LAGEBERICHT FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2025

1. Bericht über den Geschäftsverlauf und die wirtschaftliche Lage

– *Geschäftstätigkeit*

Die PULS 4 TV GmbH & Co KG betreibt seit dem Jahr 2008 das österreichweit ausgestrahlte Vollprogramm PULS 4. Seit Herbst 2019 ergänzt der Nachrichtensender PULS 24 das Portfolio des Unternehmens. Beide Sender stellen den Zuseher:innen ihre TV-Fernsehprogramme kostenlos zur Verfügung. Die Verbreitung des Programms erfolgt über alle wesentlichen Verbreitungsebenen, d.h. Kabel, IPTV, Terrestrik, Satellit sowie über das offene Internet („OTT“) und erstreckt sich über das gesamte österreichische Bundesgebiet. Die kommerzielle Vermarktung beider Sender erfolgt durch die Kommanditistin ProSiebenSat.1 PULS 4 GmbH. Als Komplementärin fungiert die PULS 4 TV GmbH. Mit der im Mai 2023 gestarteten Streamingplattform JOYN, betrieben von ProSiebenSat.1 PULS 4, stehen zudem sämtliche Inhalte der PULS 4-Sendergruppe auch online zur Verfügung.

– *Geschäftsverlauf*

Der Sender PULS 4 steigerte im Jahr 2025 seinen Marktanteil auf 4,9 % (VJ: 4,2 %) in der werberelevanten Zielgruppe E12-49. In der Gesamtbevölkerung E12+ konnte PULS 4 den Marktanteil mit 2,5 % stabil halten. Im Gegensatz dazu reduzierte sich beim Sender PULS 24 im Vergleich zum Vorjahr in der werberelevanten Zielgruppe E12-49 der Marktanteil auf 0,7 % (VJ: 0,9 %). In der Zielgruppe E12+ sank der Jahresmarktanteil auf 0,6 % (VJ: 0,8 %).[1]

Der österreichische Werbemarkt verzeichnete auf Basis der durch Focus Media Research gemessenen TV-Bruttowerbeausgaben im Jahr 2025 einen leichten Rückgang auf EUR 1.408 Mio. (VJ: EUR 1.459 Mio.), wobei Privat-TV gegenüber 2024 ein Minus von -2,6 % verzeichnete.[2] Diese Bruttowerte zeigen jedoch keine Rabatte, die Kunden im Rahmen des zunehmend intensiveren Wettbewerbs am gesamten Bewegtbildmarkt (TV, Streaming) gewährt werden müssen, so dass der Rückgang des Nettowerbemarktes als prozentuell höher zu bewerten ist.

Trotz einer Marktanteilssteigerung des größeren Senders PULS 4 reduzierten sich die Umsätze um TEUR 1.187 auf TEUR 43.867. Durch umfassende Kompensations- und Effizienzmaßnahmen – insbesondere in den Herstellungs- und Personalkosten – konnte der Jahresüberschuss jedoch um TEUR 2.828 auf TEUR 4.144 gesteigert werden.

Zu diesen Maßnahmen zählten neben der steigenden Automatisierung von Studioproduktionen auch die Einstellung des Betriebs der eigenständigen Plattform puls24.at und die Fortführung reduzierter textbasierter Inhalte als Beiträge auf der Joyn-Publishing-Seite „Behind the Screens“ (www.joyn.at/bts). Diese Umstellung ging mit einer organisatorischen Neuausrichtung der Online-Redaktion einher. Durch die Bündelung der redaktionellen Aktivitäten auf einer reichweitenstärkeren Plattform sollen die Inhalte von Puls24 künftig eine höhere Sichtbarkeit erzielen, Plattformsynergien gehoben und gleichzeitig die Relevanz von Joyn sowie das dortige Inhaltsangebot weiter gesteigert werden.

---

[1] Quelle: Ab 1.9.24: AGTT TELETEST 2.0, bis 31.8.24: AGTT / GfK TELETEST; Evogenius M³; 01.01.2024-31.12.2025; personengewichtet; inclusive VOSDAL/Timeshift; TV-Zeitintervall; „Marktanteile & ZS 2024 vs. 2025“

[2] Quelle: Focus, Werbebilanz Dezember 2025, https://www.focusmr.com/de/werbebilanz-12-2025/

Ergänzend durch die Präsenz Bewegtbild-Informationsinhalte auf JOYN trieb die PULS 4 TV GmbH & Co KG die Verzahnung von linearem TV und digitalen Angeboten auch im Jahr 2025 weiter voran, und reagiert damit auf den fortschreitenden Reichweitenrückgang im linearen Fernsehen (TV-Nutzung in Minuten 2025: 165min -2,7 % vs. 2024, Basis Teletest Gesamtbevölkerung E12+)[3], sowie die weiter steigende Nutzung alternativer Medienangebote (z.B. Streaming Dienste).

– *Bericht über die Zweigniederlassungen*

Die Gesellschaft PULS 4 TV GmbH & Co KG verfügt über keine Zweigniederlassungen.

– *Finanzielle und nicht finanzielle Leistungsindikatoren*

Bei der Berichterstattung über finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren sollen im Folgenden die für die PULS 4 TV GmbH & Co KG wesentlichen Kennzahlen dargestellt und der Geschäftsverlauf verdeutlicht werden.

Finanzielle Leistungsindikatoren[4]:	2025	2024
Jahresüberschuss	4.144 T€	1.317 T€
Bilanzsumme	22.697 T€	24.637 T€
Eigenkapital	8.841 T€	4.697 T€
Eigenkapitalquote	39,0 %	19,1 %
Working Capital Ratio	131,8 %	185 %
Umsatzrentabilität	10,2 %	3,9 %
Geldfluss aus der Geschäftstätigkeit	15.030 T€	13.940 T€
Geldfluss aus der Investitionstätigkeit	-7.609 T€	-9.989 T€
Geldfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-7.381 T€	-3.998 T€

Insgesamt hat sich die finanzielle Lage im Jahr 2025 verbessert. Trotz rückläufiger Umsätze konnte das Betriebsergebnis durch gezielte Kostenmaßnahmen um TEUR 2.751 gesteigert werden, was die Umsatzrentabilität um 6,4 Prozentpunkte auf 10,2 % erhöhte. Der im Wesentlichen aus dem Jahresüberschuss resultierende Anstieg des Eigenkapitals führte zu einer Verdoppelung der Eigenkapitalquote auf 39 % und stärkt die Kapitalstruktur nachhaltig. Das Working Capital hat sich normalisiert und liegt weiterhin auf solidem Niveau.

Im Geschäftsjahr 2025 konnte die PULS 4 TV GmbH & Co KG ihre Innenfinanzierungskraft weiter stärken. Der Geldfluss aus der Geschäftstätigkeit erhöhte sich auf TEUR 15.030 (VJ: TEUR 13.940) und spiegelt die verbesserte operative Ertragskraft sowie eine effizientere Steuerung des Working Capitals wider. Der Geldfluss aus der Investitionstätigkeit belief sich auf TEUR -7.609 (VJ: TEUR - 9.989) und lag damit unter dem Vorjahresniveau, was auf geringere programmbezogene Investitionen sowie insgesamt zurückhaltendere CAPEX Tätigkeiten zurückzuführen ist. Der Geldfluss aus der Finanzierungstätigkeit betrug TEUR -7.381 (VJ: TEUR -3.998), was primär aus der teilweisen Rückführung eines internen Konzerndarlehens resultiert.

Gesamthaft betrachtet zeigen diese Entwicklungen eine gesteigerte Profitabilität, eine verbesserte Solvenz und ermöglichen damit mehr Spielraum für Investitionen in lokale Programminhalte sowie

[3] Quelle: Ab 1.9.24: AGTT TELETEST 2.0, bis 31.8.24: AGTT / GfK TELETEST; Evogenius M³; 01.01.2020-31.12.2025; personengewichtet; inclusive VOSDAL/Timeshift; TV-Zeitintervall; „TV Nutzung 2020-2025“

[4] Finanzielle Leistungsindikatoren: Eigenkapitalquote = Eigenkapital / Gesamtkapital; Working-Capital-Ratio = kurzfristiges Umlaufvermögen / kurzfristiges Fremdkapital; Umsatzrentabilität = Ergebnis vor Zinsen und Steuern / Umsatzerlöse

die weitere Automatisierung und Digitalisierung (KI-gestützter) der internen Produktionsprozesse innerhalb der Studios.

Die erwirtschafteten Finanzmittel werden im automatisierten Cash Pooling der ProSiebenSat.1 Media SE veranlagt.

Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren:

Die klassische lineare Fernsehnutzung in Österreich ist rückläufig und wurde mit dem Start einer erweiterten Messbasis (Teletest 2.0) geringfügig eingebremst. In der werberelevanten Zielgruppe E12-49 verringerte sich die tägliche TV-Sehdauer auf 81 Minuten (VJ: 86 Minuten; 2020: 135 Min)[3]. Der Marktanteil der PULS 4-Sendergruppe konnte zwar auf 5,6 % gesteigert werden (PULS4: 4,9 % vs. VJ 4,2 % und P24: 0,7 % vs. VJ 0,9 % E12-49)[1], dennoch kam es aufgrund des negativen Sehdauer-Trends zu einem Reichweitenverlust. Die rückläufigen Marktanteile von PULS 24 (0,7 %) in der Zielgruppe E12-49, zeigten sich ganzjährig und sind vor allem auf ein besonders nachrichtenstarkes Vorjahr mit Wahlen und Unwetterereignisse zurückzuführen.

Auf der Streamingplattform JOYN erzielte PULS 4 im Jahr 2025 eine Gesamt-Watchtime von 546 Mio. Minuten und 14,6 Mio. Videoviews, während PULS 24 eine Watchtime von 158 Mio. Minuten und 4,7 Mio. Videoviews generierte. Beide Sender wuchsen gegenüber 2024 deutlich: PULS 4 um +47 % bei der Watchtime und +53 % bei den Videoviews, PULS 24 um +26 % und +19 %.[5]

Die technische Reichweite des Senders PULS 4 lag im Jahr 2025 bei 98 % (VJ: 96 %) und entspricht rund 3,8 Mio. Haushalten in Österreich. PULS 24 konnte seine technische Reichweite auf 90 % (VJ: 88 %) steigern und erreichte damit etwa 3,5 Mio. Haushalte.[6]

PULS 4 Programm-Highlights

PULS 4 punktete 2025 mit mehreren Sport-Highlights. Die zweite Halbzeit des UEFA-WM-Qualifikationsspiels Bosnien gegen Rumänien am 15.01. war die reichweitenstärkste Sendung des Jahres mit 252.000 Zuseher:innen (E12+) und 15,5 % MA (E12-49). Ebenfalls erfolgreich war das US-Open-Finale Jannik Sinner gegen Carlos Alcaraz am 07.09. mit 12,1 % MA (E12-49) und einer Durchschnittsreichweite von 174.000 (E12+).[7]

Die zwölfte Staffel der Start-Up-Show “2 Minuten 2 Millionen” erreichte im Jahr 2025 einen Marktanteil von 5,9 % in der Zielgruppe E12-49, im Durchschnitt verfolgten rund 96.000 Zuseher:innen (E12+) das Format. Auf JOYN erzielte die Staffel 7,8 Mio. Minuten Watchtime und 230.000 Videoviews. Neben den Highlight Formaten „Pfusch am Bau“ und „Mein Recht“ überzeugten auch „Roadtrip Amerika – Drei Spitzenköche auf 4 Rädern“ mit 5,8 % Marktanteil (E12-49, +1,7 Prozentpunkte vs. Staffel 2) sowie nach einer Pause seit 2023 „Die Auswanderer – Für immer fort“ mit 4,3 % Marktanteil (E12-49). [8]

Mit fünf Filmtagen erreichte PULS 4 in der Primetime 5,7 Mio. Österreicher:innen (WSK 12+). Das Wachstum von +14 % gegenüber dem Vorjahr wurde maßgeblich durch den Mittwoch mit 53 Filmen

[5] Quelle: Joyn Data Warehouse (DWH) “JOYN WT_VVs 2024 vs. 2025”
[6] Quelle: AGTT/GfK TELETEST; Evogenius M³; 01.12.2024-31.12.2025; haushaltsgewichtet; inclusive VOSDAL/Timeshift; TV-Zeitintervall “TRW Dez24 vs. Dez25”
[7] Quelle: Ab 1.9.24: AGTT TELETEST 2.0, bis 31.8.24: AGTT / GfK TELETEST; Evogenius M³; 01.01.2025-31.12.2025; personengewichtet; inclusive VOSDAL/Timeshift; TV; „Highlight Sendungen Ranking 2025“
[8] Quelle: Ab 1.9.24: AGTT TELETEST 2.0, bis 31.8.24: AGTT / GfK TELETEST; Evogenius M³; Periode 2024/2025 individuell je nach Format; personengewichtet; inclusive VOSDAL/Timeshift; TV; „P4 Formate 2025“

(4,7 % vs. VJ 3,8 % E12-49) sowie den zusätzlichen Filmtag am Donnerstag (4,7 % E12-49)[9] getragen. Erfolgreichster Film war – wie im Vorjahr - „Top Gun Maverick“ am 14.05. mit 11,4 % MA (E12-49) und einer Durchschnittsreichweite von 156.000 (E12+)[7].

Im Serienbereich bleibt die Sitcom „Two and a Half Men“ eine zentrale Säule am Vorabend. Im Slot (19:15-20:15, Montag-Freitag) erzielte die Serie 2025 einen Marktanteil von 5,9 % (+1,1 Prozentpunkte vs. VJ). [8] Auf JOYN lag das Format mit 57,8 Mio. Minuten Watchtime und 3,8 Mio. Videoviews auf Platz 2 im Live-Formatranking.[10]

Im News- und Magazin-Bereich erreichte das Frühstücksmagazin „Café Puls“ (Ausstrahlung auf PULS 4, PULS 24, PRO 7 Austria und Sat.1 Österreich) im Mai 2025 ein Alltime-High von 36,3 % Marktanteil (E12-49). Im Jahresverlauf steigerte das Magazin seinen Marktanteil auf 31,6 % (E12-49, VJ: 23,5 %). Am 19. Oktober startete „Cafe Puls am Sonntag“, das bis Jahresende einen Marktanteil von 11,4 % (E12-49) erreichte. Auf JOYN war „Café Puls“ der stärkste Live-Treiber des Jahres 2025 mit 127 Mio. Minuten Watchtime und 2,9 Mio. Videoviews.[10] Die tägliche News-Sendung „PULS 4 Aktuell“ um 18:45 Uhr steigerte ihren Marktanteil auf 5,8 % (E12-49, VJ: 5 %).[8]

PULS 24 Programm-Highlights

Der Sender PULS 24 sendete im Jahr 2025 rund 2.086 Stunden an News und Public-Value-Inhalten und erreichte damit rund 4 Millionen Österreicher:innen (WSK 12+)[11]. Besonders überzeugten die Spezialsendungen zur Regierungsbildung in Österreich am 06.01. mit 4,8 % Marktanteil (E12-49)[7]. Die Eigenproduktion „Wild umstritten“ erzielte einen Marktanteil von 0,5 % (E12-49)[12] und performte auf JOYN vor allem in der Live-Nutzung stark: 10,1 Mio. Minuten Watchtime und 522.000 Videoviews im Jahr 2025.[10]

Abgesehen von Public-Value-Inhalten etablierte sich auf PULS 24 an zwei Abenden pro Woche das Genre „Österreichisches True Crime“. Die Formate „Ungelöst – Cold Case Austria“ und „Österreichs schockierendste Verbrechen“ werden freitags und sonntags abwechselnd in der Primetime und Late-Night ausgestrahlt und erzielten in der Late-Night Marktanteile über dem PULS 24 Jahresdurchschnitt von 0,7 % (E12-49): 1,4 % bzw. 1,2 %.[13]

Zusätzlich übertrug PULS 24 die ICE-Hockey League und erzielte damit sehr gute Quoten. Das Spiel (zweites Drittel) EC KAC-Steinbach gegen die Black Wings Linz am 01.04. war die reichweitenstärkste Sendung mit einem Marktanteil von 6,3 % (E12-49) und 88.000 Zuseher:innen (E12+).[7]

Nachhaltigkeit und ESG-Integration

Die PULS 4 TV GmbH & Co KG misst dem Thema Nachhaltigkeit hohe Bedeutung bei. Im Zentrum der Aktivitäten stehen insbesondere Maßnahmen zur Reduktion von Treibhausgasemissionen sowie die kontinuierliche Integration ESG-relevanter Inhalte in das Programmangebot. Im Geschäftsjahr 2025 wurden mehrere Initiativen zur Verringerung des CO_2-Fußabdrucks erfolgreich umgesetzt. Das

[9] Quelle: Ab 1.9.24: AGTT TELETEST 2.0, bis 31.8.24: AGTT / GfK TELETEST; Evogenius M³; 01.01.2025-31.12.2025; personengewichtet; inclusive VOSDAL/Timeshift; TV; „Primetime Filme 2025“
[10] Quelle: Joyn Data Warehouse (DWH) „JOYN Formatreportings 2025“ und “JOYN Top 20 Formate Live 2025”
[11] Quelle: Ab 1.9.24: AGTT TELETEST 2.0, bis 31.8.24: AGTT / GfK TELETEST; Evogenius M³; 01.01.2025-31.12.2025; personengewichtet; inclusive VOSDAL/Timeshift; TV; „WSK Public Value P24 2025“
[12] Quelle: Ab 1.9.24: AGTT TELETEST 2.0, bis 31.8.24: AGTT / GfK TELETEST; Evogenius M³; 01.01.2025-31.12.2025; personengewichtet; inclusive VOSDAL/Timeshift; TV; „P24 WU 2025“
[13] Quelle: Ab 1.9.24: AGTT TELETEST 2.0, bis 31.8.24: AGTT / GfK TELETEST; Evogenius M³; 01.06.2025-28.12.2025; personengewichtet; inclusive VOSDAL/Timeshift; TV; „P24 True-Crime FR&SO 2025”

Unternehmen ist EMAS-zertifiziert. Die PULS 4 TV GmbH & Co KG wird in den Nachhaltigkeitsbericht der ProsiebenSat.1 Media SE einbezogen.[14]

2. Bericht über die voraussichtliche Entwicklung und die Risiken des Unternehmens

– *Voraussichtliche Entwicklung des Unternehmens*

Für das Geschäftsjahr 2026 ist aus heutiger Sicht weiterhin von einem herausfordernden Marktumfeld auszugehen. Neue geopolitische Verwerfungen – etwa im Nahen Osten oder durch US-Handelszölle – mit entsprechenden Auswirkungen auf die Energiepreise dämpfen die zuvor stabilisierten Wirtschaftsprognosen[15] und verstärken sowohl die Konsumzurückhaltung als auch die Volatilität im Werbemarkt. Gleichzeitig erhöhen geopolitisch bewegte Zeiten die Relevanz von News- und Public-Value-Angeboten, da das Informationsbedürfnis der Bevölkerung steigt. Formate mit hoher journalistischer Glaubwürdigkeit – insbesondere in Zeiten von Fake News und KI-generierter Desinformation – gewinnen dadurch zusätzlich an Bedeutung.

Bei PULS 24 sollen tagesaktuelle Berichterstattung, Breaking-News-Formate, aufklärende Public-Value-Inhalte (wie das Medienkompetenzmagazin „Breaking Media“ oder das Talkformat „Wild Umstritten“) sowie Reportagen, die TV-Marktanteile stabilisieren. Die Fortführung textbasierter Nachrichtenformate auf Joyn („Behind the Screens“, www.joyn.at/bts) sowie die Ausspielung von Bewegtbild-Informationsinhalten auf Joyn sollen die Relevanz der Informationsmarke zusätzlich stärken, die Gesamtreichweite weiter erhöhen und ein digitalaffines, jüngeres Publikum ansprechen.

Für PULS 4 wird 2026 aufgrund großer Sportereignisse (Olympische Spiele, Fußball-WM) und dem Eurovision Song Contest im ORF mit einem leicht rückläufigen Marktanteil gerechnet. Die strategische Ausrichtung auf informative Eigenproduktionen (Café Puls, News-, Talk- und Servicemagazine), Nachhaltigkeitsthemen sowie Unterhaltung (Spielfilme, Serien, Sportrechte) in enger Verzahnung mit Joyn wird auch in Zukunft konsequent fortgeführt.

Ziel bleibt es, die Sender PULS 4 und PULS 24 zu stärken und deren Reichweite über lineare und digitale Kanäle weiter auszubauen.

Wirtschaftlich wird erwartet, dass die klassische TV-Vermarktung weiterhin unter Druck bleibt. Zwar wird für 2026 ein Anstieg des Bruttowerbemarkts prognostiziert (+3,9 %)[16], die Netto-TV-Werbemarktentwicklung bleibt jedoch real rückläufig, was sich unter anderem in sinkenden Einnahmen aus der Werbeabgabe widerspiegelt. Gleichzeitig eröffnet die zunehmende Nutzung von Joyn zusätzliche Monetarisierungspotenziale – insbesondere durch adressierbare Werbung, datenbasierte Inhalte und die enge Verzahnung von linearem und digitalem Konsum.

Die PULS 4 TV GmbH & Co KG begegnet diesen Rahmenbedingungen mit einer Multichannel-Strategie in Information und Unterhaltung sowie einer engen Integration mit Joyn als zentrale digitale Plattform der ProSiebenSat.1 PULS4 Gruppe. Investitionen in die Digitalisierung und Automatisierung von Produktionsprozessen sowie in lokale Programminhalte sollen die Wettbewerbsfähigkeit sichern und die Positionierung als relevanter österreichischer Informations- und Unterhaltungsanbieter weiter festigen.

---

[14] Die Nachhaltigkeitsberichterstattung erfolgt im konsolidierten, CSRD-konformen Nachhaltigkeitsbericht 2025 der ProSiebenSat.1 Media SE, auf den an dieser Stelle verwiesen wird.
[15] Vgl. https://www.ihs.ac.at/de/datencenter/konjunkturprognose/
[16] Quelle: Magna Global Advertising Forecast (December 2024), Austria, Television und Digital Pure Players

Um den volkswirtschaftlichen Risiken und strukturellen Veränderungen im Werbemarkt entgegenzuwirken, wird die 2025 begonnene Reorganisation der Organisationsstruktur im Jahr 2026 konsequent fortgeführt. Ziel ist es, die Profitabilität nachhaltig zu stärken und gleichzeitig die Investitionsfähigkeit in neue Inhalte und innovative Produktionstechnologien sicherzustellen. Ergänzend ergeben sich durch die Konzernzugehörigkeit weitere Effizienzpotenziale im Einkauf, im Broadcasting und in der Vermarktung internationaler Kunden.

– *Wesentliche Risiken und Ungewissheiten*

Die PULS 4 TV GmbH & Co KG agiert in einem dynamischen Medienumfeld, das von strukturellen Nutzungsänderungen, technologischen Entwicklungen sowie regulatorischen und wettbewerblichen Rahmenbedingungen geprägt ist. Daraus ergeben sich insbesondere folgende wesentliche Risiken:

Risiko durch verändertes Mediennutzungsverhalten

Die Digitalisierung verändert das Mediennutzungsverhalten nachhaltig: Bewegtbild wird zunehmend zeitversetzt, mobil und über Streaming-Plattformen konsumiert. Das stark wachsende Angebot globaler Dienste (u. a. Netflix, Amazon Prime, HBO Max) beschleunigt diese Fragmentierung und führt zu einem strukturellen Rückgang der linearen TV-Nutzung. In der Zielgruppe E12-49 sank die durchschnittliche tägliche Sehdauer im Jahr 2025 auf 81 Minuten (-6 % vs. VJ). [3]

Die Bewegtbildnutzung fragmentiert sich zunehmend: Nutzerinnen und Nutzer verteilen ihre Aufmerksamkeit auf lineare Angebote, Streaming-Plattformen, Mediatheken, und Social-Media-Plattformen. Vor allem jüngere Zielgruppen erwarten zunehmend jederzeit verfügbare, und personalisiert kuratierte Inhalte, wodurch sich der Medienkonsum weiter auf digitale Plattformen verlagert. Das Unternehmen begegnet diesen strukturellen Veränderungen mit einer konsequenten Plattformstrategie, die auf die enge Verzahnung von linearem TV und digitalen Angeboten setzt.

Rechtesituation und Produktion

Ein wesentliches Risiko liegt in der zunehmend schwierigen Sicherung attraktiver und leistbarer Sportrechte sowie hochwertiger fiktionaler Inhalte für das Free-TV. Der Wettbewerb um exklusive Rechte hat sich durch finanzstarke internationale Streaming- und Pay-TV-Anbieter deutlich verschärft. Gleichzeitig erhöhen inflationsbedingt steigende Produktionskosten für Eigenformate den wirtschaftlichen Druck im werbefinanzierten Free-TV und reduzieren den verfügbaren Spielraum für notwendige Programminvestitionen.

Förderrisiken

Ein weiteres wesentliches Risiko ergibt sich aus der hohen Abhängigkeit der PULS 4 TV GmbH & Co KG von öffentlichen Förderprogrammen. Angesichts der angespannten Budgetlage im öffentlichen Haushalt besteht das Risiko, dass Fördermittel reduziert oder eingestellt werden.

Die Gesellschaft erhält Förderungen insbesondere für digitale Transformationsmaßnahmen sowie für programmbezogene Projekte im mittleren einstelligen Millionenbereich. Diese Mittel ermöglichen die Finanzierung von Nachrichten- und Public-Value-Formaten sowie zentraler Digitalisierungsprojekte.

Ein Rückgang der Fördermittel würde den finanziellen Handlungsspielraum erheblich einschränken und die Fähigkeit beeinträchtigen, Wettbewerbsnachteile gegenüber großen internationalen Plattformanbietern zu mitigieren, die ohne vergleichbare regulatorische Verpflichtungen agieren.

Cyber- und IT-Sicherheitsrisiken

Cyberattacken wie Malware, Phishing oder Ransomware können die Funktionalität und Verfügbarkeit der IT- sowie der Produktions- und Kommunikationssysteme beeinträchtigen. Störungen im Sende-, News- oder Produktionsumfeld könnten Programmunterbrechungen, Umsatzeinbußen und zusätzliche Kosten für Wiederherstellung, Ersatzsysteme oder externe Forensik verursachen. Das Unternehmen begegnet diesen Risiken durch laufende Sicherheitsupdates, Netzwerksegmentierung, Notfall- und Wiederherstellungspläne, regelmäßige Awareness Schulungen sowie konzernweit abgestimmte IT-Sicherheitsmaßnahmen.

Technologische Risiken und Systemausfälle

Neben Cyberangriffen stellen auch höhere Gewalt (z. B. Brand, Wasser, Stromausfall) sowie technische Defekte ein wesentliches Risiko für die Produktions- und Sendeinfrastruktur dar. Der Senderbetrieb ist auf durchgehend verfügbare Systeme angewiesen; Störungen können unmittelbare operative und finanzielle Auswirkungen haben. Das Unternehmen begegnet diesen Risiken durch umfassende Sicherheits- und Vorsorgemaßnahmen wie Betriebsausfallsversicherungen, Brandschutzvorrichtungen, technische Redundanzen, eine Notstromversorgung sowie Notfallpläne.

Programminhalts- und Reputationsrisiken

Inhalte können – insbesondere bei Live-Sendungen, politischen Debatten oder investigativen Formaten – reputationsrelevante Risiken bergen. Daher bestehen konzernweit definierte Prüfprozesse für Programmentscheidungen und Inhaltskontrollen, um mögliche Reputationsschäden zu verhindern.

Markt- und Finanzrisiken

Die PULS 4 TV GmbH & Co KG ist stark von der Entwicklung des nationalen TV-Werbemarkts abhängig, da die klassische TV-Vermarktung weiterhin die zentrale Einnahmequelle darstellt. Konjunkturelle Abschwünge und eine zunehmende Budgetverlagerung hin zu internationalen digitalen Plattformen bergen daher ein wesentliches Risiko. Dies kann zu – auch kurzfristigen Umsatzrückgängen - führen und sich negativ auf die Umsatzrentabilität sowie geplante Investitionen auswirken.

Zur Risikominderung setzt das Unternehmen insbesondere auf die Diversifikation der Erlösquellen (z. B. Lizenzerlöse, technische Dienstleistungen), den Ausbau digitaler Plattformen und Vermarktungsangebote, Effizienzsteigerungen bei Eigenproduktionen und im Betrieb, die Inanspruchnahme relevanter Förderprogramme sowie eine enge Zusammenarbeit mit dem Werbevermarkter ProSiebenSat.1 PULS 4, um frühzeitig auf Markttrends reagieren zu können.

Zum Bilanzstichtag bestanden keine derivativen Finanzinstrumente. Das Unternehmen setzt keine Derivate zur Absicherung oder zu spekulativen Zwecken ein.

3. Forschung und Entwicklung

Im Geschäftsjahr 2025 sind keine Aufwendungen für Forschung und Entwicklung angefallen.

4. Bericht über den Bestand sowie den Erwerb und die Veräußerung eigener Anteile

Im Geschäftsjahr 2025 wurden keine eigenen Geschäftsanteile erworben, gehalten oder veräußert.

5. Berichterstattung über wesentliche Merkmale des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess

Die PULS 4 TV GmbH & Co ist in das konzernweite interne Kontroll- und Risikomanagementsystem der ProSiebenSat.1 Media SE eingebunden. Ziel dieser Systeme ist die frühzeitige Identifikation und Mitigation von Risiken, die Sicherstellung einer verlässlichen Finanzberichterstattung sowie die Einhaltung aller gesetzlichen Vorgaben.

Das interne Kontrollsystem orientiert sich an den COSO-Grundsätzen und umfasst präventive und detektivische Maßnahmen entlang des Finanzberichterstattungsprozesses, einschließlich funktionaler Trennungen, Vier-Augen-Prinzip und regelmäßiger Abstimmungen. Die Rollen und Verantwortlichkeiten folgen dem „Three-Lines-of-Defense"-Modell mit einer klaren Abgrenzung zwischen operativen Einheiten, Controlling/Compliance und der Internen Revision.[17]

Das Risikomanagementsystem erfasst, bewertet und überwacht relevante Risiken systematisch. Die Risikoerhebung sowie die Berichterstattung erfolgen über das konzernweit eingesetzte GRC-Tool „Risk2Chance", wobei Risiken regelmäßig aktualisiert und an das Konzernrisikomanagement berichtet werden.

6. Angaben zu Kapital-, Anteils-, Stimm- und Kontrollrechten und damit verbundenen Vereinbarungen

Die PULS 4 TV GmbH & Co KG wird von der PULS 4 TV GmbH als persönlich haftender Gesellschafterin (Komplementärin) vertreten. Kommanditistin ist die ProSiebenSat.1 PULS 4 GmbH, die zugleich mittelbar über die Seven.One Entertainment Group GmbH, Unterföhring (Deutschland), in den Konzern der ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring (Deutschland), eingebunden ist. Besondere Stimmrechts- oder Kontrollvereinbarungen bestehen nicht.

Wien, am 31. März 2026

Die Geschäftsführung

DI (FH) Thomas Gruber

DI Bernhard Albrecht

[17] Vgl. IKS-Handbuch ProSiebenSat.1 Media SE