



ProSiebenSat.1
Media SE

HAUPT VERSAMMLUNG 2025

**REDE VON
BERT HABETS**
VORSTANDSVORSITZENDER,
PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

**BERICHT DES
VORSTANDSVORSITZENDEN
BERT HABETS**



**Hauptversammlung 2025 · ProSiebenSat.1 Media SE
28. Mai 2025**

– Es gilt das gesprochene Wort –

[Begrüßung]

Herzlich willkommen, liebe Aktionärinnen und Aktionäre!

Ich bin sicher, dass viele von Ihnen es schon gehört haben: Vor einigen Wochen hat der Aufsichtsrat meinen Vertrag um weitere drei Jahre bis Oktober 2028 verlängert. Und ich bin sehr glücklich, dass meine Reise bei ProSiebenSat.1 weitergeht! Ich glaube fest an dieses Unternehmen und an unsere Strategie und bin stolz auf das, was wir in den letzten zweieinhalb Jahren erreicht haben.

ProSiebenSat.1 ist mehr als nur ein Medienunternehmen. Wir leben für Unterhaltung. Und wir lieben es, Sie zu unterhalten. Wir spielen eine wichtige Rolle in der Meinungsbildung. Wir informieren. Und wir erklären Hintergründe. Zuverlässig, unabhängig und mit höchstem journalistischem Anspruch.

Wir leben in turbulenten Zeiten. Weltweit! Wir leben in einer Welt, in der ein ständiger Kampf um ein neues Gleichgewicht der Macht herrscht. Europa und insbesondere Deutschland müssen ihre unabhängigen und zuverlässigen Nachrichten- und Informationsquellen sichern. Umso wichtiger sind unabhängige Medien. Soziale Medien sind keine zuverlässige Quelle für Nachrichten. Man muss sich außerhalb seiner Filterblase informieren, aus den von seinem Algorithmus kuratierten Inhalten ausbrechen. Denn letzten Endes braucht die Demokratie eine Vielfalt an gut informierten Meinungen.

Unser Qualitätsanspruch zieht sich durch unser gesamtes Programmangebot: ob in unseren „newstime“-Sendungen, in unseren Magazinen wie „Galileo“ & „taff“ oder im „SAT.1-Frühstücksfernsehen“. Wir sind nicht parteiisch oder verfolgen eine Agenda, sondern stehen für Ausgewogenheit und Vielfalt. Und das gilt auch für unsere Unterhaltungsformate. Neben hochwertiger Information bieten wir auch Unterhaltung mit Haltung.

Hinter all diesen Programmen stehen viele sehr kreative Menschen. Sie sind leidenschaftlich und engagiert bei ihrer täglichen Arbeit. Ein großes Dankeschön an alle Mitarbeiter:innen! Sie machen unser Unternehmen zu dem, was es ist!

ÜBERSETZUNG DER ENGLISCHEN ORIGINALREDE

[Highlights 2024]

Wie Sie bereits im Trailer gesehen haben: In den letzten zwölf Monaten hat sich bei ProSiebenSat.1 viel getan.

Wir haben unsere Strategie konsequent umgesetzt. Wir haben uns auf das zukünftige Wachstum unseres Entertainment-Geschäfts vorbereitet und dafür eine solide Basis geschaffen. Und wir haben viele wichtige Meilensteine und Highlights im Jahr 2024 erreicht:

- Wir haben unser DFL-Fußballpaket erweitert und uns die Rechte für Handball und Basketball gesichert, um unser Sportportfolio für die kommenden Jahre zu erweitern.
- Wir haben unsere Partnerschaft und Zusammenarbeit mit den wichtigsten Talenten ausgebaut: Heidi Klum, Joko & Klaas für ProSieben und für SAT.1 Jörg Pilawa und Julia Leischik. Sie werden exklusiv mit der Gruppe verbunden sein und gemeinsam neue und innovative Formate entwickeln.
- Wir haben beim Marktanteil den Abstand zu RTL im zweiten Halbjahr 2024 deutlich verringert, eine Entwicklung, die sich 2025 weiter fortsetzt.
- Und wir haben eine Menge Arbeit in unseren Superstreamer Joyn gesteckt. Wir haben das Produkt in vielen Aspekten verbessert und die Verbreitung von Joyn in der DACH-Region ausgebaut. Außerdem haben wir unser Content-Angebot auf Joyn massiv ausgebaut. Im April haben wir einen weiteren Rekordmonat gefeiert. Joyn hatte mit 10 Millionen Zuschauer:innen den besten Monat aller Zeiten. Das ist ein Zuwachs von 80 Prozent im Vergleich zum April letzten Jahres.

Ein großer Erfolg und eine echte Teamleistung!

[Rückblick Finanzaahlen 2024]

Werfen wir nun einen Blick auf die Finanzaahlen des Jahres 2024.

2024 war ein schwieriges Jahr für die gesamte DACH-Region. Viele Unternehmen haben ihre Medienbudgets gekürzt, vor allem im vierten Quartal des Jahres.

Das ist der Bereich, aus dem die meisten unserer Einnahmen kommen. Diese schwierigen makroökonomischen Bedingungen haben uns hart getroffen. Der TV-Werbemarkt hat sich schwach entwickelt. Vor allem das vierte Quartal war viel schwächer als wir erwartet haben. Dennoch ist es ProSiebenSat.1 gelungen, den Umsatz um 2 Prozent zu steigern.

Das adjusted EBITDA der Gruppe für das Jahr 2024 lag bei 557 Millionen Euro und wir haben das Jahr innerhalb unseres Zielkorridors abgeschlossen.

Das adjusted net income lag bei 229 Millionen Euro.

Wie Sie sehen: Trotz schwieriger makroökonomischer Bedingungen haben wir unsere finanziellen Ziele erreicht. Dies war nur möglich durch eine verbesserte operative Leistung bei gleichzeitiger Umsetzung von Effizienz- und Kostensenkungsmaßnahmen in der gesamten Organisation.

ÜBERSETZUNG DER ENGLISCHEN ORIGINALREDE

[Joyn & lokale Inhalte]

Wir konzentrieren uns voll und ganz auf Entertainment und stärken unsere Marktpräsenz und Position in der DACH-Region. Wir investieren 1 Milliarde Euro in unseren Content. Damit stärken wir sowohl die Marktanteile unserer 15 linearen Sender als auch das Content-Angebot auf unserem Superstreamer Joyn. Joyn ist seit dem Start in der Schweiz im letzten Juni nun in der gesamten DACH-Region verfügbar.

Unsere Strategie für Joyn ist sehr einfach: Joyn ist kostenlos für alle. Unser Geschäftsmodell ist werbebasiert. Das erlaubt es uns, unseren bestehenden TV-Kundenstamm auf den Superstreamer zu lenken. Das kostenpflichtige Abo-Angebot ist eine Ergänzung dazu.

Um neue Nutzer:innen für Joyn zu gewinnen, brauchen wir tolle Inhalte, die ein großes Publikum ansprechen. Die starken Formate auf unseren Sendern tragen massiv zum Erfolg von Joyn bei. Wachstumstreiber sind zum Beispiel Shows wie „Germany's next Topmodel“ und „Wer stiehlt mir die Show?“ oder Daily Soaps wie „Die Landarztpraxis“.

Aber Joyn ist viel mehr als nur unsere eigene Mediathek. Wir bieten auch Inhalte von anderen Anbietern an. So ist „Navy CIS“ von Paramount eine der beliebtesten Serien auf Joyn. Außerdem bieten wir über 100 Live-Kanäle kostenlos an, darunter alle Sender von ARD und ZDF mit den Regionalprogrammen der ARD sowie internationale Sender wie CNN oder Comedy Central.

[Partnerschaften]

Darüber hinaus gehen wir weiterhin umfangreiche Content-Partnerschaften für unser On-Demand-Angebot ein. Ein Beispiel ist unsere Vereinbarung mit ARD plus und ZDF Studios. Sie bietet mehr als 4.000 Stunden zusätzlicher hochwertiger Inhalte, die jetzt kostenlos auf Joyn verfügbar sind. Sobald der neue Reformstaatsvertrag in Kraft tritt, was voraussichtlich am 1. Dezember 2025 der Fall sein wird, erwarten wir, dass wir die Zusammenarbeit mit den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten weiter ausbauen werden. Diese Zusammenarbeit würde es uns ermöglichen, viel mehr ihrer Inhalte auf unsere Plattform Joyn zu bringen.

Wie Sie sehen können, glauben wir fest an die Power of Cooperation. Wir wollen verstärkt nach neuen Partnerschaften in unserer Branche suchen.

[Werbegeschäft]

Wenn es darum geht, unsere Zielgruppen und Zuschauer:innen mit den Inhalten zu erreichen, die sie lieben, hat die moderne Erfassung, Messung und Nutzung von Daten vieles verändert. Sie werden unser Geschäft weiterhin massiv verbessern, sowohl was das Verständnis und die Messung des Sehverhaltens als auch die verbesserten Targeting-Möglichkeiten für unsere Werbekunden angeht.

In der Erfüllung der Bedürfnisse unserer Werbekunden und Agenturen sehen wir auch eine große Chance, TV- und Streaming-Reichweite zu kombinieren und neue attraktive Angebote für unsere Kunden zu entwickeln. Neue

ÜBERSETZUNG DER ENGLISCHEN ORIGINALREDE

Spitzentechnologie, KI und Agentic AI werden die Qualität und die Effektivität unserer Dienstleistungen für unsere Kunden massiv verbessern.

Da unsere Reichweite im Streaming-Bereich schnell wächst, können wir diesen Erfolg in zusätzliche digitale Werbeeinnahmen umsetzen, die den Rückgang unserer traditionellen TV-Werbeinnahmen zunehmend ausgleichen. Die um 36 Prozent gestiegenen Werbeeinnahmen von Joyn zeigen, dass wir im Jahr 2024 bereits auf dem richtigen Weg waren.

[Commerce & Ventures]

Lassen Sie uns nun einen Blick auf unser Segment Commerce & Ventures werfen. Kurz gesagt: Wir hatten ein phänomenales Jahr 2024.

Zum ersten Mal überstieg der Umsatz von Commerce & Ventures die Marke von 1 Milliarde Euro, mit einem starken Anstieg des adjusted EBITDA um 81 Prozent auf 106 Millionen Euro. Flaconi und Verivox waren die Haupttreiber für diesen Erfolg.

Wir konzentrieren uns auf die weitere Verbesserung der Geschäftsentwicklung im Segment Commerce & Ventures. Gleichzeitig haben wir unser Versprechen gegenüber den Aktionär:innen, einige nicht zum Kerngeschäft gehörende Beteiligungen zu veräußern und die Erlöse zum Schuldenabbau zu verwenden, beschleunigt umgesetzt.

In den letzten drei Monaten waren wir hier sehr erfolgreich. Wir haben drei Beteiligungen verkauft: Verivox sowie unsere Minderheitsbeteiligungen an Urban Sports Club und About You. Damit können wir mehr als 250 Millionen Euro an Schulden zurückzahlen. Wir werden diesen Weg fortsetzen und uns dabei auf den Verkauf von gut performenden, nicht zum Kerngeschäft gehörenden Beteiligungen konzentrieren, wie zum Beispiel flaconi.

Wir haben außerdem eine Vereinbarung mit General Atlantic im Rahmen des Verkaufs von Verivox getroffen. Durch diese Transaktion ist General Atlantic nun nicht mehr Aktionär der NuCom Group und der ParshipMeet Group.

Stattdessen halten sie einen Anteil von 2,5 Prozent an ProSiebenSat.1 und haben Zugang zu einer Earn-Out-Vereinbarung im Falle eines erfolgreichen Ausstiegs von ProSiebenSat.1 aus der ParshipMeet Group. Wir haben damit unsere Beteiligungsstruktur massiv vereinfacht. Das gibt uns deutlich mehr Flexibilität bei der Festlegung des Tempos und der Bewertungsmaßstäbe für den Verkauf unserer nicht zum Kerngeschäft gehörenden Beteiligungen.

Aus demselben Grund gehört uns Jochen Schweizer mydays nun vollständig. Wir haben kürzlich die restlichen 10,1 Prozent der Anteile von Jochen Schweizer selbst erworben, um die Eigentümerstruktur zu vereinfachen. Dies bedeutet, dass alle Entscheidungen über die zukünftige Ausrichtung von Jochen Schweizer mydays nun vollständig bei uns liegen. Gleichzeitig untermauert die Bewertung der nicht zum Kerngeschäft gehörenden Beteiligungen den Erfolg des Media-Investment-Modells. Bei diesem Modell tauschen wir Werbezeiten gegen Umsatzanteile oder Beteiligungen. Diesen Ansatz wollen wir mit unserem SevenVentures-Geschäft weiter fortsetzen – allerdings nur mit dem Fokus auf Minderheitsbeteiligungen.

ÜBERSETZUNG DER ENGLISCHEN ORIGINALREDE

Im Jahr 2024 hat sich SevenVentures mit Media-for-Equity-Investments an Formo und Planted beteiligt, zwei innovativen Food-Tech-Start-ups. Durch diese Kooperationen wurde SevenVentures zu einem langfristigen strategischen Medienpartner der Unternehmen. Gleichzeitig haben wir unsere bestehende strategische Minderheitsbeteiligung an KoRo durch die Beteiligung an der letzten Finanzierungsrunde des Unternehmens ausgebaut.

[Umstrukturierung]

Wenn ich von der Vereinfachung von Strukturen spreche, dann denke ich auch an unsere internen Prozesse und Strukturen.

Die gesamte Medienbranche befindet sich in einem großen Umbruch. Alle Medienunternehmen arbeiten daran, ihr Geschäft für die Zukunft richtig aufzustellen.

Es reicht nicht mehr, nur an ein paar Schrauben zu drehen. Grundlegende und große Veränderungen sind notwendig. Deshalb haben wir alle unsere Prozesse und Strukturen auf den Prüfstand gestellt.

In der gegenwärtigen makroökonomischen Situation und dem herausfordernden Umfeld des Medienmarktes ist es das oberste Ziel eines jeden Medienunternehmens, eine schlanke, wettbewerbsfähige und zukunftssichere Struktur zu haben.

Aus diesem Grund gestalten wir unser Target Operating Model neu, um unseren Weg zu einem integrierten, effizienten Superstreamer fortzusetzen. Dabei konzentrieren wir uns weiterhin auf Kosteneffizienz und die Reduzierung unserer organisatorischen Komplexität.

Im Holding- und Entertainment-Segment haben wir ein Brutto-Einsparpotenzial von 70 Millionen Euro ermittelt, bezogen auf eine adressierbare Kostenbasis von 450 Millionen Euro.

Dazu gehört, dass wir durch die Veränderung unserer Arbeitsabläufe effizienter werden. Außerdem werden wir das Potenzial von Automatisierung und Digitalisierung ausschöpfen. Das heißt, wir werden mehr in Technologie und KI investieren. Und wir werden die Materialkosten weiter senken.

Derzeit läuft ein Freiwilligenprogramm, mit dem wir unsere Belegschaft um 430 Vollzeitstellen reduzieren wollen. Das war eine schwierige, aber notwendige Entscheidung.

In der zweiten Hälfte des Jahres 2025 erwarten wir Kosteneinsparungen im mittleren zweistelligen Millionenbereich. Diese sind im aktuellen Ausblick bereits enthalten. Die jährlichen Bruttoeinsparungen im Jahr 2026 und darüber hinaus werden sich auf über 100 Millionen Euro belaufen.

[Dividende]

Für das Geschäftsjahr 2024 schlagen wir erneut eine Dividende von 5 Cent pro Aktie vor. Dies entspricht einer erwarteten Gesamtzahlung von fast 12 Millionen Euro und einer Ausschüttungsquote von 5 Prozent. Dieser

ÜBERSETZUNG DER ENGLISCHEN ORIGINALREDE

Dividendenvorschlag wurde vor dem Hintergrund mehrerer wichtiger Faktoren festgelegt: Die anhaltend hohe Verschuldung, die unsicheren makroökonomischen Aussichten und der begrenzte freie Cashflow aus dem operativen Geschäft angesichts des Investitionsbedarfs für den neuen Campus und der erforderlichen Umstrukturierungskosten.

Ich bin mir bewusst, dass einige von Ihnen auf eine höhere Dividende gehofft hätten.

In dem derzeit schwierigen Umfeld in Deutschland und im dritten Jahr in einer Rezession sind wir überzeugt, dass dies der richtige Schritt ist. Wir wollen die finanzielle Position von ProSiebenSat.1 weiter stärken. Wir wollen die Verschuldung weiter abbauen und unser Entertainment-Geschäft verbessern und stärken.

[Veränderungen im Aufsichtsrat]

An dieser Stelle möchte ich die Gelegenheit nutzen, Dr. Andreas Wiele im Namen des gesamten Vorstands und auch persönlich zu danken:

Andreas Wiele ist seit 2022 Vorsitzender des Aufsichtsrats von ProSiebenSat.1. Seine Amtszeit endet mit der heutigen Hauptversammlung, da er sich entschieden hat, nicht mehr zur Wiederwahl anzutreten.

Mit Andreas Wiele verliert ProSiebenSat.1 einen exzellenten Vorsitzenden mit großer Transformationserfahrung.

Andreas Wiele hat die notwendige Transformation von ProSiebenSat.1 konsequent vorangetrieben und unsere Strategie stets nachdrücklich unterstützt. Und seine Change-Expertise hat dem Unternehmen sehr geholfen. Besonders dankbar bin ich auch für sein unermüdliches Engagement, mit dem er stets die Interessen des Unternehmens, der Aktionär:innen und der Mitarbeiter:innen vertreten hat.

Im Namen des gesamten Vorstandes möchte ich dir, Andreas, für den wertvollen und intensiven Dialog in den letzten Jahren danken. Das war eine ziemlich aufregende Zeit zusammen!

Zugleich stellen sich heute drei Kandidat:innen zur Wahl in unseren Aufsichtsrat.

Maria Kyriacou wurde vom Aufsichtsrat als Nachfolgerin von Andreas Wiele vorgeschlagen. Sie bringt fast 30 Jahre Führungserfahrung in der globalen Medienbranche mit und verfügt über fundierte Kenntnisse in den Bereichen Strategie, Betrieb und Finanzen.

Darüber hinaus werden sich Dr. Katrin Burkhardt und Simone Scettri zur Wiederwahl in den Aufsichtsrat stellen.

Alle drei Kandidat:innen erfüllen die Anforderungen an unseren Aufsichtsrat in hervorragender Weise und werden mit ihren Qualifikationen und ihrer Expertise meine Kolleg:innen und mich sehr gut unterstützen können.

Natürlich nur, wenn Sie diese Ansicht teilen und die drei Kandidat:innen heute in den Aufsichtsrat wählen. Und ich kann es nicht genug betonen: Bitte machen Sie

ÜBERSETZUNG DER ENGLISCHEN ORIGINALREDE

heute von Ihrem Wahlrecht Gebrauch. Mit Ihrer Stimme bestimmen Sie die zukünftige Ausrichtung unseres Unternehmens.

[Ausblick 2025]

Bevor ich zum Ende meiner Rede komme, möchte ich einen Blick darauf werfen, was wir für 2025 erwarten.

Das wirtschaftliche Umfeld bleibt auch im laufenden Jahr herausfordernd. Vor allem die Wirtschaft in der DACH-Region leidet im Vergleich zu anderen europäischen Ländern immer noch.

Wir haben dieses Jahr ein schwaches erstes Quartal erlebt, vor allem im Vergleich zum starken ersten Quartal 2024. Im Vergleich zum letzten Jahr erwarten wir eine gegenläufige Umsatzverteilung mit einem schwächeren ersten Halbjahr 2025 und einer stärkeren zweiten Jahreshälfte.

Mit dem Verkauf von Verivox haben wir unseren Ausblick angepasst.

Wir erwarten, dass unser Konzernumsatz 3,85 Milliarden Euro mit plus/minus 150 Millionen Euro erreichen wird. Beim adjusted EBITDA erwarten wir 520 Millionen Euro mit plus/minus 50 Millionen Euro. Und ein adjusted net income von 215 Millionen Euro.

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre.

Im vergangenen Jahr haben wir viele wichtige Meilensteine für ProSiebenSat.1 erreicht.

Wir haben unsere Quoten verbessert. Wir haben bei den Marktanteilen den Abstand zu unserem Hauptkonkurrenten RTL verkleinert. Und wir haben kräftig in Joyn investiert – mit guten und vielversprechenden Ergebnissen. Wir haben mehrere große Beteiligungen verkauft. Und wir werden dies auch weiterhin tun.

Unsere Herausforderungen werden groß bleiben. Aber wir haben eine klare Strategie und werden sie auch weiterhin konsequent umsetzen.

Ich bin zuversichtlich, dass wir auf dem richtigen Weg sind, um unser Ziel zu erreichen: der Nummer-1-Entertainment-Anbieter im deutschsprachigen Raum zu werden. Ich freue mich auf alles, was noch vor uns liegt.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.