

GESAMTAUSSAGE AUS SICHT DER UNTERNEHMENSLEITUNG: UNSER KONZERN

Trotz der andauernden COVID-19-Pandemie hat die ProSiebenSat.1 Group 2021 erneut den Erfolg und die Resilienz ihres Geschäftsmodells unter Beweis gestellt: Wir haben unser Portfolio noch fokussierter und synergetischer aufgestellt und sind als Konzern auch in diesem herausfordernden Umfeld dynamisch und profitabel gewachsen. Vor allem der Werbemarkt hat sich seit dem zweiten Quartal 2021 schneller als erwartet von den Pandemie-Beschränkungen erholt, sodass wir unsere Erlöse hier deutlicher als zu Jahresbeginn angenommen steigern und unsere Marktführerschaft stärken konnten. Kern unserer Strategie sind Synergien: Wir diversifizieren unser Geschäft aus einem hochprofitablen und Cashflow-starken Entertainment-Geschäft heraus. Dabei nutzen wir unsere hohe Reichweite als Investitionswährung und können so Produkte sowohl unserer eigenen Verbrauchermarken als auch unserer Partner effizient und ohne große Cash-Investitionen bei einem Millionenpublikum vermarkten. Im Ergebnis sind wir nicht nur sehr profitabel – wir erzielen auch starke Renditen und können unseren Aktionär:innen eine attraktive Dividende bieten. Mit anderen Worten: Es geht uns nicht um reines Umsatzwachstum, sondern wir steuern unser Geschäft mit einer klaren Ergebnis- und Cashflow-Orientierung. Im Fokus steht dabei eine konsequente Wertsteigerung, weshalb die mittelfristigen finanziellen Auswirkungen unserer strategischen Projekte noch deutlich stärker in den Fokus rücken.

ORGANISATION UND KONZERNSTRUKTUR

GESCHÄFTSTÄTIGKEIT UND SEGMENTE

Unternehmensprofil und Geschäftstätigkeit

Die ProSiebenSat.1 Group ist ein innovativer Digitalkonzern, der auf drei starken Segmenten basiert: Entertainment, Dating & Video sowie Commerce & Ventures. In Deutschland sind wir die Nummer 1 im Zuschauer- und TV-Werbemarkt, wobei sich unsere Live- und On-Demand-Angebote synergetisch ergänzen. Als Digitalkonzern nutzen wir diese Millionen-Reichweite und Expertise im Entertainment-Geschäft auch, um in anderen Branchen führende Marken aufzubauen und digitale Umsatzmärkte zu erschließen.

Seit dem 1. Januar 2021 ist unser Geschäft in drei Segmente gegliedert, die sich gegenseitig stärken. Im Entertainment-Segment vereinen wir führende lineare und digitale Entertainment-Plattformen mit dem Content-, Distributions- und Vermarktungsgeschäft. Der Fokus unserer Programmstrategie liegt auf lokalen Inhalten, die wir live und on-demand gezielt über alle Plattformen ausspielen. Damit stärken wir unsere Wettbewerbsposition und grenzen uns gegenüber multinationalen Anbietern ab. Das Segment Dating & Video (vormals: Dating), das aus der 2020 gegründeten ParshipMeet Group besteht, bietet mit dem Portfolio der Parship Group sowie dem Geschäft der The Meet Group ein breites Spektrum an Online-Dating-Plattformen. Hier