

## **GESAMTAUSSAGE AUS SICHT DER UNTERNEHMENSLEITUNG: AUSWIRKUNGEN DER RAHMENBEDINGUNGEN AUF DEN GESCHÄFTSVERLAUF**

**W**ir konnten das für alle schwierige COVID-19-Jahr 2020 versöhnlich abschließen, dabei sind wir insbesondere mit unseren Ergebnissen im wichtigen vierten Quartal sehr zufrieden. Alle Segmente entwickelten sich zum Jahresende wieder positiv. Als frühzyklisches Unternehmen konnten wir insbesondere nach dem schwierigen zweiten Quartal von der konjunkturellen Erholung profitieren und haben auch im Werbemarkt einen klaren Aufwärtstrend gesehen. Es hat sich zudem gezeigt, dass sich unsere Investitionen ins Programm ausgezahlt haben: Wir haben im Wettbewerb mit hochattraktiven Entertainment- und Infotainment-Formaten überzeugt und damit auch unsere Position im TV-Werbemarkt gestärkt. Gleichzeitig greift unser konsequentes Kosten- und Cash-Management: Seit dem dritten Quartal wächst unser adjusted EBITDA wieder und auch unsere Netto-Finanzverschuldung ist zum Jahresende gesunken.

# **RAHMENBEDINGUNGEN DES KONZERNES**

## **ENTWICKLUNG VON KONJUNKTUR UND WERBEMARKT**

Das Jahr 2020 war maßgeblich durch die weltweite Ausbreitung des Coronavirus bestimmt. Die Pandemie stellte und stellt nicht nur Gesundheitssysteme und Gesellschaften vor höchste Herausforderungen, sondern auch die gesamte Weltwirtschaft. Aufgrund der Beschränkungen des öffentlichen Lebens und des Einzelhandels wird sie nach Einschätzung des Internationalen Währungsfonds 2020 real um 3,5 Prozent schrumpfen. In der Euro-Zone ist sogar mit einem Rückgang von 7,2 Prozent zu rechnen. Auch für die Vereinigten Staaten als eine der größten Volkswirtschaften der Welt wird für das Jahr 2020 mit einem Rückgang um 3,4 Prozent gerechnet.

Der Rückgang des realen Bruttoinlandsprodukts in Deutschland betrug laut aktueller Prognose des Statistischen Bundesamts (Destatis) 5 Prozent. In Deutschland traten die ersten Infektionsfälle durch das neuartige Coronavirus Ende Januar 2020 auf. Die schnell ansteigenden Fallzahlen führten ab Mitte März bis Anfang Mai zu einer Phase flächendeckender Lockdown-Maßnahmen mit erheblichen Einschränkungen des öffentlichen und privaten Lebens. Zur Bewältigung der COVID-19-Auswirkungen verabschiedete die Bundesregierung ein umfangreiches Konjunkturpaket, das unter anderem eine zeitweise Senkung des Mehrwertsteuersatzes und Überbrückungshilfen für kleine und mittelständische Unternehmen vorsah. Zudem kamen weitreichende Kurzarbeitsregelungen zum Einsatz.

Vor dem Hintergrund dieser politischen Maßnahmen verlief die erste Phase der COVID-19-Pandemie in Deutschland wie auch in Österreich und der Schweiz, und damit in den Kernmärkten der ProSiebenSat.1 Group, vergleichsweise milde. Dennoch sind die Auswirkungen tiefgreifend: Bereits im ersten Quartal 2020

sank das Bruttoinlandsprodukt in Deutschland im Vorquartalsvergleich real um 2,0 Prozent, im zweiten Quartal sogar um 9,7 Prozent. Ursache hierfür ist zum einen die Abhängigkeit von der Entwicklung der Weltwirtschaft, die ebenfalls stark von den COVID-19-Auswirkungen betroffen ist. Zum anderen belasteten die umfassenden Einschränkungen vor allem den privaten Konsum, der in den Vorjahren die zentrale Stütze der deutschen Konjunktur darstellte (Q1: -2,3%, Q2: -11,1% jeweils vs. Vorquartal).

Mit dem Ende der rigiden Lockdown-Regelungen und stabilen bzw. niedrigeren Fallzahlen im In- und benachbarten Ausland sowie China kam es im dritten Quartal 2020 zu einer schnellen und unerwartet deutlichen Erholung der Wirtschaftsaktivitäten in Deutschland. Im Vergleich zum zweiten Quartal erhöhte sich das Bruttoinlandsprodukt real um 8,5 Prozent. Starke Nachholeffekte zeigten sich insbesondere beim privaten Konsum (+10,8%), den Ausrüstungsinvestitionen der Unternehmen (+16,0%) sowie den Exporten (+18,1%).

Zu Beginn des Herbstes schien sich die Erholung der deutschen Wirtschaft in einem gemäßigteren Tempo zunächst weiter fortzusetzen: Im September und Oktober tendierten Auftragseingänge, Industrieproduktion und Exporte weiter aufwärts, der ifo-Geschäftsklimaindex stabilisierte sich bei über 90 Punkten. Der deutsche Einzelhandel verzeichnete dank hoher E-Commerce-Umsätze von Januar bis November sogar ein reales Wachstum von 4,2 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Mit den sinkenden Temperaturen breitete sich jedoch in ganz Europa eine zweite COVID-19-Welle mit deutlich ansteigenden Infektionszahlen aus. Ab dem 16. Dezember verhängte die Bundesregierung daher erneut einen strengen Lockdown. Allerdings hinterließen – entgegen ursprünglicher Befürchtungen – die erneuten COVID-19-Schutzmaßnahmen