

# UNSERE STRATEGIE

## WE EMPOWER BRANDS AND CREATE MOMENTS THAT MATTER

ProSiebenSat.1 ist ein innovativer Digitalkonzern und das Zuhause populärer Unterhaltungs- sowie digitaler Verbrauchermarken. Der strategische Fokus unserer Gruppe liegt auf einem diversifizierten Konzernportfolio, das aus drei starken Segmenten besteht, die sich gegenseitig ergänzen: Entertainment, Dating & Video sowie Commerce & Ventures.

Unser Ziel ist es, in allen drei Segmenten profitabel zu wachsen. **Dabei ist unsere Ambition, unseren Konzernumsatz mittel- bis langfristig um durchschnittlich 4 bis 5 Prozent pro Jahr zu steigern. Gleichzeitig haben wir die Profitabilität unserer Investitionen fest im Blick und wollen mittelfristig einen P7S1 ROCE (Return on Capital Employed) von mehr als 15 Prozent erzielen.** Dafür heben wir auch konsequent die Synergien zwischen unseren drei Geschäftsbereichen, was sich sowohl auf die Umsatz- als auch auf die Ergebnisentwicklung der Gruppe positiv auswirkt. Unsere Reichweite und Media-Power sind hierfür die Basis. Wir konzentrieren uns jedoch nicht nur auf die Synergien zwischen den Segmenten Entertainment und Dating & Video bzw. Entertainment und Commerce & Ventures, sondern arbeiten auch erfolgreich daran, dass die Gruppe insgesamt zusammenwächst und alle drei Segmente ineinandergreifen.

→ [geschaeftsbericht2021.prosiebensat1.com/magazin/wertschaffend#liebe-auf-den-ersten-kick](https://geschaeftsbericht2021.prosiebensat1.com/magazin/wertschaffend#liebe-auf-den-ersten-kick)

**Marken zu stärken und unvergessliche Momente zu schaffen – das ist der Kern unserer Gruppe und treibt uns jeden Tag an.** Wir informieren, unterhalten und verbinden Menschen rund um die Uhr. Wir bieten ihnen Produkte, Services und Erlebnisse, die ihren Alltag bereichern. So erreichen wir Tag für Tag Millionen von Menschen.

Wir zeigen Unterhaltung und Information auf allen Plattformen – live und on-demand. Hiermit leisten wir auch einen wichtigen Beitrag zur Meinungsbildung und Meinungsvielfalt. Die große Reichweite unserer Entertainment-Angebote nutzen wir, um Marken bekannt zu machen und schaffen Umfeldler, in denen sie nachhaltig wachsen können. Davon profitieren nicht nur die Marken unserer Werbekund:innen, sondern auch unsere eigenen Verbrauchermarken in den Segmenten Dating & Video sowie Commerce & Ventures. Hier investieren wir in digitale Marken und Geschäftsmodelle sowie internationale Plattformen mit langfristigen Wachstumsaussichten und einem hohen Synergiepotenzial mit unserem Entertainment-Segment.

# UNSERE ZIELE & AMBITIONEN

**Wir wollen einer der führenden digitalen Infotainment- und Entertainment-Anbieter in der DACH-Region sein und mit dieser Stärke weltweite, synergetische digitale Verbraucherplattformen auf- und ausbauen.** Mit dieser Strategie will die ProSiebenSat.1 Group auch mittel- und langfristig attraktiv für alle Stakeholder sein und mit einer klaren Ergebnis- und Cashflow-Orientierung in allen drei Segmenten profitabel wachsen – auch um den Anteil der Geschäftsbereiche außerhalb der TV-Werbeerlöse in der DACH-Region zunehmend zu vergrößern und so die Resilienz des Geschäftsmodells weiter zu stärken.

Im Mittelpunkt steht dabei eine konsequente Wertschaffung: Deshalb hat der Konzern weiterhin das Ziel, mittelfristig einen P7SI ROCE (Return on Capital Employed) von über 15 Prozent zu erreichen, eine verlässliche Dividende von ca. 50 Prozent des adjusted net income an die Aktionär:innen auszuschütten sowie seinen Verschuldungsgrad in einer Bandbreite von 1,5x bis 2,5x beizubehalten.

In den vergangenen zehn Jahren hat die ProSiebenSat.1 Group ihr Geschäft – insbesondere durch die Bereiche Dating & Video sowie Commerce & Ventures – konsequent diversifiziert. Mit dieser erfolgreichen Strategie ist der Konzern durchschnittlich um 7 Prozent pro Jahr gewachsen und hat so seinen Umsatz in diesem Zeitraum mehr als verdoppelt. **Ausgehend von diesem starken Umsatzniveau hat sich der Konzern die Ambition gesetzt, mittel- bis langfristig ein profitables, organisches Umsatzwachstum von durchschnittlich 4 bis 5 Prozent pro Jahr zu erwirtschaften.** Basis dafür bleibt die klare Strategie von ProSiebenSat.1, die auf das wertschaffende Zusammenspiel der Geschäftsbereiche der Gruppe fokussiert ist.

## UNSER ZIEL

**Wir sind einer der führenden digitalen Infotainment- und Entertainment-Anbieter in der DACH-Region und bauen mit dieser Stärke weltweite synergetische digitale Verbraucherplattformen auf und aus**

### WIR ERREICHEN EINE FÜHRENDE WETTBEWERBSPOSITION DADURCH, DASS ...

1. unser **Entertainment-Segment** den Markt für **Video-Inhalte in der DACH-Region anführt**
2. unsere anderen Segmente wie **Dating & Video** und **Commerce & Ventures** u.a. von unserer **großen, relevanten Reichweite profitieren** und dadurch **führende, ggf. sogar weltweite Marken bauen**
3. wir in einer **zukunftsfähigen, digital-fokussierten Organisation** arbeiten



### WIR BLEIBEN FÜR ALLE STAKEHOLDER HOCHATTRAKTIV DADURCH, DASS ...

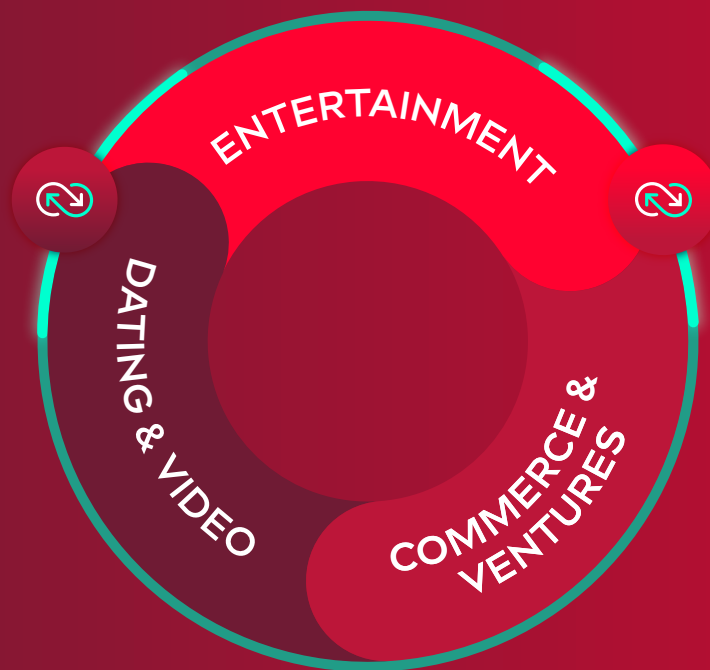
1. wir weiterhin **Wert für unsere Aktionär:innen schaffen** und **starke Wachstumsambitionen** haben
2. wir uns klar zu unseren **Verpflichtungen in den Bereichen Gesellschaft, Diversität & Inklusion, Klima & Umwelt** sowie **Governance & Compliance** bekennen
3. wir zu den **besten Arbeitgebern** unserer **Branche** zählen

## UNSERE MITTEL- BIS LANGFRISTIGEN WACHSTUMSAMBITIONEN

Wir streben ein **durchschnittliches organisches Umsatzwachstum von 4 bis 5 % pro Jahr** an

- Wir investieren in Marken solange wir der **beste Eigentümer** sind bzw. **schaffen** auch **Wert** durch Verkäufe
- Wir schaffen kontinuierlich weiter **Wert mit einem P7SI ROCE von >15 %**, schütten eine **verlässliche Dividende** für unsere Aktionär:innen aus (ca. **50 % des adjusted net income**) und halten unseren **Verschuldungsgrad bei 1,5x bis 2,5x**

# UNSERE SEGMENTE & SYNERGIEN



## SEGMENT ENTERTAINMENT

Im Segment Entertainment konzentrieren wir uns auf die Kernmärkte Deutschland, Österreich und Schweiz. Hier vereinen wir führende lineare und digitale Entertainment-Plattformen mit dem Content-, Distributions- und Vermarktungsgeschäft.

**Unser Anspruch ist es, auch künftig Marktführer für Video-Inhalte in der DACH-Region zu sein:** Dafür fokussieren wir uns auf die Produktion von lokalen, relevanten Inhalten, die wir immer mehr selbst produzieren sowie gezielt live und on-demand über alle Plattformen ausstrahlen. Insbesondere die Streaming-Plattform Joyn sowie unsere Digital Media und Entertainment-Company Studio71 spielen für unsere wachsende digitale Reichweite eine wichtige Rolle.

Mit unserem Digital-Fokus erhöhen wir unsere Gesamtreichweite und stärken unsere Monetarisierungsmöglichkeiten. Vor allem durch moderne, digitale Werbeprodukte ermöglichen wir unseren Werbekund:innen die zielgerichtete Ansprache von Nutzer:innen und erschließen damit zusätzliches Umsatzpotenzial. Auf diese Weise schaffen wir ein zukunftsfittes, profitables Entertainment-Geschäft und gleichzeitig auch die Grundlage für Wachstum in den anderen beiden Segmenten.

## SEGMENT COMMERCE & VENTURES

Im Segment Commerce & Ventures bündeln wir die Wachstumsgeschäfte der ProSiebenSat.1 Group, die wir über unsere Medialeistung sowie die Kraft unserer Marken aufbauen und erfolgreich machen. Über unsere unterschiedlichen Beteiligungsformen können wir Unternehmen in den verschiedensten Wachstumsphasen begleiten. **Unser Ziel ist es, hier zum führenden Marken-investor in der DACH-Region zu werden.** Dafür investieren wir in digitale Verbrauchermarken mit langfristigem strukturellen Wachstumspotenzial und Synergien mit unserem Unterhaltungsgeschäft.

Unsere Investitionsstrategie ist smart: Wir finanzieren Wachstum auch ohne hohe Barinvestments über Media, nach dem Prinzip „Reichweite trifft Idee“. Wir erschließen mit dieser Investmentstrategie neue Marktsegmente und erwirtschaften steigende Renditen.

Dabei gilt: Wir bewerten kontinuierlich, ob ProSiebenSat.1 in der jeweils nächsten Entwicklungsphase immer noch der beste Eigentümer bzw. Investor des jeweiligen Unternehmens ist. Sollte ein Geschäft nicht mehr in hohem Maße von der Zusammenarbeit im Konzern profitieren oder kein Potenzial für ein internationales Plattformgeschäft haben, sind wir bereit, diese gut entwickelten Commerce-Marken an einen geeigneteren Eigentümer zu verkaufen, den geschaffenen Wert zu realisieren und so auch unseren Cashflow zu stärken. Gleichzeitig können wir mit erfolgreichen Unternehmen, die wir in diesem Geschäftsbereich aufgebaut haben, auch eine neue, eigene Wachstumssäule der Gruppe schaffen, wie zuletzt mit Dating & Video.

## SEGMENT DATING & VIDEO

Unser Dating & Video-Segment ist das beste Beispiel für den Erfolg unserer Investitionsstrategie: Der Bereich mit der ParshipMeet Group ist aus einem erfolgreichen Commerce & Ventures-Geschäft entstanden. Das initiale Investment im Bereich Online-Matchmaking erfolgte 2012 über eine Media-for-Revenue-Partizipation an Parship, in den folgenden Jahren hat ProSiebenSat.1 dann die Mehrheit erworben und weitere Online-Dating-Marken gekauft – zuletzt die The Meet Group. Heute bietet die ParshipMeet Group ein breites Spektrum an Online-Dating-Plattformen. **Dabei ist unser Ziel, die ParshipMeet Group als einen der führenden international agierenden Mobile-First-Player in den Bereichen Dating und Social Entertainment zu etablieren.** Dazu bauen wir ein synergetisches Plattform-Ökosystem für Social Entertainment, Dating und Online-Matchmaking auf.

Die ParshipMeet Group agiert in einem stark wachsenden Marktumfeld mit einem breit aufgestellten Erlösmodell. Dazu gehören kurz- und langfristige Abonnements, der Verkauf virtueller Güter, Marketingleistungen und Vertriebs Erlöse. Die Plattformen sprechen eine breite Zielgruppe in einem großen geografischen Raum an. Ein wichtiges Element ist das Know-how der ParshipMeet Group im Bereich Live-Video-Streaming. Das stärkt unsere Position im Dating-Geschäft und eröffnet neues Wachstumspotenzial für den gesamten Konzern.

## **SYNERGIEN ENTERTAINMENT – DATING & VIDEO**

Das Entertainment-Geschäft bietet durch die Reichweite und Vermarktungsangebote unserer Plattformen die Möglichkeit, die Bekanntheit der ParshipMeet-Marken in den deutschsprachigen Märkten weiter zu steigern. Dies hat bereits in der Vergangenheit die marktführenden Positionen der Dienste Parship und ElitePartner deutlich unterstützt. Wir wollen darüber hinaus die Bereiche Entertainment und Dating & Video eng verzahnen und damit stärken: Durch die Kombination der Live-Video-Streaming-Kompetenz der ParshipMeet Group mit unserer Entertainment-Expertise schaffen wir neue Möglichkeiten für eine wertschaffende Zusammenarbeit.

## **SYNERGIEN ENTERTAINMENT – COMMERCE & VENTURES**

Durch die Reichweite und Vermarktungsangebote unseres Entertainment-Geschäfts bauen wir sowohl unsere eigenen Commerce-Marken als auch die unserer Ventures-Partner zu führenden Verbrauchermarken auf. Mit der Werbung auf unseren Plattformen unterstützen wir die Unternehmen dabei, ihre Markenbekanntheit zu stärken und Umsatz und Unternehmenswert zu erhöhen. Dadurch entstehen langfristige, enge Kundenbeziehungen zwischen den Unternehmen und unserer Vermarktung. Diese Investitionsstrategie in Kombination mit einem attraktiven Entertainment-Geschäft stärkt unseren ROI (Return on Investment) sowie unsere Dividendenrendite. Zusätzlich generieren wir über unsere Commerce-Beteiligungen Daten, mit denen wir unsere Werbeangebote adressierbar machen und individuell auf unsere Nutzer:innen zuschneiden können.