



WOLFGANG LINK
Vorstand & CEO Seven.One
Entertainment Group

CHRISTINE SCHEFFLER
Vorstand & Chief Human
Resources Officer

RAINER BEAUJEAN
Vorstandssprecher &
Finanzvorstand

UNSER VORSTAND

Starkes Team: Seit dem 26. März 2020 führen Rainer Beaujean, Wolfgang Link und Christine Scheffler als Vorstandsteam ProSiebenSat.1. Und bringen dabei alles mit, was der Konzern heute und in Zukunft braucht. Sie führten das Unternehmen 2020 stabil durch die COVID-19-Pandemie und stellten wichtige Weichen, um ProSiebenSat.1 in der Transformation weiter voranzubringen.



Beyond Bilanz: Der ProSiebenSat.1-Podcast

Im Gespräch mit Moderator Steven Gätjen erzählen Rainer Beaujean, Christine Scheffler und Wolfgang Link vor welchen Herausforderungen sie in diesem außergewöhnlichen Jahr standen, sprechen über die strategische Ausrichtung von ProSiebenSat.1 und erklären, was der Sprung ins kalte Wasser, Schnellboote und Superkräfte damit zu tun haben.



RAINER BEAUJEAN

Vorstandssprecher & Finanzvorstand

2020 wird uns in Erinnerung bleiben. Nicht nur, weil die COVID-19-Pandemie jeden einzelnen von uns und unser Unternehmen vor nie dagewesene Herausforderungen gestellt hat. Sondern auch, weil wir als Team die Situation als Chance verstanden haben. Als neues Vorstands-Trio standen wir vom ersten Tag an vor der Aufgabe, ProSiebenSat.1 sicher durch diese Krise zu steuern. Denn als frühzyklisches Unternehmen haben wir den Corona-bedingten Konjunkturabschwung als eines der ersten gespürt. Wir haben also Kosten gesenkt und unsere Finanzierung gestärkt, ohne dabei unsere Zukunft aus dem Blick zu verlieren: Wir haben weiter in unser Programm investiert, denn wir glauben an das Medium TV. Wir haben den US-amerikanischen Online-Dating-Anbieter The Meet Group übernommen und mit unserer Parship Group kombiniert, denn wir glauben an das Dating-Geschäft als wichtigen Wachstumstreiber für unsere Gruppe. Und wir haben uns von Geschäften getrennt, die nicht mehr auf unseren Konzern einzahlen und dabei beeindruckende Wertsteigerungen erzielt, denn wir glauben an eine fokussierte Aufstellung als Erfolgsgarant.

Unsere Strategie ist heute also geschärft und klar auf diese Ziele ausgerichtet: Wir müssen die Synergien zwischen Entertainment, Dating sowie Commerce & Ventures noch besser heben.



„Wir glauben an das Medium TV. An das Dating-Geschäft als wichtigen Wachstumstreiber für unsere Gruppe. Und an eine fokussierte Aufstellung als Erfolgsgarant.“

Wir müssen uns noch stärker diversifizieren und dafür unser Entertainment-Geschäft als Sprungbrett nutzen. Wir müssen ergebnisorientiert sein und an unserem profitablen Wachstum arbeiten.

Dass dieser Weg der richtige ist und wir für unsere Anstrengungen belohnt werden, hat 2020 gezeigt: Wir konnten das Jahr letztendlich trotz aller Corona-Belastungen besser abschließen als zuletzt prognostiziert. Natürlich erwarten wir uns aber für 2021 mehr – deshalb setzen wir unsere Strategie konsequent weiter fort und stellen ProSiebenSat.1 langfristig erfolgreich und wertschaffend auf. Mit und für unsere weltweit mehr als 7.100 Mitarbeiter.

WOLFGANG LINK

**Vorstand &
CEO Seven.One Entertainment Group**

Wir haben 2020 im Entertainment-Geschäft einen großen Schritt nach vorne gemacht: Mit der Gründung unserer Seven.One Entertainment Group bündeln wir endlich von Content über Distribution bis hin zur Monetarisierung die ganze Wertschöpfung unter einem Dach. Dabei haben wir unseren Fokus auf das geschärft, worin wir wirklich gut sind: lokales, relevantes und Live-Entertainment und -Infotainment im deutschsprachigen Raum. Seien es großartige Show-Formate, packende Sportübertragungen oder aktuelle News-Sendungen in der Prime Time – wir haben im vergangenen Jahr mit unserem Programm wieder mehr Zuschauer vor ihre Screens geholt. Dabei unterstützen uns immer mehr unsere eigenen Produktionsunternehmen. Denn mit unseren Inhalten machen wir einen Unterschied. Auch für unsere Werbekunden. Diese haben 2020 einmal mehr gesehen, wie viel Wirkung und Kraft TV-Werbung gerade in herausfordernden Zeiten hat.

Doch unser sich ständig veränderndes Marktumfeld stellt uns auch weiterhin vor Herausforderungen: Jetzt gilt es, unsere Inhalte noch smarter über die verschiedenen Plattformen auszuspielen; TV digitaler zu machen und mit digitalen Qualitäten zu verbessern – und so unsere großen Reichweiten stärker zu kapitalisieren. 2020 haben wir also nicht nur gezeigt, dass wir unter schwierigsten Pandemie-Bedingungen hervorragend produzieren und vermarkten können. Wir sind auch unserem Ziel, ein plattformunabhängiges Entertainment-Segment zu etablieren, ein großes Stück nähergekommen.



„Wir sind unserem Ziel, ein plattformunabhängiges Entertainment-Segment zu etablieren, ein großes Stück nähergekommen.“



CHRISTINE SCHEFFLER

Vorstand & Chief Human Resources Officer

2020 war für viele Menschen mit großen Herausforderungen verbunden. Umso wichtiger ist es, Verantwortung zu übernehmen, zu unterstützen, Perspektiven aufzuzeigen. Für uns war mit Beginn der Pandemie klar, dass die Gesundheit unserer Mitarbeiter an erster Stelle steht. Ob in den USA oder Europa: Außerhalb des klassischen Sendebetriebs arbeiten unsere rund 7.100 Mitarbeiter seither zuhause. Zudem sind wir stolz darauf, dass wir mit unseren Programmen und digitalen Angeboten einen gesellschaftlichen Mehrwert leisten. In Deutschland und Österreich sind wir Teil der kritischen Infrastruktur und nehmen unsere Verantwortung, die damit verbunden ist, sehr ernst. Deshalb haben wir 2020 nicht nur umfassend zur Pandemie informiert, sondern auch entschieden, bis Ende 2022 eine neue, 60-köpfige News-Redaktion aufzubauen. Demokratie zu fördern und Meinungsvielfalt zu sichern, ist Teil unseres Selbstverständnisses. Darüber hinaus unterstützen wir mit unseren digitalen Angeboten unsere Kunden in ihrem Alltag. Parship beispielsweise hat kurzfristig eine Video-Dating-Funktion eingeführt, damit sich Menschen weiterhin sicher kennenlernen können.

Und wo stehen wir nach der Pandemie? Die Herausforderungen werden bleiben. Für uns als Unternehmen, für Wirtschaft und Gesellschaft, im Hinblick auf Diversität, Soziales und die Umwelt. Wir haben all diese wichtigen Themen nicht aus dem Blick verloren. Und eines hat uns die Pandemie jetzt schon gelehrt: Wir können viel bewegen, wenn wir es gemeinsam angehen.



„Demokratie zu fördern und Meinungsvielfalt zu sichern, ist Teil unseres Selbstverständnisses.“