LAGEBERICHT FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2025

1. Bericht über den Geschäftsverlauf und die wirtschaftliche Lage

– *Geschäftstätigkeit*

Die SAT.1 Privatrundfunk- und Programmgesellschaft m.b.H. betreibt das österreichische SAT.1-Fensterprogramm und ergänzt das von der Seven.One Entertainment Group, Unterföhring (Deutschland), bereitgestellte deutsche Rahmenprogramm um österreichische Programme und regionale Werbefenster. Die Ausstrahlung erfolgt über alle Distributionsebenen, d.h. Satellit, Kabel/IPTV, terrestrische Frequenzen sowie internetbasierte OTT-Plattformen und erstreckt sich auf das gesamte österreichische Staatsgebiet. Das österreichische SAT.1-Programm wird in Zusammenarbeit mit lokal ansässigen Produktionsunternehmen realisiert.

– *Geschäftsverlauf*

Der Marktanteil vom Sender SAT.1 Österreich lag im Jahr 2025 in der für die Werbewirtschaft maßgeblich relevanten Zielgruppe E12-49 Jahre bei 3,4 % (VJ: 3,3 %) und zeigte damit ein leichtes Wachstum. In der Gesamtbevölkerung (Zielgruppe E12+) erreichte der Sender einen stabilen Jahreswert von 2,1 % (VJ: 2,1 %)[1].

Die tagesaktuellen Nachrichtenformate entwickelten sich positiv: „SAT.1 Österreich Aktuell“ steigerte den Marktanteil in der Zielgruppe E12-49 Jahre auf 2,2 % (Vorjahr: 1,7 %)[2]. Das werktägliche Frühstücksformat „Café Puls“ erzielte einen Marktanteil (E12-49) von 4,0 % (Vorjahr: 4,1 %)[3]. Das im Jahr 2025 neu gestartete Vorabendmagazin „Treffpunkt Österreich“ erreichte im zweiten Halbjahr einen Marktanteil (E12-49) von 1,7 %[4].

Diese Informationsformate leisten einen wesentlichen Beitrag zur Profilbildung von SAT.1 Österreich, erhöhen die Relevanz aus Zuseher:innensicht und stärken die Positionierung des Senders innerhalb der österreichischen Kabelnetze.

Der österreichische Werbemarkt verzeichnete auf Basis der durch Focus Media Research gemessenen Bruttowerbeausgaben im Jahr 2025 einen leichten Rückgang. Die TV-Bruttowerbeausgaben beliefen sich auf EUR 1.408 Mio. (VJ: EUR 1.459 Mio.), wobei Privat-TV gegenüber 2024 ein Minus von -2,6 % verzeichnete.[5] 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.

---

[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; „MA P7S1P4 2024 vs. 2025“

[2] 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 „News Sat.1 Ö“

[3] Quelle: Ab 1.9.24: AGTT TELETEST 2.0, bis 31.8.24: AGTT / GfK TELETEST; Evogenius M³; 02.01.2024-31.12.2025; personengewichtet; inclusive VOSDAL/Timeshift; TV-Zeitintervall: 06:00:00 - 09:00:00 „Sat.1 Ö Cafe Puls“

[4] Quelle: Ab 1.9.24: AGTT TELETEST 2.0, bis 31.8.24: AGTT / GfK TELETEST; Evogenius M³; 02.06.2025-31.12.2025; personengewichtet; inclusive VOSDAL/Timeshift; TV; „TPÖ 2025“

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

Der Umsatz der SAT.1 Privatrundfunk und Programmgesellschaft m.b.H. betrug im Geschäftsjahr 2025 TEUR 18.799 (Vorjahr: TEUR 21.833), das Ergebnis vor Steuern TEUR 2.692 (Vorjahr: TEUR 4.445). Die Umsatzentwicklung war somit trotz eines leichten Anstiegs des TV-Marktanteils rückläufig.

Der Jahresüberschuss belief sich auf TEUR 5.348 (Vorjahr: TEUR 9.521). Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr ist insbesondere darauf zurückzuführen, dass das Ergebnis 2024 einmalige Körperschaftsteuergutschriften aus einem im Frühjahr 2024 abgeschlossenen Verständigungsverfahren zwischen Österreich und Deutschland betreffend die Jahre 2004-2016 enthielt. Im Geschäftsjahr 2025 wirkte sich erneut eine Körperschaftsteuerrückerstattung positiv auf das Ergebnis aus. Grundlage hierfür war die im Jahr 2025 erreichte Einigung im Verständigungsverfahren für die Jahre 2017-2021, in deren Folge die zu hoch besteuerten Erträge korrigiert und die Rückerstattung entsprechender Steuerbeträge einschließlich Anspruchszinsen bilanziell berücksichtigt wurden. Eine Auszahlung erfolgte bis zum Bilanzstichtag noch nicht.

Infolge dieser Sondereffekte und des Gewinnvortrags erhöhte sich die Bilanzsumme im Jahr 2025 auf TEUR 14.713, was einem Zuwachs von +18 % entspricht.

- *Bericht über die Zweigniederlassungen*

Die Gesellschaft SAT.1 Privatrundfunk und Programmgesellschaft m.b.H. verfügt über keine Zweigniederlassungen.

- *Finanzielle und nicht finanzielle Leistungsindikatoren*

Bei der Berichterstattung über finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren sollen die für die SAT.1 Privatrundfunk und Programmgesellschaft m.b.H. wesentlichen Kennzahlen dargestellt, und der Geschäftsverlauf verdeutlicht werden.

Finanzielle Leistungsindikatoren[6]:	2025	2024
Jahresüberschuss	5.439 T€	9.521 T€
Bilanzsumme	14.713 T€	12.485 T€
Eigenkapital	12.197 T€	9.758 T€
Eigenkapitalquote	83 %	78 %
Working Capital Ratio	585 %	458 %
Umsatzrentabilität	12,5 %	17,4 %
Geldfluss aus der Geschäftstätigkeit	1.459 T€	8.590 T€
Geldfluss aus der Investitionstätigkeit	203 T€	642 T€
Geldfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-3.000 T€	-3.673 T€

Die finanziellen Leistungsindikatoren zeigen im Geschäftsjahr 2025 einen Umsatzrückgang von rund 14 % sowie einen Rückgang des Jahresüberschusses um rund 43 % gegenüber dem Vorjahr. Bilanzsumme (+18 %) und Eigenkapital (+25 %) erhöhten sich; daraus resultierten eine um 5 Prozentpunkte höhere Eigenkapitalquote (83 %) sowie eine um 127 Prozentpunkte gestiegene Working-Capital-Ratio (585 %). Beide Kennzahlen enthalten einmalige Effekte aus

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

Körperschaftssteuergutschriften und Anspruchszinsen aus einem im Jahr 2025 abgeschlossenem Verständigungsverfahren. Die Umsatzrentabilität verringerte sich hingegen auf 12,5 % (Vorjahr: 17,4 %), da der Rückgang im Betriebsergebnis stärker ausfiel als der Umsatzrückgang. Der operative Geldfluss lag – bedingt durch den nicht zahlungswirksamen Sondereffekt sowie die rückläufige wirtschaftliche Entwicklung – unter dem Vorjahresniveau.

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

Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren:

Zu den Highlights im Programmbereich der Primetime zählten 2025 die Fußballübertragungen der „RAN FIFA Fußball Klub-WM". Das Finale zwischen Chelsea und Paris Saint-Germain erreichte mit 13,5 % Marktanteil (E12-49) die höchste Zuseher:innen Reichweite des Jahres. Zu den erfolgreichsten Filmen zählten die Weihnachts-Klassiker „Kevin allein zu Haus" (18,8 %) und „Kevin allein in New York" (17,4 %). Im Unterhaltungsbereich überzeugte „The Voice of Germany" mit einem Marktanteil von 11,0 % (E12-49). Große Beliebtheit erzielten zudem die Kochformate „Das große Backen - Die Profis" (7,9 %), „Das große Backen" (6,7 %) sowie „The Taste" (6,8 %). Auch „Promi Big Brother" verzeichnete mit 6,5 % Marktanteil (E12-49) wieder gute Werte.[7]

Die technische Reichweite von SAT.1 Österreich lag im Jahr 2025 bei 98 % (Vorjahr: 96 %). Dies entspricht rund 3,8 Mio. Haushalten[8] in Österreich.

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

– *Voraussichtliche Entwicklung des Unternehmens*

Das Jahr 2026 gestaltet sich aufgrund eines fortschreitenden Reichweitenrückgangs im linearen Fernsehen (TV-Nutzung in Minuten 2025: 165min -2,7 % vs. 2024, Basis: Teletest Gesamtbevölkerung E12+)[9], einer weiter steigenden Nutzung alternativer Medienangebote (Streaming Dienste wie Netflix, Amazon Prime, Pluto TV und neu seit Jänner 2026 HBO Max), sowie schwieriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen infolge geopolitischer Krisen und anhaltender Inflation[10] als herausfordernd.

Alle führenden Wirtschaftsprognosen gehen - ohne Berücksichtigung neuer geopolitischer Risiken – gegen Ende 2025 von einem leichten BIP-Wachstum für Österreich im Jahr 2026 aus (OeNB +0,8 %[11], WIFO +1,2 %[12] und IHS +1,0 %[13]). Für den österreichischen Werbemarkt erwarten Expert:innen ebenfalls eine moderate Erholung. Insbesondere für den TV-Werbemarkt wird ein Anstieg der Bruttowerbeaufwendungen von rund +3,9 %[14] prognostiziert. Damit deutet sich nach

[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 einfügen „Format Hitliste Sat.1 Österreich_2025"
[8] Quelle: AGTT/GfK TELETEST; Evogenius M³; 01.12.2022-31.12.2025; haushaltsgewichtet; inclusive VOSDAL/Timeshift; TV-Zeitintervall; „TRW Dez24 vs. Dez25"
[9] 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"
[10] Prognosen zeigen, dass die Inflation in Österreich im Jahr 2026 voraussichtlich moderat bleiben wird, zwischen 2,4 % (Europäische Kommission; economy-finance.ec.europa.eu) und 2,6 % (WIFO; Inflationsprognose für 2026 bis 2027 - WIFO)
[11] OENB Prognose Wirtschaftsindikatoren: https://www.oenb.at/Statistik/Standardisierte-Tabellen.html
[12] WIFO-Konjunkturprognose #4/2025: https://www.wifo.ac.at/publikationen/
[13] IHS-Konjunkturprognose 12/2025: https://www.ihs.ac.at/de/datencenter/konjunkturprognose/
[14] Quelle: Magna Global Advertising Forecast (Dezember 2025), Austria, Television und Digital Pure Players

einem herausfordernden Marktumfeld der Vorjahre eine leichte Stabilisierung bzw. Erholung an, unterstützt durch eine erwartete konjunkturelle Belebung und eine abgeschwächte Inflationsentwicklung.

Interne Schätzungen gehen dagegen von einem weiterhin rückläufigen Netto-TV-Werbemarkt aus. Vor diesem Hintergrund rechnet die SAT.1 Privatrundfunk und Programmgesellschaft m.b.H. für 2026 mit einer leicht negativen Umsatzentwicklung gegenüber dem Vorjahr. Für das Geschäftsjahr 2026 wird jedoch ein positiver Jahresüberschuss sowie eine ausreichende Liquiditätssituation erwartet.

– *Wesentliche Risiken und Ungewissheiten*

Der lineare TV-Markt in Österreich befindet sich weiterhin im strukturellen Wandel. Die durchschnittliche tägliche Sehdauer ist insbesondere in der werberelevanten Zielgruppe E12–49 rückläufig und lag im Jahr 2025 bei 81 Minuten (-6 % vs. VJ und -40 % vs. 2020).[15] Dieser Trend wird sich laut Prognosen der Universität Salzburg und mediareports GbR bis 2030 fortsetzen.[16]

Trotz dieser Entwicklung bleibt das lineare Fernsehen in bestimmten Nutzungssituationen - etwa bei Nachrichten- und Live-Sportformaten - ein relevanter Bestandteil der Mediennutzung.

Parallel dazu verlagern sich Werbebudgets zunehmend in den digitalen Bereich. Während das Nettowerbevolumen im linearen TV rückläufig ist, verzeichnen digitale Plattformen deutliche Zuwächse. Diese Entwicklung stellt sowohl programmlich als auch vermarktungstechnisch neue Anforderungen an TV-Anbieter. Die strukturelle Verlagerung der Werbeausgaben in Richtung digitaler Medien zeigt sich auch in den staatlichen Abgabenstatistiken: Während das Aufkommen aus der Digitalsteuer seit ihrer Einführung kontinuierlich steigt, entwickeln sich die Einnahmen aus der Werbeabgabe deutlich schwächer und gehen im Verhältnis zur Digitalsteuer zurück. Dies unterstreicht den nachhaltigen Budgetshift vom linearen TV hin zu digitalen (Werbe-) Plattformen.[17]

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

3. Forschung und Entwicklung

Die Gesellschaft SAT.1 Privatrundfunk und Programmgesellschaft m.b.H. hat keine Forschungs- oder Entwicklungsaktivitäten.

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

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

---

[15] 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

[16] Universität Salzburg, Fachbereich Kommunikationswissenschaft & mediareports GbR (2019): „Lineares Fernsehen 2030 in Österreich“. Studie im Auftrag der Österreichischen Rundfunksender GmbH & Co KG (ORS), Salzburg/Freiburg. Online verfügbar unter: https://www.ors.at/fileadmin/user_upload/ors/downloads/Studie_Lineares_Fernsehen_2030_in_OEsterreich_Universitaet_Salzburg_und_der_mediareports_GbR_.pdf

[17] Focus, Werbebilanz Dezember 2025, Daten des BMG zur Digitalsteuer und Werbeabgabe

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

Die SAT.1 Privatrundfunk- und Programmgesellschaft m.b.H. ist in das konzernweite interne Kontroll- und Risikomanagementsystem der ProSiebenSat.1 Media SE eingebunden. Diese Systeme gewährleisten die Identifikation und Überwachung wesentlicher Risiken, die Verlässlichkeit der Finanzberichterstattung sowie die Einhaltung gesetzlicher und interner 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.[18]

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 SAT.1 Privatrundfunk und Programmgesellschaft m.b.H ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der Seven.One Entertainment Group GmbH, Unterföhring (Deutschland), und damit mittelbar in den Konzern der ProSiebenSat.1 Media SE Unterföhring (Deutschland) eingebunden. Besondere Vereinbarungen über Stimm- oder Kontrollrechte bestehen nicht.

Wien, am 31. März 2026

Die Geschäftsführung

Mag. Aleksandar Tosic

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