und Social Entertainment-Angeboten der ParshipMeet Group über eine diversifizierte Umsatzbasis: Die ParshipMeet Group besteht aus neun Verbrauchermarken und ist auf drei Kontinenten präsent. Entsprechend vielfältig sind die Einflussfaktoren auf die Geschäftsentwicklung. Dazu zählen rechtliche und makroökonomische Entwicklungen in den verschiedenen Ländern, wobei insbesondere der private Konsum relevant ist. Das Wettbewerbsumfeld hat sich nicht zuletzt durch die konjunkturelle Lage intensiviert, dies gilt sowohl für Deutschland als auch die USA als wichtige Umsatzmärkte. Hinzu kommt eine starke Veränderung im Nutzerverhalten wie Unverbindlichkeit und Oberflächlichkeit der Kontakte. Dabei gewinnt der Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) an Bedeutung.

Aktuell legt die ParshipMeet Group daher den Schwerpunkt darauf, die operative Performance zu stärken und mit Nachdruck daran zu arbeiten, die Umsätze zu stabilisieren und gleichzeitig die Kosteneffizienz zu steigern. Teil dieses umfassenden Transformationsprozesses ist es, die Organisation neu auszurichten und die vorhandenen Ressourcen besser zu nutzen. Ein Beispiel hierfür ist die Konsolidierung der Apps auf einer einheitlichen Plattform.

→ Ertragslage des Konzerns

## ERTRAGSLAGE DES KONZERNS

### Umsatz

Die ProSiebenSat.1 Group verzeichnete im zweiten Quartal 2025 einen Rückgang beim **Konzernumsatz** von 7 Prozent oder 67 Mio Euro auf 840 Mio Euro (Vorjahr: 907 Mio Euro). Die Umsatzentwicklung spiegelt insbesondere das herausfordernde makroökonomische Umfeld wider.

Zwar deuteten einige Frühindikatoren zwischenzeitlich auf eine mögliche wirtschaftliche Stabilisierung hin, jedoch spürten Unternehmen wie Konsument:innen im zweiten Quartal weiterhin eine große Verunsicherung. In diesem Kontext entwickelte sich vor allem der sehr konjunkturabhängige TV-Werbemarkt wie erwartet unter dem Vorjahresniveau – mit entsprechenden Auswirkungen auf die Umsatzentwicklung im Kerngeschäft Entertainment.

→ Rahmenbedingungen des Konzerns

Einen weiteren Effekt hatten Portfoliomaßnahmen: So wurde Verivox im März 2025 verkauft und ist in den Umsatzzahlen lediglich bis zur Entkonsolidierung enthalten. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen gingen die Umsatzerlöse des Konzerns um 3 Prozent bzw. 25 Mio Euro zurück.

→ Wesentliche Ereignisse

Auf Halbjahressicht betrug der Konzernumsatz 1.695 Mio Euro. Dies entspricht einem Rückgang von 4 Prozent oder 78 Mio Euro. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen sank der Wert um 2 Prozent bzw. 41 Mio Euro.

## AUSSENUMSATZERLÖSE DES KONZERNS NACH SEGMENTEN

in Mio Euro

|                     | Q2 2025      | Q2 2024      | Veränderung abs. | Veränderung in % |
|---------------------|--------------|--------------|------------------|------------------|
| Entertainment       | 570          | 612          | -42              | -6,9             |
| Commerce & Ventures | 199          | 197          | 1                | 0,7              |
| Dating & Video      | 71           | 98           | -26              | -27,0            |
| <b>Umsatzerlöse</b> | <b>840</b>   | <b>907</b>   | <b>-67</b>       | <b>-7,4</b>      |
|                     | H1 2025      | H1 2024      | Veränderung abs. | Veränderung in % |
| Entertainment       | 1.113        | 1.165        | -52              | -4,5             |
| Commerce & Ventures | 427          | 404          | 23               | 5,7              |
| Dating & Video      | 155          | 205          | -50              | -24,2            |
| <b>Umsatzerlöse</b> | <b>1.695</b> | <b>1.774</b> | <b>-78</b>       | <b>-4,4</b>      |

## ANTEIL DER UMSATZERLÖSE NACH SEGMENTEN

|                                | Q2 2025     | Q2 2024     | H1 2025     | H1 2024     |
|--------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Entertainment</b>           |             |             |             |             |
| Werbeerlöse DACH               | 46 %        | 47 %        | 44 %        | 46 %        |
| Andere Entertainment-Erlöse    | 22 %        | 21 %        | 21 %        | 20 %        |
| <b>Commerce &amp; Ventures</b> | <b>24 %</b> | <b>22 %</b> | <b>25 %</b> | <b>23 %</b> |
| <b>Dating &amp; Video</b>      | <b>8 %</b>  | <b>11 %</b> | <b>9 %</b>  | <b>12 %</b> |

Der **Außenumsatz** des Segments **Entertainment** belief sich im zweiten Quartal 2025 auf 570 Mio Euro und lag damit um 7 Prozent bzw. 42 Mio Euro unter dem Vorjahreswert. Auf Halbjahressicht sank der Außenumsatz des Segments um 4 Prozent auf 1.113 Mio Euro (Vorjahr: 1.165 Mio Euro). Die Umsatzentwicklung reflektiert das aktuelle Marktumfeld, das von einer zurückhaltenden Investitionsbereitschaft in Werbung geprägt ist. Besonders deutlich zeigt sich dies im linearen TV-Werbegeschäft. Trotz des herausfordernden Branchenumfelds, das sich auch auf einige digitale Werbeangebote negativ ausgewirkt hat, konnte die Streaming-Plattform Joyn erneut ein dynamisches Wachstum verzeichnen. Dies gilt sowohl für das zweite Quartal als auch auf Halbjahressicht.

Auf Quartalsicht stiegen die digitalen & smarten Werbeerlöse in der DACH-Region im Vergleich zum Vorjahr um 2 Prozent, während die gesamten Werbeumsätze im Segment Entertainment um 9 Prozent zurückgingen. Dabei erzielte Joyn bei den AVoD-Umsätzen (Advertising-Video-on-Demand) ein Plus von 62 Prozent. Diese Entwicklung bestätigt den strategischen Fokus auf Joyn und ein vorwiegend werbefinanziertes Streaming-Angebot. Die in den sonstigen Umsatzerlösen ausgewiesenen SVoD-Umsätze (Subscription-Video-on-Demand) stiegen zudem um 28 Prozent.

Darüber hinaus setzen die Distributionserlöse ihr dynamisches Umsatzwachstum im zweiten Quartal 2025 fort und stiegen gegenüber dem Vorjahr um 10 Prozent. Über die Distribution diversifiziert der Konzern sein Umsatzprofil und generiert von der Werbemarktentwicklung unabhängige Erlöse.

### → Rahmenbedingungen des Konzerns

Im Segment **Commerce & Ventures** entwickelte sich der **Außenumsatz** auf Quartalsicht – trotz Entkonsolidierungseffekten – stabil und betrug 199 Mio Euro (Vorjahr: 197 Mio Euro). Zum Ende des ersten Quartals 2025 wurde das Online-Vergleichsportale Verivox veräußert. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen wuchs der Segmentumsatz um 23 Prozent oder 37 Mio Euro. Wichtigster Umsatztreiber war das Beauty & Lifestyle-Geschäft mit flaconi, das sich in einem herausfordernden Konsumumfeld weiterhin dynamisch entwickelte. Die Umsätze des Erlebnis- und Freizeitgeschäfts von Jochen Schweizer mydays (Experiences) sind aufgrund der Umstellung des Geschäftsmodells im Oktober 2024 ebenfalls deutlich zweistellig gewachsen.

### → Rahmenbedingungen des Konzerns

Auf Halbjahressicht wuchs der Segmentumsatz um 6 Prozent auf 427 Mio Euro (Vorjahr: 404 Mio Euro). Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen verzeichnete der Außenumsatz des Segments einen Anstieg von 16 Prozent oder 59 Mio Euro im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Dazu trug größtenteils flaconi bei, das sein zweistelliges Umsatzwachstum fortsetzte.

Der **Außenumsatz** im Segment **Dating & Video** belief sich im zweiten Quartal 2025 auf 71 Mio Euro. Dies ist ein Rückgang von 27 Prozent oder 26 Mio Euro bzw. bereinigt um Währungseffekte von 24 Prozent oder 22 Mio Euro. Dabei sanken die Umsätze des Dating-Bereichs um 20 Prozent oder 11 Mio Euro, die Video-Umsätze gingen im Vergleich zum Vorjahr um 35 Prozent oder 16 Mio Euro zurück. Diese Entwicklung ist neben der Konsumzurückhaltung in Deutschland und den USA auf das herausfordernde und sehr wettbewerbsintensive Marktumfeld zurückzuführen.

→ Rahmenbedingungen des Konzerns

Die beschriebenen Entwicklungen prägten die Umsatzentwicklung auch auf Halbjahressicht: So betrug der Außenumsatz des Segments Dating & Video in den ersten sechs Monaten 155 Mio Euro (Vorjahr: 205 Mio Euro), dies ist ein Rückgang um 24 Prozent oder 50 Mio Euro. Bereinigt um Währungseffekte waren es minus 24 Prozent bzw. minus 48 Mio Euro.

## AUSSENUMSATZERLÖSE

in Mio Euro

|  | Entertainment |            | Commerce & Ventures |            | Dating & Video |           | Summe Konzern |            |
|--|---------------|------------|---------------------|------------|----------------|-----------|---------------|------------|
|  | Q2 2025       | Q2 2024    | Q2 2025             | Q2 2024    | Q2 2025        | Q2 2024   | Q2 2025       | Q2 2024    |
| <b>Werbeerlöse</b>                     | <b>444</b>    | <b>491</b> | <b>32</b>           | <b>31</b>  | <b>—</b>       | <b>—</b>  | <b>476</b>    | <b>522</b> |
| DACH                                   | 384           | 425        | 32                  | 31         | —              | —         | 416           | 456        |
| davon TV                               | 307           | 349        | —                   | —          | —              | —         | 307           | 349        |
| davon Digital & Smart                  | 77            | 76         | —                   | —          | —              | —         | 77            | 76         |
| Rest der Welt                          | 60            | 66         | —                   | —          | —              | —         | 60            | 66         |
| <b>Distribution</b>                    | <b>55</b>     | <b>50</b>  | <b>—</b>            | <b>—</b>   | <b>—</b>       | <b>—</b>  | <b>55</b>     | <b>50</b>  |
| <b>Content</b>                         | <b>34</b>     | <b>39</b>  | <b>—</b>            | <b>—</b>   | <b>—</b>       | <b>—</b>  | <b>34</b>     | <b>39</b>  |
| <b>Digital Platform &amp; Commerce</b> | <b>—</b>      | <b>—</b>   | <b>166</b>          | <b>166</b> | <b>—</b>       | <b>—</b>  | <b>166</b>    | <b>166</b> |
| Consumer Advice                        | —             | —          | 27                  | 61         | —              | —         | 27            | 61         |
| Experiences                            | —             | —          | 6                   | 4          | —              | —         | 6             | 4          |
| Beauty & Lifestyle                     | —             | —          | 133                 | 100        | —              | —         | 133           | 100        |
| <b>Dating &amp; Video</b>              | <b>—</b>      | <b>—</b>   | <b>—</b>            | <b>—</b>   | <b>71</b>      | <b>98</b> | <b>71</b>     | <b>98</b>  |
| Dating                                 | —             | —          | —                   | —          | 41             | 52        | 41            | 52         |
| Video                                  | —             | —          | —                   | —          | 30             | 46        | 30            | 46         |
| <b>Sonstige Umsatzerlöse</b>           | <b>36</b>     | <b>32</b>  | <b>1</b>            | <b>1</b>   | <b>—</b>       | <b>—</b>  | <b>37</b>     | <b>33</b>  |
| <b>Summe</b>                           | <b>570</b>    | <b>612</b> | <b>199</b>          | <b>197</b> | <b>71</b>      | <b>98</b> | <b>840</b>    | <b>907</b> |

## AUSSENUMSATZERLÖSE

in Mio Euro

|  | Entertainment |              | Commerce & Ventures |            | Dating & Video |            | Summe Konzern |              |
|--|---------------|--------------|---------------------|------------|----------------|------------|---------------|--------------|
|  | H1 2025       | H1 2024      | H1 2025             | H1 2024    | H1 2025        | H1 2024    | H1 2025       | H1 2024      |
| <b>Werbeerlöse</b>                     | <b>872</b>    | <b>942</b>   | <b>57</b>           | <b>59</b>  | —              | —          | <b>929</b>    | <b>1.002</b> |
| DACH                                   | 750           | 818          | 57                  | 59         | —              | —          | 808           | 877          |
| davon TV                               | 608           | 675          | —                   | —          | —              | —          | 608           | 675          |
| davon Digital & Smart                  | 142           | 143          | —                   | —          | —              | —          | 142           | 143          |
| Rest der Welt                          | 122           | 124          | —                   | —          | —              | —          | 122           | 124          |
| <b>Distribution</b>                    | <b>108</b>    | <b>100</b>   | —                   | —          | —              | —          | <b>108</b>    | <b>100</b>   |
| <b>Content</b>                         | <b>69</b>     | <b>66</b>    | —                   | —          | —              | —          | <b>69</b>     | <b>66</b>    |
| <b>Digital Platform &amp; Commerce</b> | —             | —            | <b>368</b>          | <b>343</b> | —              | —          | <b>368</b>    | <b>343</b>   |
| Consumer Advice                        | —             | —            | 100                 | 137        | —              | —          | 100           | 137          |
| Experiences                            | —             | —            | 13                  | 8          | —              | —          | 13            | 8            |
| Beauty & Lifestyle                     | —             | —            | 254                 | 198        | —              | —          | 254           | 198          |
| <b>Dating &amp; Video</b>              | —             | —            | —                   | —          | <b>155</b>     | <b>205</b> | <b>155</b>    | <b>205</b>   |
| Dating                                 | —             | —            | —                   | —          | 88             | 109        | 88            | 109          |
| Video                                  | —             | —            | —                   | —          | 67             | 96         | 67            | 96           |
| <b>Sonstige Umsatzerlöse</b>           | <b>65</b>     | <b>57</b>    | <b>2</b>            | <b>2</b>   | —              | —          | <b>66</b>     | <b>58</b>    |
| <b>Summe</b>                           | <b>1.113</b>  | <b>1.165</b> | <b>427</b>          | <b>404</b> | <b>155</b>     | <b>205</b> | <b>1.695</b>  | <b>1.774</b> |

### Adjusted EBITDA

Das **adjusted EBITDA** lag wie erwartet unter Vorjahr und verringerte sich aufgrund des Rückgangs im ertragsstarken, aber zugleich konjunktursensitiven TV-Werbegeschäft gegenüber dem zweiten Quartal 2024 um 40 Prozent auf 55 Mio Euro (Vorjahr: 91 Mio Euro). Daneben hatte vor allem die Entkonsolidierung von Verivox einen negativen Effekt. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen sank der Wert um 33 Prozent bzw. 27 Mio Euro.

Auf Halbjahressicht betrug das **adjusted EBITDA** 99 Mio Euro (Vorjahr: 163 Mio Euro), dies entspricht ebenfalls einem Rückgang um 40 Prozent. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen lag der Rückgang bei 36 Prozent bzw. 56 Mio Euro.

Die Entwicklung der Segmente stellt sich im Einzelnen wie folgt dar:

### ADJUSTED EBITDA NACH SEGMENTEN

in Mio Euro

|                                   | Q2 2025   | Q2 2024    | Veränderung abs. | Veränderung in % |
|-----------------------------------|-----------|------------|------------------|------------------|
| Entertainment                     | 41        | 71         | -29              | -41,6            |
| Commerce & Ventures               | 8         | 12         | -4               | -31,6            |
| Dating & Video                    | 13        | 14         | -1               | -7,7             |
| Überleitung (Holding & Sonstiges) | -8        | -7         | -2               | 25,6             |
| <b>Summe adjusted EBITDA</b>      | <b>55</b> | <b>91</b>  | <b>-36</b>       | <b>-39,7</b>     |
|                                   | H1 2025   | H1 2024    | Veränderung abs. | Veränderung in % |
| Entertainment                     | 65        | 116        | -51              | -44,3            |
| Commerce & Ventures               | 24        | 29         | -5               | -17,0            |
| Dating & Video                    | 24        | 31         | -7               | -22,0            |
| Überleitung (Holding & Sonstiges) | -15       | -13        | -1               | 9,5              |
| <b>Summe adjusted EBITDA</b>      | <b>99</b> | <b>163</b> | <b>-64</b>       | <b>-39,6</b>     |

Das **adjusted EBITDA** im Segment **Entertainment** betrug im zweiten Quartal 41 Mio Euro und ist damit gegenüber dem Vorjahr um 42 Prozent oder 29 Mio Euro zurückgegangen. Dies reflektiert die Umsatzentwicklung und insbesondere den Rückgang des margenstarken TV-Werbegeäfts.

Die Programmaufwendungen lagen auf Vorjahresniveau und betragen im zweiten Quartal 253 Mio Euro (Vorjahr: 252 Mio Euro). Dabei hat der Konzern seinen Fokus auf lokale und Live-Inhalte gelegt. Dieser strategische Ansatz zeigt positive Ergebnisse: So wiesen die Zuschauermarktanteile der ProSiebenSat.1-Sender im zweiten Quartal einen positiven Trend auf, Joyn steigerte seine vermarktbare Reichweite zugleich deutlich. Auf Halbjahressicht sank das adjusted EBITDA um 51 Mio Euro auf 65 Mio Euro.

#### → Rahmenbedingungen des Konzerns

Das **adjusted EBITDA** des Segments **Commerce & Ventures** sank im zweiten Quartal 2025 um 32 Prozent auf 8 Mio Euro (Vorjahr: 12 Mio Euro). Dies resultiert vor allem aus dem Wegfall des positiven Ergebnisbeitrags von Verivox. Bereinigt um diese Portfolioveränderung stieg das adjusted EBITDA um 89 Prozent oder 4 Mio Euro. Dazu hat insbesondere das dynamische Ergebniswachstum von flaconi beigetragen: Der Beauty- und Lifestyle-Anbieter steigerte seine Profitabilität deutlich und verdoppelte seinen Ergebnisbeitrag im Vergleich zum Vorjahr. Auf Halbjahressicht belief sich das adjusted EBITDA des Segments auf 24 Mio Euro und lag damit um 5 Mio Euro oder 17 Prozent unter dem Vorjahreszeitraum (Vorjahr: 29 Mio Euro). Bereinigt um den Portfolioeffekt durch Verivox stieg der Wert um 14 Prozent oder 3 Mio Euro.

Im Segment **Dating & Video** betrug das **adjusted EBITDA** im zweiten Quartal 13 Mio Euro – es lag damit um 8 Prozent oder 1 Mio Euro unter dem Vorjahreswert. Auf Halbjahressicht sank der Wert auf 24 Mio Euro (Vorjahr: 31 Mio Euro). Um auf den Umsatzrückgang zu reagieren, setzt die ParshipMeet Group gezielt Kosten- und Effizienzsteigerungsmaßnahmen um, was sich zunehmend positiv auf die Ergebnisentwicklung auswirkt.

### ÜBERLEITUNGSRECHNUNG ADJUSTED EBITDA ZUM KONZERNERGEBNIS

in Mio Euro

|                                    | Q2 2025     | Q2 2024    | Veränderung abs. | Veränderung in % |
|------------------------------------|-------------|------------|------------------|------------------|
| Adjusted EBITDA                    | 55          | 91         | -36              | -39,7            |
| Sondereffekte                      | -77         | -14        | -63              | ~                |
| <b>EBITDA</b>                      | <b>-22</b>  | <b>77</b>  | <b>-99</b>       | <b>~</b>         |
| Abschreibungen und Wertminderungen | -49         | -46        | -3               | 7,0              |
| davon aus Kaufpreisallokationen    | -4          | -4         | 0                | 0,3              |
| <b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>     | <b>-72</b>  | <b>30</b>  | <b>-102</b>      | <b>~</b>         |
| Finanzergebnis                     | -21         | -17        | -4               | 22,0             |
| Ertragsteuern                      | 41          | 0          | 41               | ~                |
| <b>Konzernergebnis</b>             | <b>-52</b>  | <b>13</b>  | <b>-65</b>       | <b>~</b>         |
|                                    | H1 2025     | H1 2024    | Veränderung abs. | Veränderung in % |
| Adjusted EBITDA                    | 99          | 163        | -64              | -39,6            |
| Sondereffekte                      | -127        | -21        | -106             | ~                |
| <b>EBITDA</b>                      | <b>-28</b>  | <b>142</b> | <b>-170</b>      | <b>~</b>         |
| Abschreibungen und Wertminderungen | -100        | -94        | -6               | 6,8              |
| davon aus Kaufpreisallokationen    | -9          | -10        | 2                | -16,0            |
| <b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>     | <b>-128</b> | <b>48</b>  | <b>-177</b>      | <b>~</b>         |
| Finanzergebnis                     | -44         | -28        | -16              | 56,0             |
| Ertragsteuern                      | 48          | -3         | 51               | ~                |
| <b>Konzernergebnis</b>             | <b>-124</b> | <b>17</b>  | <b>-141</b>      | <b>~</b>         |

Das **EBITDA** sank im zweiten Quartal 2025 auf minus 22 Mio Euro (Vorjahr: 77 Mio Euro). Der Rückgang ist zum einen auf die Umsatzentwicklung zurückzuführen. Zum anderen ist das EBITDA durch einen signifikanten Anstieg der **Sondereffekte** geprägt, die minus 77 Mio Euro (Vorjahr: -14 Mio Euro) betragen. Hauptursache für die hohen Sondereffekte sind Reorganisationsaufwendungen in Höhe von 68 Mio Euro. Diese stehen vor allem im Kontext der digitalen Transformation des Konzerns und des damit einhergehenden Freiwilligen-Programms; sie entfallen insbesondere auf das Segment Entertainment sowie die Holding. Zudem enthalten die Sondereffekte Aufwendungen aus sonstigen Einmaleffekten in Höhe von 9 Mio Euro (Vorjahr:

5 Mio Euro), die im Wesentlichen auf Beratungskosten im Zusammenhang mit den Übernahmeangeboten von MFE und PPF entfallen.

#### → Wesentliche Ereignisse

Auf Halbjahressicht verringerte sich das EBITDA auf minus 28 Mio Euro (Vorjahr: 142 Mio Euro). Neben den beschriebenen Effekten beeinflussten Aufwendungen aus der Entkonsolidierung von Verivox in Höhe von 34 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) die Ergebnisentwicklung. Insgesamt beliefen sich die Sondereffekte im ersten Halbjahr 2025 auf minus 127 Mio Euro (Vorjahr: -21 Mio Euro). Des Weiteren entstanden im ersten Quartal Aufwendungen für Rechtsstreitigkeiten in Höhe von 6 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro), die im Wesentlichen aus der Erhöhung einer Rückstellung im Rahmen eines verbraucherschutzrechtlichen Verfahrens in Australien resultieren.

### DARSTELLUNG DER SONDEREFFEKTE INNERHALB DES ADJUSTED EBITDA

in Mio Euro

|   | Q2 2025    | Q2 2024    | H1 2025     | H1 2024    |
|---|------------|------------|-------------|------------|
| <b>Adjusted EBITDA</b>  | <b>55</b>  | <b>91</b>  | <b>99</b>   | <b>163</b> |
| Erträge aus Änderungen des Konsolidierungskreises                       | —          | 0          | —           | 1          |
| Bewertungseffekte aus strategischen Neuausrichtungen von Business Units | —          | 1          | —           | 1          |
| <b>Bereinigte Erträge</b>   | <b>0</b>   | <b>1</b>   | <b>0</b>    | <b>3</b>   |
| M&A-bezogene Aufwendungen   | —          | -2         | -6          | -2         |
| Reorganisationsaufwendungen   | -68        | 0          | -69         | -1         |
| Aufwendungen für Rechtsstreitigkeiten                                   | 0          | -9         | -6          | -9         |
| Anpassungen des beizulegenden Zeitwerts anteilsbasierter Vergütungen    | 0          | —          | -1          | —          |
| Aufwendungen aus Änderungen des Konsolidierungskreises                  | —          | —          | -34         | —          |
| Aufwendungen aus sonstigen Einmaleffekten                               | -9         | -5         | -11         | -12        |
| <b>Bereinigte Aufwendungen</b>  | <b>-77</b> | <b>-16</b> | <b>-127</b> | <b>-24</b> |
| <b>Sondereffekte</b>  | <b>-77</b> | <b>-14</b> | <b>-127</b> | <b>-21</b> |
| <b>EBITDA</b>   | <b>-22</b> | <b>77</b>  | <b>-28</b>  | <b>142</b> |

Die **Abschreibungen und Wertminderungen** betragen im zweiten Quartal 49 Mio Euro (Vorjahr: 46 Mio Euro) bzw. auf Halbjahressicht 100 Mio Euro (Vorjahr: 94 Mio Euro).

### Finanzergebnis

Das **Finanzergebnis** belief sich im zweiten Quartal 2025 auf minus 21 Mio Euro gegenüber minus 17 Mio Euro im Vorjahr. Dabei betrug das **Zinsergebnis** minus 13 Mio Euro (Vorjahr: -12 Mio Euro). Das Zinsergebnis ist durch gegenläufige Effekte geprägt, die unter anderem die Entwicklung des Zinsniveaus reflektieren. Das **sonstige Finanzergebnis** belief sich auf minus 9 Mio Euro (Vorjahr: -6 Mio Euro). Diese Veränderung gegenüber dem Vorjahr basiert auf negativen Effekten aus der Bewertung von Zinsoptionen in Höhe von minus 3 Mio Euro (Vorjahr: 2 Mio Euro) sowie Effekten aus der Fremdwährungsumrechnung von minus 4 Mio Euro (Vorjahr: 2 Mio Euro). Demgegenüber stehen positive Bewertungseffekte aus langfristig gehaltenen Wertpapieren in Höhe von 2 Mio Euro (Vorjahr: -4 Mio Euro) sowie niedrigere Finanzierungskosten in Höhe von 0 Mio Euro (Vorjahr: -3 Mio Euro).

Die Entwicklung des Zinsergebnisses sowie des sonstigen Finanzergebnisses kennzeichneten auch das erste Halbjahr 2025: Hier belief sich das Finanzergebnis auf minus 44 Mio Euro, nach minus 28 Mio Euro im Vorjahr.

## Ertragsteuern

Im zweiten Quartal 2025 ergab sich ein Ertrag aus **Ertragsteuern** von 41 Mio Euro (Vorjahr: Aufwand aus Ertragsteuern 0 Mio Euro). Auf Halbjahressicht betrug der Ertrag aus Ertragsteuern 48 Mio Euro (Vorjahr: Aufwand aus Ertragsteuern 3 Mio Euro). Die Veränderung gegenüber dem Vorjahr reflektiert insbesondere den Rückgang im Ergebnis vor Steuern sowie steuerlich nicht abzugsfähige Veräußerungseffekte aus dem Verkauf von Verivox.

→ Konzern-Anhang, Ziffer 5 „Ertragsteuern“

## Konzernergebnis und adjusted net income

Aus den beschriebenen Entwicklungen resultierte für das zweite Quartal 2025 ein **Konzernergebnis** von minus 52 Mio Euro (Vorjahr: 13 Mio Euro). Neben der Umsatzentwicklung wirkten sich hier vor allem die im Vergleich zum Vorjahr signifikant gestiegenen Sondereffekte aus. Vor diesem Hintergrund wies der Konzern auch auf Halbjahressicht ein negatives Konzernergebnis in Höhe von minus 124 Mio Euro aus (Vorjahr: 17 Mio Euro).

Das **adjusted net income** (bereinigtes Konzernergebnis) verringerte sich im zweiten Quartal 2025 um 11 Mio Euro auf 14 Mio Euro. Auf Halbjahressicht verzeichnete es einen Rückgang auf 0 Mio Euro (Vorjahr: 33 Mio Euro). Dementsprechend ist das **bereinigte Ergebnis je Aktie** ebenfalls gesunken: Es betrug 0,06 Euro im zweiten Quartal 2025 (Vorjahr: 0,11 Euro) und 0,00 Euro im ersten Halbjahr 2025 (Vorjahr: 0,14 Euro).

Die Überleitung des Konzernergebnisses zum adjusted net income stellt sich wie folgt dar:

## ÜBERLEITUNGSRECHNUNG ADJUSTED NET INCOME

in Mio Euro

|   | Q2 2025     | Q2 2024     | Veränderung abs. | Veränderung in % |
|---|-------------|-------------|------------------|------------------|
| <b>Konzernergebnis</b>  | <b>-52</b>  | <b>13</b>   | <b>-65</b>       | ~                |
| Sondereffekte innerhalb des EBITDA  | 77          | 14          | 63               | ~                |
| Sondereffekte unterhalb des EBITDA  | -11         | -1          | -11              | ~                |
| Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen              | 4           | 4           | 0                | 0,3              |
| Bewertungseffekte im sonstigen Finanzergebnis                             | 4           | 5           | -1               | -14,6            |
| Sonstige Effekte  | 3           | 0           | 3                | ~                |
| Aus den Bereinigungen resultierende Steuereffekte                         | -23         | -10         | -13              | ~                |
| <b>Zwischensumme</b>  | <b>14</b>   | <b>27</b>   | <b>-12</b>       | <b>-46,9</b>     |
| Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis                    | 3           | 1           | 2                | ~                |
| Anderen Gesellschaftern zuzurechnende Bereinigungen                       | -3          | -3          | 0                | 4,0              |
| <b>Bereinigtes anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis</b> | <b>0</b>    | <b>-2</b>   | <b>2</b>         | ~                |
| <b>Adjusted net income</b>  | <b>14</b>   | <b>25</b>   | <b>-11</b>       | <b>-43,0</b>     |
| <b>Bereinigtes Ergebnis je Aktie (in Euro)</b>                            | <b>0,06</b> | <b>0,11</b> |                  |                  |

|   | H1 2025     | H1 2024     | Veränderung abs. | Veränderung in % |
|---|-------------|-------------|------------------|------------------|
| <b>Konzernergebnis</b>  | <b>-124</b> | <b>17</b>   | <b>-141</b>      | ~                |
| Sondereffekte innerhalb des EBITDA  | 127         | 21          | 106              | ~                |
| Sondereffekte unterhalb des EBITDA  | -3          | 0           | -3               | ~                |
| Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen              | 9           | 10          | -2               | -16,0            |
| Bewertungseffekte im sonstigen Finanzergebnis                             | 7           | 2           | 5                | ~                |
| Bewertungseffekte aus Put-Options-Verbindlichkeiten                       | 1           | 0           | 1                | ~                |
| Sonstige Effekte  | 6           | -1          | 8                | ~                |
| Aus den Bereinigungen resultierende Steuereffekte                         | -26         | -11         | -15              | ~                |
| <b>Zwischensumme</b>  | <b>0</b>    | <b>39</b>   | <b>-39</b>       | ~                |
| Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis                    | 15          | -1          | 16               | ~                |
| Anderen Gesellschaftern zuzurechnende Bereinigungen                       | -15         | -5          | -10              | ~                |
| <b>Bereinigtes anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis</b> | <b>0</b>    | <b>-6</b>   | <b>6</b>         | ~                |
| <b>Adjusted net income</b>  | <b>0</b>    | <b>33</b>   | <b>-33</b>       | ~                |
| <b>Bereinigtes Ergebnis je Aktie (in Euro)</b>                            | <b>0,00</b> | <b>0,14</b> |                  |                  |

## VERMÖGENSLAGE DES KONZERNES

Die Bilanzsumme belief sich zum 30. Juni 2025 auf 5.135 Mio Euro (31. Dezember 2024: 5.608 Mio Euro) und verringerte sich damit gegenüber dem Vorjahresende um 8 Prozent. Nachfolgend werden wesentliche Entwicklungen gegenüber dem Stichtag am 31. Dezember 2024 beschrieben:

## VERMÖGENSLAGE

in Mio Euro

|  | 30.06.2025   | 31.12.2024   | Veränderung abs. | Veränderung in % |
|--|--------------|--------------|------------------|------------------|
| <b>AKTIVA</b>                                |              |              |                  |                  |
| Geschäfts- oder Firmenwerte                  | 1.478        | 1.643        | -165             | -10              |
| Programmvermögen                             | 642          | 667          | -26              | -4               |
| Sonstige immaterielle Vermögenswerte         | 669          | 814          | -145             | -18              |
| Sachanlagen                                  | 575          | 587          | -12              | -2               |
| Sonstige                                     | 386          | 388          | -1               | 0                |
| <b>Langfristige Vermögenswerte</b>           | <b>3.750</b> | <b>4.098</b> | <b>-348</b>      | <b>-8</b>        |
| Programmvermögen                             | 143          | 161          | -18              | -11              |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen   | 380          | 455          | -75              | -17              |
| Sonstige                                     | 281          | 286          | -5               | -2               |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente | 581          | 608          | -27              | -5               |
| <b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>           | <b>1.385</b> | <b>1.510</b> | <b>-125</b>      | <b>-8</b>        |
| <b>Bilanzsumme</b>                           | <b>5.135</b> | <b>5.608</b> | <b>-473</b>      | <b>-8</b>        |
| <b>PASSIVA</b>                               |              |              |                  |                  |
| <b>Eigenkapital</b>                          | <b>1.232</b> | <b>1.469</b> | <b>-237</b>      | <b>-16</b>       |
| Finanzverbindlichkeiten                      | 2.030        | 2.074        | -44              | -2               |
| Sonstige                                     | 264          | 381          | -117             | -31              |
| <b>Langfristige Schulden</b>                 | <b>2.294</b> | <b>2.455</b> | <b>-161</b>      | <b>-7</b>        |
| Finanzverbindlichkeiten                      | 290          | 241          | 49               | 20               |
| Sonstige                                     | 1.320        | 1.444        | -124             | -9               |
| <b>Kurzfristige Schulden</b>                 | <b>1.610</b> | <b>1.685</b> | <b>-75</b>       | <b>-4</b>        |
| <b>Bilanzsumme</b>                           | <b>5.135</b> | <b>5.608</b> | <b>-473</b>      | <b>-8</b>        |

Die **Geschäfts- oder Firmenwerte** verzeichneten einen Rückgang von 10 Prozent auf 1.478 Mio Euro (31. Dezember 2024: 1.643 Mio Euro). Diese Entwicklung reflektiert den Verkauf von Verivox, zudem wirkten sich Fremdwährungseffekte negativ aus. Einen gegenläufigen Effekt hatte hingegen die Akquisition von Studio Bummens.

→ Konzern-Anhang, Ziffer 6 „Geschäfts- oder Firmenwerte“

Das **Programmvermögen** belief sich auf 785 Mio Euro (31. Dezember 2024: 828 Mio Euro). Der Rückgang um 5 Prozent reflektiert die konzernweite Programmstrategie und damit die Anpassung der Programmstruktur auf lokale und Live-Inhalte.

## ANLAGESPIEGEL PROGRAMMVERMÖGEN

in Mio Euro

|                        | H1 2025    | H1 2024    |
|------------------------|------------|------------|
| <b>Buchwert 01.01.</b> | <b>828</b> | <b>864</b> |
| Zugänge                | 421        | 426        |
| Abgänge                | -1         | -4         |
| Werteverzehr           | -463       | -473       |
| <b>Buchwert 30.06.</b> | <b>785</b> | <b>814</b> |

## ERGEBNISEFFEKTE AUS DEM PROGRAMMVERMÖGEN

in Mio Euro

|  | H1 2025    | H1 2024    |
|--|------------|------------|
| Werteverzehr   | 463        | 473        |
| Veränderung Rückstellung für belastende Verträge                           | -7         | -18        |
| <b>Werteverzehr inkl. Veränderung Rückstellung für belastende Verträge</b> | <b>456</b> | <b>455</b> |

## » INFORMATION

Das Programmvermögen beinhaltet Rechte an Spielfilmen, Serien, Auftragsproduktionen, digitalem Content sowie geleistete Anzahlungen auf diese Rechte und Sportrechte. Es wird aufgrund seiner besonderen Bedeutung für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns als separater Posten ausgewiesen. Spielfilme und Serien werden mit Beginn der vertraglichen Lizenzzeit aktiviert, Auftragsproduktionen mit Abnahme. Live-Inhalte, wie insbesondere Sportrechte, sowie Newsformate und einige Shows sind bis zur Ausstrahlung in den geleisteten Anzahlungen enthalten, werden als kurzfristiges Programmvermögen ausgewiesen und bei Ausstrahlung sofort aufwandswirksam als Werteverzehr in den Umsatzkosten erfasst. Eigenformate hingegen werden primär im Hinblick auf eine kurzfristige Ausstrahlung produziert. Sie werden daher direkt aufwandswirksam in den Umsatzkosten erfasst.

Im Kontext des Verkaufs von Verivox reduzierten sich auch die **sonstigen immateriellen Vermögenswerte**: Sie verzeichneten einen Rückgang um 18 Prozent auf 669 Mio Euro (31. Dezember 2024: 814 Mio Euro). Zusätzlich wirkten sich Währungseffekte aus.

Die **Sachanlagen** beliefen sich zum 30. Juni 2025 auf 575 Mio Euro und entwickelten sich damit annähernd auf Vorjahresniveau (31. Dezember 2024: 587 Mio Euro). Darin enthalten sind geleistete Anzahlungen im Rahmen des Campus-Neubaus in Unterföhring.

Während sich die **sonstigen langfristigen Vermögenswerte** mit 386 Mio Euro (31. Dezember 2024: 388 Mio Euro) ebenfalls stabil entwickelten, verzeichneten die **sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte** einen Rückgang. Sie beliefen sich auf 281 Mio Euro (-2 % oder -5 Mio Euro ggü. 31. Dezember 2024).

Die **kurzfristigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** sind um 17 Prozent auf 380 Mio Euro gesunken (31. Dezember 2024: 455 Mio Euro). Diese Entwicklung gegenüber dem Jahresende ist stichtagsbedingt.

Die **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** beliefen sich auf 581 Mio Euro (31. Dezember 2024: 608 Mio Euro). Der Rückgang gegenüber dem Stichtag zum 31. Dezember 2024 um 5 Prozent spiegelt die Entwicklung der Cashflows wider. Dabei ist das vierte Quartal üblicherweise das stärkste Quartal.

→ Liquiditäts- und Investitionsanalyse → Konzern-Anhang, Ziffer 2 „Akquisitionen und Verkäufe mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“

Das **Eigenkapital** verringerte sich um 16 Prozent auf 1.232 Mio Euro (31. Dezember 2024: 1.469 Mio Euro). Neben der Entwicklung des Konzernergebnisses wirkten sich die Wertentwicklung der langfristigen Fremdwährungssicherungsgeschäfte in US-Dollar sowie die Währungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochterunternehmen auf das Eigenkapital aus. Darüber hinaus verringerte sich das Eigenkapital um 31 Mio Euro aufgrund des vollständigen Erwerbs der verbleibenden Minderheitenanteile an der NuCom Group – mit Ausnahme von flaconi – und an der ParshipMeet Group von General Atlantic. Einen weiteren Effekt hatte die Auszahlung der Dividende in Höhe von 12 Mio Euro (Vorjahr: 11 Mio Euro). Damit einhergehend sank die Eigenkapitalquote auf 24,0 Prozent (31. Dezember 2024: 26,2 %).

→ Wesentliche Ereignisse → Konzern-Anhang, Ziffer 7 „Eigenkapital“

Die **kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten** beliefen sich zum 30. Juni 2025 auf 2.320 Mio Euro, sie entwickelten sich folglich stabil (31. Dezember 2024: 2.315 Mio Euro). Demgegenüber reduzierten sich die **sonstigen kurz- und langfristigen Verbindlichkeiten** um 13 Prozent auf 1.584 Mio Euro (31. Dezember 2024: 1.825 Mio Euro). Ihr Rückgang ist im Wesentlichen auf die verringerten Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie ähnlichen Schulden in Höhe von 828 Mio Euro (31. Dezember 2025: 950 Mio Euro) zurückzuführen; dies resultiert vor allem aus geringeren Programmverbindlichkeiten. Zudem wirkten sich die latenten

Ertragssteuerschulden sowie ein Rückgang der steuerlichen Verbindlichkeiten auf die kurz- und langfristigen Verbindlichkeiten aus.

## Net Working Capital

### NET WORKING CAPITAL

in Mio Euro

|  | 30.06.2025  | 31.12.2024  |
|--|-------------|-------------|
| Vorräte  | 73          | 65          |
| Forderungen  | 381         | 459         |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden | 828         | 950         |
| <b>Net Working Capital</b>   | <b>-374</b> | <b>-427</b> |

Das **Net Working Capital** der ProSiebenSat.1 Group betrug zum 30. Juni 2025 minus 374 Mio Euro (31. Dezember 2024: -427 Mio Euro).

## FINANZ- UND LIQUIDITÄTSLAGE DES KONZERNS

### Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur

Die ProSiebenSat.1 Group nutzt verschiedene Finanzierungsinstrumente. Dabei hatte das Fremdkapital zum 30. Juni 2025 einen Anteil von 76 Prozent an der Bilanzsumme (31. Dezember 2024: 74 %). Der Großteil des Fremdkapitals entfiel mit 2.320 Mio Euro bzw. 59 Prozent auf Finanzverbindlichkeiten (31. Dezember 2024: 2.315 Mio Euro bzw. 56 %).

#### → Vermögenslage des Konzerns

Die Darlehen und Kredite betreffen einen unbesicherten syndizierten Konsortialkredit aus mehreren endfälligen Darlehenstranchen (Term Loan) mit einem Nominalvolumen von 1.200 Mio Euro. Die Laufzeiten und Volumina der Finanzierungsinstrumente stellen sich im Einzelnen wie folgt dar:

- Eine Darlehenstranche über 800 Mio Euro sowie die revolvingende Kreditfazilität (RCF) mit einem Rahmenvolumen von 500 Mio Euro haben eine Laufzeit bis April 2027. Im Rahmen ihres aktiven Finanzmanagements verlängerte die ProSiebenSat.1 Group im April 2024 mit 353 Mio Euro den Großteil der bisher im April 2026 fälligen Darlehenstranche über 400 Mio Euro um ein weiteres Jahr bis April 2027. Der restliche Teil dieser Darlehenstranche in Höhe von 47 Mio Euro wird unverändert im April 2026 fällig.
- Der RCF wurde im ersten Halbjahr 2025 nicht in Anspruch genommen.
- Darüber hinaus verfügte die ProSiebenSat.1 Media SE zum 30. Juni 2025 über Schuldscheindarlehen in Höhe von insgesamt 925 Mio Euro mit Restlaufzeiten bis zu sieben Jahren.

## FREMDFINANZIERUNGSINSTRUMENTE UND LAUFZEITEN ZUM 30. JUNI 2025

| Finanzierungsinstrumente  | in Mio Euro | Laufzeit      |
|---------------------------|-------------|---------------|
| Schuldscheindarlehen 2021 | 226         | Oktober 2025  |
| Term Loan                 | 47          | April 2026    |
| Schuldscheindarlehen 2016 | 225         | Dezember 2026 |
| Term Loan                 | 1.153       | April 2027    |
| Schuldscheindarlehen 2021 | 346         | Oktober 2027  |
| Schuldscheindarlehen 2021 | 80          | Oktober 2029  |
| Schuldscheindarlehen 2021 | 48          | Oktober 2031  |

Ohne revolvingende Kreditfazilität in Höhe von insgesamt 500 Mio Euro (Fälligkeit im April 2027).

Die Finanzierungsinstrumente des Konzerns unterliegen nicht der Einhaltung von Finanzkennzahlen. Die Verzinsung der variablen Finanzierungsinstrumente erfolgt zu Euribor-Geldmarktkonditionen zuzüglich einer Kreditmarge, wobei die Finanzierungsverträge eine Untergrenze für den Euribor bei 0 Prozent vorsehen. Um sich gegen marktbedingte Zinssatzveränderungen abzusichern, setzt der Konzern derivative Finanzinstrumente in Form von Zinsswaps und Zinsoptionen ein. Zum 30. Juni 2025 lag der Festzinsanteil unverändert bei 86 Prozent bezogen auf das gesamte langfristige Finanzierungsportfolio (31. Dezember 2024: 86 %).

→ Vermögenslage des Konzerns

## Finanzierungsanalyse

### NETTO-FINANZVERBINDLICHKEITEN

in Mio Euro

|  | 30.06.2025   | 31.12.2024   | 30.06.2024   |
|--|--------------|--------------|--------------|
| <b>Finanzverbindlichkeiten</b>   |              |              |              |
| Darlehen und Kredite   | 1.197        | 1.196        | 1.195        |
| Schuldscheindarlehen   | 924          | 924          | 924          |
| <b>Summe Finanzverbindlichkeiten ohne Immobilienkredite und geschuldete Zinsen</b> | <b>2.121</b> | <b>2.120</b> | <b>2.119</b> |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente                                       | 581          | 608          | 524          |
| <b>Netto-Finanzverbindlichkeiten</b>   | <b>1.541</b> | <b>1.512</b> | <b>1.595</b> |

Die **Netto-Finanzverbindlichkeiten** des Konzerns beliefen sich zum 30. Juni 2025 auf 1.541 Mio Euro (31. Dezember 2024: 1.512 Mio Euro; 30. Juni 2024: 1.595 Mio Euro). Damit hat sich der Wert im Vergleich zum 30. Juni des Vorjahres um 54 Mio Euro bzw. 3 Prozent verringert. Diese Entwicklung reflektiert den Mittelzufluss aus dem Verkauf von Verivox bei einem gleichzeitig geringeren operativen Cashflow.

Aufgrund des Rückgangs des adjusted EBITDA hat sich der **Verschuldungsgrad** gegenüber dem 30. Juni 2024 erhöht, er betrug 3,1x und lag damit wie erwartet unterjährig leicht über dem für das Jahresende 2025 prognostizierten Zielkorridor von 2,5x bis 3,0x (31. Dezember 2024: 2,7x; 30. Juni 2024: 2,6x). Ohne Berücksichtigung des adjusted-EBITDA-Beitrags von Verivox der letzten zwölf Monate belief sich der Pro-forma-Verschuldungsgrad auf 3,3x.

#### » INFORMATION

**Der Verschuldungsgrad spiegelt das Verhältnis der Netto-Finanzverbindlichkeiten zum adjusted EBITDA der letzten zwölf Monate wider (LTM adjusted EBITDA). In der Definition der Netto-Finanzverbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Group waren zum 30. Juni 2025 keine Immobilienkredite in Höhe von 186 Mio Euro (31. Dezember 2024: 184 Mio Euro; 30. Juni 2024: 172 Mio Euro) sowie geschuldete Zinsen in Höhe von 12 Mio Euro (31. Dezember 2024: 10 Mio Euro; 30. Juni 2024: 16 Mio Euro) enthalten.**

## Liquiditäts- und Investitionsanalyse

### ADJUSTED OPERATING FREE CASHFLOW

in Mio Euro

|  | Q2 2025   | Q2 2024   | H1 2025    | H1 2024    |
|--|-----------|-----------|------------|------------|
| Adjusted EBITDA  | 55        | 91        | 99         | 163        |
| Werteverzehr auf das Programmvermögen inkl. Veränderung der Rückstellung für belastende Verträge | 233       | 230       | 456        | 455        |
| Veränderung der Rückstellungen   | 12        | 10        | 9          | 5          |
| Veränderung des Working Capital  | 42        | -45       | -7         | -94        |
| Investitionen  | -293      | -248      | -555       | -480       |
| Programminvestitionen  | -239      | -198      | -462       | -389       |
| Sonstige Investitionen   | -54       | -50       | -94        | -91        |
| Sonstiges <sup>1</sup>   | -55       | 27        | -51        | 55         |
| <b>Adjusted Operating Free Cashflow</b>  | <b>-6</b> | <b>65</b> | <b>-50</b> | <b>104</b> |

1 Enthält Bereinigungen aus Sondereffekten innerhalb des EBITDA, die in den Positionen Werteverzehr auf das Programmvermögen inkl. Veränderung der Rückstellung für belastende Verträge, Veränderung der Rückstellungen, Veränderungen des Working Capital sowie Investitionen enthalten sind.

Der **adjusted Operating Free Cashflow** der ProSiebenSat.1 Group lag im zweiten Quartal 2025 bei minus 6 Mio Euro (Vorjahr: 65 Mio Euro). Neben dem Ergebnismrückgang wirkten sich insbesondere höhere Investitionen in das Programmvermögen aus.

Vor diesem Hintergrund ging der adjusted Operating Free Cashflow im ersten Halbjahr 2025 ebenfalls zurück und betrug minus 50 Mio Euro (Vorjahr: 104 Mio Euro).

→ **Vermögenslage des Konzerns**

### KAPITALFLUSSRECHNUNG

in Mio Euro

|   | Q2 2025     | Q2 2024     | H1 2025     | H1 2024     |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit</b>                                     | <b>242</b>  | <b>231</b>  | <b>421</b>  | <b>467</b>  |
| <b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>                                       | <b>-316</b> | <b>-245</b> | <b>-397</b> | <b>-475</b> |
| <b>Free Cashflow</b>  | <b>-73</b>  | <b>-14</b>  | <b>25</b>   | <b>-8</b>   |
| <b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>                                      | <b>-34</b>  | <b>-29</b>  | <b>-45</b>  | <b>-43</b>  |
| Wechselkursbedingte Änderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente | -4          | 1           | -7          | 3           |
| <b>Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</b>             | <b>-111</b> | <b>-42</b>  | <b>-27</b>  | <b>-48</b>  |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang                 | 692         | 567         | 608         | 573         |
| <b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende</b>            | <b>581</b>  | <b>524</b>  | <b>581</b>  | <b>524</b>  |

Die ProSiebenSat.1 Group erzielte im zweiten Quartal 2025 einen **Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit** von 242 Mio Euro (Vorjahr: 231 Mio Euro) bzw. im ersten Halbjahr von 421 Mio Euro (Vorjahr: 467 Mio Euro).

Der **Cashflow aus Investitionstätigkeit** belief sich im zweiten Quartal 2025 auf minus 316 Mio Euro (Vorjahr: -245 Mio Euro). Auf Halbjahressicht betrug der Cashflow aus Investitionstätigkeit minus 397 Mio Euro (Vorjahr: -475 Mio Euro), wobei sich im Einzelnen folgende Mittelflüsse ergaben:

- Der Mittelabfluss für den Erwerb von Programmvermögen belief sich auf 462 Mio Euro (Vorjahr: 389 Mio Euro). Dabei unterliegen die Programminvestitionen temporären Schwankungen.

- Für sonstige immaterielle Vermögenswerte flossen im ersten Halbjahr 60 Mio Euro ab (Vorjahr: 69 Mio Euro). Diese setzten sich hauptsächlich aus selbst erstellten immateriellen Vermögenswerten, Lizenzen aus der Vermarktung von digitalen Angeboten sowie Software zusammen. Die Investitionen in Sachanlagen betrugen 34 Mio Euro (Vorjahr: 22 Mio Euro) und beinhalteten vor allem den Campus-Neubau am Standort Unterföhring.
- Für den Kauf der verbleibenden Anteile an Jochen Schweizer mydays flossen 13 Mio Euro sowie für die Übernahme von Studio Bummens 12 Mio Euro ab.
- Bedingt durch die Veräußerung von Verivox beliefen sich die Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen im ersten Halbjahr 2025 auf 180 Mio Euro, gegenüber 2 Mio Euro im Vorjahr.

Aus den Mittelzuflüssen bzw. Mittelabflüssen resultiert ein **Free Cashflow** von minus 73 Mio Euro im zweiten Quartal 2025 (Vorjahr: -14 Mio Euro) sowie von 25 Mio Euro im ersten Halbjahr (Vorjahr: -8 Mio Euro).

Der **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** belief sich im zweiten Quartal 2025 auf minus 34 Mio Euro (Vorjahr: -29 Mio Euro) und im Halbjahreszeitraum auf minus 45 Mio Euro (Vorjahr: -43 Mio Euro). Darin enthalten ist die im Juni 2025 gezahlte Dividende in Höhe von 12 Mio Euro (Vorjahr: 11 Mio Euro).

Aus den beschriebenen Zahlungsströmen resultierten zum 30. Juni 2025 **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** in Höhe von 581 Mio Euro (31. Dezember 2024: 608 Mio Euro; 30. Juni 2024: 524 Mio Euro).

# PROSIEBENSAT.1-AKTIE

## DIE PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE AM KAPITALMARKT

Im ersten Halbjahr 2025 zeigte der deutsche Aktienmarkt eine sehr volatile, insgesamt jedoch positive Entwicklung. Trotz globaler Spannungen – etwa durch den anhaltenden Krieg in der Ukraine, den eskalierenden Konflikt mit dem Iran und wirtschaftspolitische Spannungen insbesondere im Zollkonflikt mit den USA – entwickelten sich die deutschen Indizes DAX, MDAX und SDAX äußerst dynamisch. Der DAX zählt derzeit weltweit zu den stärksten Börsenindizes und übertraf auch die großen US-Märkte wie S&P 500 und Nasdaq, die im Jahr 2025 bislang seitwärts tendierten. So erreichte der DAX neue Allzeithochs von über 24.000 Punkten und legte damit seit Jahresbeginn um rund 20 Prozent zu. Der MDAX sowie der SDAX entwickelten sich ebenfalls sehr positiv. Zwar führten geopolitische Unsicherheiten auch hier zwischenzeitlich zu Kursrückgängen, doch insgesamt dominierte der Aufwärtstrend. Am Ende des ersten Halbjahres 2025 lag der DAX mit 23.909,61 Punkten um 20,1 Prozent über dem Jahresende 2024. Der SDAX, in dem auch die Aktie der ProSiebenSat.1 Media SE notiert ist, schloss das erste Halbjahr mit 17.563,21 Punkten und einem Plus von 28,1 Prozent. Der Stoxx Media, in dem europäische Medienwerte enthalten sind, beendete das erste Halbjahr 2025 hingegen mit einem Minus von 2,4 Prozent gegenüber dem Jahresende 2024.

Die Aktie von ProSiebenSat.1 entwickelte sich im ersten Halbjahr 2025 volatil, legte insgesamt aber um rund 44,2 Prozent gegenüber dem Jahresende 2024 zu und schloss bei 7,15 Euro: Zu Jahresbeginn trieben Analystenkommentare zur günstigen Bewertung sowie Spekulationen über mögliche Beteiligungsverkäufe den Kurs. Die Geschäftszahlen für das Jahr 2024 und der Ausblick für 2025 wurden ebenfalls positiv aufgenommen. Die geplante Veräußerung von Verivox sowie der Ausstieg von General Atlantic aus der NuCom Group (ohne flaconi) und der ParshipMeet Group führten jedoch zu Kursschwankungen. Einen negativen Effekt hatte zudem das Übernahmeangebot von MFE Ende März, das mit einem rechnerischen Gegenwert unterhalb des damaligen Kursniveaus lag. Das Barangebot von PPF sorgte dagegen am 12. Mai 2025 für einen Kurssprung auf über 7 Euro; seither stabilisierte sich der Kurs auf diesem Niveau.

Elf Brokerhäuser und Finanzinstitute haben die ProSiebenSat.1-Aktie im ersten Halbjahr 2025 aktiv bewertet und Research-Berichte veröffentlicht. Das durchschnittliche Kursziel (Median) der Analyst:innen lag am Halbjahresende bei 7,00 Euro. Es gab keine Verkaufsempfehlung: 18 Prozent der Analyst:innen empfahlen die ProSiebenSat.1-Aktie zum Kauf, 82 Prozent sprachen sich dafür aus, die Aktie zu halten.

## AKTIONÄRSSTRUKTUR DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Zum 30. Juni 2025 waren insgesamt 54,8 Prozent der Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE im Streubesitz (31. Dezember 2024: 57,9 %). Darin enthalten sind 21,8 Prozent, die im Besitz von Privataktionär:innen lagen (31. Dezember 2024: 26,6 %). Die verbleibenden Aktien des Streubesitzes wurden von institutionellen Investoren überwiegend aus Europa und den USA gehalten. 0,8 Prozent waren im eigenen Bestand (31. Dezember 2024: 2,6 %) und werden nicht dem Streubesitz zugerechnet.

Die ProSiebenSat.1 Media SE hat – basierend auf den bis zum 30. Juni 2025 zugegangenen Stimmrechtsmitteilungen gemäß §§ 33 und 34 WpHG – zwei große Einzelaktionäre:

Ausweislich der uns am 15. April 2025 zugegangenen Stimmrechtsmitteilung von Marina Elvira Berlusconi, geboren am 10. August 1966, und Pier Silvio Berlusconi, geboren am 28. April 1969, hält

die MFE-MEDIAFOREUROPE N.V. („MFE“) mit registriertem Sitz in Amsterdam, Niederlande, 30,09 Prozent der Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE. Darüber hinaus werden ausweislich der genannten Stimmrechtsmitteilung Instrumente i.S. des § 38 Abs. 1 WpHG in Höhe von 0,0002 Prozent durch MFE gehalten.

Die PPF Group N.V., Amsterdam, Niederlande, hält – ausweislich der uns am 16. Mai 2025 zugegangenen Stimmrechtsmitteilung von Renáta Kellnerová, geboren am 4. Juli 1967, – über die PPF IM LTD („PPF“) Nikosia, Zypern, 15,01 Prozent der Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE. Zudem hält die PPF Group N.V. ausweislich der genannten Stimmrechtsmitteilung Instrumente i.S. des § 38 Abs. 1 WpHG in Höhe von 0,43 Prozent.

## HAUPTVERSAMMLUNG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2024

Am 28. Mai 2025 fand die ordentliche Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE für das Geschäftsjahr 2024 statt. Die Präsenz lag bei 64,3 Prozent des Grundkapitals und damit 0,8 Prozentpunkte höher als im vergangenen Jahr.

Die Hauptversammlung fand erneut in virtueller Form statt. Das bedeutet, dass die teilnahmeberechtigten Aktionär:innen und ihre Bevollmächtigten die Hauptversammlung im Online-Aktionärsportal live und in voller Länge in Bild und Ton verfolgen konnten. Dabei konnten die Teilnehmer:innen ihre Rechte wahrnehmen wie in einer Präsenzveranstaltung: Über einen virtuellen Wortmeldetisch war es den zugeschalteten Aktionär:innen bzw. ihre Bevollmächtigten möglich, ihren Redebeitrag anzumelden und auf diesem Wege ihre Wortbeiträge und Fragen live zu stellen. Insgesamt gingen rund 50 Fragen ein, die jeweils von Vorstand und Aufsichtsrat beantwortet wurden.

Über die Ergebnisse der Hauptversammlung berichten wir im Kapitel „Wesentliche Ereignisse“ in diesem Halbjahresfinanzbericht, weitere Informationen finden sich zudem auf der ProSiebenSat.1-Website.

[→ Wesentliche Ereignisse](#) [→ www.prosiebensat1.com/hauptversammlung](http://www.prosiebensat1.com/hauptversammlung)

# RISIKO- UND CHANCENBERICHT

Die **Gesamtrisikolage** der ProSiebenSat.1 Group hat sich im Vergleich zum Jahresende 2024 insgesamt erhöht. Hauptursache hierfür ist eine gestiegene Risikobewertung in den Clustern Bewertungsrisiken sowie Technologie & Infrastrukturrisiken. Dieser Anstieg überwiegt den Rückgang des Clusters Content-Risiken im Segment Entertainment. Alle anderen berichteten Risiken haben sich im Vergleich zum Jahresende 2024 weder in ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit noch in ihrer Auswirkung verändert.

Das **Cluster Bewertungsrisiken** (vorher: Wertminderungsrisiken) und damit Risiken, die sich aus Investitionsentscheidungen und der Bewertung von Vermögenswerten ergeben, ist im Vergleich zum Jahresende 2024 gestiegen. Innerhalb dieses Bereichs beobachten wir gegenläufige Entwicklungen: Einerseits ist das Risiko im Zusammenhang mit möglichen Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte zurückgegangen. Andererseits sehen wir ein erhöhtes Risiko einer Abwertung der Earn-out Forderung im Zusammenhang mit dem Verkauf von Verivox, die aktuell mit 24 Mio Euro bilanziert wird. Demgegenüber steht eine Verbindlichkeit im Zusammenhang mit dem Ausstieg von General Atlantic in Höhe von 7 Mio Euro. Die potenziellen negativen Effekte auf die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung sowie die Konzern-Kapitalflussrechnung betragen somit maximal 17 Mio Euro. In der Gesamtbetrachtung bewerten wir dieses Risikocluster unverändert als mittel mit einer erheblichen Auswirkung und einer nun möglichen Eintrittswahrscheinlichkeit (vorher: unwahrscheinlich), die sich vor allem aus dem Earn-out im Zusammenhang mit dem Verkauf von Verivox ergibt.

Auch im **Cluster Technologie & Infrastrukturrisiken** ist ein Anstieg festzustellen. Dieser resultiert hauptsächlich aus Risiken im Zusammenhang mit dem Lebenszyklus von IT-Systemen. Zudem fließt die allgemeine Bedrohungslage im Bereich von Cybersecurity maßgeblich in diese Bewertung mit ein. Infolgedessen bewerten wir dieses Cluster nun als mittleres Risiko (vorher: niedrig) mit einer weiterhin wesentlichen Auswirkung und einer nunmehr unwahrscheinlichen Eintrittswahrscheinlichkeit (vorher: sehr unwahrscheinlich).

Im Gegensatz dazu hat sich das Cluster **Content-Risiken** im Segment Entertainment reduziert: Dank langfristiger Vertragsverlängerungen mit diversen Top-Hosts wie Joko Winterscheidt und Klaas Heufer-Umlauf schätzen wir dieses Risiko nun als niedriges Risiko (vorher: mittel) ein – mit einer moderaten Auswirkung (vorher: erheblich) und einer weiterhin unwahrscheinlichen Eintrittswahrscheinlichkeit.

Im Rahmen der Weiterentwicklung unseres Governance-, Risk- und Compliance-Systems haben wir die Aggregationsmethodik der Compliance-Risiken angepasst: Das bisherige konzernweite Compliance-Risikocluster wird in mehrere granulare Cluster unterteilt, um eine zielgerichtetere Steuerung und Überwachung auf Segmentebene zu ermöglichen. Aus diesem Grund werden nun die folgenden vier spezifischen Compliance-Risikocluster als relevant berichtet:

- **Strafrechtliche Compliance-Risiken:** Dieses Cluster deckt strafrechtlich relevante Compliance-Risiken im Konzern ab, die sich aus kriminellen Handlungen wie Korruption, Geldwäsche, Sanktionen und Embargos sowie Verstößen gegen export- und zollrechtliche Bestimmungen ergeben. Wir stufen dieses Cluster als mittleres Risiko ein – mit einer wesentlichen Auswirkung und einer unwahrscheinlichen Eintrittswahrscheinlichkeit.
- **Wettbewerbs- und Verbraucher-Compliance-Risiken:** Dieses Cluster umfasst Risiken im Zusammenhang mit Wettbewerbs und Verbrauchervorschriften, insbesondere im Bereich Marktverhalten, Kartellrecht und Verbraucherschutz. Wir bewerten dieses Cluster als mittleres Risiko mit einer wesentlichen Auswirkung und einer unwahrscheinlichen Eintrittswahrscheinlichkeit.

- **Wettbewerbs- und Verbraucher-Compliance-Risiken im Segment Entertainment:** Risiken im Entertainment-Segment im Zusammenhang mit Wettbewerbs- und Verbrauchervorschriften werden in diesem Cluster zusammengefasst. Sie betreffen vor allem das Marktverhalten, das Kartellrecht und den Verbraucherschutz. Wir stufen dieses Cluster als mittleres Risiko ein – mit einer wesentlichen Auswirkung und einer unwahrscheinlichen Eintrittswahrscheinlichkeit.
- **Medien-Compliance-Risiken im Segment Entertainment:** Dieses Cluster beinhaltet Risiken im Zusammenhang mit Medienrecht, Medienregulierung sowie den Bereichen Pressefreiheit und Jugendschutz im Entertainment-Segment. Wir bewerten dieses Cluster als mittleres Risiko mit einer erheblichen Auswirkung und einer unwahrscheinlichen Eintrittswahrscheinlichkeit.

Die Aggregation der einzelnen Compliance-Risikocluster hat die Risikobewertung in diesem Bereich im Vergleich zum Jahresende 2024 insgesamt nicht verändert.

Zusätzlich zu den oben genannten Risikoclustern berichten wir aufgrund seiner besonderen Bedeutung einen hervorzuhebenden Sachverhalt im Zusammenhang mit dem am 8. Mai 2025 veröffentlichten **freiwilligen öffentlichen Übernahmeangebot von MFE**. Sollte es im Zuge dieses Übernahmeangebots zu einer Änderung der Kontrolle über die ProSiebenSat.1 Media SE („Change of Control“ – definiert als der Erwerb von mehr als 50 Prozent der Stimmrechte an der Gesellschaft durch eine Person oder gemeinsam handelnde Personen) kommen, haben die Fremdkapitalgeber unter der syndizierten Kreditvereinbarung und den Schuldscheindarlehen das Recht, ihre Beteiligung an dem Kredit bzw. Schuldscheindarlehen zu kündigen und innerhalb eines Zeitraums von 60 bis 120 Tagen nach Mitteilung des Kontrollwechsels Rückzahlung zu verlangen. Das gesamte Volumen der syndizierten Kreditvereinbarung und der Schuldscheindarlehen, die im Falle eines Kontrollwechsels von den einzelnen Kreditgebern gekündigt werden können, beläuft sich zum 30. Juni 2025 auf 2.625 Mio Euro (zuzüglich aufgelaufener Zinsen und gegebenenfalls anfallender Vorfälligkeitsentschädigungen).

Nach Angaben in der Angebotsunterlage hat MFE unbesicherte Kreditlinien für die ProSiebenSat.1 Media SE als Darlehensnehmerin im Umfang von 2.100 Mio Euro erhalten, die zur teilweisen Refinanzierung der bestehenden Finanzierungsverträge verwendet werden können. Zum Zeitpunkt dieses Berichts liegen der uns nur eingeschränkt Informationen zu den Rahmenbedingungen einer solchen Refinanzierung, insbesondere zu den mit einer Inanspruchnahme gegebenenfalls verbundenen Konditionen (Zinsen, Covenants, Laufzeit) vor.

#### → Wesentliche Ereignisse

Ergänzend weisen wir auf das am 4. Juni 2025 abgegebene **öffentliche Erwerbsangebot in Form eines Teilangebots von PPF** hin. Dieses sieht den Erwerb von bis zu rund 13,6 Prozent des Grundkapitals bzw. einen Ausbau der Beteiligung auf maximal 29,99 Prozent vor – zu einer Gegenleistung je Aktie, die wertmäßig die Gegenleistung je Aktie des Angebots von MFE übersteigt. Es ist daher nicht auszuschließen, dass dieses konkurrierende Angebot Auswirkungen auf den Erfolg des Übernahmeangebots von MFE hat. Unter Berücksichtigung der am 30. Juni 2025 bekannten Informationen, haben wir den Eintritt eines Change-of-Control-Ereignisses im Zusammenhang mit dem Übernahmeangebot von MFE als unwahrscheinlich eingeschätzt.

MFE hat am 28. Juli 2025 ihre Entscheidung bekanntgegeben, die Gegenleistung für ihr freiwilliges öffentliches Übernahmeangebot an die Aktionär:innen der ProSiebenSat.1 Media SE zu erhöhen („**Geänderte MFE-Angebotsunterlage**“). Laut Mitteilung von MFE wird die Aktienkomponente der Gegenleistung von bislang 0,4 MFE-A-Aktien pro ProSiebenSat.1-Aktie um 0,9 MFE-A-Aktien auf insgesamt 1,3 MFE-A-Aktien je ProSiebenSat.1-Aktie erhöht. Die Barkomponente bleibt unverändert bei 4,48 Euro pro ProSiebenSat.1-Aktie. Basierend auf dem Schlusskurs der MFE-A-Aktie an der Börse Euronext Mailand von 2,82 Euro am 25. Juli 2025, dem letzten Handelstag vor Bekanntgabe der Erhöhung, hat die erhöhte Gegenleistung einen impliziten Wert von circa 8,15 Euro pro ProSiebenSat.1-Aktie. Das öffentliche Erwerbsangebot in Form eines Teilangebots der PPF bleibt unverändert bei 7,00 Euro in bar je ProSiebenSat.1-Aktie. Vor diesem Hintergrund schätzen wir den Eintritt eines Change-of-Control-Ereignisses im Zusammenhang mit dem Übernahmeangebot von

MFE nun als möglich ein, werden die Entwicklung aber weiterhin aufmerksam beobachten und bei relevanten Veränderungen entsprechend informieren.

→ **Geschäftsbericht 2024, Kapitel „Übernahmerechtliche Angaben“**

Wir überwachen systematisch alle im Rahmen des Risikomanagementprozesses erfassten Risiken. Dies sind nicht notwendigerweise die einzigen Risiken, denen der Konzern ausgesetzt ist. Weitere Risiken, die unsere Geschäftstätigkeit beeinflussen könnten, sind uns derzeit jedoch nicht bekannt oder wir betrachten sie im Kontext dieses Risikoberichts als nicht relevant.

Zudem sind nach unserer Einschätzung derzeit keine Risiken erkennbar, die einzeln oder in Wechselwirkung mit anderen Risiken zu einer maßgeblichen bzw. dauerhaften Beeinträchtigung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Konzerns führen könnten. Die identifizierten Risiken haben auch in die Zukunft gerichtet keinen bestandsgefährdenden Charakter. Die Chancensituation hat sich im Vergleich zum Jahresende 2024 nicht verändert.

» INFORMATION

**Die ProSiebenSat.1 Media SE verfügt über ein umfassendes Risikomanagementsystem, um Risikopotenziale systematisch zu erfassen, zu bewerten, zu steuern und zu überwachen. Risiken sind im vorliegenden Risikobericht als mögliche künftige Entwicklungen bzw. mögliche künftige Ereignisse definiert, die unsere Geschäftslage wesentlich beeinflussen und zu einer negativen Ziel- bzw. Prognoseabweichung führen könnten. Damit fallen jene Risikoausprägungen, die wir bereits in unserer finanziellen Planung bzw. im Konzernzwischenabschluss zum 30. Juni 2025 berücksichtigt haben, nicht unter diese Definition und werden folglich in vorliegendem Risikobericht nicht erläutert. Die relevanten Risiken werden im Geschäftsbericht 2024 ab Seite 238 beschrieben; dort sind auch die organisatorischen Voraussetzungen für das Risiko- und Chancenmanagement erläutert.**

# PROGNOSEBERICHT

## KÜNFTIGE WIRTSCHAFTLICHE UND BRANCHENSPEZIFISCHE RAHMENBEDINGUNGEN

Die Perspektiven für die **Weltwirtschaft** sind getrübt – belastet durch zunehmende Handelshemmnisse, Vertrauensverluste und politische Unsicherheiten. Die OECD geht in ihrem Wirtschaftsreport vom Juni 2025 davon aus, dass sich das Wachstum der Weltwirtschaft nach real 3,3 Prozent im Jahr 2024 in den Jahren 2025 bis 2026 auf jeweils 2,9 Prozent verlangsamen wird. Besonders stark betroffen werden voraussichtlich fortgeschrittene Volkswirtschaften wie die USA, Kanada oder China sein.

Auch die Wachstumsaussichten für die **deutsche Wirtschaft** bleiben vorerst begrenzt: Nach dem überraschend guten, allerdings durch Zolleffekte teilweise überzeichneten ersten Quartal 2025 haben führende Wirtschaftsforschungsinstitute ihre Prognosen für das Gesamtjahr zwar leicht nach oben korrigiert. Ihre Erwartungen reichen nun von real minus 0,1 Prozent (Bundesbank, Juni 2025) bis plus 0,4 Prozent (IWH, Juni 2025). Spürbare Impulse durch die neu beschlossenen Kreditpakete bzw. Sondervermögen für Verteidigung, Infrastruktur und Klimaschutz sowie Steuererleichterungen und Ausgabenerhöhungen werden jedoch voraussichtlich erst ab 2026 wirksam. Dann reichen die Wachstumsprognosen von real plus 1,0 Prozent (Bundesbank, Juni 2025) bis plus 1,7 Prozent (Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e.V. (DIW), Juni 2025).

Im laufenden Jahr ruhen die Konjunkturoffnungen vor allem auf konsumfreudigeren privaten Haushalten, gestützt durch spürbar gestiegene Realeinkommen. Zwar dürfte sich die Dynamik der Lohnzuwächse im weiteren Jahresverlauf abschwächen, unter anderem durch den Wegfall von Inflationsausgleichsprämien. Dennoch rechnen die Wirtschaftsforschungsinstitute für das Gesamtjahr 2025 mit einem überdurchschnittlichen Wachstum des privaten Konsums zwischen real plus 0,6 Prozent (Bundesbank, Juni 2025) und plus 1,1 Prozent (IWH, Juni 2025). Dieser Trend soll sich 2026 fortsetzen, mit Wachstumsraten zwischen plus 0,8 Prozent (ifo Institut, Juni 2025) und plus 1,1 Prozent (IfW, Juni 2025). Als frühzyklisches Unternehmen ist der private Konsum für unsere Geschäftsentwicklung besonders relevant, wobei vor allem das hochmarginige TV-Werbegeschäft eng mit dem privaten Konsum korreliert.

→ [Entwicklung von Konjunktur und Werbemarkt](#) → [Risiko- und Chancenbericht](#)

Prognosen sind per se mit Unsicherheiten behaftet. Neben den außenwirtschaftlichen Herausforderungen lasten die Folgen des anhaltenden Strukturwandels auf der deutschen Wirtschaft. Zentrale Einflussfaktoren sind derzeit zudem möglicherweise weiter eskalierende geopolitische Spannungen sowie die schwer vorhersehbare Handels- und Wirtschaftspolitik der amtierenden US-Regierung. Vor diesem Hintergrund bleibt auch die Visibilität des besonders konjunktursensitiven Werbemarkts begrenzt, wengleich sich trotz Divergenzen bei den Prognosen insgesamt eine positive Tendenz für den **deutschen Gesamtwerbemarkt** abzeichnet:

Für die gesamten Werbeausgaben im Jahr 2025 prognostizieren die Mediaagenturen Magna Global und GroupM ein Plus von 3,4 Prozent bzw. 5,5 Prozent netto. Getragen wird dieses Wachstum – wie im Jahr 2024 – von der Entwicklung im Online-Markt. Dieser dürfte zwischen 6,9 Prozent (Magna Global) und 9,1 Prozent (GroupM) wachsen. Dabei wird davon ausgegangen, dass die Investitionen in digitale TV-Werbung auch in den nächsten Jahren deutlich über dem Marktschnitt steigen werden (Magna Global: 26,1 %; GroupM: 12,0 %). Gleichzeitig wird für das lineare TV ein weiterer Rückgang erwartet. Hier liegen die Prognosen der Netto-Werbeausgaben derzeit bei minus 5,2 Prozent (Magna Global) bis minus 6,0 Prozent (GroupM). Die vom Verband Privater Medien (VAUNET, Mai 2025) veröffentlichte Prognose für das Jahr 2025 geht von einem Wachstum der Bewegtbildwerbeumsätze um 4,7 Prozent auf 5,45 Mrd Euro netto aus. Davon sollen

3,58 Mrd Euro auf die lineare Fernsehwerbung entfallen. Dies entspricht einer voraussichtlich stabilen Entwicklung auf Vorjahresniveau. Mit einem prognostizierten Umsatzwachstum von rund 15 Prozent dürften weitere 1,87 Mrd Euro auf InStream-Videowerbung entfallen.

## UNTERNEHMENSAUSBLICK

Das makroökonomische Umfeld in der DACH-Region ist herausfordernd. Hinzu kommt die hohe Volatilität des Werbegeschäfts und die Umsatzverteilung im vergangenen Jahr mit einem guten ersten und einem schwächeren zweiten Halbjahr. Die ProSiebenSat.1 Group legt ihrer Prognose daher die Annahme zugrunde, dass sich die Entertainment-Werbeerlöse in der DACH-Region in der zweiten Jahreshälfte erholen werden, nachdem das erste Halbjahr 2025 negativ beeinträchtigt war und sich vor allem das hochmarginale TV-Werbegeschäft unter Vorjahr entwickelt hat.

Führende Konjunkturforscher:innen gehen nach den Rückgängen in den vergangenen zwei Jahren für 2025 davon aus, dass die deutsche Wirtschaft in der zweiten Jahreshälfte wieder wachsen wird. Davon dürfte der ProSiebenSat.1-Konzern mit seinem konjunktursensitiven Werbegeschäft rasch und unmittelbar profitieren. Vor diesem Hintergrund bestätigt ProSiebenSat.1 die Zielbandbreiten für Umsatz und adjusted EBITDA, wie zuletzt im angepassten Finanzausblick publiziert. Die ProSiebenSat.1 Group hatte bedingt durch den Verkauf von Verivox und der damit einhergehenden Entkonsolidierung ihren Finanzausblick am 21. März 2025 angepasst.

→ [Quartalsmitteilung für das erste Quartal 2025, Kapitel „Unternehmensausblick“](#) → [Geschäftsbericht 2024, Kapitel „Unternehmensausblick“](#)

ProSiebenSat.1 strebt für das Geschäftsjahr 2025 – unter Berücksichtigung des Verkaufs von Verivox – einen Konzernumsatz von rund 3,85 Mrd Euro an (Vorjahr bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen: 3,77 Mrd Euro<sup>1</sup>), mit einer Varianz von plus/minus 150 Mio Euro. Für die darin enthaltenen Entertainment-Werbeerlöse in der DACH-Region geht ProSiebenSat.1 auf Jahressicht von einer leicht rückläufigen Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr aus. Gleichzeitig rechnet der Konzern damit, seine Wachstumsdynamik im Segment Commerce & Ventures aus organischer Sicht fortzusetzen.

Für das adjusted EBITDA rechnete der Konzern bislang mit einem Wert von 520 Mio Euro bei einer Varianz von plus/minus 50 Mio Euro (Vorjahr bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen: 537 Mio Euro<sup>2</sup>). Aufgrund der Entwicklung im hochmarginigen TV-Werbegeschäft konkretisiert der Konzern seine Prognose nun auf einen Wert unterhalb des Mittelwerts. Das bereinigte Konzernergebnis (adjusted net income) spiegelt die Entwicklung des adjusted EBITDA wider, wird aber positiv durch einen latenten Steuerertrag aufgrund der Verschmelzung der Seven.One Entertainment Group GmbH auf die Joyn GmbH beeinflusst. Dieser Effekt wird erstmalig im dritten Quartal 2025 erfasst und wird auf Jahressicht das bereinigte Konzernergebnis im mittleren bis hohen zweistelligen Millionen-Euro-Bereich positiv beeinflussen.

Der Konzern rechnet zudem unverändert mit einem Verschuldungsgrad zwischen 2,5x und 3,0x zum Jahresende 2025 (Vorjahr: 2,7x). Dies berücksichtigt sowohl das aufgrund des Verkaufs von Verivox angepasste adjusted EBITDA als auch die Reduzierung der Nettoverschuldung. Mittelfristig soll sich der Verschuldungsgrad auf 1,5x bis 2,5x reduzieren.

ProSiebenSat.1 strebt an, einen Mehrwert für alle Aktionär:innen und Stakeholder zu schaffen. Basis hierfür sind neben strategischen Investitionen ein diszipliniertes Finanzmanagement und wettbewerbsfähige Kostenstrukturen. Deshalb hat der Konzern zuletzt weitere Maßnahmen

<sup>1</sup> Der Vorjahreswert beinhaltet Verivox nur für das erste Quartal.

<sup>2</sup> Der Vorjahreswert beinhaltet Verivox nur für das erste Quartal.

ergriffen, um die digitale Transformation der Gruppe voranzutreiben. Diese Kostenmaßnahmen werden das adjusted EBITDA zunehmend positiv beeinflussen und sind in der Jahresprognose entsprechend reflektiert.

[→ Wesentliche Ereignisse](#)

# KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

| in Mio Euro  | Q2 2025    | Q2 2024    | H1 2025     | H1 2024    |
|--|------------|------------|-------------|------------|
| Umsatzerlöse   | 840        | 907        | 1.695       | 1.774      |
| Umsatzkosten   | -639       | -620       | -1.252      | -1.217     |
| <b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>                             | <b>201</b> | <b>287</b> | <b>443</b>  | <b>556</b> |
| Vertriebskosten  | -147       | -160       | -310        | -321       |
| Verwaltungskosten  | -130       | -100       | -238        | -197       |
| Sonstige betriebliche Aufwendungen                           | 0          | 0          | -34         | 0          |
| Sonstige betriebliche Erträge                                | 4          | 4          | 10          | 10         |
| <b>Betriebsergebnis</b>                                      | <b>-72</b> | <b>30</b>  | <b>-128</b> | <b>48</b>  |
| Zinsen und ähnliche Erträge                                  | 4          | 8          | 8           | 13         |
| Zinsen und ähnliche Aufwendungen                             | -17        | -20        | -35         | -41        |
| Zinsergebnis   | -13        | -12        | -28         | -28        |
| Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen                   | 1          | 1          | 1           | 2          |
| Sonstiges Finanzergebnis                                     | -9         | -6         | -17         | -3         |
| <b>Finanzergebnis</b>  | <b>-21</b> | <b>-17</b> | <b>-44</b>  | <b>-28</b> |
| <b>Ergebnis vor Steuern</b>                                  | <b>-93</b> | <b>13</b>  | <b>-172</b> | <b>20</b>  |
| Ertragsteuern  | 41         | 0          | 48          | -3         |
| <b>Konzernergebnis</b>                                       | <b>-52</b> | <b>13</b>  | <b>-124</b> | <b>17</b>  |
| <b>Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE</b> | <b>-49</b> | <b>14</b>  | <b>-109</b> | <b>16</b>  |
| Anteil anderer Gesellschafter                                | -3         | -1         | -15         | 1          |
| Ergebnis je Aktie in Euro                                    |            |            |             |            |
| Unverwässertes Ergebnis je Aktie                             | -0,21      | 0,06       | -0,48       | 0,07       |
| Verwässertes Ergebnis je Aktie                               | -0,21      | 0,06       | -0,48       | 0,07       |

# KONZERN- GESAMTERGEBNISRECHNUNG

| in Mio Euro  | Q2 2025    | Q2 2024   | H1 2025     | H1 2024   |
|--|------------|-----------|-------------|-----------|
| <b>Konzernergebnis</b>   | <b>-52</b> | <b>13</b> | <b>-124</b> | <b>17</b> |
| Währungsumrechnung   | -29        | 4         | -45         | 19        |
| Cashflow-Hedges  | -21        | 0         | -35         | 6         |
| Ertragsteuern  | 6          | 0         | 10          | -2        |
| <b>Posten, die zukünftig möglicherweise in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden</b> | <b>-45</b> | <b>4</b>  | <b>-70</b>  | <b>23</b> |
| Neubewertung leistungsorientierter Versorgungspläne  | 1          | 0         | 0           | 1         |
| Ertragsteuern  | 0          | 0         | 0           | 0         |
| <b>Posten, die nicht in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden</b>                    | <b>0</b>   | <b>0</b>  | <b>0</b>    | <b>1</b>  |
| <b>Sonstiges Ergebnis</b>  | <b>-44</b> | <b>4</b>  | <b>-70</b>  | <b>23</b> |
| <b>Konzern-Gesamtergebnis</b>  | <b>-96</b> | <b>17</b> | <b>-194</b> | <b>41</b> |
| <b>Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE</b>                               | <b>-88</b> | <b>16</b> | <b>-169</b> | <b>33</b> |
| Anteil anderer Gesellschafter  | -8         | 1         | -25         | 8         |

# KONZERN-BILANZ

| in Mio Euro                                  | 30.06.2025   | 31.12.2024   |
|--|--------------|--------------|
| <b>AKTIVA</b>                                |              |              |
| Geschäfts- oder Firmenwerte                  | 1.478        | 1.643        |
| Programmvermögen                             | 642          | 667          |
| Sonstige immaterielle Vermögenswerte         | 669          | 814          |
| Sachanlagen                                  | 575          | 587          |
| At-Equity bewertete Anteile                  | 8            | 12           |
| Sonstige finanzielle Vermögenswerte          | 327          | 327          |
| Übrige Forderungen und Vermögenswerte        | 1            | 1            |
| Latente Ertragsteueransprüche                | 50           | 48           |
| <b>Langfristige Vermögenswerte</b>           | <b>3.750</b> | <b>4.098</b> |
| Programmmvermögen                            | 143          | 161          |
| Vorräte                                      | 73           | 65           |
| Sonstige finanzielle Vermögenswerte          | 48           | 83           |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen   | 380          | 455          |
| Laufende Ertragsteuerforderungen             | 57           | 52           |
| Übrige Forderungen und Vermögenswerte        | 103          | 87           |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente | 581          | 608          |
| <b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>           | <b>1.385</b> | <b>1.510</b> |
| <b>Bilanzsumme</b>                           | <b>5.135</b> | <b>5.608</b> |

| in Mio Euro  | 30.06.2025   | 31.12.2024   |
|--|--------------|--------------|
| <b>PASSIVA</b>   |              |              |
| Gezeichnetes Kapital   | 233          | 233          |
| Kapitalrücklage  | 1.032        | 1.045        |
| Erwirtschaftetes Konzerneigenkapital                                   | 141          | 262          |
| Eigene Anteile   | -2           | -56          |
| Kumuliertes sonstiges Ergebnis   | 9            | 57           |
| Sonstiges Eigenkapital   | -204         | -222         |
| Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE                  | 1.209        | 1.318        |
| Anteil anderer Gesellschafter  | 22           | 151          |
| <b>Eigenkapital</b>  | <b>1.232</b> | <b>1.469</b> |
| Finanzverbindlichkeiten  | 2.030        | 2.074        |
| Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten                                 | 97           | 99           |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden | 13           | 41           |
| Übrige Verbindlichkeiten   | 3            | 4            |
| Sonstige Rückstellungen  | 9            | 10           |
| Latente Ertragsteuerschulden   | 142          | 226          |
| <b>Langfristige Schulden</b>   | <b>2.294</b> | <b>2.455</b> |
| Finanzverbindlichkeiten  | 290          | 241          |
| Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten                                 | 67           | 75           |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden | 815          | 909          |
| Übrige Verbindlichkeiten   | 290          | 273          |
| Laufende Ertragsteuerschulden  | 27           | 70           |
| Sonstige Rückstellungen  | 121          | 117          |
| <b>Kurzfristige Schulden</b>   | <b>1.610</b> | <b>1.685</b> |
| <b>Bilanzsumme</b>   | <b>5.135</b> | <b>5.608</b> |

# KONZERN-EIGENKAPITAL- VERÄNDERUNGSRECHNUNG

| in Mio Euro                   | Gezeichnetes Kapital | Kapitalrücklage | Erwirtschaftetes Konzern-eigenkapital | Eigene Anteile | Kumuliertes sonstiges Ergebnis            |                               |                                    |                 |                        | Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE | Anteil anderer Gesellschafter | Eigenkapital |
|-------------------------------|----------------------|-----------------|---------------------------------------|----------------|---|-------------------------------|------------------------------------|-----------------|------------------------|---|-------------------------------|--------------|
|                               |                      |                 |                                       |                | Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnung | Bewertung von Cashflow-Hedges | Neubewertung von Versorgungsplänen | Latente Steuern | Sonstiges Eigenkapital |   |                               |              |
| 1. Januar 2024                | 233                  | 1.045           | 222                                   | -58            | 26  | 19                            | -10                                | -2              | -214                   | 1.260   | 320                           | 1.580        |
| Konzernergebnis               | —                    | —               | 16                                    | —              | —   | —                             | —                                  | —               | —                      | 16  | 1                             | 17           |
| Sonstiges Ergebnis            | —                    | —               | —                                     | —              | 12  | 6                             | 1                                  | -2              | —                      | 17  | 7                             | 23           |
| <b>Konzern-Gesamtergebnis</b> | <b>—</b>             | <b>—</b>        | <b>16</b>                             | <b>—</b>       | <b>12</b>                                 | <b>6</b>                      | <b>1</b>                           | <b>-2</b>       | <b>—</b>               | <b>33</b>   | <b>8</b>                      | <b>41</b>    |
| Dividenden                    | —                    | —               | -11                                   | —              | —   | —                             | —                                  | —               | —                      | -11   | -2                            | -13          |
| Sonstige Veränderungen        | —                    | 0               | —                                     | —              | —   | —                             | —                                  | —               | -6                     | -6  | -6                            | -11          |
| <b>30. Juni 2024</b>          | <b>233</b>           | <b>1.045</b>    | <b>227</b>                            | <b>-58</b>     | <b>38</b>                                 | <b>25</b>                     | <b>-10</b>                         | <b>-4</b>       | <b>-220</b>            | <b>1.276</b>  | <b>321</b>                    | <b>1.596</b> |

| in Mio Euro                   | Gezeichnetes Kapital | Kapitalrücklage | Erwirtschaftetes Konzern-eigenkapital | Eigene Anteile | Kumuliertes sonstiges Ergebnis            |                               |                                    |                 |                        | Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE | Anteil anderer Gesellschafter | Eigenkapital |
|-------------------------------|----------------------|-----------------|---------------------------------------|----------------|---|-------------------------------|------------------------------------|-----------------|------------------------|---|-------------------------------|--------------|
|                               |                      |                 |                                       |                | Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnung | Bewertung von Cashflow-Hedges | Neubewertung von Versorgungsplänen | Latente Steuern | Sonstiges Eigenkapital |   |                               |              |
| 1. Januar 2025                | 233                  | 1.045           | 262                                   | -56            | 46  | 26                            | -10                                | -5              | -222                   | 1.318   | 151                           | 1.469        |
| Konzernergebnis               | —                    | —               | -109                                  | —              | —   | —                             | —                                  | —               | —                      | -109  | -15                           | -124         |
| Sonstiges Ergebnis            | —                    | —               | —                                     | —              | -36                                       | -35                           | 0                                  | 10              | —                      | -60   | -10                           | -70          |
| <b>Konzern-Gesamtergebnis</b> | <b>—</b>             | <b>—</b>        | <b>-109</b>                           | <b>—</b>       | <b>-36</b>                                | <b>-35</b>                    | <b>0</b>                           | <b>10</b>       | <b>—</b>               | <b>-169</b>   | <b>-25</b>                    | <b>-194</b>  |
| Dividenden                    | —                    | —               | -12                                   | —              | —   | —                             | —                                  | —               | —                      | -12   | —                             | -12          |
| Sonstige Veränderungen        | —                    | -13             | —                                     | 55             | 12  | —                             | —                                  | —               | 19                     | 72  | -103                          | -31          |
| <b>30. Juni 2025</b>          | <b>233</b>           | <b>1.032</b>    | <b>141</b>                            | <b>-2</b>      | <b>22</b>                                 | <b>-8</b>                     | <b>-10</b>                         | <b>5</b>        | <b>-204</b>            | <b>1.209</b>  | <b>22</b>                     | <b>1.232</b> |

# KONZERN- KAPITALFLUSSRECHNUNG

| in Mio Euro  | Q2 2025     | Q2 2024     | H1 2025     | H1 2024     |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Konzernergebnis  | -52         | 13          | -124        | 17          |
| Ertragsteuern  | -41         | 0           | -48         | 3           |
| Finanzergebnis   | 21          | 17          | 44          | 28          |
| Abschreibungen und Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen  | 49          | 46          | 100         | 94          |
| Werteverzehr auf das Programmvermögen inkl. Veränderung der Rückstellung für belastende Verträge   | 233         | 230         | 456         | 455         |
| Veränderung der Rückstellungen   | 12          | 10          | 9           | 5           |
| Ergebnis aus dem Verkauf von Vermögenswerten   | 0           | 0           | 34          | -1          |
| Veränderung des Working Capital  | 42          | -45         | -7          | -94         |
| Erhaltene Dividenden   | 5           | 6           | 5           | 6           |
| Gezahlte Steuern   | -14         | -28         | -26         | -16         |
| Gezahlte Zinsen  | -19         | -23         | -33         | -39         |
| Erhaltene Zinsen   | 6           | 4           | 11          | 9           |
| <b>Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit</b>  | <b>242</b>  | <b>231</b>  | <b>421</b>  | <b>467</b>  |
| Einzahlungen aus dem Verkauf von langfristigen Vermögenswerten   | 2           | 3           | 5           | 5           |
| Auszahlungen für die Beschaffung von sonstigen immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen   | -54         | -50         | -94         | -91         |
| Auszahlungen für Investitionen in at-Equity bewertete Anteile und finanzielle Vermögenswerte   | -1          | -1          | -2          | -3          |
| Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen  | -239        | -198        | -462        | -389        |
| Auszahlungen für gewährte Darlehen   | 0           | 0           | -1          | 0           |
| Einzahlungen aus gewährten Darlehen  | 1           | 0           | 1           | 1           |
| Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich übernommener Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente)  | -24         | —           | -24         | —           |
| Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich abgegangener Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente) | —           | 0           | 180         | 2           |
| <b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>  | <b>-316</b> | <b>-245</b> | <b>-397</b> | <b>-475</b> |
| Auszahlung der Dividende   | -12         | -11         | -12         | -11         |
| Rückzahlung finanzieller Verbindlichkeiten   | -1          | 0           | -2          | 0           |
| Einzahlungen aus der Aufnahme von finanziellen Verbindlichkeiten   | —           | 6           | 4           | 6           |
| Tilgung von Leasingverbindlichkeiten   | -10         | -10         | -20         | -23         |
| Auszahlungen aus Transaktionen mit nicht-beherrschenden Gesellschaftern  | -11         | -11         | -15         | -12         |
| Auszahlungen von Dividenden an nicht-beherrschende Gesellschafter  | —           | -1          | —           | -2          |
| Auszahlungen von Finanzierungskosten   | 0           | -1          | 0           | -1          |
| <b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>   | <b>-34</b>  | <b>-29</b>  | <b>-45</b>  | <b>-43</b>  |
| Wechselkursbedingte Änderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente  | -4          | 1           | -7          | 3           |
| <b>Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</b>  | <b>-111</b> | <b>-42</b>  | <b>-27</b>  | <b>-48</b>  |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang  | 692         | 567         | 608         | 573         |
| <b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende</b>   | <b>581</b>  | <b>524</b>  | <b>581</b>  | <b>524</b>  |

# KONZERN-ANHANG

## 1/ Allgemeine Angaben

Die Berichtsperiode dieses Abschlusses nach IAS 34 ist der Zeitraum von sechs Monaten vom 1. Januar bis 30. Juni 2025. Zusätzlich wird zu Informationszwecken noch die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, die Konzern-Gesamtergebnisrechnung und die Konzern-Kapitalflussrechnung sowie damit zusammenhängende Anhangangaben für den Zeitraum vom 1. April bis 30. Juni 2025 aufgenommen, die nicht der prüferischen Durchsicht unterliegen. Die Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze, die der Konzern für den Konzernzwischenabschluss zum 30. Juni 2025 angewendet hat, sind dieselben, die auch dem Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2024 zugrunde lagen. Eine Ausnahme hiervon bildet grundsätzlich die Anwendung überarbeiteter Standards, die seit dem am 1. Januar 2025 beginnenden Geschäftsjahr für den Konzern verpflichtend anzuwenden sind. Deren Anwendung hat jedoch keine Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

Im Rahmen der Erstellung des Konzernzwischenabschlusses zum 30. Juni 2025 wurden das aktuelle makroökonomische Umfeld und die damit einhergehenden Unsicherheiten bei Annahmen, Schätzungen und Ermessensentscheidungen berücksichtigt. Angaben zu den Folgen der makroökonomischen Entwicklung für den Konzern finden sich im

→ **Konzernzwischenlagebericht**

Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen gegebenenfalls nicht exakt zu der angegebenen Summe addieren und dass dargestellte Prozentangaben nicht genau die absoluten Zahlen widerspiegeln, auf die sie sich beziehen.

## 2/ Akquisitionen und Verkäufe mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis

### **Übernahme der NCG - NUCOM GROUP SE („NuCom Group“) (ohne Flaconi GmbH („flaconi“)) und der ParshipMeet Holding GmbH („ParshipMeet Group“)**

Im Zuge der Veräußerung der Verivox Holding GmbH und ihrer Tochterunternehmen („Verivox“) hat sich ProSiebenSat.1 mit General Atlantic PD B.V. („General Atlantic“) auf den Erwerb der von General Atlantic gehaltenen Minderheitsbeteiligungen an der Nucom Group - mit Ausnahme von flaconi - und an der ParshipMeet Group geeinigt. Die Transaktion wurde am 15. Mai 2025 vollzogen.

General Atlantic hält seine Minderheitsbeteiligung von 28,4 Prozent an flaconi nun direkt und nicht wie bisher indirekt über die NuCom Group. ProSiebenSat.1 bleibt Mehrheitsgesellschafter von flaconi mit einem Anteil von 71,6 Prozent und hält zusätzlich einen verzinslichen Vorzugsanteil in Höhe von 97 Mio Euro.

Durch den Ausstieg von General Atlantic aus der NuCom Group (ohne flaconi) und der ParshipMeet Group erhält ProSiebenSat.1 die volle Kontrolle und Flexibilität über die strategische Ausrichtung dieser Gesellschaften – einschließlich der Entscheidung über mögliche Veräußerungen.

Die Gegenleistung für den Erwerb der Minderheitsbeteiligungen umfasst eine Barkomponente in Höhe von 10 Mio Euro und ca. 5,9 Mio eigene Aktien von ProSiebenSat.1. Darüber hinaus partizipiert General Atlantic neben ProSiebenSat.1 an möglichen Zahlungen aus der anhängigen Klage eines Tochterunternehmens der NuCom Group gegen einen Dritten; mögliche Ansprüche aus diesem Rechtsstreit hat ProSiebenSat.1 bisher nicht aktiviert. Des Weiteren wird General Atlantic an einem etwaigen Ausstieg von ProSiebenSat.1 aus der ParshipMeet Group in Höhe von bis zu 50 Mio Euro beteiligt. Da dieser Anspruch ab dem 30. Juni 2026 mit 10 Prozent p.a. verzinst wird, könnte sich der

Betrag erhöhen. Die Zinsen erhöhen die Zahlung an General Atlantic im Zeitpunkt des Ausstiegs von ProSiebenSat.1 aus der ParshipMeet Group. ProSiebenSat.1 hat das Recht diesen Anspruch jederzeit an General Atlantic zu zahlen. Schließlich erhält General Atlantic eine Beteiligung in Höhe von 28,4 Prozent am Earn-Out aus dem Verkauf von Verivox. Dieser wurde zum Transaktionszeitpunkt mit einem beizulegenden Zeitwert von 7 Mio Euro bewertet. Des Weiteren übernimmt die ProSiebenSat.1 Media SE eine Verbindlichkeit von General Atlantic gegenüber der ParshipMeet Group in Höhe von 8 Mio Euro.

Der Erwerb der Minderheitsbeteiligungen von General Atlantic wurde als Gesellschaftertransaktion bilanziert. Der Mittelabfluss einschließlich Transaktionskosten in Höhe von derzeit 11 Mio Euro hat den Cashflow aus Finanzierungstätigkeit vermindert. Die ausgegebenen eigenen Anteile haben in Höhe ihres beizulegenden Zeitwerts im Zeitpunkt des Anteilserwerbs von 42 Mio Euro das Eigenkapital von ProSiebenSat.1 erhöht. Insgesamt reduzieren sich durch diese Transaktion die Anteile anderer Gesellschafter um 100 Mio Euro, sowie das Konzerneigenkapital um 31 Mio Euro. Die Transaktionskosten von 7 Mio Euro sind ergebnisneutral im Posten ‚Sonstiges Eigenkapital‘ erfasst worden.

### **Übernahme der Anteilsmehrheit an der Studio Bummens GmbH („Studio Bummens“)**

Mit Vertrag vom 15. Mai 2025 und wirtschaftlicher Wirkung zum 30. Mai 2025 hat die Seven.One AdFactory GmbH („Seven.One AdFactory“) die Anteilsmehrheit an Studio Bummens erworben und hält nun 65 Prozent am Berliner Podcast-Publisher. Der Eigentumsübergang erfolgte am 30. Mai 2025. Mit diesem Schritt erweitert ProSiebenSat.1 das hauseigene Podcast-Produktionsgeschäft und sorgt für eine noch engere Verzahnung von Produktion und Vermarktung. Ziel ist es, die Marktposition im deutschsprachigen Podcast-Geschäft auszubauen und vom dynamischen Marktwachstum zu profitieren.

Die Gründer und ein strategischer Verkäufer bleiben mit einer Minderheitsbeteiligung von 35 Prozent weiterhin an Studio Bummens beteiligt. Der Kaufpreis nach IFRS 3 besteht aus einer Barkomponente von 13 Mio Euro sowie einer bedingten Kaufpreiskomponente im Rahmen einer Put-/Call-Struktur, über die die verbleibenden 35 Prozent von den bisherigen Eigentümern bis spätestens 2032 erworben werden müssen bzw. können. Des Weiteren enthält der Kaufpreis Bonuszahlungen für die Gründer. Die Put-/Call-Option wird gemäß IFRS 3 mit 8 Mio Euro bewertet. Der Kaufpreis nach IFRS 3 beläuft sich zum Zeitpunkt der Akquisition auf 24 Mio Euro. Der Zwischenabschluss zum ersten Halbjahr 2025 beinhaltet die Ergebnisse von Studio Bummens für einen Monat. Die Bewertung des Geschäfts- oder Firmenwerts ist aufgrund der noch nicht finalen Kaufpreisallokation, sowie der kurzen Konzernzugehörigkeit von Studio Bummens vorläufig hinsichtlich der im folgenden aus der Akquisition dargestellten Vermögenswerte und Verbindlichkeiten sowie Rückstellungen.

Die vorläufigen Fair Values der übernommenen Vermögenswerte und Schulden stellen sich zum Zeitpunkt der Akquisition innerhalb der Konzern-Bilanz wie folgt dar:

**AKQUISITION STUDIO BUMMENS**

in Mio Euro

|  | Fair Value zum<br>Erwerbszeitpunkt |
|--|------------------------------------|
| Sachanlagen                                  | 1                                  |
| <b>Langfristige Vermögenswerte</b>           | <b>1</b>                           |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen   | 1                                  |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente | 2                                  |
| <b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>           | <b>4</b>                           |
| Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten       | 1                                  |
| <b>Langfristige Schulden</b>                 | <b>1</b>                           |
| Übrige Verbindlichkeiten                     | 1                                  |
| Sonstige Rückstellungen                      | 1                                  |
| <b>Kurzfristige Schulden</b>                 | <b>3</b>                           |
| <b>Netto-Reinvermögen</b>                    | <b>1</b>                           |
| <b>Kaufpreis nach IFRS 3</b>                 | <b>24</b>                          |
| <b>Geschäfts- oder Firmenwert</b>            | <b>23</b>                          |

Der Buchwert sowie der beizulegende Zeitwert der übernommenen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen beläuft sich auf 1 Mio Euro.

Aufgrund der vor der Akquisition bestehenden Geschäftsbeziehung ist der Großteil des Umsatzes und Ergebnisbeitrages gegenüber verbundenen Unternehmen. Der externe Umsatz- und Ergebnisbeitrag ist im niedrigen einstelligen Millionen-Euro-Bereich bzw. leicht negativ. Wäre Studio Bummens das gesamte Jahr Teil des Konsolidierungskreises, wären Umsatz- und Ergebnisbeitrag auch im niedrigen einstelligen Millionen-Euro-Bereich bzw. leicht negativ gewesen. Der im Rahmen der Akquisition identifizierte Geschäfts- oder Firmenwert wird in der Gruppe zahlungsmittelgenerierender Einheiten Entertainment erfasst und besteht im Wesentlichen aus den erwarteten Synergien im Produktions- und Vertriebsbereich, die im Rahmen der Akquisition gehoben werden. Der Geschäfts- oder Firmenwert ist steuerlich nicht abzugsfähig. Ein Ausweis der Minderheiten erfolgte im Konzern nicht, da die Put Optionen im Erwerbszeitpunkt bilanziert wurden.

**Übernahme der Jochen Schweizer mydays Holding GmbH („Jochen Schweizer mydays“)**

Die ProSiebenSat.1 Media SE hat am 2. April 2025 die verbliebenen Anteile von 10,1 Prozent an Jochen Schweizer mydays übernommen. Damit wurde eine vertragliche Option zum Erwerb der verbliebenen Beteiligung des Gründers Jochen Schweizer vorzeitig umgesetzt. Mit der vollständigen Übernahme vereinfacht der Konzern die Gesellschafterstruktur weiter und gewinnt zusätzliche Flexibilität für die künftige Ausrichtung von Jochen Schweizer mydays.

Durch den Erwerb wurde die Verbindlichkeit aus Put-Optionen in Höhe von 13 Mio Euro beglichen. Der Mittelabfluss über 13 Mio Euro wurde im Investitionscashflow erfasst.

**Verkauf der Verivox Holding GmbH und ihrer Tochterunternehmen („Verivox“)**

Mit Vertrag vom 21. März 2025 hat die ProSiebenSat.1 Group Verivox an ein Tochterunternehmen der Moltiply Group S.p.A. („Moltiply“) verkauft und im ersten Quartal entkonsolidiert. Verivox (Segment Commerce & Ventures) war bis dahin eine Beteiligung der NuCom Group – einer Tochtergesellschaft von ProSiebenSat.1, an der der globale Wachstumsinvestor General Atlantic mit 28,4 Prozent beteiligt war.

Dem Verkauf liegt ein Eigenkapitalwert (Equity Value) von Verivox von 232 Mio Euro zu Grunde. Zusätzlich beinhaltet die Vereinbarung eine Earn-out-Komponente von bis zu weiteren 60 Mio Euro, die an definierte Ertragsziele im Geschäftsjahr 2025 gekoppelt, und in 2026 fällig ist. Zum Zeitpunkt der Veräußerung und zum Abschlussstichtag 30. Juni 2025 ist diese mit 24 Mio Euro bewertet. Der Nettzahlungsmittelzufluss aus dem Verkauf beträgt 180 Mio Euro. Der realisierte Veräußerungsverlust von 34 Mio Euro aus dem Verkauf wird im sonstigen betrieblichen Aufwand ausgewiesen.

Weitere Details sind der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen.

→ Ziffer 4 „Sonstige betriebliche Aufwendungen“ → Ziffer 10 „Finanzinstrumente“

### BUCHWERTABGANG UND ABGANGSERFOLG AUS VERKÄUFEN VON TOCHTERUNTERNEHMEN in Mio Euro

|   | Verivox     |
|---|-------------|
| Geschäfts- oder Firmenwerte                                   | -157        |
| Sonstige immaterielle Vermögenswerte                          | -119        |
| Sachanlagen   | -18         |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen                    | -26         |
| Übrige Forderungen und Vermögenswerte                         | -2          |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente                  | -12         |
| Finanzverbindlichkeiten                                       | 16          |
| Rückstellungen und sonstige Verbindlichkeiten                 | 69          |
| <b>Abgang Nettovermögenswerte</b>                             | <b>-249</b> |
| Verkaufserlös   | 191         |
| Earn-Out Forderung  | 24          |
| <b>Veräußerungsverlust</b>                                    | <b>-34</b>  |
| Verkaufserlös   | 191         |
| abzgl. abgehende Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente | -12         |
| <b>Nettozahlungsmittelzufluss</b>                             | <b>180</b>  |

### 3/ Umsatzerlöse

in Mio Euro

|  | Entertainment |            | Commerce & Ventures |            | Dating & Video |           | Summe Konzern |            |
|--|---------------|------------|---------------------|------------|----------------|-----------|---------------|------------|
|  | Q2 2025       | Q2 2024    | Q2 2025             | Q2 2024    | Q2 2025        | Q2 2024   | Q2 2025       | Q2 2024    |
| <b>Werbeerlöse</b>                     | <b>444</b>    | <b>491</b> | <b>32</b>           | <b>31</b>  | —              | —         | <b>476</b>    | <b>522</b> |
| DACH                                   | 384           | 425        | 32                  | 31         | —              | —         | 416           | 456        |
| davon TV                               | 307           | 349        | —                   | —          | —              | —         | 307           | 349        |
| davon Digital & Smart                  | 77            | 76         | —                   | —          | —              | —         | 77            | 76         |
| Rest der Welt                          | 60            | 66         | —                   | —          | —              | —         | 60            | 66         |
| <b>Distribution</b>                    | <b>55</b>     | <b>50</b>  | —                   | —          | —              | —         | <b>55</b>     | <b>50</b>  |
| <b>Content</b>                         | <b>34</b>     | <b>39</b>  | —                   | —          | —              | —         | <b>34</b>     | <b>39</b>  |
| <b>Digital Platform &amp; Commerce</b> | —             | —          | <b>166</b>          | <b>166</b> | —              | —         | <b>166</b>    | <b>166</b> |
| Consumer Advice                        | —             | —          | 27                  | 61         | —              | —         | 27            | 61         |
| Experiences                            | —             | —          | 6                   | 4          | —              | —         | 6             | 4          |
| Beauty & Lifestyle                     | —             | —          | 133                 | 100        | —              | —         | 133           | 100        |
| <b>Dating &amp; Video</b>              | —             | —          | —                   | —          | <b>71</b>      | <b>98</b> | <b>71</b>     | <b>98</b>  |
| Dating                                 | —             | —          | —                   | —          | 41             | 52        | 41            | 52         |
| Video                                  | —             | —          | —                   | —          | 30             | 46        | 30            | 46         |
| <b>Sonstige Umsatzerlöse</b>           | <b>36</b>     | <b>32</b>  | <b>1</b>            | <b>1</b>   | —              | —         | <b>37</b>     | <b>33</b>  |
| <b>Summe</b>                           | <b>570</b>    | <b>612</b> | <b>199</b>          | <b>197</b> | <b>71</b>      | <b>98</b> | <b>840</b>    | <b>907</b> |

in Mio Euro

|  | Entertainment |              | Commerce & Ventures |            | Dating & Video |            | Summe Konzern |              |
|--|---------------|--------------|---------------------|------------|----------------|------------|---------------|--------------|
|  | H1 2025       | H1 2024      | H1 2025             | H1 2024    | H1 2025        | H1 2024    | H1 2025       | H1 2024      |
| <b>Werbeerlöse</b>                     | <b>872</b>    | <b>942</b>   | <b>57</b>           | <b>59</b>  | —              | —          | <b>929</b>    | <b>1.002</b> |
| DACH                                   | 750           | 818          | 57                  | 59         | —              | —          | 808           | 877          |
| davon TV                               | 608           | 675          | —                   | —          | —              | —          | 608           | 675          |
| davon Digital & Smart                  | 142           | 143          | —                   | —          | —              | —          | 142           | 143          |
| Rest der Welt                          | 122           | 124          | —                   | —          | —              | —          | 122           | 124          |
| <b>Distribution</b>                    | <b>108</b>    | <b>100</b>   | —                   | —          | —              | —          | <b>108</b>    | <b>100</b>   |
| <b>Content</b>                         | <b>69</b>     | <b>66</b>    | —                   | —          | —              | —          | <b>69</b>     | <b>66</b>    |
| <b>Digital Platform &amp; Commerce</b> | —             | —            | <b>368</b>          | <b>343</b> | —              | —          | <b>368</b>    | <b>343</b>   |
| Consumer Advice                        | —             | —            | 100                 | 137        | —              | —          | 100           | 137          |
| Experiences                            | —             | —            | 13                  | 8          | —              | —          | 13            | 8            |
| Beauty & Lifestyle                     | —             | —            | 254                 | 198        | —              | —          | 254           | 198          |
| <b>Dating &amp; Video</b>              | —             | —            | —                   | —          | <b>155</b>     | <b>205</b> | <b>155</b>    | <b>205</b>   |
| Dating                                 | —             | —            | —                   | —          | 88             | 109        | 88            | 109          |
| Video                                  | —             | —            | —                   | —          | 67             | 96         | 67            | 96           |
| <b>Sonstige Umsatzerlöse</b>           | <b>65</b>     | <b>57</b>    | <b>2</b>            | <b>2</b>   | —              | —          | <b>66</b>     | <b>58</b>    |
| <b>Summe</b>                           | <b>1.113</b>  | <b>1.165</b> | <b>427</b>          | <b>404</b> | <b>155</b>     | <b>205</b> | <b>1.695</b>  | <b>1.774</b> |

Die Tabellen zeigen die Aufgliederung der Umsatzerlöse nach Kategorien. Dabei wird die Kategorie Werbeerlöse in geographische Regionen untergliedert. Die Zuordnung erfolgt nach dem Land des Sitzes der Tochtergesellschaft, die die Umsatzerlöse realisiert. Es wird unterschieden nach den Regionen Deutschland, Österreich und Schweiz (DACH) und Rest der Welt. In der Kategorie Werbeerlöse DACH im Segment Entertainment werden Werbeerlöse aus dem Verkauf von Werbezeiten erfasst, wobei nach TV Umsätzen und Digital & Smart Umsätzen unterschieden wird. In den Digital & Smart Umsätzen sind unter anderem die AVoD-Umsätze (Advertising-Video-on-Demand) von Joyn enthalten. In der Kategorie Werbeerlöse DACH im Segment Commerce & Ventures sind Umsätze aus Media-for-Equity- und Media-for-Revenue-Transaktionen in Höhe von 13 Mio Euro im zweiten Quartal 2025 (Vorjahr: 12 Mio Euro) und in Höhe von 26 Mio Euro im ersten Halbjahr 2025 (Vorjahr: 28 Mio Euro) enthalten. Die Kategorie Werbeerlöse Rest der Welt enthält im Wesentlichen Umsätze der Studio71-Gesellschaften in den Vereinigten Staaten (USA). Die SVoD-Umsätze (Subscription-Video-on-Demand) von Joyn sind in den sonstigen Umsatzerlösen im Segment Entertainment enthalten. In der Kategorie Beauty & Lifestyle sind Warenverkäufe in Höhe von 119 Mio Euro im zweiten Quartal 2025 (Vorjahr: 90 Mio Euro) und 231 Mio Euro im ersten Halbjahr 2025 (Vorjahr: 179 Mio Euro) enthalten.

Für nähere Informationen zur Entwicklung der Umsatzerlöse verweisen wir auf den

→ **Konzernzwischenlagebericht Kapitel „Ertragslage des Konzerns“**

#### 4 / Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen beliefen sich im ersten Halbjahr 2025 auf 34 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) und stehen im Wesentlichen im Zusammenhang mit einem realisierten Veräußerungsverlust aus der Entkonsolidierung von Verivox. Für weitere Details verweisen wir auf

→ **Ziffer 2 „Akquisitionen und Verkäufe mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“**

#### 5 / Ertragsteuern

Die Ertragsteuern der Zwischenberichtsperioden werden auf Basis des geschätzten gewichteten durchschnittlichen Ertragsteuersatzes erfasst, der für das volle Geschäftsjahr erwartet wird. Steuerwirkungen einmaliger Sachverhalte werden vollständig in der betroffenen Zwischenberichtsperiode erfasst.

Der Ertrag aus Ertragsteuern belief sich im ersten Halbjahr 2025 auf 48 Mio Euro (Vorjahr: Aufwand aus Ertragsteuern 3 Mio Euro). Darin enthalten ist ein Ertrag aus der Auflösung von Steuerrückstellungen auf Grund des Fortschritts der laufenden Betriebsprüfungen sowie ein Ertrag aus der Auflösung von Steuerrückstellungen für Vorjahre. Die Veränderung gegenüber dem Vorjahr reflektiert insbesondere den Rückgang im Ergebnis vor Steuern sowie steuerlich nicht abzugsfähige Veräußerungseffekte aus dem Verkauf von Verivox.

## 6 / Geschäfts- oder Firmenwerte

Der Buchwert der Geschäfts- oder Firmenwerte hat sich von 1.643 Mio Euro zum 31. Dezember 2024 auf 1.478 Mio Euro zum 30. Juni 2025 verringert. Dies ist im Wesentlichen auf die Veräußerung der Anteile an Verivox zurückzuführen, die zu einer Verringerung der Geschäfts- oder Firmenwerte der Gruppe zahlungsmittelgenerierender Einheiten Digital Platform & Commerce um 157 Mio Euro geführt hat. Zudem haben Fremdwährungseffekte den Buchwert der Geschäfts- oder Firmenwerte reduziert. Einen gegenläufigen Effekt hat der Erwerb von Studio Bummens, der zu einer Erhöhung der Geschäfts- oder Firmenwerte der Gruppe zahlungsmittelgenerierender Einheiten Entertainment um 23 Mio Euro geführt hat. Für weitere Details verweisen wir auf

→ Ziffer 2 „Akquisitionen und Verkäufe mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“

Alle zahlungsmittelgenerierenden Einheiten oder Gruppen zahlungsmittelgenerierender Einheiten werden quartalsweise auf etwaige Anhaltspunkte für Wertminderungen analysiert. Sofern Hinweise vorliegen, dass der Buchwert nicht mindestens dem erzielbaren Betrag entsprechen könnte, werden sie einem Werthaltigkeitstest unterzogen. Darüber hinaus werden Geschäfts- oder Firmenwerte einmal jährlich auf Werthaltigkeit getestet.

Die vorgenommenen Wertminderungen zum 31. Dezember 2024 in Verbindung mit einem nach wie vor wirtschaftlich herausfordernden und wettbewerbsintensiven Marktumfeld sowie dem veränderten Nutzerverhalten der relevanten Zielgruppe liefern hinreichend Anhaltspunkte, die Geschäfts- oder Firmenwerte der Gruppe zahlungsmittelgenerierender Einheiten Dating sowie der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Video zum 30. Juni 2025 einem situationsbedingten Wertminderungstest zu unterziehen.

Der für den Wertminderungstest maßgebliche erzielbare Betrag der zahlungsmittelgenerierenden Einheit oder Gruppe zahlungsmittelgenerierender Einheiten wurde in Form eines beizulegenden Zeitwertes abzüglich Veräußerungskosten ermittelt. Die Zahlungsstromerwartungen berücksichtigen die aktuellen Einschätzungen über den künftigen Geschäftsverlauf.

Die durchschnittliche jährliche EBITDA-Marge während des Planungszeitraums von 2025 bis 2030 für die Gruppe zahlungsmittelgenerierender Einheiten **Dating** beträgt 15,4 Prozent (31. Dezember 2024: 15,3 %). Die verwendete prognostizierte EBITDA-Marge für den Zeitraum nach Ende des Planungszeitraums beträgt 19,1 Prozent (31. Dezember 2024: 19,1 %). Das durchschnittliche jährliche Umsatzwachstum während des Planungszeitraums von 2025 bis 2030 beträgt 2,7 Prozent (31. Dezember 2024: 2,7 %). Des Weiteren hat sich der am Bewertungsstichtag 31. Dezember 2024 gültige Diskontierungszinssatz nach Steuern von 9,9 Prozent bis zum Halbjahresstichtag 30. Juni 2025 auf 9,7 Prozent verringert. Der Wertminderungstest zum 30. Juni 2025 für den Geschäfts- oder Firmenwert der Gruppe zahlungsmittelgenerierender Einheiten Dating führt zu keinem Wertminderungsbedarf. Der geschätzte erzielbare Betrag dieser Gruppe zahlungsmittelgenerierender Einheiten übersteigt deren Buchwert um 28 Mio Euro. Sollte die EBITDA-Marge der Gruppe zahlungsmittelgenerierender Einheiten Dating nach Ende des Planungszeitraums um 2,0 Prozentpunkte zurückgehen oder sich der Diskontierungssatz nach Steuern um 0,9 Prozentpunkte erhöhen, entspräche der ermittelte erzielbare Betrag dem Buchwert dieser Gruppe zahlungsmittelgenerierender Einheiten.

Die durchschnittliche jährliche EBITDA-Marge während des Planungszeitraums von 2025 bis 2030 für die zahlungsmittelgenerierende Einheit **Video** beträgt 16,8 Prozent (31. Dezember 2024: 16,9 %). Die verwendete prognostizierte EBITDA-Marge für den Zeitraum nach Ende des

Planungszeitraums beträgt 19,1 Prozent (31. Dezember 2024: 19,0 %). Das durchschnittliche jährliche Umsatzwachstum während des Planungszeitraums von 2025 bis 2030 beträgt minus 3,7 Prozent (31. Dezember 2024: -3,7 %). Des Weiteren ist der am Bewertungsstichtag 31. Dezember 2024 gültige Diskontierungszinssatz nach Steuern bis zum Halbjahresstichtag 30. Juni 2025 mit 10,0 Prozent unverändert geblieben. Der Wertminderungstest zum 30. Juni 2025 für den Geschäfts- oder Firmenwert der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Video führt zu keinem Wertminderungsbedarf. Der geschätzte erzielbare Betrag dieser zahlungsmittelgenerierenden Einheit übersteigt deren Buchwert um 44 Mio Euro. Sollte die EBITDA-Marge der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Video nach Ende des Planungszeitraums um 5,3 Prozentpunkte zurückgehen oder sich der Diskontierungssatz nach Steuern um 2,6 Prozentpunkte erhöhen, entspräche der ermittelte erzielbare Betrag dem Buchwert dieser zahlungsmittelgenerierenden Einheit.

Bei den übrigen Gruppen zahlungsmittelgenerierender Einheiten des Konzerns ergab sich zum 30. Juni 2025 aufgrund der am Geschäftsjahresende 2024 weit über den Buchwerten angesiedelten Nutzungswerten oder beizulegenden Zeitwerten abzüglich Veräußerungskosten und mangels Anzeichen, dass dieser Überhang aufgezehrt werden könnte, keine Notwendigkeit zur Durchführung situationsbedingter Wertminderungstests für deren Geschäfts- oder Firmenwerte.

## **7 / Eigenkapital**

Die Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE hat am 28. Mai 2025 beschlossen, für das Geschäftsjahr 2024 eine Dividende in Höhe von 12 Mio Euro (0,05 Euro je dividendenberechtigter Stückaktie) auszuzahlen. Die Auszahlung der Dividende erfolgte am 3. Juni 2025.

Am 15. Mai 2025 hat die ProSiebenSat.1 Media SE die verbleibenden Minderheitenanteile an der ParshipMeet Group in Höhe von 45 Prozent und der NuCom Group (ohne flaconi) in Höhe von 28,4 Prozent von General Atlantic vollständig übernommen. Der Erwerb wurde gem. IFRS 10 als Eigenkapitaltransaktion bilanziert. Weitere Angaben zur Transaktion finden sich in

→ Ziffer 2 „Akquisitionen und Verkäufe mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“

## **8 / Sonstige Rückstellungen und übrige Verbindlichkeiten**

Im Mai 2025 hat der Vorstand der ProSiebenSat.1 Group ein umfassendes Restrukturierungsprogramm beschlossen. Die Mitarbeiter:innen bei den betroffenen Gesellschaften wurden am 7. Mai 2025 über das Programm informiert. Im Rahmen des Restrukturierungsprogramms erfolgt die Weiterentwicklung des Entertainment-Geschäfts und der Holding. Ziele der Restrukturierung sind eine Verschlinkung der Prozessstruktur sowie eine höhere Kosteneffizienz.

Vor diesem Hintergrund ist auch eine Reduzierung der Belegschaft um rund 430 Vollzeitstellen erforderlich. Der Stellenabbau soll sozialverträglich durch ein Freiwilligen-Programm erfolgen. Der Stellenabbau betrifft insbesondere das Entertainment-Geschäft und die Holding.

Im Rahmen des Restrukturierungsprogramms sind zum 30. Juni 2025 Gesamtkosten von 62 Mio Euro angefallen. Davon wurden 13 Mio Euro als sonstige Rückstellung sowie 49 Mio Euro als übrige Verbindlichkeit erfasst.

Die Höhe der Rückstellung basiert auf internen Kalkulationen und ist mit Unsicherheiten hinsichtlich der endgültigen Höhe der Abfindungen behaftet.

## **9 / Sonstige finanzielle Verpflichtungen**

Die nachfolgende Tabelle enthält die neben den in der Konzern-Bilanz erfassten Verbindlichkeiten bestehenden sonstigen finanziellen Verpflichtungen:

in Mio Euro

|                                     | 30.06.2025   | 31.12.2024   |
|-------------------------------------|--------------|--------------|
| Einkaufsobligo für Programmvermögen | 1.650        | 1.099        |
| Distribution                        | 142          | 159          |
| Übrige finanzielle Verpflichtungen  | 253          | 256          |
| <b>Summe</b>                        | <b>2.044</b> | <b>1.515</b> |

Die dargestellten Beträge sind undiskontiert.

Das Einkaufsobligo für Programmvermögen resultiert aus vor dem 30. Juni 2025 abgeschlossenen Verträgen für den Erwerb von Film- und Serienlizenzen sowie Auftragsproduktionen. Ein Teil der Verträge ist in US-Dollar abgeschlossen. Der Anstieg des Einkaufsobligos für Programmvermögen resultiert überwiegend aus Regionalprogrammen im Zusammenhang mit der Änderung des Medienstaatsvertrages sowie aus der Verlängerung von Verträgen im Bereich der Auftragsproduktion.

Unter der Position „Distribution“ werden finanzielle Verpflichtungen aus Satelliten-Dienstleistungen, Verpflichtungen aus Verträgen über terrestrische Nutzung und Kabeleinspeisungsgebühren ausgewiesen.

In den übrigen finanziellen Verpflichtungen werden sowohl zum 30. Juni 2025 als auch zum 31. Dezember 2024 im Wesentlichen Abnahmeverpflichtungen für bereits abgeschlossene Liefer- und Dienstleistungsverträge – insbesondere im Zusammenhang mit dem Campus-Neubau am Standort Unterföhring in Höhe von 84 Mio Euro (31. Dezember 2024: 72 Mio Euro) und mit IT-Dienstleistungen – ausgewiesen.

## 10 / Finanzinstrumente

Die folgende Tabelle stellt die Buchwerte und beizulegenden Zeitwerte gegenüber und gibt jeweils die Fair-Value-Hierarchiestufe der bei der Bewertung zum beizulegenden Zeitwert vorrangig verwendeten Inputfaktoren an:

**BUCH- UND MARKTWERTE (FAIR VALUES) VON FINANZINSTRUMENTEN**

in Mio Euro

| In der Bilanz ausgewiesen in   |  | 30.06.2025   |              |            |              |            | 31.12.2024   |              |            |              |            |
|--|--|--------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|--------------|------------|--------------|------------|
|  |  | Buchwert     | Fair Value   | Fair Value |              |            | Buchwert     | Fair Value   | Fair Value |              |            |
|  |  |              |              | Stufe 1    | Stufe 2      | Stufe 3    |              |              | Stufe 1    | Stufe 2      | Stufe 3    |
| <b>FINANZIELLE VERMÖGENSWERTE</b>  |  |              |              |            |              |            |              |              |            |              |            |
| <b>Bewertet zum Fair Value</b>   |  |              |              |            |              |            |              |              |            |              |            |
| Eigenkapitalinstrumente <sup>1</sup>   | Sonstige finanzielle Vermögenswerte    | 293          | 293          | 22         | —            | 271        | 300          | 300          | 21         | —            | 279        |
| Hedge Derivate   | Sonstige finanzielle Vermögenswerte    | 4            | 4            | —          | 4            | —          | 27           | 27           | —          | 27           | —          |
| Forderungen aus Earn-outs sowie Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen | Sonstige finanzielle Vermögenswerte    | 30           | 30           | —          | 6            | 24         | 21           | 21           | —          | 21           | —          |
| <b>Summe</b>   |  | <b>327</b>   | <b>327</b>   | <b>22</b>  | <b>11</b>    | <b>295</b> | <b>348</b>   | <b>348</b>   | <b>21</b>  | <b>48</b>    | <b>279</b> |
| <b>FINANZIELLE VERBINDLICHKEITEN</b>   |  |              |              |            |              |            |              |              |            |              |            |
| <b>Bewertet zum Fair Value</b>   |  |              |              |            |              |            |              |              |            |              |            |
| Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-outs                                     | Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten | 15           | 15           | —          | —            | 15         | 12           | 12           | —          | —            | 12         |
| Hedge Derivate   | Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten | 12           | 12           | —          | 12           | —          | 0            | 0            | —          | 0            | —          |
| Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen                                 | Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten | 14           | 14           | —          | 14           | —          | 4            | 4            | —          | 4            | —          |
| <b>Bewertet zu fortgeführten Anschaffungskosten</b>                                  |  |              |              |            |              |            |              |              |            |              |            |
| Darlehen und Kredite <sup>2</sup>  | Finanzverbindlichkeiten                | 1.202        | 1.226        | —          | 1.226        | —          | 1.202        | 1.223        | —          | 1.223        | —          |
| Schuldscheindarlehen <sup>2</sup>  | Finanzverbindlichkeiten                | 932          | 912          | —          | 912          | —          | 929          | 900          | —          | 900          | —          |
| Immobilienkredite  | Finanzverbindlichkeiten                | 186          | 185          | —          | 185          | —          | 184          | 184          | —          | 184          | —          |
| Verbindlichkeiten aus Put-Optionen   | Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten | —            | —            | —          | —            | —          | 4            | 4            | —          | —            | 4          |
| <b>Summe</b>   |  | <b>2.361</b> | <b>2.363</b> | <b>—</b>   | <b>2.348</b> | <b>15</b>  | <b>2.336</b> | <b>2.328</b> | <b>—</b>   | <b>2.312</b> | <b>17</b>  |

1 Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet.

2 Inklusive geschuldeter Zinsen.

Die ProSiebenSat.1 Group weist in ihrer Konzern-Bilanz weitere, nicht in obiger Tabelle aufgeführte kurzfristige Finanzinstrumente aus, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden. Bei ihnen stellt der Buchwert einen angemessenen Näherungswert für den beizulegenden Zeitwert dar.

Bei den Eigenkapitalinstrumenten der Stufe 1 handelt es sich um Anteile an börsennotierten Gesellschaften, bei den Eigenkapitalinstrumenten der Stufe 3 um Fondsbeteiligungen und Beteiligungen aus Media-for-Equity-Transaktionen.

Die Buchwertänderung bei den Eigenkapitalinstrumenten der Stufe 3 resultiert im Wesentlichen aus Bewertungseffekten bei den Fondsbeteiligungen und Media-for-Equity-Beteiligungen.

Der Rückgang der Verbindlichkeiten aus Put-Optionen, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden, resultiert aus Auszahlungen für die Übernahme der restlichen Anteile an der ParshipMeet Group, die von ehemaligen Mitgliedern des Managements gehalten wurden. Die Veränderungen bei den Put-Optionen und Earn-outs, die zum Fair Value bewertet sind, werden unter der Tabelle 'Überleitung der Fair Values im Bereich Stufe 3 im Vorjahreszeitraum' näher erläutert.

Die Darlehen und Kredite in Höhe von 1.202 Mio Euro betreffen einen unbesicherten syndizierten Konsortialkredit aus mehreren endfälligen Darlehenstranchen (Term Loan) mit einem Nominalvolumen von 1.200 Mio Euro. Eine Darlehenstranche über 800 Mio Euro und die revolvingende Kreditfazilität (RCF) mit einem Rahmenvolumen von 500 Mio Euro haben eine Laufzeit bis April 2027. Im ersten Halbjahr 2025 wurde die RCF nicht in Anspruch genommen. Der

Konzern verlängerte im April 2024 mit 353 Mio Euro den Großteil der bisher im April 2026 fälligen Darlehenstranche über 400 Mio Euro um ein weiteres Jahr bis April 2027. Der restliche Teil dieser Darlehenstranche in Höhe von 47 Mio Euro wird unverändert im April 2026 fällig.

Darüber hinaus verfügte die ProSiebenSat.1 Media SE zum 30. Juni 2025 über Schuldscheindarlehen in Höhe von insgesamt 932 Mio Euro mit Restlaufzeiten zwischen ein und bis zu sieben Jahren.

Die folgende Tabelle stellt die Entwicklung der vorrangig auf Basis von Stufe-3-Inputfaktoren zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Finanzinstrumente im Berichtszeitraum dar:

### ÜBERLEITUNG DER FAIR VALUES IM BEREICH STUFE 3 IM BERICHTSZEITRAUM

in Mio Euro

|  | Eigenkapital-<br>instrumente | Forderungen aus<br>Earn-outs | Verbindlichkeiten aus<br>Put-Optionen und<br>Earn-outs |
|--|------------------------------|------------------------------|--|
| <b>Stand 01.01.2025</b>  | <b>279</b>                   | <b>—</b>                     | <b>12</b>  |
| In der Berichtsperiode in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung erfasste Ergebnisse <sup>1</sup> | -9                           | —                            | 0  |
| Zugänge aus Akquisitionen/Veräußerungen  | 10                           | 24                           | 15   |
| Abgänge aus Veräußerungen/Tilgungen  | -9                           | —                            | -13  |
| <b>Stand 30.06.2025</b>  | <b>271</b>                   | <b>24</b>                    | <b>15</b>  |

1 Von den in der Berichtsperiode erfassten Gewinnen und Verlusten (deren Ausweis im sonstigen Finanzergebnis erfolgt) waren bei den Eigenkapitalinstrumenten Verluste von 8 Mio Euro und bei den Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-outs Verluste von 0 Mio Euro unrealisiert.

Im Vorjahreszeitraum entwickelten sich die beizulegenden Zeitwerte der vorrangig auf Basis von Stufe-3-Inputfaktoren bewerteten Finanzinstrumente wie folgt:

### ÜBERLEITUNG DER FAIR VALUES IM BEREICH STUFE 3 IM VORJAHRESZEITRAUM

in Mio Euro

|   | Eigenkapital-<br>instrumente | Verbindlichkeiten aus<br>Put-Optionen und<br>Earn-outs |
|---|------------------------------|--|
| <b>Stand 01.01.2024</b>   | <b>238</b>                   | <b>24</b>  |
| In der Berichtsperiode in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung erfasste Ergebnisse <sup>1</sup>          | -4                           | —  |
| Zugänge aus Akquisitionen   | 13                           | —  |
| Abgänge aus Veräußerungen/Tilgungen   | -13                          | —  |
| Umgliederungen in Verbindlichkeiten aus Put-Optionen, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet sind | —                            | -13 <sup>2</sup>                                       |
| <b>Stand 30.06.2024</b>   | <b>233</b>                   | <b>12</b>  |

1 Von den in der Berichtsperiode erfassten Gewinnen und Verlusten (deren Ausweis im sonstigen Finanzergebnis erfolgt) waren bei den Eigenkapitalinstrumenten Verluste von 4 Mio Euro und bei den Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-outs Verluste von 0 Mio Euro unrealisiert.

2 Die Umgliederungen in Höhe von 13 Mio Euro betreffen Verbindlichkeiten aus Put-Optionen, die aus nachträglichen Vereinbarungen resultieren, die unabhängig von Unternehmenszusammenschlüssen getroffen wurden. Diese werden zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet und wurden rückwirkend zum 1. Januar 2024 umgegliedert.

Ergebniswirksame Effekte aus sämtlichen Instrumenten der Stufe 3 werden bis auf die im Zinsergebnis erfassten Aufzinsungseffekte im sonstigen Finanzergebnis dargestellt.

Die in der Berichtsperiode für Eigenkapitalinstrumente erfassten Verluste in Höhe von 9 Mio Euro betreffen im Wesentlichen die Neubewertung von Fondsbeteiligungen und Media-for-Equity-Beteiligungen. Der Bewertung lagen im Wesentlichen beobachtbare Preise aus qualifizierten Finanzierungsrunden sowie Net Asset Values zugrunde. Bei den Zugängen in Höhe von 10 Mio Euro und Abgängen in Höhe von 9 Mio Euro handelt es sich vor allem um im Rahmen von Media-for-Equity-Transaktionen erworbene oder veräußerte Beteiligungen.

Die Zugänge bei den Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-outs betreffen mit 8 Mio Euro den Erwerb der Anteile an Studio Bummens. Im Übrigen betreffen die Zugänge bei den Forderungen und Verbindlichkeiten den Earn-out aus dem Verkauf von Verivox. Die Earn-out Forderung von 24 Mio Euro ist an definierte Ertragsziele von Verivox im Geschäftsjahr 2025 gekoppelt und wird in 2026 zur Zahlung fällig. Dem gegenüber steht ein Zugang bei den Verbindlichkeiten aus Earn-outs von 7 Mio Euro im Zusammenhang mit dem Ausstieg von General Atlantic aus der NuCom Group.

Die Abgänge bei den Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-outs betreffen Auszahlungen für die Übernahme der restlichen Anteile an der Jochen Schweizer mydays Holding GmbH in Höhe von 13 Mio Euro.

Weitere Angaben zu den Transaktionen finden sich in

→ **Ziffer 2 „Akquisitionen und Verkäufe mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“**

Verbindlichkeiten aus Put-Optionen auf Anteile anderer Gesellschafter und Earn-outs werden im Zeitpunkt des Unternehmenszusammenschlusses und im Rahmen der Folgebilanzierung regelmäßig mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet. Die Bewertung erfolgt transaktionsbezogen und basiert im Wesentlichen auf nicht am Markt beobachtbaren Inputdaten. Die Instrumente werden demzufolge als Finanzinstrumente der Stufe 3 klassifiziert. Für die Bewertung der Verbindlichkeiten aus Put-Optionen werden grundsätzlich Multiplikator- oder DCF-Verfahren verwendet. Die Earn-out-Forderungen und -Verbindlichkeiten werden mit Hilfe einer gewichteten Szenarioanalyse ermittelt. Wesentliche nicht am Markt beobachtbare Inputfaktoren sind die den jeweiligen Instrumenten zugrundeliegenden Ergebnisgrößen sowie die zur Diskontierung verwendeten risikoadäquaten Zinssätze.

Eine Verbesserung der zugrundeliegenden Ergebnisgrößen um 5 Prozent würde den beizulegenden Zeitwert der Earn-out Forderungen zum Abschlussstichtag um 5 Mio Euro erhöhen, eine Verschlechterung um 5 Prozent würde ihn um 9 Mio Euro mindern. Hingegen würde eine Zinssatzänderung um plus bzw. minus einen Prozentpunkt keinen nennenswerten Effekt haben.

Eine Verbesserung der zugrundeliegenden Ergebnisgrößen um 5 Prozent würde den beizulegenden Zeitwert der Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-outs zum Abschlussstichtag um 2 Mio Euro erhöhen, eine Verschlechterung um 5 Prozent würde ihn um 3 Mio Euro mindern. Hingegen würde eine Zinssatzänderung um plus bzw. minus einen Prozentpunkt keinen nennenswerten Effekt haben.

## **11 / Segmentberichterstattung**

Die ProSiebenSat.1 Group berichtet in den drei Segmenten Entertainment, Commerce & Ventures sowie Dating & Video.

In der Überleitungsspalte (Holding & Sonstiges) werden neben den Holdingfunktionen Effekte aus der Eliminierung bzw. Konsolidierung von konzerninternen Transaktionen zwischen den Segmenten erfasst. Wie in den Vergleichsperioden entfallen im zweiten Quartal 2025 und im ersten Halbjahr 2025 die dargestellten Beträge mit Ausnahme der Innenumsatzerlöse auf die Holdingfunktionen.

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

### SEGMENTINFORMATIONEN Q2 2025

in Mio Euro

|  | Entertainment | Commerce & Ventures | Dating & Video | Summe Segmente | Überleitung (Holding & Sonstiges) | Summe Konzern |
|--|---------------|---------------------|----------------|----------------|-----------------------------------|---------------|
| Konzernumsatzerlöse  | 583           | 200                 | 71             | 854            | -15                               | 840           |
| Außenumsatzerlöse  | 570           | 199                 | 71             | 840            | —                                 | 840           |
| Innenumsatzerlöse  | 14            | 1                   | —              | 15             | -15                               | —             |
| Adjusted EBITDA  | 41            | 8                   | 13             | 63             | -8                                | 55            |
| Sondereffekte  | -56           | 0                   | -5             | -60            | -17                               | -77           |
| Wesentliche Aufwendungen   |               |                     |                | —              |                                   |               |
| Werteverzehr des Programmvermögens   | 233           | —                   | —              | 233            | —                                 | 233           |
| In den Umsatzkosten enthaltene Sachkosten  | 116           | 115                 | 15             | 246            | -6                                | 240           |
| Marketing und marketingnahe Aufwendungen   | 17            | 23                  | 15             | 56             | -1                                | 55            |
| Personalaufwand  | 162           | 31                  | 20             | 213            | 20                                | 233           |
| Abschreibungen, Wertminderungen und Zuschreibungen auf Sachanlagen, Nutzungsrechte an Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte | 30            | 8                   | 6              | 44             | 5                                 | 49            |
| Investitionen  | 261           | 4                   | 3              | 268            | 24                                | 293           |
| davon Programminvestitionen  | 239           | —                   | —              | 239            | —                                 | 239           |

### SEGMENTINFORMATIONEN Q2 2024

in Mio Euro

|  | Entertainment | Commerce & Ventures | Dating & Video | Summe Segmente | Überleitung (Holding & Sonstiges) | Summe Konzern |
|--|---------------|---------------------|----------------|----------------|-----------------------------------|---------------|
| Konzernumsatzerlöse  | 626           | 198                 | 98             | 921            | -15                               | 907           |
| Außenumsatzerlöse  | 612           | 197                 | 98             | 907            | —                                 | 907           |
| Innenumsatzerlöse  | 14            | 1                   | —              | 15             | -15                               | —             |
| Adjusted EBITDA  | 71            | 12                  | 14             | 97             | -7                                | 91            |
| Sondereffekte  | 0             | -6                  | -6             | -11            | -3                                | -14           |
| Wesentliche Aufwendungen   |               |                     |                |                |                                   |               |
| Werteverzehr des Programmvermögens   | 230           | —                   | —              | 230            | —                                 | 230           |
| In den Umsatzkosten enthaltene Sachkosten  | 131           | 93                  | 26             | 249            | -7                                | 242           |
| Marketing und marketingnahe Aufwendungen   | 25            | 37                  | 28             | 91             | -2                                | 89            |
| Personalaufwand  | 105           | 37                  | 15             | 157            | 12                                | 169           |
| Abschreibungen, Wertminderungen und Zuschreibungen auf Sachanlagen, Nutzungsrechte an Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte | 25            | 8                   | 7              | 41             | 5                                 | 46            |
| Investitionen  | 226           | 6                   | 3              | 236            | 12                                | 248           |
| davon Programminvestitionen  | 198           | —                   | —              | 198            | —                                 | 198           |

**SEGMENTINFORMATIONEN H1 2025**

in Mio Euro

|  | Entertainment | Commerce & Ventures | Dating & Video | Summe Segmente | Überleitung (Holding & Sonstiges) | Summe Konzern |
|--|---------------|---------------------|----------------|----------------|-----------------------------------|---------------|
| Konzernumsatzerlöse  | 1.140         | 428                 | 155            | 1.723          | -28                               | 1.695         |
| Außenumsatzerlöse  | 1.113         | 427                 | 155            | 1.695          | —                                 | 1.695         |
| Innenumsatzerlöse  | 27            | 1                   | —              | 28             | -28                               | —             |
| Adjusted EBITDA  | 65            | 24                  | 24             | 113            | -15                               | 99            |
| Sondereffekte  | -56           | -40                 | -10            | -106           | -20                               | -127          |
| Wesentliche Aufwendungen   |               |                     |                |                |                                   |               |
| Werteverzehr des Programmvermögens   | 456           | —                   | —              | 456            | —                                 | 456           |
| In den Umsatzkosten enthaltene Sachkosten  | 228           | 227                 | 33             | 487            | -12                               | 475           |
| Marketing und marketingnahe Aufwendungen   | 42            | 61                  | 42             | 145            | -2                                | 142           |
| Personalaufwand  | 275           | 73                  | 34             | 382            | 34                                | 416           |
| Abschreibungen, Wertminderungen und Zuschreibungen auf Sachanlagen, Nutzungsrechte an Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte | 60            | 17                  | 13             | 89             | 10                                | 100           |
| Investitionen  | 509           | 11                  | 6              | 526            | 30                                | 555           |
| davon Programminvestitionen  | 462           | —                   | —              | 462            | —                                 | 462           |

**SEGMENTINFORMATIONEN H1 2024**

in Mio Euro

|  | Entertainment | Commerce & Ventures | Dating & Video | Summe Segmente | Überleitung (Holding & Sonstiges) | Summe Konzern |
|--|---------------|---------------------|----------------|----------------|-----------------------------------|---------------|
| Konzernumsatzerlöse  | 1.196         | 405                 | 205            | 1.806          | -32                               | 1.774         |
| Außenumsatzerlöse  | 1.165         | 404                 | 205            | 1.774          | —                                 | 1.774         |
| Innenumsatzerlöse  | 31            | 1                   | —              | 32             | -32                               | —             |
| Adjusted EBITDA  | 116           | 29                  | 31             | 176            | -13                               | 163           |
| Sondereffekte  | 0             | -5                  | -6             | -12            | -9                                | -21           |
| Wesentliche Aufwendungen   |               |                     |                |                |                                   |               |
| Werteverzehr des Programmvermögens   | 455           | —                   | —              | 455            | —                                 | 455           |
| In den Umsatzkosten enthaltene Sachkosten  | 234           | 185                 | 55             | 474            | -16                               | 458           |
| Marketing und marketingnahe Aufwendungen   | 49            | 72                  | 60             | 180            | -3                                | 177           |
| Personalaufwand  | 212           | 74                  | 31             | 317            | 29                                | 346           |
| Abschreibungen, Wertminderungen und Zuschreibungen auf Sachanlagen, Nutzungsrechte an Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte | 51            | 18                  | 15             | 84             | 9                                 | 94            |
| Investitionen  | 445           | 12                  | 6              | 463            | 17                                | 480           |
| davon Programminvestitionen  | 389           | —                   | —              | 389            | —                                 | 389           |

Für nähere Informationen zur Entwicklung der Umsatzerlöse und des adjusted EBITDA verweisen wir auf den

→ Konzernzwischenlagebericht Kapitel „Ertragslage des Konzerns“

Nachfolgend wird das adjusted EBITDA der Segmente auf das Konzernergebnis übergeleitet:

### ÜBERLEITUNG DES SEGMENTERGESNISSES

in Mio Euro

|  | Q2 2025    | Q2 2024   | H1 2025     | H1 2024    |
|--|------------|-----------|-------------|------------|
| Adjusted EBITDA der berichtspflichtigen Segmente | 63         | 97        | 113         | 176        |
| Eliminierungen und sonstige Überleitungsposten   | -8         | -7        | -15         | -13        |
| <b>Adjusted EBITDA des Konzerns</b>              | <b>55</b>  | <b>91</b> | <b>99</b>   | <b>163</b> |
| Sondereffekte                                    | -77        | -14       | -127        | -21        |
| Finanzergebnis                                   | -21        | -17       | -44         | -28        |
| Abschreibungen und Wertminderungen               | -49        | -46       | -100        | -94        |
| Ertragsteuern                                    | 41         | 0         | 48          | -3         |
| <b>Konzernergebnis</b>                           | <b>-52</b> | <b>13</b> | <b>-124</b> | <b>17</b>  |

Die im adjusted EBITDA bereinigten Sondereffekte verteilen sich auf folgende Kategorien:

### DARSTELLUNG DER SONDEREFFEKTE

in Mio Euro

|   | Q2 2025    | Q2 2024    | H1 2025     | H1 2024    |
|---|------------|------------|-------------|------------|
| Erträge aus Änderungen des Konsolidierungskreises                       | —          | 0          | —           | 1          |
| Bewertungseffekte aus strategischen Neuausrichtungen von Business Units | —          | 1          | —           | 1          |
| <b>Bereinigte Erträge</b>   | <b>0</b>   | <b>1</b>   | <b>0</b>    | <b>3</b>   |
| M&A-bezogene Aufwendungen   | —          | -2         | -6          | -2         |
| Reorganisationsaufwendungen   | -68        | 0          | -69         | -1         |
| Aufwendungen für Rechtsstreitigkeiten                                   | 0          | -9         | -6          | -9         |
| Anpassungen des beizulegenden Zeitwerts anteilsbasierter Vergütungen    | 0          | —          | -1          | —          |
| Aufwendungen aus Änderungen des Konsolidierungskreises                  | —          | —          | -34         | —          |
| Aufwendungen aus sonstigen Einmaleffekten                               | -9         | -5         | -11         | -12        |
| <b>Bereinigte Aufwendungen</b>  | <b>-77</b> | <b>-16</b> | <b>-127</b> | <b>-24</b> |
| <b>Sondereffekte</b>  | <b>-77</b> | <b>-14</b> | <b>-127</b> | <b>-21</b> |

Die Sondereffekte im zweiten Quartal 2025 beinhalten **bereinigte Aufwendungen** in Höhe von 77 Mio Euro (Vorjahr: 16 Mio Euro) und sind im Wesentlichen geprägt durch Reorganisationsaufwendungen in Höhe von 68 Mio Euro. Diese stehen vor allem im Kontext der digitalen Transformation des Konzerns und des damit einhergehenden Freiwilligen-Programms; sie entfallen insbesondere auf das Segment Entertainment sowie die Holding. Zudem enthalten die Sondereffekte Aufwendungen aus sonstigen Einmaleffekten in Höhe von 9 Mio Euro (Vorjahr: 5 Mio Euro), die im Wesentlichen auf Beratungskosten im Zusammenhang mit den Übernahmeangeboten von MFE-MEDIAFOREUROPE N.V. („MFE“) und PPF IM LTD („PPF“) entfallen.

Neben den beschriebenen Effekten beeinflussten Aufwendungen aus der Entkonsolidierung von Verivox in Höhe von 34 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) die Ergebnisentwicklung. Insgesamt beliefen sich die Sondereffekte im ersten Halbjahr 2025 auf minus 127 Mio Euro (Vorjahr: -21 Mio Euro). Des Weiteren entstanden im ersten Quartal Aufwendungen für Rechtsstreitigkeiten in Höhe von 6 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro), die im Wesentlichen aus der Erhöhung einer Rückstellung im Rahmen eines verbraucherschutzrechtlichen Verfahrens in Australien resultieren.

## 12 / Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen

Als nahestehende Personen und Unternehmen gelten für die ProSiebenSat.1 Group Personen und Unternehmen, welche die ProSiebenSat.1 Group beherrschen bzw. einen maßgeblichen Einfluss auf diese ausüben oder durch die ProSiebenSat.1 Group beherrscht bzw. maßgeblich beeinflusst werden.

In der ersten Jahreshälfte 2025 wurden die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE, assoziierte Unternehmen bzw. Gemeinschaftsunternehmen der ProSiebenSat.1 Group sowie MFE und deren Tochter- und Gemeinschaftsunternehmen als nahestehende Personen und Unternehmen identifiziert. Zum 30. Juni 2025 hält MFE 30,09 Prozent der Aktien der Gesellschaft sowie Instrumente im Sinne der § 38 Abs. 1 WpHG in Höhe von 0,0002 Prozent.

Der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE hat mit Beschluss vom 18. April 2025 den Vertrag des Vorstandsvorsitzenden Bert Habets um drei weitere Jahre bis Oktober 2028 verlängert.

Bei der Hauptversammlung am 28. Mai 2025 standen Wahlen für den Aufsichtsrat an. Maria Kyriacou wurde mit einer Zustimmung von über 98 Prozent neu in den Aufsichtsrat gewählt. Außerdem bestätigten die Aktionär:innen die beiden Aufsichtsratsmitglieder Dr. Katrin Burkhardt und Simone Scettri, deren Mandate turnusgemäß zur Wiederwahl standen, in ihren Ämtern.

Die ProSiebenSat.1 Group unterhält mit einigen ihrer Gemeinschaftsunternehmen und assoziierten Unternehmen sowie mit MFE und deren Tochter- und Gemeinschaftsunternehmen (sonstige Unternehmen) Beziehungen im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit. Dabei kaufen und verkaufen die Konzerngesellschaften Produkte und Dienstleistungen grundsätzlich zu Marktbedingungen.

Aus der folgenden Tabelle ist der Umfang der Transaktionen mit Gemeinschaftsunternehmen, assoziierten und sonstigen Unternehmen ersichtlich:

### UMFANG DER TRANSAKTIONEN MIT ASSOZIIERTEN UNTERNEHMEN, GEMEINSCHAFTSUNTERNEHMEN UND SONSTIGEN UNTERNEHMEN

in Mio Euro

|  | H1 2025 bzw. 30.06.2025 |                          |                      |           | H1 2024 bzw. 31.12.2024 |                          |                      |           |
|--|-------------------------|--------------------------|----------------------|-----------|-------------------------|--------------------------|----------------------|-----------|
|  | Assoziierte Unternehmen | Gemeinschaftsunternehmen | Sonstige Unternehmen | Summe     | Assoziierte Unternehmen | Gemeinschaftsunternehmen | Sonstige Unternehmen | Summe     |
| <b>Gewinn- und Verlustrechnung</b>                     |                         |                          |                      |           |                         |                          |                      |           |
| Umsätze aus erbrachten Lieferungen und Leistungen      | 58                      | 1                        | —                    | <b>59</b> | 53                      | 1                        | —                    | <b>54</b> |
| Aufwendungen aus erhaltenen Lieferungen und Leistungen | 12                      | 1                        | 1                    | <b>14</b> | 12                      | 1                        | —                    | <b>13</b> |
| <b>Konzern-Bilanz</b>                                  |                         |                          |                      |           |                         |                          |                      |           |
| Forderungen  | 18                      | 1                        | —                    | <b>19</b> | 14                      | 1                        | —                    | <b>16</b> |
| Verbindlichkeiten                                      | 0                       | 0                        | —                    | <b>1</b>  | —                       | 0                        | —                    | <b>0</b>  |

## 13 / Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

### Verabschiedung neuer Steuergesetze in den USA und Deutschland

Am 3. Juli 2025 wurde in den USA mit dem "One Big Beautiful Bill" ein umfassendes Reformpaket verabschiedet. Die steuerlichen Auswirkungen auf die ProSiebenSat.1 Group werden noch im Detail analysiert. Die finanzielle Auswirkung kann daher derzeit nicht eingeschätzt werden.

Der Bundestag hat am 26. Juni 2025 den Entwurf für das Gesetz für ein steuerliches Investitionssofortprogramm zur Stärkung des Wirtschaftsstandorts Deutschland verabschiedet. Die

Zustimmung des Bundesrates erfolgte am 11. Juli 2025. Das Gesetz sieht neben weiteren Maßnahmen eine schrittweise Senkung des Körperschaftsteuersatzes ab dem 1. Januar 2028 von derzeit 15 Prozent in 5 Schritten um jeweils einen Prozentpunkt jährlich auf 10 Prozent ab 2032 vor. Latente Steuernansprüche und -schulden sind nach IAS 12.47 anhand der erwarteten Steuersätze im Zeitpunkt der Realisation des Vermögenswertes bzw. der Erfüllung der Schuld zu bewerten. Die ProSiebenSat.1 Group erwartet durch die Neubewertung der latenten Steueransprüche und -schulden im dritten Quartal 2025 einen latenten Steuerertrag im niedrigen zweistelligen Millionenbereich.

### **Gesellschaftsrechtliche Neuausrichtung des Entertainment Segments**

Vor dem Hintergrund der avisierten Integration des Free-TV-Geschäfts in das Streaming-Geschäft hat der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE am 9. Juli 2025 beschlossen, diese strategische Zielsetzung auch gesellschaftsrechtlich nachzuziehen und die Seven.One Entertainment Group GmbH („Seven.One Entertainment“) als übertragende Gesellschaft auf die Joyn GmbH („Joyn“) als übernehmende Gesellschaft mit Rückwirkung zum 1. Januar 2025 zu verschmelzen. Der Aufsichtsrat hat dieser Verschmelzung am 15. Juli 2025 zugestimmt.

Im Zuge der Verschmelzung werden die ertragsteuerlichen Verlustvorträge von Joyn aus der Zeit vor Begründung der Organschaft mit Seven.One Entertainment in Höhe von rund 460 Mio Euro insoweit nutzbar, als sie mit den nach dem 31. Dezember 2024 entstehenden Gewinnen der Seven.One Entertainment und ihrer Organgesellschaften verrechnet werden können. Für die erwartete Nutzung dieser Verlustvorträge sind im dritten Quartal 2025 erstmalig aktive latente Steuern in Höhe von rund 125 Mio Euro anzusetzen.

Gegenläufig ist für Zeiträume nach dem 31. Dezember 2024 von einem Aufbau ertragsteuerlicher Zins- und Verlustvorträge bei der ProSiebenSat.1 Media SE auszugehen, die zunächst mangels steuerlicher Nutzbarkeit nicht zum Ansatz aktiver latenter Steuern führen werden.

Aufgrund der vorstehend beschriebenen Effekte geht der Konzern auf Grundlage seiner derzeitigen Unternehmensplanung davon aus, dass sich für Geschäftsjahre bis einschließlich 2029 positive Effekte auf die Zahlungsflüsse in Höhe von insgesamt rund 110 Mio Euro ergeben werden, die sich im Geschäftsjahr 2025 zunächst lediglich auf einen kleineren einstelligen Millionen-Euro-Betrag, in den Geschäftsjahren 2026 und 2027 auf jeweils einen niedrigen zweistelligen Millionen-Euro-Betrag und in den Geschäftsjahren 2028 und 2029 auf jeweils ein mittleren zweistelligen Millionen-Euro-Betrag belaufen werden. Dabei beruht die Unternehmensplanung auf der Annahme, dass die auf der Ebene der ProSiebenSat.1 Media SE auflaufenden ertragsteuerlichen Zins- und Verlustvorträgen ab dem Geschäftsjahr 2028 mit entsprechenden Gewinnen der Gruppe verrechnet werden.

Sollte es in Zukunft zu einem schädlichen Beteiligungserwerb an der ProSiebenSat.1 Media SE kommen, d.h. insbesondere einem Erwerb von mehr als 50 Prozent der Aktien durch einen Erwerber oder diesem nahe stehende Personen, besteht aufgrund von steuerlichen Vorschriften das Risiko eines Untergangs der bis zu diesem Zeitpunkt aufgelaufenen Zins- und Verlustvorträge. Das gilt insbesondere für Zins- und Verlustvorträge, die in nach dem 31. Dezember 2024 beginnenden Besteuerungszeiträumen bei der ProSiebenSat.1 Media SE entstehen sollten. Ob und in welchem Umfang es bei einem schädlichen Beteiligungserwerb zu einem Untergang von Zins- und Verlustvorträgen kommen wird, entscheidet sich nach den Verhältnissen im Zeitpunkt dieses Ereignisses.

### **Verkauf der ABOUT YOU Holding SE ("ABOUT YOU") abgeschlossen**

Die ProSiebenSat.1 Group setzt ihr Portfoliomanagement mit klarem Fokus auf Synergien mit dem Kerngeschäft Entertainment konsequent um. Gleichzeitig stärkt der Konzern durch Portfolioentscheidungen nach dem „Best-Owner-Prinzip“ seine finanzielle Basis. In diesem Kontext hat ProSiebenSat.1 die Minderheitsbeteiligung an ABOUT YOU veräußert. Die Transaktion wurde zu

Beginn des dritten Quartals 2025 vollzogen, was zu einem Mittelzufluss in Höhe von 17 Mio Euro führte.

### **Finanzierung langfristig gesichert**

Im Rahmen des aktiven Finanzmanagements hat ProSiebenSat.1 am 28. Juli 2025 einen Großteil der Darlehenstranchen (Term Loan) in Höhe von 810 Mio Euro sowie der Revolvierenden Kreditfazilität (RCF) bis 2029 verlängert. Mit dieser Maßnahme nutzt der Konzern die Bedingungen am Fremdkapitalmarkt, um seine Finanzierung langfristig zu attraktiven Konditionen zu sichern.

Diese Verlängerung tritt zum 5. September 2025 in Kraft, sofern bis dahin kein Change-of-Control-Fall eingetreten ist. Gleichzeitig wird der Konzern Darlehensverbindlichkeiten in Höhe von 250 Mio Euro vorzeitig zurückführen und dazu die Mittelzuflüsse aus den jüngsten Portfoliomaßnahmen nutzen.

### **MFE erhöht die Gegenleistung für das freiwillige öffentliche Übernahmeangebot an die Aktionäre von ProSiebenSat.1**

MFE hat am 28. Juli 2025 ihre Entscheidung bekanntgegeben, ihr freiwilliges öffentliches Übernahmeangebot an die Aktionär:innen der ProSiebenSat.1 Media SE durch Erhöhung der angebotenen Gegenleistung zu ändern. Die Änderung des freiwilligen öffentlichen Übernahmeangebots von MFE wurde am 28. Juli 2025 veröffentlicht („Geänderte MFE-Angebotsunterlage“). Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE werden die Geänderte MFE-Angebotsunterlage prüfen und hierzu eine begründete Stellungnahme abgeben.

# VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht 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 im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

Unterföhring, den 29. Juli 2025



Bert Habets  
Vorstandsvorsitzender (Group CEO)



Martin Mildner  
Vorstandsmitglied & Finanzvorstand (Group CFO)



Markus Breitenecker  
Vorstandsmitglied & Chief Operating Officer (COO)

# BESCHEINIGUNG NACH PRÜFERISCHER DURCHSICHT

## AN DIE PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE, UNTERFÖHRING

Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss – bestehend aus Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, Konzern-Gesamtergebnisrechnung, Konzern-Bilanz, Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung, Konzern-Kapitalflussrechnung sowie ausgewählten erläuternden Konzernanhangangaben – und den Konzernzwischenlagebericht der ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring, für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. Juni 2025, die Bestandteile des Halbjahresfinanzberichts nach § 115 WpHG sind, einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Die Aufstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses nach den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, 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 den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, 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 den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, oder dass der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden sind.

München, den 29. Juli 2025

PricewaterhouseCoopers GmbH  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Klaus Bernhard  
Wirtschaftsprüfer

Katharina Deni  
Wirtschaftsprüfer

# FINANZKALENDER

| Datum             | Event   |
|-------------------|---|
| 31. Juli 2025     | Veröffentlichung des Halbjahresfinanzberichts 2025                  |
| 13. November 2025 | Veröffentlichung der Quartalsmitteilung für das dritte Quartal 2025 |

Terminänderungen können wir nicht ausschließen. Wir empfehlen daher die Termine auf der Konzernwebsite von ProSiebenSat.1 einzusehen.

→ [www.prosiebensat1.com/investor-relations/presentationen-events/finanzkalender](http://www.prosiebensat1.com/investor-relations/presentationen-events/finanzkalender)

# IMPRESSUM/KONTAKTE

## PRESSE

### **ProSiebenSat.1 Media SE Corporate Communications**

Medienallee 7  
85774 Unterföhring  
Tel.: +49 [0]89 95 07—11 45  
Fax: +49 [0]89 95 07—9 11 45  
E-Mail: [info@prosiebensat1.com](mailto:info@prosiebensat1.com)

## INVESTOR RELATIONS

### **ProSiebenSat.1 Media SE Investor Relations**

Medienallee 7  
85774 Unterföhring  
Tel.: +49 [0]89 95 07—15 02  
Fax: +49 [0]89 95 07—9 15 02  
E-Mail: [aktie@prosiebensat1.com](mailto:aktie@prosiebensat1.com)

## HERAUSGEBER

### **ProSiebenSat.1 Media SE**

Medienallee 7  
85774 Unterföhring  
Tel.: +49 [0]89 95 07—10  
Fax: +49 [0]89 95 07—11 21  
[www.ProSiebenSat1.com](http://www.ProSiebenSat1.com)  
HRB 219 439 AG München

## INHALT & GESTALTUNG

### **ProSiebenSat.1 Media SE Corporate Communications**

**nexxar GmbH**  
Wien, Österreich

## DIE PROSIEBEN SAT.1 GROUP IM INTERNET

Diese und andere Veröffentlichungen sowie Informationen über die ProSiebenSat.1 Group erhalten Sie im Internet unter der Adresse

[→www.ProSiebenSat1.com](http://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 unbekannt Risiken, Unsicherheiten und andere wichtige Faktoren, die dazu führen könnten, dass die tatsächlichen Ergebnisse von den erwarteten Ergebnissen abweichen. Diese in die Zukunft gerichteten Aussagen beruhen auf gegenwärtigen Plänen, Zielen, Schätzungen und Prognosen und berücksichtigen Erkenntnisse nur bis einschließlich des Datums der Erstellung dieses Berichts. In Anbetracht dieser Risiken, Ungewissheiten sowie anderer wichtiger Faktoren übernimmt die ProSiebenSat.1 Media 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. Dieser Bericht liegt ebenfalls in einer englischen Übersetzung vor; bei Abweichungen geht die deutsche maßgebliche Fassung des Berichts der englischen Übersetzung vor.