

# CONSTANTIN MEDIEN AG



GESCHÄFTSBERICHT 2014

# Vereinfachte Konzernstruktur

Stand 31. Dezember 2014

**CONSTANTIN**  
MEDIEN AG

Wesentliche Tochtergesellschaften der Constantin Medien AG

100%

**sport1**

**sport1MEDIA**

**PLAZAMEDIA**

52,39%

 **Highlight**

Wesentliche Tochtergesellschaften der Highlight Communications AG

100%

**TEAM**  
MARKETING

*Constantin Film*

**RAINBOW**  
HOME ENTERTAINMENT

**constantin**  
entertainment

68,99%

**HIGHLIGHT**  
EVENT &  
ENTERTAINMENT

## Kennzahlen

in Mio. Euro

	31.12.2014	31.12.2013*
Langfristige Vermögenswerte	235,1	267,1
Filmvermögen	133,3	172,2
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	32,9	32,1
Bilanzsumme	424,7	493,5
Gezeichnetes Kapital	93,6	85,1
Eigenkapital	62,5	54,9
Eigenkapitalquote (in Prozent)	14,7%	11,1%
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	97,6	109,6
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	67,6	124,0
	<b>1.1. bis 31.12.2014</b>	<b>1.1. bis 31.12.2013*</b>
Umsatzerlöse	487,8	458,3
Sport	148,2	147,4
Film	295,6	268,3
Sport- und Event-Marketing	41,1	39,7
Übrige Geschäftsaktivitäten	2,9	2,9
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	123,4	94,0
Abschreibungen und Wertminderungen	-102,0	-86,1
Betriebsergebnis (EBIT)	21,4	7,9
Ergebnis vor Steuern (EBT)	8,4	-3,1
Ergebnisanteil Anteilseigner	-3,3	-11,0
Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit	122,3	79,1
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-68,0	-120,2
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	-64,2	33,4
	<b>31.12.2014</b>	<b>31.12.2013</b>
Anzahl Aktien in Umlauf in Mio.	86,2	77,7
Aktienkurs in Euro	1,30	1,69
Marktkapitalisierung (bezogen auf Aktien in Umlauf)	112,1	131,3
	<b>1.1. bis 31.12.2014</b>	<b>1.1. bis 31.12.2013*</b>
Durchschnittliche Aktienzahl (unverwässert) in Mio.	81,5	77,7
Ergebnis je Aktie (unverwässert) in Euro	-0,04	-0,14
Ergebnis je Aktie (verwässert) in Euro	-0,04	-0,14
Mitarbeiter (Stichtag)	1.512	1.496

\*Die Vorjahreszahlen sind angepasst worden (siehe Anhangsangaben Kapitel 2.1, Änderung in der Rechnungslegung und Bilanzierung)

# Das Jahr

## Januar 2014

Zum 1. Januar wechselt Bernhard Burgener, Vorstandsvorsitzender der Constantin Film AG, in den Aufsichtsrat des Unternehmens. Er wird zum Vorsitzenden dieses Gremiums gewählt, nachdem der bisherige Amtsinhaber Fred Kogel sein Mandat vorzeitig niedergelegt hatte.

Bei der Verleihung des Bayerischen Filmpreises wird der Constantin Film-Blockbuster „Fack Ju Göhte“ Mitte Januar mit dem Publikumspreis ausgezeichnet. Die Constantin Film-Koproduktion „Ostwind“ erhält die Auszeichnung in der Kategorie bester Kinder- und Jugendfilm des Jahres 2013.

Seit Ende Januar ist SPORT1 US in SD- und HD-Qualität auch über Entertain, die Pay-TV-Plattform der Deutschen Telekom, verfügbar.

## Februar 2014

Von den Olympischen Winterspielen in Sotschi 2014 zeigt SPORT1 insgesamt 27 Spiele der Eishockey-Turniere der Männer und Frauen live im Free-TV und im Livestream auf SPORT1.de.

## März 2014

Mitte März gibt SPORT1 den Erwerb der Pay-TV-Verwertungsrechte an der Major League Baseball (MLB) für die nächsten drei Spielzeiten für den deutschsprachigen Raum bekannt. Die MLB wird auf SPORT1 US ausgestrahlt.

Mitte März wird die Constantin Film-Koproduktion „3096 Tage“ mit dem Deutschen Hörfilmpreis in der Kategorie Kino ausgezeichnet. Die Constantin Film-TV-Serie „Dahoam is Dahoam“ wird mit dem Publikumspreis gewürdigt.

## April 2014

Anfang April erwirbt SPORT1 Übertragungsrechte am FIBA Basketball World Cup 2014 vom 30. August bis 14. September in Spanien.

## Mai 2014

Anfang Mai gibt SPORT1 den Erwerb der Pay-TV-Verwertungsrechte an der National Hockey League (NHL) für die Spielzeiten 2014/15 bis 2015/16 bekannt. Die NHL wird ab Oktober 2014 auf SPORT1 US ausgestrahlt.

Am 9. Mai wird „Fack Ju Göhte“ mit dem Deutschen Filmpreis als „besucherstärkster Film“ ausgezeichnet. Die Constantin Film-Koproduktion „Ostwind“ erhält die Auszeichnung als „bester Kinderfilm“ des Jahres 2013.

Am 19. Mai beendet die Constantin Medien AG die Verhandlungen mit der Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG im Zusammenhang mit dem am 5. Dezember 2013 vereinbarten Verkauf von 100 Prozent der Anteile an der PLAZAMEDIA-Gruppe und von jeweils 25,1 Prozent an der Sport1 GmbH und Sport1 Media GmbH (zuvor Constantin Sport Marketing GmbH).

## Juni 2014

PLAZAMEDIA erbringt während der FIFA WM 2014™ in Brasilien umfangreiche Produktionsdienstleistungen – unter anderem für das ZDF und HBS.

Auf dem Kongress des europäischen Kinoverbands UNIC wird die Con-

stantin Film AG Mitte Juni für ihre Leistung in den vergangenen 30 Jahren mit dem CineEurope Independent Film Award ausgezeichnet.

## Juli 2014

Zum 1. Juli schließt SPORT1 eine Kooperation im Bereich Multichannel-Network mit Studio71, im Rahmen derer die bestehenden YouTube-Channels von SPORT1 weiterentwickelt und um neue Kanäle ergänzt werden.

Am 4. Juli platziert die Constantin Medien AG 8.469.220 neue Aktien bei ausgewählten Investoren im Rahmen einer Kapitalerhöhung gegen Bareinlagen unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre. Durch die Kapitalerhöhung fließt der Gesellschaft ein Netto-Emissionserlös von 10,3 Mio. Euro zu.

Die ordentliche Hauptversammlung der Constantin Medien AG wählt am 30. Juli Jean-Baptiste Felten und René Camenzind neu in den Aufsichtsrat der Gesellschaft. Die bisherigen Aufsichtsratsmitglieder Werner E. Klatten und Fred Kogel scheidern aus dem Gremium aus. Dr. Dieter Hahn wird im Anschluss zum neuen Aufsichtsratsvorsitzenden gewählt.

Im Juli erzielt SPORT1.de den besten Unique-User-Wert seiner Geschichte: Mit 3,57 Mio. Unique Usern liegt die Online-Plattform auch deutlich über dem Wert des Vorjahres mit 2,92 Millionen.

Am 31. Juli startet der umfassende Relaunch sämtlicher Online- und Mobile-Angebote von SPORT1, der in mehreren Schritten mit umfangreichen Neuerungen durchgeführt wird.

## August 2014

Am 28. August zahlt die Constantin Medien AG die 9% Unternehmensanleihe 2010/2015 im Volumen von 30,0 Mio. Euro vorzeitig vollständig zurück.

## September 2014

SPORT1 erwirbt von der Deutschen Telekom die Free-TV-Rechte an der Beko Basketball Bundesliga für die Spielzeiten 2014/15 und 2015/16.

„Fack Ju Göhte“ setzt auch in der Home-Entertainment-Auswertung neue Maßstäbe und übertrifft Ende September die Grenze von einer Million verkaufter DVDs und Blu-rays.

## Oktober 2014

Seit 9. Oktober präsentiert sich die Vermarktungs-Tochtergesellschaft Constantin Sport Marketing mit neuer Positionierung, erweitertem Leistungsspektrum und unter dem neuem Namen SPORT1 MEDIA – mit klarer Fokussierung auf die Vermarktung der Angebote unter der Dachmarke SPORT1.

## November 2014

Vom ADAC erwirbt SPORT1 Ende November umfassende Verwertungsrechte mit Live- und Magazinberichterstattung am ADAC GT Masters für die Saison 2015.

## Dezember 2014

Am 11. Dezember wird die Fortführung der erfolgreichen Marketingkooperation zwischen den Wiener Philharmonikern und der Highlight Event AG bis ins Jahr 2022 bekannt gegeben.



## Inhalt

### Das Unternehmen

5	Vorwort des Vorstandsvorsitzenden
8	Organe
9	Bericht des Aufsichtsrats
12	Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289a HGB
16	Die Aktie der Constantin Medien AG

### Zusammengefasster Konzernlage- und Lagebericht

24	1. Grundlagen des Konzerns
29	2. Wirtschaftsbericht
59	3. Personalbericht
59	4. Nachtragsbericht
59	5. Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289a HGB
60	6. Vergütungsbericht
63	7. Angaben und Erläuterungen gemäß §§ 289 Abs. 4 und 315 Abs. 4 HGB
65	8. Risiko- und Chancenbericht
79	9. Internes Kontrollsystem und Risikomanagementsystem bezogen auf den Konzernrechnungslegungsprozess
80	10. Prognosebericht

#### Zukunftsbezogene Aussagen

Dieser Geschäftsbericht enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf Einschätzungen künftiger Entwicklungen seitens des Vorstands basieren. Eine Reihe außerhalb der Kontrolle des Unternehmens stehender Faktoren wie zum Beispiel Änderungen des allgemeinen wirtschaftlichen und geschäftlichen Umfelds sowie die Realisierung einzelner Risiken

oder das Eintreten ungewisser Ereignisse können zur Folge haben, dass die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den Prognosen abweichen. Die Constantin Medien AG beabsichtigt nicht, die in dem Geschäftsbericht enthaltenen zukunftsbezogenen Aussagen fortlaufend zu aktualisieren.

## Konzernabschluss

90	Konzernbilanz
92	Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
93	Konzern-Gesamtergebnisrechnung
94	Konzern-Kapitalflussrechnung
96	Konzern-Eigenkapital-Veränderungsrechnung
98	Anhangsangaben
98	1. Allgemeine Erläuterungen
98	2. Rechnungslegung
105	3. Angaben zum Konsolidierungskreis
109	4. Beschreibung der angewendeten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden
124	5. Ermessensausübung/Schätzungsunsicherheiten
126	6. Erläuterungen zu einzelnen Posten der Bilanz
151	7. Erläuterungen zu einzelnen Posten der Gewinn- und Verlustrechnung
155	8. Angaben zum finanziellen Risikomanagement
170	9. Segmentberichterstattung
172	10. Haftungsverhältnisse, Eventualverbindlichkeiten und sonstige finanzielle Verpflichtungen
174	11. Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen
175	12. Angaben zu Ereignissen nach dem Bilanzstichtag
176	13. Sonstige Pflichtangaben
180	Versicherung der gesetzlichen Vertreter
181	Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

## Jahresabschluss

182	Bilanz (HGB)
184	Gewinn- und Verlustrechnung (HGB)

## Finanzkalender

185	Finanzkalender 2015
185	Impressum

# DAS UNTERNEHMEN





## Vorwort des Vorstandsvorsitzenden

### Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

der Constantin Medien-Konzern hat sich im Jahr 2014 strategisch und wirtschaftlich positiv entwickelt und die eigenen Erwartungen übertroffen. Vor allem im zweiten Halbjahr zeigte unser Unternehmen ein dynamisches Wachstum, insbesondere getragen durch die Segmente Sport und Film. In der Folge konnten wir das Betriebsergebnis (EBIT) im Gesamtjahr auf 21,4 Mio. Euro nahezu verdreifachen. Erfreulich ist dabei, dass alle operativen Segmente zur Steigerung des EBIT beitrugen.

Das Konzernjahresergebnis verbesserte sich um 10,3 Mio. Euro auf 3,9 Mio. Euro. Der darin enthaltene Ergebnisanteil Anteilseigner war mit -3,3 Mio. Euro nicht nur deutlich besser als im Vorjahr mit -11,0 Mio. Euro, sondern lag auch über der Prognose von -13 Mio. Euro bis -15 Mio. Euro, die wir im Mai 2014 nach der Absage des Verkaufs der PLAZAMEDIA an Sky kommuniziert hatten. Auch die im November 2014 auf -7 Mio. Euro bis -9 Mio. Euro angepasste Ergebnisprognose konnten wir nochmals übertreffen. Der Konzernumsatz erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 6,4 Prozent auf 487,8 Mio. Euro und lag damit voll im Rahmen unserer Erwartungen. Diese Kennzahlen zeigen, dass sich Constantin Medien wirtschaftlich in die richtige Richtung bewegt – auch wenn wir das Erreichte natürlich nur als einen Zwischenschritt auf dem Weg zu stabilen positiven Ergebnissen sehen.

Im Segment Sport haben wir im vergangenen Jahr weitere Fortschritte bei der digitalen Transformation unserer Aktivitäten erreicht. Die Erfolge bei der bereits 2012 eingeleiteten Neuausrichtung des Segments, insbesondere bei den Plattformen unter der Dachmarke SPORT1, werden immer klarer sichtbar. Es gelingt uns, die hohen Investitionen, die wir 2013 und 2014 in Programm, Produktion und zahlreiche multimediale Plattformen getätigt haben, zunehmend zu monetarisieren.

Der Free-TV-Sender SPORT1 erzielte 2014 in der Kernzielgruppe der 14 bis 49-jährigen Männer mit 1,3 Prozent einen guten Marktanteil, wenn man den starken Wettbewerb durch das Mega-Event FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ berücksichtigt. SPORT1+ und SPORT1 US konnten ihre Abonnentensbasis weiter leicht verbreitern und sind in dem Wachstumsmarkt Pay-TV zu festen Größen geworden. Weiterhin positiv entwickelten sich die kumulierten Zugriffszahlen unserer Online- und Mobile-Angebote. Dem weiterhin starken Shift von der Online- hin zur Mobile-Nutzung entsprechend, setzte ins-

besondere der Mobile-Bereich mit signifikanten Zuwächsen neue Maßstäbe: Die Page Impressions konnten um 67 Prozent auf rund 280 Millionen und die Visits um 25 Prozent auf rund 35 Millionen im Monatsdurchschnitt gesteigert werden. Auch die Zugriffszahlen im Video-Bereich konnten wir im vergangenen Jahr, unter anderem durch den Ausbau unserer SPORT1-YouTube-Kanäle, deutlich steigern – um 17,1 Prozent auf 5,9 Mio. Video-Abrufe.

Vor diesem Hintergrund steigerte das Segment Sport 2014 den Umsatz leicht auf 148,2 Mio. Euro und kompensierte damit erfolgreich den Umsatzwegfall des Bundesliga-Senders LIGA total!, der bis Mitte 2013 noch enthalten war. Das Segmentergebnis verbesserte sich, auch aufgrund gesunkener Material- und Lizenzaufwendungen, von minus 3,2 Mio. Euro im Vorjahr auf einen Gewinn von 3,7 Mio. Euro.

Das Segment Film profitierte im Jahr 2014 von seiner breiten Abdeckung der Auswertungskette, die den Ausgleich unterschiedlicher Entwicklungen in den einzelnen Geschäftsfeldern ermöglicht. So entwickelte sich der Bereich TV-Auftragsproduktion in einem wieder etwas freundlicheren Umfeld für TV-Produzenten in Deutschland über den Erwartungen. Auch das Geschäftsfeld Home Entertainment zeigte ein starkes Wachstum, vor allem dank des sehr guten Absatzes der Neuveröffentlichungen „Fack Ju Göhte“ und „Chroniken der Unterwelt – City of Bones“. Die Erfolgskomödie „Fack Ju Göhte“, die seit ihrem Kinostart Ende Oktober 2013 insgesamt mehr als 7 Mio. Zuschauer begeisterte, setzte auch im digitalen Home-Entertainment-Vertrieb neue Maßstäbe in der Branche. Die Erlöse im Bereich Kinoverleih lagen in einem etwas schwächeren deutschen Kinomarkt, der auch durch die Fußballweltmeisterschaft beeinflusst war, erwartungsgemäß unter Vorjahr. Vor allem im vierten Quartal gab es bei Constantin Film planmäßig weniger Filmstarts als im gleichen Zeitraum 2013. Insgesamt brachte die Constantin Film-Gruppe 2014 14 Filme in die deutschen Kinos. Mit einem Besucher-Marktanteil in Deutschland von 7,5 Prozent konnte sie dabei ihren Spitzenplatz unter den Independent-Verleihern erneut bestätigen. Maßgeblich hierfür waren die Constantin Eigenproduktionen „Fack Ju Göhte“, die im Jahr 2014 noch einmal mehr als 1,7 Mio. Kinobesucher begeisterte, die Komödie „Männerhort“ und das Jugendabenteuer „Fünf Freunde 3“ mit jeweils knapp 1,2 Mio. Zuschauern. Gute Besucherzahlen erzielten auch der Lizenztitel „Die Mannschaft“ mit rund 850.000 Zuschauern. International erfolgreich war in 2014 die Constantin Film-Produk-

tion „Pompeii“. In der Summe stieg der Umsatz des Segments Film 2014 um 10,2 Prozent auf 295,6 Mio. Euro. Das Segmentergebnis nahm um 4,4 Mio. auf 9,1 Mio. Euro zu.

Leicht über den Erwartungen entwickelte sich im Jahr 2014 das Segment Sport- und Event-Marketing mit einem Umsatzanstieg um 3,5 Prozent auf 41,1 Mio. Euro. Das Segmentergebnis verbesserte sich um 14,8 Prozent auf 16,3 Mio. Euro. Sehr erfolgreich verlief die Vermarktung der kommerziellen TV- und Sponsorenrechte der UEFA Champions League und der UEFA Europa League jeweils für den Spielzeiten 2015/16 bis 2017/18 durch unsere Schweizer Vermarktungstochter TEAM. In einem schwierigen Marktumfeld ist es TEAM gelungen im Bereich der TV-Rechte weltweit zahlreiche Verträge für beide Wettbewerbe abzuschließen und die Verhandlungen im Bereich der Sponsorenrechte weiter voranzutreiben, sodass in absehbarer Zeit mit weiteren Abschlüssen zu rechnen ist. Das Zuschauerinteresse für die beiden Klubwettbewerbe ist ungebrochen. So erreichte das in mehr als 200 Länder übertragene UEFA Champions League-Finale im Mai 2014 in der Spitze rund 380 Mio. Zuschauer weltweit und bestätigte damit einmal mehr seinen Status als meistgesehenes jährliches Sport-Event auf dem Globus.

Das Segment Übrige Geschäftsaktivitäten konnte bei konstantem Umsatz von 2,9 Mio. Euro das Segmentergebnis dank Kosteneinsparungen deutlich um 1,7 Mio. Euro auf -1,6 Mio. Euro verbessern. Einmal mehr konnte die Highlight Event AG die Vermarktung der Wiener Philharmoniker und des Eurovision Song Contests mit Gewinn abschließen. Und auch das erstmals betreute Projekt „Eurovision Young Musicians“ konnte von der Highlight Event AG erfolgreich umgesetzt werden. Anfang Dezember 2014 wurde darüber hinaus der Agenturvertrag zwischen der Highlight Event AG und den Wiener Philharmonikern vorzeitig bis zum Jahr 2022 verlängert.

Ein wichtiges Ziel des Berichtsjahres war die Sicherung einer soliden Finanzierungsbasis für unseren Konzern. Nachdem die Constantin Medien AG im Vorjahr bereits erfolgreich eine fünfjährige Unternehmensanleihe im Volumen von 65 Mio. Euro begeben hatte, folgten im Juli 2014 mit einer Barkapitalerhöhung unter Bezugsrechtsausschluss (Nettoerlös: 10,3 Mio. Euro) sowie mit der Aufnahme eines Darlehens bei einem Privatinvestor weitere wichtige Bausteine. Die beiden Kapitalmaßnahmen ermöglichten, die 2010 begebene Unternehmensanleihe über nominal 30 Mio. Euro Ende August 2014 vorzeitig und

vollständig zurückzuzahlen und zugleich die Finanzierungskosten des Konzerns zu reduzieren.

Ende 2013 hatten wir mit der Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG den Verkauf von 100 Prozent an der PLAZAMEDIA-Gruppe sowie von je 25,1 Prozent an der Sport1 GmbH und der Vermarktungsgesellschaft Sport1 Media GmbH (zuvor Constantin Sport Marketing GmbH) vereinbart. Der Vollzug der Transaktion stand jedoch unter dem Vorbehalt, dass SPORT1 und PLAZAMEDIA einen neuen mehrjährigen Produktionsrahmenvertrag schließen. Nachdem wir mit Sky trotz langer und intensiver Verhandlungen keine Einigung über diesen Produktionsrahmenvertrag erzielen konnten, trat die Constantin Medien AG von der Vereinbarung zurück. Die PLAZAMEDIA-Gruppe ist und bleibt ein wichtiger Teil unseres Konzerns. Wir sind überzeugt, dass es unserer Sportproduktionstochter mit ihren umfangreichen Kompetenzen gelingen wird, ihre Kundenbasis weiter zu verbreitern, neue Erlösmodelle zu entwickeln und sich auf die Kundenbedürfnisse im digitalen Zeitalter einzustellen.

#### **Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,**

auch im laufenden Jahr 2015 gilt unsere ganze Aufmerksamkeit der konsequenten multimedialen Nutzung und Verbreitung unserer vielfältigen Inhalte. Die Digitalisierung und damit die Konvergenz der Medienformen, Veränderungen in der Nutzung von Endgeräten und die permanente Anbindung der Nutzer an das Internet bleiben die zentralen Entwicklungstreiber in unserer Branche, die Einfluss auf alle unsere operativen Segmente haben.

Vor diesem Hintergrund werden wir 2015 im Sportgeschäft unsere Investitionen in Programme und Plattformen fortsetzen. Mit dem Erwerb umfangreicher audiovisueller Medienrechte an der UEFA Europa League für die Spielzeiten 2015/16 bis 2017/18 hat sich SPORT1 gleich zu Jahresbeginn ein Top-Recht gesichert, das wir plattformübergreifend – von Free-TV über Online/Mobile bis hin zu unserem digitalen Radiosender SPORT1.fm – optimal vermarkten wollen. Auch die Entwicklung neuer mobiler Angebote, die weitere Forcierung der Social-Media-Aktivitäten und der Ausbau des Video-Geschäfts sowie der Ausbau des Leistungsspektrums unseres Multiplattform-Vermarkters SPORT1 MEDIA sind wichtige Handlungsfelder in diesem Jahr. Für das Segment Sport gehen wir 2015 von einer weiteren Steigerung von Umsatz und Ergebnis aus.

Im Segment Film sieht die Kinostaffel für 2015 voraussichtlich 13 Neustarts vor – davon 11 Eigen- und Koproduktionen. Dazu zählen die Komödie „Frau Müller muss weg“, die bislang schon rund eine Million Zuschauer begeisterte. Eine vergleichbare Performance erwarten wir von dem Jugendabenteuer „Ostwind 2“, das Mitte Mai starten wird, sowie „Fack Ju Göhte 2“. Das Sequel des mit Abstand erfolgreichsten Films des Jahres 2013 wird Mitte September 2015 in die deutschen Kinos kommen. Das Geschäftsfeld Home Entertainment wird vor allem von den Neuveröffentlichungen der Constantin Film-Kinoerfolge des vorigen Jahres profitieren. So konnte sich beispielsweise der Lizenztitel „Step Up: All In“, der Anfang Januar auf den Markt kam, direkt auf Rang zwei der deutschen DVD-Verkaufs-Charts platzieren. Ähnliche Verkaufserfolge sind unter anderem von „Männerhort“ und „Fünf Freunde 4“ zu erwarten. Allerdings wird der Bereich Home Entertainment die außergewöhnlich gute Geschäftsentwicklung des Vorjahres nicht erreichen können. Die TV-Auftragsproduktion sollte an die positive Performance des Jahres 2013 anknüpfen. Insgesamt ist für das Segment Film 2015 mit Rückgängen bei Umsatz und Ergebnis auszugehen. Nichtsdestotrotz werden wir alles daran setzen, eine positive Weiterentwicklung im Filmgeschäft für das laufende und kommende Jahr 2016 darzustellen, sowohl mit nationalen als auch mit internationalen kommenden Erfolgen.

Einen unverändert stabilen Ergebnisbeitrag auf hohem Niveau erwarten wir im Segment Sport- und Event-Marketing. Im Zentrum aller Aktivitäten bei TEAM wird die vorzeitige Verlängerung der Zusammenarbeit mit dem langjährigen Partner UEFA für die Vermarktung der UEFA Champions League und UEFA Europa League stehen.

Auf Konzernebene rechnen wir für das Geschäftsjahr 2015 mit einem Umsatz von 450 Mio. Euro bis 490 Mio. Euro. Unter Berücksichtigung der Holding-Kosten sowie der Finanzierungsaufwendungen und Steuern gehen wir dabei von einem auf die Anteilseigner entfallenden Konzernergebnis von 0 Mio. Euro bis 2 Mio. Euro aus.

Im Fokus des Vorstands steht zudem, die Komplexität des Constantin Medien-Konzerns zu reduzieren, damit Kosten weiter zu senken, Prozesse zu beschleunigen und insgesamt an Schlagkraft zu gewinnen. Unser Konzern besteht aus historischen Gründen mit der Constantin Medien AG und der Highlight Communications AG aus zwei börsennotierten Gesellschaften, dazu noch zwei Gesellschaften mit unterschiedlicher Ertrags-

kraft und in zwei Ländern. Mittel- und langfristig wollen wir Optionen erarbeiten, um Doppelstrukturen aufzulösen und die Integration der unterschiedlichen Konzernteile voranzutreiben. Dies betrachten wir nicht nur als wichtigen Schritt zur weiteren Erhöhung der Profitabilität des Konzerns, sondern auch zu dessen besserer Wahrnehmung an der Börse.

Ich danke allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auf allen Ebenen unseres Konzerns für ihren engagierten und erfolgreichen Einsatz im Geschäftsjahr 2014. Ihnen, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, danke ich für Ihre Begleitung und Ihr Vertrauen in unsere Gesellschaft. Ich würde mich freuen, wenn wir gemeinsam den Wandel von Constantin Medien weiter vorantreiben.

Mit freundlichen Grüßen



Bernhard Burgener  
Vorsitzender des Vorstands

## Organe

### Vorstand

Der Vorstand der Constantin Medien AG wurde zum 1. Oktober 2014 von zwei auf drei Personen erweitert. Zum 31. Dezember 2014 setzte sich der Vorstand der Gesellschaft wie folgt zusammen:

#### **Bernhard Burgener, Vorsitzender des Vorstands**

Herr Bernhard Burgener ist seit dem 1. September 2008 Vorstandsvorsitzender der Constantin Medien AG. Er ist verantwortlich für die strategische Entwicklung der gesamten Unternehmensgruppe, die Betreuung der Großaktionäre, M&A-Aktivitäten, Kommunikation, Kapitalmarkt- und Aktienrecht und Compliance. Zudem verantwortet er auch das gesamte operative Geschäft der Constantin Medien-Tochtergesellschaften Sport1 GmbH und Sport1 Media GmbH (bis Ende September 2014 unter Constantin Sport Marketing GmbH firmierend).

Darüber hinaus verantwortet er über die Beteiligungsgesellschaft Highlight Communications AG, bei der er als Präsident und Delegierter des Verwaltungsrats fungiert, auch das Segment Film, unter anderem mit der Highlight Communications-Tochtergesellschaft Constantin Film AG, sowie das Segment Sport- und Event-Marketing, das über die Highlight Communications-Beteiligungsgesellschaft Team Holding AG abgedeckt wird. Bei der Constantin Film AG ist Herr Bernhard Burgener seit 1. Januar 2014 Mitglied des Aufsichtsrats und seit 7. Januar 2014 Vorsitzender dieses Gremiums. Bei der Team Holding AG übt Herr Bernhard Burgener die Funktion des Verwaltungsratspräsidenten aus. Bei der Highlight Event & Entertainment AG, ebenfalls ein Unternehmen der Highlight Communications AG, in der die Aktivitäten des Segments Übrige Geschäftsaktivitäten gebündelt sind, ist Herr Bernhard Burgener ebenfalls Präsident des Verwaltungsrats.

#### **Antonio Arrigoni, Vorstand Finanzen**

Herr Antonio Arrigoni ist seit 1. April 2008 Vorstand Finanzen der Constantin Medien AG und verantwortlich für die Bereiche Finanzen, Investor Relations, Rechnungswesen, Controlling, Interne Revision, Personal, Recht sowie IT. Daneben ist Herr Antonio Arrigoni Mitglied des Verwaltungsrats der Highlight Communications AG und Geschäftsführer der Constantin Sport Medien GmbH.

#### **Fred Kogel,**

Vorstand Produktion, Prozessmanagement, Integration

Seit 1. Oktober 2014 ist Herr Fred Kogel Vorstand Produktion, Prozessmanagement und Integration der Constantin Medien AG. Zu seinen Verantwortungsbereichen zählt unter anderem Kooperationsmöglichkeiten und Synergien in der Zusammenarbeit der Konzerngesellschaften, insbesondere an den Standorten München und Ismaning, zu realisieren. Zudem trägt Herr Fred Kogel auch die operative Verantwortung für die Produktionsaktivitäten der Constantin Medien-Tochtergesellschaft PLAZAMEDIA GmbH TV- und Film-Produktion und ihrer Tochtergesellschaften in Österreich und der Schweiz. Parallel dazu ist Herr Fred Kogel seit 1. Oktober 2014 als Vorstandsmitglied der Konzerngesellschaft Constantin Film AG für die Bereiche TV, Personal und ebenfalls für Prozessmanagement und Integration verantwortlich.

### Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat der Constantin Medien AG setzte sich zum 31. Dezember 2014 wie folgt zusammen\*:

**Dr. Dieter Hahn, Vorsitzender des Aufsichtsrats**

**Dr. Bernd Kuhn, Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats**

**René Camenzind, Mitglied des Aufsichtsrats**

**Jean-Baptiste Felten, Mitglied des Aufsichtsrats**

**Andrea Laub, Mitglied des Aufsichtsrats**

**Jan P. Weidner, Mitglied des Aufsichtsrats**

\*Weitere Informationen zu den Organen der Constantin Medien AG finden Sie im Bericht des Aufsichtsrats, in der Erklärung zur Unternehmensführung, im zusammengefassten Konzernlage- und Lagebericht sowie im Konzernanhang, Kapitel 13, Sonstige Pflichtangaben.

## Bericht des Aufsichtsrats

### Dr. Dieter Hahn, Vorsitzender des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat der Constantin Medien AG hat im Geschäftsjahr 2014 – entsprechend seinen gesetzlichen und satzungsmäßigen Verpflichtungen – den Vorstand der Constantin Medien AG beraten sowie dessen Tätigkeiten überwacht.

Der Vorstand berichtete dem Aufsichtsrat turnusmäßig, zeitnah und umfassend in schriftlicher oder mündlicher Form über die Geschäftsentwicklung, die Planung und die Situation des Unternehmens, einschließlich der Risikolage und des Risikomanagements. Anhand dieser Berichte befasste sich der Aufsichtsrat ausführlich mit dem Geschäftsverlauf der Constantin Medien AG und des Constantin Medien-Konzerns sowie mit den wesentlichen Geschäftsvorfällen.

Der Aufsichtsrat besteht aus sechs Mitgliedern, die gemäß § 5 Ziffer 1 der Satzung der Constantin Medien AG von der Hauptversammlung der Gesellschaft gewählt werden. Im Geschäftsjahr 2014 kam es zu folgender Veränderung in der Besetzung des Aufsichtsrats:

Auf der ordentlichen Hauptversammlung der Constantin Medien AG am 30. Juli 2014 in München wurden Herr Jean-Baptiste Felten und Herr René Camenzind neu in den Aufsichtsrat gewählt. Herr Werner E. Klatten, der dem Gremium seit 2008 angehörte, stand für eine Wiederwahl nicht mehr zur Verfügung. Herr Fred Kogel, der seit 2009 als Aufsichtsratsvorsitzender der Constantin Medien AG fungierte, legte im Zusammenhang mit seiner bevorstehenden Berufung zum Vorstandsmitglied mit Wirkung zum 1. Oktober 2014 sein Amt mit Ablauf der Hauptversammlung nieder. Herr Dr. Dieter Hahn wurde von der Hauptversammlung in seinem Amt bestätigt und im Anschluss vom Aufsichtsrat zum neuen Vorsitzenden des Gremiums gewählt.

Auch im Geschäftsjahr 2014 bildete der Aufsichtsrat zwei Ausschüsse:

- Der **Nominierungs- und Rechtsausschuss**, der im Geschäftsjahr 2014 drei Mal tagte, ist unter anderem für die Vorbereitung und Verhandlung der Anstellungsverträge mit den Mitgliedern des Vorstands zuständig. Darüber hinaus erarbeitet er Vorschläge für geeignete Aufsichtsratskandidaten, die von der Hauptversammlung gewählt werden müssen. Er

berät und überwacht den Vorstand, insbesondere die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen. Der Ausschuss besteht aus drei Mitgliedern: Herrn Dr. Dieter Hahn (Vorsitzender seit 30. Juli 2014), Herrn Dr. Bernd Kuhn (Stellvertretender Vorsitzender seit 30. Juli 2014) und Frau Andrea Laub (Mitglied seit 30. Juli 2014).

- Der **Prüfungsausschuss**, der im Geschäftsjahr 2014 fünf Mal tagte, befasst sich insbesondere mit Fragen der Rechnungslegung, der internen Kontrollsysteme, des Risikomanagementsystems, der Auswahl sowie Überwachung des Abschlussprüfers und der Compliance. Er besteht aus drei Mitgliedern: Herrn Jan P. Weidner (Vorsitzender), Herrn Dr. Dieter Hahn (Stellvertretender Vorsitzender) und Herrn Dr. Bernd Kuhn (Mitglied seit 30. Juli 2014).

Der **Aufsichtsrat** der Constantin Medien AG hat im Geschäftsjahr 2014 insgesamt fünf ordentliche und fünf außerordentliche telefonische Sitzungen abgehalten. Mit Ausnahme einer ordentlichen und einer außerordentlichen Aufsichtsratssitzung, an der ein Mitglied entschuldigt fehlte, nahmen an den vorgenannten Aufsichtsratssitzungen alle Mitglieder des Gremiums teil. Mit Ausnahme einer außerordentlichen Aufsichtsratssitzung nahmen, wie in den Vorjahren und allgemein üblich, im Geschäftsjahr 2014 sämtliche Mitglieder des Vorstands an den Aufsichtsratssitzungen teil, um dem Aufsichtsrat Bericht zu erstatten und dessen Fragen zu beantworten. Ferner hat der Aufsichtsrat, wie in den Vorjahren auch, die von der Hauptversammlung für das jeweilige Geschäftsjahr bestellten Wirtschaftsprüfer zu den Beratungen hinzugezogen. Auch zwischen den Sitzungen standen der Vorstand und die Mitglieder des Aufsichtsrats in ständigem Kontakt, sodass der Aufsichtsrat fortlaufend über die Geschäftslage der Constantin Medien AG und des Constantin Medien-Konzerns unterrichtet war. Dies gilt insbesondere für die Vorsitzenden von Vorstand und Aufsichtsrat. Zudem hat der Aufsichtsrat Beschlüsse auf Basis aussagekräftiger Unterlagen auch zwischen den Sitzungen im Umlaufverfahren gefasst.

Im Geschäftsjahr 2014 befasste sich der Aufsichtsrat insbesondere mit folgenden Themen:

**Geschäftslage und Geschäftsentwicklung:** Der Aufsichtsrat informierte sich regelmäßig über die geschäftliche Situation der Constantin Medien AG und des Constantin Medien-Konzerns.

Dabei wurde die Geschäftslage im Konzern und in den Segmenten eingehend erörtert. Der Vorstand berichtete über die laufende Geschäftsentwicklung, eventuelle Planabweichungen und über Veränderungen des strategischen Umfelds.

**Mittelfristplanung und künftige strategische Ausrichtung:** Der Aufsichtsrat befasste sich mit der wirtschaftlichen Mittelfristplanung des Vorstands für den Konzern bis zum Jahr 2016 und der dieser Planung zugrundeliegenden Konzernfinanzierung. Darüber hinaus standen die Weiterentwicklung und Vereinfachung der Grundstruktur der Constantin Medien-Gruppe mit dem Ziel, einen einheitlichen Medienkonzern zu schaffen, auf der Agenda. Dabei wurden verschiedene Möglichkeiten erörtert, Kostenbasis und Komplexität des Konzerns zu reduzieren und dessen Wahrnehmung am Kapitalmarkt zu erhöhen.

**Nichtvollzug der Vereinbarung mit der Sky-Gruppe:** Am 19. Mai 2014 gab die Constantin Medien AG ihre Entscheidung bekannt, die Verhandlungen mit der Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG im Zusammenhang mit der am 5. Dezember 2013 vereinbarten Transaktion nicht weiter zu führen. Die Vereinbarung sah den Verkauf von 100 Prozent der Anteile an der PLAZAMEDIA GmbH TV- und Film-Produktion (einschließlich ihrer Tochtergesellschaften in Österreich und der Schweiz) sowie den Verkauf von jeweils 25,1 Prozent der Anteile an der Sport1 GmbH und der Sport1 Media GmbH (bis Ende September 2014 unter Constantin Sport Marketing GmbH firmierend) vor. Die Transaktion stand unter anderem unter dem Vorbehalt, dass ein neuer mehrjähriger Produktionsrahmenvertrag zwischen SPORT1 und PLAZAMEDIA abgeschlossen würde, über dessen Ausgestaltung jedoch damals keine Einigkeit erzielt werden konnte. Der Aufsichtsrat ließ sich in mehreren Sitzungen vom Vorstand ausführlich über den Stand der Verhandlungen mit Sky unterrichten und erörterte die strategischen und wirtschaftlichen Konsequenzen eines Nichtvollzugs der geplanten Transaktion.

**Zustimmung zu Kapitalmaßnahmen:** Der Aufsichtsrat stimmte dem vom Vorstand unterbreiteten Konzept zur Refinanzierung der Unternehmensanleihe 2010/2015 (nominal 30 Mio. Euro) einstimmig zu. In der Folge schloss die Gesellschaft mit einem Privatinvestor eine Darlehensvereinbarung über 14 Mio. Schweizer Franken und 4,5 Mio. Euro ab und nahm eine Barkapitalerhöhung mit Bezugsrechtsausschluss vor. Dabei wurden durch die Ausgabe von 8.469.220 Stück neuen Aktien 10,6 Mio. Euro (vor Emissionskosten) Erlöst.

**Corporate Governance:** Der Aufsichtsrat befasste sich auch im Berichtsjahr mit verschiedenen Fragen der Corporate Governance auf Basis der Richtlinien und Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex. Dazu zählten unter anderem die Angemessenheit der Vergütung der Vorstände, die Effizienzprüfung des Aufsichtsrats und die Besetzung des Aufsichtsrats der Constantin Medien AG.

**Rechtsauseinandersetzungen:** Das Plenum des Aufsichtsrats und insbesondere der zuständige Nominierungs- und Rechtsausschuss befassten sich im Berichtsjahr erneut ausführlich mit verschiedenen rechtlichen Auseinandersetzungen der Constantin Medien AG. Dazu zählte insbesondere das Verfahren der Constantin Medien AG vor dem High Court of Justice in London gegen Herrn Bernard Ecclestone und andere. Diesem Verfahren lag der Verkauf der ursprünglich durch die Rechtsvorgängerin der Constantin Medien AG gehaltenen Anteile an der Formel 1-Gesellschaft Speed Ltd. durch die Bayerische Landesbank zu Grunde. Das Verfahren war zum Berichtsstichtag 31. Dezember 2014 bereits beendet, nachdem mit Urteil vom 20. Februar 2014 die Klage abgewiesen sowie die Berufung gegen dieses Urteil nicht zugelassen wurde.

Ein weiteres wichtiges Thema waren die Bemühungen zur Beilegung aller noch anhängigen Aktionärsklagen durch Herbeiführung eines Vergleichs nach dem Kapitalanleger-Musterverfahrensgesetz (KapMuG). Den Aktionärsklagen liegen unterschiedliche Sachverhalte vor dem Hintergrund der starken Kursrückgänge der Aktie der Rechtsvorgängerin EM.TV & Merchandising AG in den Jahren 2000 und 2001 und dem damaligen Informationsverhalten der Gesellschaft zugrunde. Der vorgenannte Vergleich wurde wirksam abgeschlossen, wodurch sich mit Ausnahme eines Verfahrens alle noch anhängigen Verfahren in dieser Sache erledigt haben.

#### **Erläuterungen der im Lagebericht und Konzernlagebericht der Gesellschaft gemachten Angaben nach § 315 Abs. 4 HGB**

Die Constantin Medien AG hat im Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2014 Angaben gemäß § 315 Abs. 4 HGB gemacht. Die Angaben dienen der Umsetzung der Richtlinie 2004/25 EG des Europäischen Parlaments und des Rats vom 21. April 2004, die Übernahmeangebote betrifft. Gesellschaften, deren stimmberechtigte Aktien an einem organisierten Markt im Sinne des § 2 Abs. 7 des Wertpapiererwerbs- und Übernahmegesetzes (WpÜG) zugelassen sind, müssen solche

Angaben machen – unabhängig davon, ob ein Übernahmeangebot vorliegt oder zu erwarten ist. Die Angaben dienen dem Zweck, potenzielle Bieter in die Lage zu versetzen, sich ein umfassendes Bild von der Constantin Medien AG und von etwaigen Übernahmehindernissen zu machen. Der Aufsichtsrat hat die entsprechenden Angaben im zusammengefassten Konzernlage- und Lagebericht geprüft. Einzelheiten zu diesem Themenkomplex sind im zusammengefassten Konzernlage- und Lagebericht (Kapitel 7) enthalten.

#### **Prüfung und Feststellung des Jahresabschlusses**

Die mit der Abschlussprüfung beauftragte PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft München („Abschlussprüfer“) hat den Jahresabschluss der Constantin Medien AG, den Konzernabschluss sowie den mit dem Lagebericht zusammengefassten Konzernlagebericht zum 31. Dezember 2014 geprüft und mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen. Der Jahresabschluss, der Konzernjahresabschluss sowie der Bericht über die Lage der Constantin Medien AG und des Constantin Medien-Konzerns wurden zusammen mit den Berichten des Abschlussprüfers allen Mitgliedern des Aufsichtsrats mit ausreichender Frist übersendet, sodass eine sorgfältige Prüfung der Dokumente möglich war.

Der Abschlussprüfer berichteten dem Aufsichtsrat in der Aufsichtsratssitzung am 23. März 2015 über die wesentlichen Ergebnisse ihrer Prüfung. Der Aufsichtsrat prüfte die Jahresabschlüsse der Constantin Medien AG und des Constantin Medien-Konzerns sowie den mit dem Lagebericht zusammengefassten Konzernlagebericht eingehend und nahm die Ergebnisse des Abschlussprüfers zustimmend zur Kenntnis. Der Aufsichtsrat erhob nach dem abschließenden Ergebnis seiner Prüfung am 23. März 2015 keine Einwände gegen den Jahresabschluss und den Konzernabschluss. Er billigte den vom Vorstand aufgestellten Jahres- und Konzernabschluss der Constantin Medien AG. Der Jahresabschluss ist damit festgestellt.

Der Constantin Medien-Konzern blickt auf ein gutes Geschäftsjahr 2014 zurück. Im Segment Sport beginnen sich die Fortschritte bei der digitalen Transformation wirtschaftlich auszuzahlen. Unsere vielfältigen Angebote unter der Dachmarke SPORT1 finden immer mehr Anklang. Auch die Geschäftsbereiche Film sowie Sport- und Event-Marketing verzeichneten eine erfreuliche Entwicklung. Oberstes Ziel muss weiterhin

sein, den Constantin Medien-Konzern operativ und strukturell so aufzustellen, dass er stabile positive Ergebnisse erwirtschaften kann. Dafür sind 2014 wichtige Grundlagen gelegt worden. Der Aufsichtsrat dankt dem Vorstand, den Geschäftsführungen sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die im Berichtsjahr geleistete engagierte Arbeit.

Im März 2015

Der Aufsichtsrat der Constantin Medien AG



Dr. Dieter Hahn  
Vorsitzender

## Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289a HGB

### Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex

Vorstand und Aufsichtsrat der Constantin Medien AG haben im März 2015 die gesetzlich erforderliche jährliche Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex („DCGK“) gemäß § 161 Aktiengesetz (AktG) abgegeben.

Vorstand und Aufsichtsrat der Constantin Medien AG erklären darin, dass die Constantin Medien AG den vom Bundesministerium der Justiz im amtlichen Teil des Bundesanzeigers bekannt gemachten Empfehlungen des DCGK in der Fassung vom 24. Juni 2014 mit den unten genannten Ausnahmen entsprochen hat und dies weiterhin tut:

**Ziffer 4.2.5 Abs. 3 und Abs. 4** des DCGK empfehlen, dass im Vergütungsbericht u.a. die Zuwendungen und der Zufluss an jedes Vorstandsmitglied im jeweiligen Berichtsjahr dargestellt werden. Für die Darstellung dieser Informationen sollen die dem DCGK als Anlage beigefügten Mustertabellen verwendet werden. Von den Empfehlungen nach Ziffer 4.2.5 Abs. 3 (1. Spiegelstrich) und Abs. 4 des DCGK wird abgewichen. Die Constantin Medien AG wird auch weiterhin die Vergütung der Vorstandsmitglieder transparent darstellen, sieht insoweit aber insbesondere im Hinblick auf die verschiedenen Vergütungskomponenten der Vorstandsmitglieder der Gesellschaft die bisherige Darstellung im Vergütungsbericht als gegenüber der von Ziffer 4.2.5 Abs. 3 und Abs. 4 des DCGK geforderten vorzugswürdig an. Die im Vergütungsbericht gewählte Darstellung gewährt dabei eine umfassende Offenlegung der den Vorstandsmitgliedern tatsächlich zugeflossenen Leistungen sowie u.a. auch der Rückstellungen für die mehrjährige variable Vergütung.

**Ziffer 5.1.2 Abs. 2 S. 3** des DCGK empfiehlt, dass eine Altersgrenze für Vorstandsmitglieder festgelegt werden soll. Von dieser Ziffer wird abgewichen, da im Hinblick auf das Alter der Vorstandsmitglieder der Constantin Medien AG die Festlegung einer Altersgrenze derzeit nicht erforderlich erscheint. Darüber hinaus stellt eine feste Altersgrenze ein sehr starres Instrument dar, welches die Flexibilität des Aufsichtsrats bei der Auswahl bzw. bei der Neu- oder Wiederbestellung von Vorstandsmitgliedern unnötig einschränkt.

**Ziffer 7.1.2 S. 4** des DCGK empfiehlt unter anderem, dass Quartals- bzw. Zwischenberichte binnen 45 Tagen nach Ende des Berichtszeitraums öffentlich zugänglich gemacht werden

sollen. Von dieser Ziffer wird abgewichen, da die dezentralisierte Unternehmensstruktur des Constantin Medien-Konzerns die Einhaltung dieser 45-Tage-Frist derzeit nicht mit der notwendigen Nachhaltigkeit und Zuverlässigkeit erlaubt. Sobald sichergestellt ist, dass diese Frist mit der notwendigen Nachhaltigkeit und Zuverlässigkeit eingehalten werden kann, soll auch diese Empfehlung des DCGK erfüllt werden.

Die jeweils aktuelle Fassung der Entsprechenserklärung zum DCGK gem. § 161 AktG sowie frühere Fassungen sind auf der Homepage [www.constantin-medien.de](http://www.constantin-medien.de) einsehbar.

### Ziele für die Zusammensetzung des Aufsichtsrats der Gesellschaft

Der Aufsichtsrat der Constantin Medien AG strebt an, bei seiner Zusammensetzung folgende Kriterien zu berücksichtigen:

#### 1. Kompetenz

An erster Stelle der Voraussetzungen für die Besetzung der Sitze im Aufsichtsrat stehen fachliche Qualifikation und persönliche Kompetenz. Der Aufsichtsrat wird diese Voraussetzungen, die für die Erfüllung seiner gesetzlichen Pflichten unabdingbar sind, bei Vorschlägen für die Wahl von Aufsichtsratsmitgliedern stets in den Vordergrund stellen. Dem Aufsichtsrat muss mindestens ein Mitglied angehören, das im Sinne von § 100 Abs. 5 AktG unabhängig ist und über Sachverstand auf den Gebieten der Rechnungslegung oder Abschlussprüfung verfügt.

#### 2. Vielfalt

Insgesamt verfolgt der Aufsichtsrat das Ziel, durch die Vielfalt der Kompetenzen und Persönlichkeiten seiner Mitglieder seiner Überwachungs- und Beratungsfunktion optimal gerecht zu werden. Zu dieser Vielfalt zählen dabei u.a. internationale Expertise sowie unterschiedliche Erfahrungshorizonte und Lebenswege wie auch der Anteil von Frauen. Bei der Vorbereitung der Wahlvorschläge soll im Einzelfall gewürdigt werden, inwiefern unterschiedliche, sich gegenseitig ergänzende fachliche Profile, Berufs- und Lebenserfahrung und eine angemessene Vertretung beider Geschlechter der Aufsichtsratsarbeit zugutekommen.

#### 3. Branchenkenntnis

Dem Aufsichtsrat sollen mindestens zwei Mitglieder angehören, die über vertiefte Kenntnisse und Erfahrungen auf für das Unternehmen wichtigen Geschäftsfeldern, insbesondere der Medienbranche, verfügen.



#### 4. Führungserfahrung

Dem Aufsichtsrat sollen mindestens zwei Mitglieder angehören, die Erfahrung in der Führung oder Überwachung eines mittelgroßen oder großen Unternehmens (gem. § 267 HGB in der jeweils gültigen Fassung) unabhängig von dessen Rechtsform haben.

#### 5. Internationalität

Dem Aufsichtsrat soll mindestens ein Mitglied angehören, das im Hinblick auf die geschäftliche Tätigkeit der Gesellschaft aufgrund seiner beruflichen Erfahrung internationale Expertise aufweist.

#### 6. Frauen im Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat wird bei Nominierungen für die Wahlen in den Aufsichtsrat prüfen, ob das Gremium mit geeigneten Kandidatinnen besetzt werden kann. Dem Aufsichtsrat soll mindestens ein weibliches Mitglied angehören.

#### 7. Keine wesentlichen Interessenkonflikte

Dem Aufsichtsrat sollen keine Personen angehören, die voraussichtlich einen nicht nur vorübergehenden Interessenkonflikt haben können. Daher sollen keine Personen zur Wahl in den Aufsichtsrat vorgeschlagen werden, die gleichzeitig eine Organfunktion oder Beratungsaufgabe bei einem wesentlichen Wettbewerber des Unternehmens haben oder die aufgrund anderer Tätigkeit, z.B. Beratertätigkeit für bedeutende Vertragspartner der Gesellschaft, potenziell in einen Interessenkonflikt geraten können. Dem Aufsichtsrat sollen ferner nicht mehr als zwei ehemalige Mitglieder des Vorstands der Gesellschaft angehören. Außerdem befolgt der Aufsichtsrat die Vorgaben des Deutschen Corporate Governance Kodex zu Interessenkonflikten.

#### 8. Altersgrenze

Zur Wahl in den Aufsichtsrat sollen in der Regel nur Kandidaten vorgeschlagen werden, die das 70. Lebensjahr noch nicht vollendet haben.

#### 9. Anzahl der unabhängigen Mitglieder

Dem Aufsichtsrat sollen mindestens zur Hälfte unabhängige Mitglieder im Sinne von Ziffer 5.4.2 des DCKG angehören.

Den vorgenannten Zielen entspricht der Aufsichtsrat bereits jetzt. Darüber hinaus überprüft der Aufsichtsrat sämtliche dieser Ziele regelmäßig.

## Angaben zu Unternehmensführungspraktiken

### Grundsätze

Vorstand und Aufsichtsrat arbeiten zum Wohle der Constantin

Medien AG vertrauensvoll zusammen und fühlen sich dem Grundsatz einer nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswertes verpflichtet. Die Constantin Medien AG hat das Ziel, dem Vertrauen ihrer Aktionäre, Kunden und Mitarbeiter sowie ihrer gesellschaftlichen Verantwortung dauerhaft gerecht zu werden. Dabei bestimmen die Prinzipien verantwortungsbewusster und guter Unternehmensführung das Handeln der Leitungs- und Kontrollgremien der Constantin Medien AG. Integrität im Umgang mit, sowie Glaubwürdigkeit, Seriosität und Zuverlässigkeit gegenüber Mitarbeitern, Geschäftspartnern und Kunden, Aktionären, Investoren und der Öffentlichkeit sind dabei elementare Verhaltensgrundsätze.

Der Constantin Medien-Konzern steht für regelmäßige, transparente und zeitnahe Kommunikation. Die Berichterstattung über die wirtschaftliche Lage und Entwicklung der Constantin Medien AG erfolgt in Geschäftsberichten, Halbjahresfinanz- und Quartalsberichten. Darüber hinaus werden Informationen im Wege von Presse- und/oder Ad-hoc-Mitteilungen veröffentlicht.

Sämtliche der vorgenannten Berichte und Meldungen sowie weitere ausführliche Informationen zur Constantin Medien AG stellt diese auf ihrer Homepage [www.constantin-medien.de](http://www.constantin-medien.de) bereit.

### Aktionäre und Hauptversammlung

Die Aktionäre der Constantin Medien AG können ihre Rechte in der Hauptversammlung wahrnehmen und dort ihr Stimmrecht ausüben. Jeder Aktionär ist berechtigt, an der Hauptversammlung teilzunehmen, dort das Wort zu den jeweiligen Tagesordnungspunkten zu ergreifen und Fragen sowie Anträge zu stellen. Die Constantin Medien AG erleichtert ihren Aktionären die persönliche Wahrnehmung ihrer Rechte durch die Bestellung eines an die Weisung der Aktionäre gebundenen Stimmrechtsvertreters.

### Rechnungslegung und Abschlussprüfung

Die Constantin Medien AG stellt ihren Konzernabschluss sowie die Konzernzwischenabschlüsse nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) auf, wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind. Der Jahresabschluss der Constantin Medien AG wird nach dem deutschen Handelsgesetzbuch (HGB) erstellt. Die Aufstellung des Konzern- und des Jahresabschlusses sowie des ergänzenden zusammengefassten Konzernlage- und Lageberichts liegt in der Verantwortung des Vorstands.

Der zusammengefasste Konzernlage- und Lagebericht der Constantin Medien AG wird gemäß § 315 HGB erstellt. Er orientiert sich an den Bestimmungen und Empfehlungen des Deutschen Rechnungslegungs Standards Nr. 20 (DRS 20) des Deutschen Rechnungslegungs Standards Committees e.V. Nach Erstellung werden Konzern- und Jahresabschluss sowie der zusammengefasste Konzernlage- und Lagebericht von dem von der Hauptversammlung gewählten Abschlussprüfer geprüft und vom Aufsichtsrat festgestellt bzw. gebilligt.

Mit dem Abschlussprüfer wurde vereinbart, dass er den Vorsitzenden des Aufsichtsrats und den Vorsitzenden des Prüfungsausschusses unverzüglich über Ausschluss- oder Befangenheitsgründe sowie über wesentliche Feststellungen und Vorkommnisse während der Prüfung unterrichtet.

#### **Steuerungsgrößen und Kontrollsystem**

Für die strategische Ausrichtung und die Steuerung des Konzerns ist der Vorstand der Constantin Medien AG verantwortlich. Die operative Verantwortung bei den Tochtergesellschaften im Segment Sport liegt bei den jeweiligen Geschäftsführungen. Die Highlight Communications AG, die Team Holding AG sowie die Highlight Event & Entertainment AG werden durch den jeweiligen Verwaltungsrat und die Constantin Film AG durch deren Vorstand eigenständig geführt. Als maßgebliche Steuerungsgrößen werden finanzielle Leistungsindikatoren (v.a. Umsatz und Ergebnisgrößen) und nicht-finanzielle Leistungsindikatoren (auf Basis der jeweiligen Geschäftsmodelle in den einzelnen Segmenten) unterschieden. Detaillierte Angaben zu Steuerungssystem und Leistungsindikatoren finden Sie im zusammengefassten Konzernlage- und Lagebericht im Kapitel 1.2 (Seite 25 f).

Das interne Kontrollsystem der Constantin Medien-Gruppe umfasst alle Grundsätze, Verfahren und Maßnahmen zur Sicherung der Wirksamkeit, Wirtschaftlichkeit und der Ordnungsmäßigkeit der internen wie externen Rechnungslegung und trägt zur Einhaltung der maßgeblichen rechtlichen Vorschriften bei. Eine ausführliche Beschreibung der Elemente des internen Kontrollsystems im Konzern, das auch das konzernweite Risikomanagementsystem umfasst, finden Sie im zusammengefassten Konzernlage- und Lagebericht im Kapitel 9 (Seite 79 f).

#### **Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat**

Die Constantin Medien AG als Obergesellschaft des Konzerns hat als deutsche Aktiengesellschaft ein duales Führungs- und

Kontrollsystem („Two-Tier-System“), d.h. Vorstand und Aufsichtsrat sind personell strikt voneinander getrennt.

Der Vorstand der Constantin Medien AG wurde zum 1. Oktober 2014 von zwei auf drei Personen erweitert. Ihm gehören der Vorsitzende des Vorstands, Herr Bernhard Burgener, der Vorstand Finanzen, Herr Antonio Arrigoni und als neues Mitglied in der Funktion des Vorstands Produktion, Prozessmanagement und Integration, Herr Fred Kogel, an. Der Vorstand führt die Geschäfte der Constantin Medien AG in eigener Verantwortung und vertritt diese gegenüber Dritten. Zu den wesentlichen Aufgaben des Vorstands zählen die Festlegung der strategischen Ausrichtung, die Führung des Konzerns sowie die Überwachung des Risikomanagementsystems.

Der Vorstand arbeitet eng mit dem Aufsichtsrat zusammen. Er informiert den Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle für die Constantin Medien AG und den Konzern relevanten Fragen der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage und des Risikomanagements. Hierbei stimmt der Vorstand die strategische Ausrichtung des Unternehmens mit dem Aufsichtsrat ab und erörtert die Strategieumsetzung in regelmäßigen Abständen. Entscheidungsnotwendige Unterlagen, insbesondere der Jahresabschluss der Constantin Medien AG, der Konzernabschluss und der Prüfungsbericht, werden den Mitgliedern des Aufsichtsrats vor der jeweiligen Sitzung zugeleitet. In der Geschäftsordnung für den Vorstand sind Zustimmungsvorbehalte für den Aufsichtsrat im Hinblick auf Geschäfte von grundlegender und besonderer wirtschaftlicher Bedeutung festgelegt.

Der Aufsichtsrat der Constantin Medien AG besteht aus sechs Mitgliedern. Der Aufsichtsrat berät und überwacht den Vorstand bei der Unternehmensführung. Er ist darüber hinaus auch für die Bestellung der Mitglieder des Vorstands zuständig. Der Aufsichtsrat hat im Rahmen seiner Geschäftsordnung derzeit einen Nominierungs- und Rechtsausschuss sowie einen Prüfungsausschuss gebildet. Der Nominierungs- und Rechtsausschuss ist insbesondere für die Vorbereitung und Verhandlung der Verträge mit Vorstandsmitgliedern zuständig und macht Vorschläge für geeignete Aufsichtsratskandidaten, die von der Hauptversammlung gewählt werden müssen. Zudem berät und überwacht er den Vorstand, insbesondere bei der Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen. Der Prüfungsausschuss unterstützt den Aufsichtsrat bei der Wahrnehmung seiner Überwachungsfunktion, insbesondere in den Bereichen Rechnungslegung, interne Kontrollsysteme, Risikomanagementsystem, Wahl sowie Überwa-

chung des Abschlussprüfers und der Compliance. Der Vorsitzende des Prüfungsausschusses, Herr Jan P. Weidner, verfügt als versierter und erfahrener Finanz- und Kapitalmarktexperte über besondere Kenntnisse und Erfahrungen in der Anwendung von Rechnungslegungsgrundsätzen und internen Kontrollverfahren.

Im Geschäftsjahr 2014 wurden insgesamt fünf ordentliche und fünf außerordentliche Aufsichtsratssitzungen abgehalten. Der Nominierungs- und Rechtsausschuss hat drei und der Prüfungsausschuss turnusmäßig fünfmal getagt.

Der Vorsitzende des Aufsichtsrats erläutert jedes Jahr die Tätigkeit des Aufsichtsrats und seiner Ausschüsse in seinem Bericht an die Aktionäre im jeweiligen Geschäftsbericht der Constantin Medien AG.

#### **Laufzeit der Vorstandsverträge**

Herr Bernhard Burgener ist seit 1. September 2008 Vorsitzender des Vorstands der Constantin Medien AG. Sein Anstellungsvertrag hat eine Laufzeit bis zum 31. August 2016.

Herr Antonio Arrigoni ist seit 1. April 2008 Vorstand Finanzen der Constantin Medien AG. Sein Anstellungsvertrag hat eine Laufzeit bis zum 31. Dezember 2017.

Herr Fred Kogel ist seit 1. Oktober 2014 Vorstand Produktion, Prozessmanagement und Integration der Constantin Medien AG. Sein Anstellungsvertrag hat eine Laufzeit bis zum 30. September 2017.

#### **Bericht über die Vergütung des Vorstands**

Gemäß dem Deutschen Corporate Governance Kodex umfassen die monetären Vergütungsbestandteile jedes Vorstandsmitglieds sowohl fixe als auch variable Bestandteile. Der variable Vergütungsbestandteil ist ein leistungsabhängiger Bonus, dessen Höhe vom Aufsichtsrat der Constantin Medien AG nach billigem pflichtgemäßem Ermessen festgelegt wird. Ermessensleitende Kriterien sind (i) das wirtschaftliche Ergebnis im jeweils abgelaufenen Geschäftsjahr sowie den beiden diesem vorangehenden Geschäftsjahren und (ii) die operativen Leistungen des jeweiligen Vorstandsmitglieds in den betreffenden drei Geschäftsjahren. Die Festsetzung erfolgt jährlich, nach Billigung des Konzernabschlusses der Constantin Medien AG für das betreffende Geschäftsjahr. Dieser Bonus beträgt maximal 50 Prozent der jährlichen Festvergütung des jeweiligen Vorstandsmitglieds. Endet der jeweilige Vorstandsstellungsvertrag während eines Ge-

schäftsjahres, wird dieser Bonus zeitanteilig (pro rata temporis) unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen Lage im Zeitpunkt der Beendigung gewährt. Dieser variable Vergütungsbestandteil ist der Höhe nach vertraglich begrenzt. Der variable Vergütungsbestandteil des Vorstandsmitglieds Fred Kogel besteht neben einer nach billigem pflichtgemäßem Ermessen entsprechend nach den vorstehenden Kriterien festzulegenden variablen Vergütung insbesondere aus vertraglichen Zahlungsansprüchen aus Wertsteigerungsrechten (nachfolgend „Wertsteigerungsrechte“ genannt). Die Wertsteigerungsrechte beziehen sich auf Aktien der Constantin Medien AG und der Highlight Communications AG und sind gestaffelt. Die variable Vergütung des Vorstandsmitglieds Fred Kogel, bestehend aus Tantieme und Wertsteigerungsrechten, ist ebenfalls der Höhe nach vertraglich begrenzt. Die Anstellungsverträge der Vorstände sehen zudem einen sog. Abfindungs-Cap vor, wenn der Vertrag ohne wichtigen Grund vorzeitig endet.

Die Mitglieder des Vorstands erhalten als Nebenleistungen die Erstattung sämtlicher Spesen, Auslagen und sonstiger Aufwendungen, die ihnen im Rahmen der Tätigkeit für die Constantin Medien AG entstehen. Zudem wird jedem von ihnen ggf. ein Pkw zur dienstlichen und privaten Nutzung zur Verfügung gestellt. Leistungszusagen gegenüber Mitgliedern des Vorstands für den Fall des Kontrollwechsels bei der Gesellschaft bestehen nicht.

#### **Bericht über die Vergütung des Aufsichtsrats**

Die Vergütung der Mitglieder des Aufsichtsrats ist in § 12 der Satzung der Constantin Medien AG geregelt. Die Aufsichtsratsmitglieder erhalten neben dem Ersatz ihrer Auslagen eine feste und eine variable Vergütung. Die feste Vergütung beträgt 20.000 Euro für ein Mitglied des Aufsichtsrats, 30.000 Euro für den stellvertretenden Vorsitzenden des Aufsichtsrats sowie 60.000 Euro für den Vorsitzenden des Aufsichtsrats. Für jede Mitgliedschaft in Ausschüssen erhalten Aufsichtsratsmitglieder eine zusätzliche feste Vergütung. Diese feste Vergütung beträgt 5.000 Euro für ein Mitglied eines Ausschusses, 7.500 Euro für den stellvertretenden Vorsitzenden eines Ausschusses und 10.000 Euro für den Vorsitzenden eines Ausschusses. Die variable Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder orientiert sich am langfristigen Erfolg des Unternehmens. Bei unterjährigem Eintritt in den oder Ausscheiden aus dem Aufsichtsrat wird die Vergütung nur zeitanteilig gezahlt.

Weitere Angaben zur Vergütung von Vorstand und zum Aufsichtsrat im zusammengefassten Konzernlage- und Lagebericht finden Sie in Kapitel 6 Vergütungsbericht (Seite 60 ff).

## Die Aktie der Constantin Medien AG

### Entwicklung der Kapitalmärkte

Der deutsche Aktienmarkt und die wichtigsten internationalen Kapitalmärkte waren im Börsenjahr 2014 insgesamt von einer leichten Aufwärtsbewegung gekennzeichnet. Wie bereits in den vergangenen Jahren wurden die meisten Kapitalmärkte auch 2014 in erster Linie von der expansiven Geldpolitik der US-amerikanischen Federal Reserve (US-Notenbank) und der Europäischen Zentralbank (EZB) nach oben getrieben und erreichten neue Höchststände. Die niedrigen Leitzinsen, das Anleihekaufprogramm der US-Notenbank und eine hohe, von den Zentralbanken bereitgestellte Geldmenge versorgten die Märkte im Börsenjahr 2014 mit ausreichend Liquidität. Einzelne Risikofaktoren, wie z.B. geopolitische Risiken im Osten Europas und im Nahen Osten, die wirtschaftliche Entwicklung in einzelnen Ländern, die Staatsschuldenkrise sowie die Stabilität der Währungsunion traten dabei in den Hintergrund. Darüber hinaus sorgten in der zweiten Jahreshälfte u.a. der starke Verfall des Ölpreises und die Erwartung eines Anleihekaufprogramms der EZB für steigende Notierungen bei den deutschen Leitindizes.

Der deutsche Leitindex DAX gewann im Kalenderjahr 2014 rund 2,7 Prozent an Wert und schloss am 31. Dezember bei 9.806 Punkten. Kurzzeitig wurde die 10.000-Punkte-Marke überschritten. Ebenfalls positiv entwickelten sich die Neben- und Medienwerte des deutschen Aktienmarktes. So verzeichnete der Index für deutsche Medienwerte (DAXsector Media)

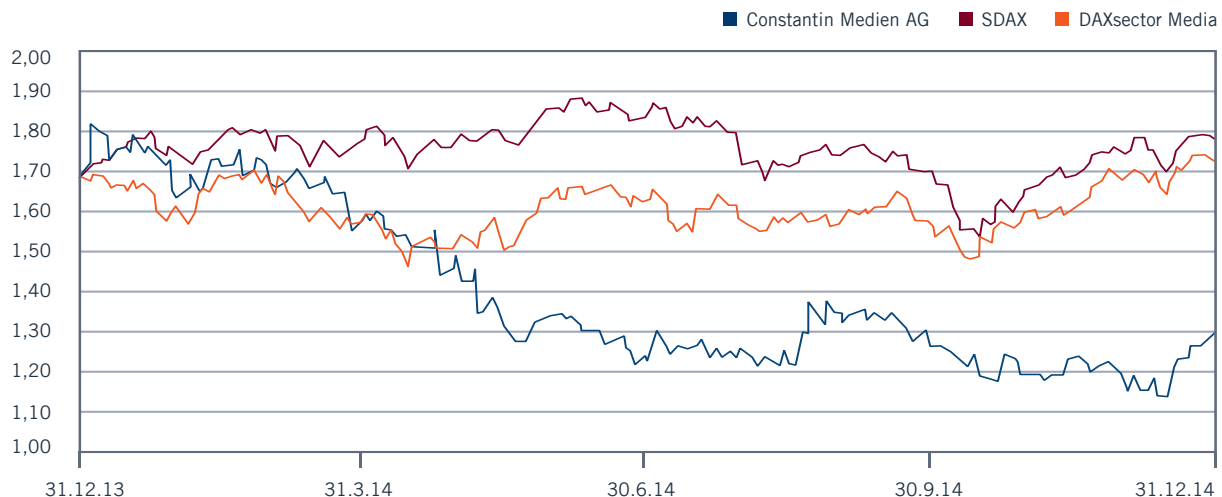
einen Aufschlag von 2,5 Prozent und schloss bei 350 Punkten. Auch der Small-Cap-Index (SDAX) schloss Ende Dezember 2014 nach einem Kursanstieg von 5,9 Prozent im Jahresverlauf fester bei 7.186 Punkten.

### Entwicklung der Constantin Medien-Aktie

Die Constantin Medien-Aktie konnte im Geschäftsjahr 2014 nicht von der allgemein positiven Stimmung an der Börse profitieren, sondern war von einer volatilen Abwärtsbewegung gekennzeichnet. Dabei entwickelte sich der Kurs der Constantin Medien-Aktie zu Jahresbeginn zunächst analog den Werten im DAXsector Media. Ab Mai 2014 setzte jedoch eine Abwärtsbewegung ein, die in der zweiten Jahreshälfte in eine volatile Seitwärtsbewegung überging. Die Constantin Medien-Aktie schloss zum Jahresende bei 1,30 Euro. Damit entwickelte sich die Aktie der Constantin Medien AG auf Jahressicht mit einem Kursabschlag von 23,3 Prozent deutlich unterhalb des Vergleichsindex für deutsche Medienwerte DAXsector Media (+2,5 Prozent) sowie des SDAX (+5,9 Prozent). Zum 31. Dezember 2014 lagen das 52-Wochen-Hoch bei 1,85 Euro (6. Januar 2014) und das 52-Wochen-Tief bei 1,11 Euro (15. Dezember 2014). Im weiteren Verlauf nach dem Bilanzstichtag setzte sich die volatile Seitwärtsbewegung der Constantin Medien-Aktie zunächst fort. Nach einem Kursanstieg Anfang März schloss der Kurs der Aktie am 13. März 2015 bei 1,52 Euro.

### XETRA-Schlusskurse der Constantin Medien-Aktie im Vergleich zu SDAX und DAXsector MEDIA

Indizes zum Vergleich indiziert auf den Constantin Medien-Schlusskurs zum 31. Dezember 2013



Im Geschäftsjahr 2014 wurden rund 17,1 Mio. Stück der Constantin Medien-Aktie (2013: 30,9 Mio. Stück) an deutschen Börsen gehandelt. Der durchschnittliche Umsatz pro Handelstag reduzierte sich auf rund 66.910 Stück nach rund 122.091 Stück im Vorjahr. Im Ranking der Deutschen Börse lag die Constantin Medien-Aktie unter allen MDAX- und SDAX-Werten zum 31. Dezember 2014 auf Rang 124 (Vorjahr: 105) nach Handelsvolumen in den letzten zwölf Monaten bzw. auf Rang 116 (Vorjahr: 109) nach der sogenannten Free-Float-Börsenkaptalisierung.

Die Constantin Medien-Aktie wird aktiv von namhaften Research-Häusern beobachtet. In den letzten zwölf Monaten wurden von folgenden Instituten Studien zur Constantin Medien AG veröffentlicht:

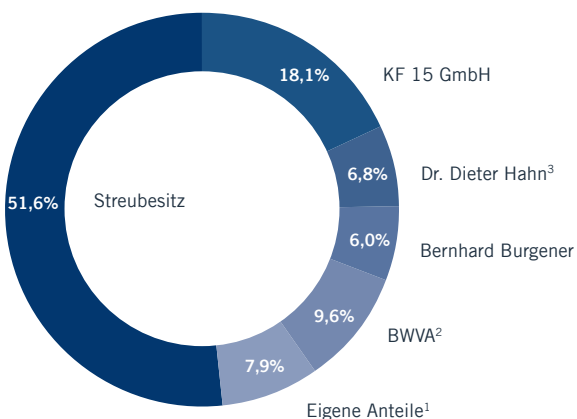
- Oddo Seydler Bank
- Deutsche Bank
- DZ Bank
- Matelan Research

Der Fair Value der vier Research-Häuser zum 31. Dezember 2014 lag im Durchschnitt bei 1,83 Euro (Vorjahr: 1,79 Euro).

## Grundkapital und Aktionärsstruktur

### Aktionärsstruktur zum 31. Dezember 2014

Grundkapital: 93,6 Mio. Aktien



<sup>1</sup> Überwiegend gehalten über die Highlight Communications AG

<sup>2</sup> Baden-Württembergische Versorgungsanstalt für Ärzte, Zahnärzte und Tierärzte

<sup>3</sup> Zurechnung weiterer 17.066.648 Stimmrechte gem. §§ 21, 22 WpHG

Die Constantin Medien AG hat im dritten Quartal 2014 das Grundkapital der Gesellschaft erhöht. Am 4. Juli 2014 hat die Gesellschaft unter teilweiser Ausnutzung des bestehenden Genehmigten Kapitals 2013/I erfolgreich 8.469.220 neue Aktien im Rahmen einer Barkapitalerhöhung unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre gemäß § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG platziert. Der Platzierungspreis der neuen Aktien betrug 1,25 Euro je Aktie. Die Eintragung der Kapitalerhöhung in das Handelsregister des Amtsgerichts München erfolgte am 16. Juli 2014. Die Zahl der Aktien der Constantin Medien AG beläuft sich seitdem auf 93.600.000 Stück.

Infolge der Vollkonsolidierung der Tochtergesellschaft Highlight Communications AG qualifizieren deren Anteile an der Constantin Medien AG als eigene Anteile, sodass die Gesellschaft über die Highlight Communications AG zum 31. Dezember 2014 insgesamt 7,4 Mio. eigene, nicht stimmberechtigte Aktien hielt (7,9 Prozent des Grundkapitals). Nach Abzug dieser Aktien befanden sich zum Stichtag rund 86,2 Mio. Aktien in Umlauf.

## Wesentliche Stimmrechtsmitteilungen

Herr Dr. Dieter Hahn hat der Gesellschaft am 3. Juli 2014 mitgeteilt, dass er am 30. Juni 2014 durch Zurechnung von Stimmrechten, welche er aufgrund unmittelbar gehaltener sonstiger Finanzinstrumente nach § 25 WpHG einseitig erwerben kann, die Schwelle von 5 Prozent der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag einen Stimmrechtsanteil von 7,65 Prozent (das entspricht 6.514.600 Stimmrechten) halten würde. Hier von beträgt der aufgrund von sonstigen Finanzinstrumenten nach § 25 WpHG beziehbare Stimmrechtsanteil 4,90 Prozent (4.171.600 Stimmrechte) und der Stimmrechtsanteil nach §§ 21, 22 WpHG 2,75 Prozent (2.343.000 Stimmrechte).

Des Weiteren hat Herr Dr. Dieter Hahn der Gesellschaft am 6. Oktober 2014 gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass sein direkter und indirekter Stimmrechtsanteil an der Constantin Medien AG am 1. Oktober 2014 die Schwelle von 3 Prozent, 5 Prozent, 10 Prozent und 15 Prozent der Stimmrechte überschritten und an diesem Tag 19,47 Prozent (das entspricht 18.223.748 Stimmrechten) betragen hat. 16,97 Prozent der Stimmrechte (das entspricht 15.880.748 Stimmrechten) sind Herrn Dr. Dieter Hahn gemäß §§ 21, 22 WpHG zuzurechnen. Zugerechnete Stimmrechte werden dabei gehalten über folgende von ihm kontrollierte Unternehmen, deren Stimmrechts-

anteil an der Constantin Medien AG jeweils 3 Prozent oder mehr beträgt: KF 15 GmbH & Co. KG, KF 15 Verwaltungs GmbH.

Am 3. November 2014 hat Herr Dr. Erwin Conradi der Gesellschaft gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass sein Stimmrechtsanteil an der Constantin Medien AG am 31. Oktober 2014 die Schwelle von 5 Prozent und 3 Prozent der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 0,56 Prozent (das entspricht 521.450 Stimmrechten) beträgt.

Ebenfalls am 3. November 2014 hat Herr Dr. Dieter Hahn der Gesellschaft gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass sein Stimmrechtsanteil an der Constantin Medien AG am 31. Oktober 2014 die Schwelle von 20 Prozent und 25 Prozent der Stimmrechte überschritten und an diesem Tag 25,04 Prozent (das entspricht 23.438.248 Stimmrechten) betragen hat, wovon 6,81 Prozent der Stimmrechte von Herrn Dr. Hahn unmittelbar gehalten werden, und 18,23 Prozent der Stimmrechte Herrn Dr. Hahn nach §§ 21, 22 WpHG zuzurechnen sind. Am 14. November 2014 hat Herr Dr. Dieter Hahn der Gesellschaft des Weiteren gemäß § 25 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass 18,08 Prozent der Stimmrechte (das entspricht 16.923.648 Stimmrechten), die Herrn Dr. Dieter Hahn gemäß §§ 21, 22 WpHG zuzurechnen sind, nun über folgende von ihm kontrollierte Unternehmen, deren Stimmrechtsanteil an der Constantin Medien AG jeweils 3 Prozent oder mehr beträgt, zuzurechnen sind: DBMKFS 2014 GmbH, seit 7. November 2014 firmierend als KF 15 GmbH. Der Übertrag der Anteile von der KF 15 Management GmbH & Co. KG (vormals: KF 15 GmbH & Co. KG) auf die KF 15 GmbH wurde am 22. Dezember 2014 vollzogen.

Durch diese Veränderungen in der Aktionärsstruktur reduzierte sich der Streubesitz der Constantin Medien-Aktie zum 31. Dezember 2014 auf 51,6 Prozent.

### **Investor-Relations-Aktivitäten**

Einer der Schwerpunkte unserer Investor-Relations-Aktivitäten ist eine möglichst zeitnahe und umfassende Information von Interessenten und Kapitalmarktteilnehmern über alle wichtigen Ereignisse und Entwicklungen aus dem Unternehmen. Die Basis hierfür sind unsere Geschäfts- und Zwischenberichte, die einen genauen Einblick in die aktuelle Entwicklung unseres Unternehmens vermitteln. Darüber hinaus informieren wir die Kapitalmarktteilnehmer über alle wesentlichen Ereignisse in

der Constantin Medien-Gruppe in Form von Presse- und Ad-hoc-Mitteilungen. Des Weiteren standen Vorstand und Investor Relations im Jahr 2014 in zahlreichen Einzel-, Gruppen- oder Telefongesprächen Analysten, Investoren und Bankenvertretern Rede und Antwort, so auch auf dem Deutschen Eigenkapitalforum – der europaweit wichtigsten Investorenmesse für kleine und mittelgroße Aktiengesellschaften.

Neben der direkten Kommunikation ist unsere Webseite [www.constantin-medien.de](http://www.constantin-medien.de) ein zentrales Informationsinstrument für alle Interessenten. Sie bietet in übersichtlicher Form alle relevanten Fakten zur Historie und zur aktuellen Entwicklung der Constantin Medien-Gruppe.

### **Weitere Kapitalmarkttitle der Constantin Medien AG**

Die Aktie der Highlight Communications AG bewegte sich im Geschäftsjahr 2014 mit einem Kursabschlag von 16,1 Prozent ebenfalls unterhalb der Entwicklung ihrer Vergleichsindizes. Der Kurs schloss zum 31. Dezember 2014 bei 3,33 Euro. Zum 13. März 2015 lag der Kurs bei 3,80 Euro.

Am 24. Juli 2014 beschloss der Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrats, die Unternehmensanleihe 2010/2015 gemäß den Anleihebedingungen vorzeitig vollständig zu kündigen. Die Unternehmensanleihe hatte ein Volumen von 30,0 Mio. Euro, eine Laufzeit von fünf Jahren bis Oktober 2015 und wurde mit 9,0 Prozent p.a. verzinst. Die Kündigung wurde am 28. Juli 2014 im Bundesanzeiger und auf der Webseite der Gesellschaft bekannt gemacht. Die Rückzahlung erfolgte mit Wirkung zum 28. August 2014. An diesem Tag wurden die Schuldverschreibungen zum Nennbetrag zuzüglich der bis zu diesem Tag aufgelaufenen Zinsen zurückgezahlt.

Der Kurs der Unternehmensanleihe 2013/2018 mit Ausgabe- und Valutatag 23. April 2013, einem Nominalbetrag von 65 Mio. Euro, einem Zins-Coupon von 7,0 Prozent p.a. und einer Laufzeit von fünf Jahren, schloss zum 31. Dezember 2014 bei 102,50 Prozent, und damit über dem Wert des Vorjahres (31. Dezember 2013: 100,00 Prozent). Zum 31. Dezember 2014 lagen das 52-Wochen-Hoch bei 103,50 Prozent (2013: 102,15 Prozent) und das 52-Wochen-Tief bei 91,75 Prozent (2013: 94,00 Prozent). Zum 13. März 2015 lag der Kurs bei 104,75 Prozent.

## Informationen zu Constantin Medien-Wertpapieren zum 31. Dezember 2014

ISIN/WKN	
– Stammaktie (Prime Standard Segment)	DE0009147207/914720
– Aktie der Highlight Communications AG (Prime Standard Segment)	CH0006539198/920299
– Unternehmensanleihe 2013/2018 (Segment Entry Standard Anleihen)	DE000A1R07C3/A1R07C
Indizes	DAXsector Media
Schlusskurs 31.12.2014 / 52-Wochen-Hoch / 52-Wochen-Tief	
– Constantin Medien AG (Xetra)	1,30 / 1,85 / 1,11 Euro
– Highlight Communications AG (Xetra)	3,33 / 4,18 / 2,97 Euro
– Unternehmensanleihe 2013/2018 (Frankfurt)	102,5 / 103,5 / 91,8 Prozent
Grundkapital (31.12.2014)	93,6 Mio. Stück
Aktien in Umlauf (31.12.2014)	86,2 Mio. Stück
Unternehmensanleihe 2013/2018 in Umlauf	65.000 Stück
Marktbewertung (bezogen auf Stück in Umlauf zum 31.12.2014)	
– Constantin Medien AG (Xetra)	112,1 Mio. Euro
– Highlight Communications AG (Xetra)	148,1 Mio. Euro
– Unternehmensanleihe 2013/2018	66,6 Mio. Euro

## Directors' Dealings/Aktienbesitz von Organen zum 31. Dezember 2014

Im Geschäftsjahr 2014 wurden der Gesellschaft von Mitgliedern des Vorstands und des Aufsichtsrats die in nachfolgen-

der Tabelle aufgeführten mitteilungspflichtigen Erwerbs- und Veräußerungsgeschäfte mitgeteilt:

### Transaktionen

Organ	Name	Datum der Meldung	Geschäft	Wertpapier	Anzahl (in Stück)	Kurs (in EUR)	Gesamtvolumen (in EUR)
Aufsichtsrat	Dr. Dieter Hahn	3.7.2014	Kauf	Aktie	4.171.600	1,30	5.423.080,00
Vorstand	Bernhard Burgener	21.7.2014	Kauf	Aktie	400.000	1,25	500.000,00

Die Organmitglieder Herr Bernhard Burgener (Vorsitzender des Vorstands), Herr Dr. Dieter Hahn (Vorsitzender des Aufsichtsrats) und Herr René Camenzind (Mitglied des Aufsichtsrats) hielten zum 31. Dezember 2014 jeweils direkt oder indirekt einen Bestand an Aktien bzw. Aktienanspruch von mehr als 1 Prozent vom Grundkapital.

Die Anzahl der von Herrn Bernhard Burgener gehaltenen Aktien erhöhte sich durch die Transaktion auf 5.650.000 Stück. Die Anzahl der von Herrn Dr. Dieter Hahn unmittelbar gehaltenen Aktien erhöhten sich durch die Transaktion auf 6.371.600 Stück.

Des Weiteren hält Herr Fred Kogel, seit 1. Oktober 2014 Mitglied des Vorstands der Constantin Medien AG, 350.000 Aktien der Constantin Medien AG

Ein Aktienanspruch aus Optionsrechten für Mitglieder des Vorstandes besteht nicht.

#### **Aktienbesitz von Organen zum 31. Dezember 2014**

<b>Organ</b>	<b>Name</b>	<b>Aktienbesitz</b>
<b>Vorstand</b>	Bernhard Burgener	5.650.000
	Fred Kogel	350.000
	Antonio Arrigoni	6.279
<b>Aufsichtsrat</b>	Dr. Dieter Hahn	6.371.600
	René Camenzind	2.200.656
	Dr. Bernd Kuhn	8.470
	Jean-Baptiste Felten	0
	Andrea Laub	0
	Jan P. Weidner	0







# ZUSAMMENGEFASSTER KONZERNLAGE- UND LAGEBERICHT



## Zusammengefasster Konzernlage- und Lagebericht

### 1. Grundlagen des Konzerns

#### 1.1 Konzernstruktur und Geschäftstätigkeit

Die Constantin Medien AG ist ein international agierendes Medienunternehmen mit Sitz in Ismaning bei München. Es ist auf das Segment Sport sowie über die Beteiligung an dem Schweizer Medienunternehmen Highlight Communications AG auf die Segmente Film, Sport- und Event-Marketing sowie das Segment Übrige Geschäftsaktivitäten ausgerichtet.

Als Obergesellschaft ist die Constantin Medien AG die konzernleitende Holding. Mit den Bereichen Finanzen, Rechnungswesen, Controlling, Interne Revision, Kommunikation, Investor Relations, Personal und Recht erbringt die Constantin Medien AG konzerninterne Dienstleistungen. Ihr obliegt die strategische Steuerung des Konzerns. Über ihre 100-Prozent-Tochtergesellschaft Constantin Sport Holding GmbH hält sie jeweils 100 Prozent der Anteile an den Unternehmen des Segments Sport.

Die Highlight Communications AG, Pratteln/Schweiz, ist eine Aktiengesellschaft nach Schweizer Recht, die seit 1999 an der Frankfurter Wertpapierbörse notiert ist. Sie hält unter anderem jeweils 100 Prozent an der Constantin Film AG, der Rainbow Home Entertainment AG, Pratteln/Schweiz, der Rainbow Home Entertainment Ges.m.b.H., Wien/Österreich, sowie der Team Holding AG, Luzern/Schweiz. Darüber hinaus ist sie mit 68,99 Prozent an der, an der Schweizer Börse (SIX Swiss Exchange) notierten, Highlight Event & Entertainment AG, Luzern/Schweiz, beteiligt.

Das **Segment Sport** beinhaltet die Aktivitäten im Bereich Fernsehen mit dem Free-TV-Sender SPORT1 und den Pay-TV-Sendern SPORT1+ und SPORT1 US. Darüber hinaus zählen das Online-Portal SPORT1.de, die mobilen SPORT1-Applikationen sowie das digitale Sportradio SPORT1.fm zum Portfolio unter der Dachmarke SPORT1. Die vielfältigen Angebote von SPORT1 werden von dem Multiplattform-Vermarkter Sport1 Media GmbH (bis Ende September 2014 unter Constantin Sport Marketing GmbH firmierend) vermarktet. Weitere wesentliche Konzerngesellschaft ist die PLAZAMEDIA, die mit ihren Tochterunternehmen in Österreich und der Schweiz umfangreiche Dienstleistungen im Bereich Produktion anbietet.

Am 19. Mai 2014 hat die Constantin Medien AG bekannt gegeben, dass sie sich entschieden hat, die Verhandlungen mit der Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG im Zusam-

menhang mit der am 5. Dezember 2013 vereinbarten Transaktion nicht weiter zu führen. Die Vereinbarung sah den Verkauf von 100 Prozent der Anteile an der PLAZAMEDIA GmbH TV- und Film-Produktion (einschließlich ihrer Tochtergesellschaften in Österreich und der Schweiz) sowie den Verkauf von jeweils 25,1 Prozent der Anteile an der Sport1 GmbH und der Sport1 Media GmbH vor. Die Transaktion stand unter anderem unter dem Vorbehalt, dass ein neuer mehrjähriger Produktionsrahmenvertrag zwischen der Sport1 GmbH und PLAZAMEDIA GmbH TV- und Film-Produktion abgeschlossen wird. Über dessen Ausgestaltung konnte damals trotz intensiver und langer Verhandlungen jedoch keine Einigkeit erzielt werden.

Die wesentlichen Finanzierungsquellen im Segment Sport sind im Bereich Free-TV/Online/Mobile die Werbe- und/oder Sponsoring-Erlöse und im Bereich Pay-TV insbesondere vertraglich vereinbarte Garantiezahlungen bzw. abonnentenbasierte Einspeiseverträge. Im Produktionsbereich zählen hierzu langfristige Produktionsrahmenverträge und mittelbar auch die Werbeeinnahmen der TV-Sender. Die wesentlichen Aufwandsposten umfassen im Segment Sport die Kosten für Lizenzrechte, Produktions- und Herstellungskosten, Verbreitungskosten sowie Personalaufwendungen. Im Produktionssektor zählen hierzu insbesondere Kosten für Produktionsdienstleistungen, Investitionen in technische Neuerungen und Erweiterungen, Instandhaltung und Wartung sowie Kosten für die Signalführung und nicht zuletzt für das Personal.

Im **Segment Film** sind die Aktivitäten der Constantin Film AG und deren Tochtergesellschaften im In- und Ausland sowie der Highlight Communications-Tochtergesellschaften Rainbow Home Entertainment zusammengefasst. Die Constantin Film-Gruppe ist der bedeutendste unabhängige deutsche Hersteller und Auswerter von Produktionen im gesamten fiktionalen und non-fiktionalen audiovisuellen Bereich. Ihr Tätigkeitsfeld umfasst die Entwicklung und Herstellung sowie die Auswertung von eigenproduzierten und erworbenen Filmrechten. Die eigenproduzierten Spielfilme im Kino-Bereich werden in der Regel weltweit vermarktet, während die Fremdproduktionen im Wesentlichen im deutschsprachigen Raum vertrieben werden. Bei der Auswertung werden alle Stufen der Verwertungskette (Kinoverleih, Home-Entertainment-Veröffentlichungen, TV-Ausstrahlung) ausgeschöpft. Neben Kinofilmen erstellt die Constantin Film-Gruppe fiktionale sowie non-fiktionale Produkte für deutsche und ausländische TV-Sender. Zur bestmöglichen Verwertung der Videorechte an Eigen- und Lizenztiteln besitzt die High-

light Communications AG eine eigene Vertriebsorganisation. In der Schweiz und in Österreich erfolgt der Vertrieb über die Gesellschaften der Rainbow Home Entertainment. Im deutschen Markt arbeitet die Highlight Communications (Deutschland) GmbH mit Paramount Home Entertainment zusammen.

Die wesentlichen Finanzierungsquellen im Segment Film resultieren aus der Auswertung der eigenproduzierten und erworbenen Filmrechte über alle Stufen der Verwertungskette. Weitere Einnahmen werden aus den Produktionsaufträgen für TV-Sender sowie aus den nationalen und internationalen Zuwendungen aus der Filmförderung generiert. Die wesentlichen Aufwandsposten umfassen Erwerbs- und Verwertungsrechte an Drehbüchern und Stoffen, Produktionskosten sowie Vermarktungs- und Herausbringungskosten für die einzelnen Filme (Marketing und Kopien).

Das **Segment Sport- und Event-Marketing** umfasst die Aktivitäten der Team Holding AG (TEAM) und deren Tochtergesellschaften. Die TEAM-Gruppe ist auf die globale Vermarktung internationaler Sport-Großveranstaltungen spezialisiert. Als eine der weltweit führenden Agenturen auf diesem Gebiet vermarktet sie im Auftrag des Europäischen Fußballverbands (UEFA) exklusiv sowohl die UEFA Champions League als auch die UEFA Europa League und den UEFA Super Cup.

Die wesentlichen Finanzierungsquellen im Segment Sport- und Event-Marketing sind die mit der Vermarktung der TV- und Sponsorenrechte verbundenen Agenturprovisionen, während der Personalaufwand den größten Anteil der Aufwandsseite ausmacht.

Das **Segment Übrige Geschäftsaktivitäten** umfasst die Aktivitäten der Highlight Event & Entertainment AG. Das Unternehmen agiert im Event- und Entertainment-Geschäft und besitzt die Vermarktungsmandate für den Eurovision Song Contest und die Wiener Philharmoniker. Die Highlight Communications-Tochtergesellschaft Rainbow Home Entertainment hält einen Anteil von 50,004 Prozent an der Full-Service-Agentur Pokermania GmbH die sich auf die Entwicklung von Online-Gaming-Geschäftsmodellen und auf den Markt der Social Games spezialisiert hat. Die Aktivitäten im Bereich Online-/Social-Gaming werden dem Segment Übrige Geschäftsaktivitäten zugerechnet.

Die wesentlichen Finanzierungsquellen im Segment Übrige Geschäftsaktivitäten sind die mit der Vermarktung der TV- und Sponsorenrechte verbundenen Agenturprovisionen sowie die aus

der Vermarktung der Online-/Social-Gaming-Produkte resultierenden Erlöse. Die wesentlichen Aufwandsposten – sowohl bei der Vermarktung der TV- und Sponsorenrechte als auch bei der Entwicklung von Online-/Social-Gaming-Produkten – umfassen Personalkosten und den Einkauf von Dienstleistungen.

**Sonstiges** beinhaltet in erster Linie die Aktivitäten der Constantin Medien AG als Holdinggesellschaft.

## 1.2 Steuerungssystem und Leistungsindikatoren

### 1.2.1 Konzernsteuerung

Der Vorstand der Constantin Medien AG ist für die strategische Ausrichtung und Steuerung des Konzerns verantwortlich. Zum 1. Oktober 2014 wurde der Vorstand um eine Person auf drei Mitglieder erweitert: Seither bilden, wie bisher, der Vorsitzende des Vorstands, Herr Bernhard Burgener, der Vorstand Finanzen, Herr Antonio Arrigoni und neu Herr Fred Kogel als Vorstand Produktion, Prozessmanagement und Integration das Führungsgremium der Constantin Medien AG. Bei den Konzerngesellschaften des Segments Sport liegt die operative Verantwortung bei den Geschäftsführungen der jeweiligen Tochtergesellschaften. Die Steuerung der Gesellschaften dieses Segments erfolgt über Gesellschafterversammlungen, Strategie-Sitzungen des Managements sowie über regelmäßige Sitzungen des Executive Board und des Corporate Board. Kurz- und Mittelfristplanungen sowie regelmäßige Reportings sind Grundlage für die Steuerung der Aktivitäten der Sportgesellschaften.

Die Highlight Communications AG und die Highlight Event & Entertainment AG als Aktiengesellschaften nach Schweizer Recht, sowie die Constantin Film AG als Aktiengesellschaft nach deutschem Recht werden durch den Verwaltungsrat bzw. den Vorstand eigenständig geführt. Die Constantin Medien AG nimmt auf die Highlight Communications-Gruppe über ihre 52,39-Prozent Beteiligung als Aktionär Einfluss. Auch hier bilden Kurz- und Mittelfristplanungen sowie regelmäßige Reportings an die Organe dieser Gesellschaften die Grundlage für die Steuerung der entsprechenden Aktivitäten. Des Weiteren berichtet die Highlight Communications AG im Rahmen des regelmäßigen Konzern-Reportings an die Constantin Medien AG.

### 1.2.2 Finanzielle Leistungsindikatoren

Umsatzgrößen und der Ergebnisanteil Anteilseigner bilden die maßgeblichen Steuerungsgrößen innerhalb des Constantin Medien-Konzerns. Des Weiteren werden zur Kontrolle und Steuerung der Segmente regelmäßig die Kennziffern Betriebs-

ergebnis (EBIT), Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Wertminderungen (EBITDA) und die Nettoverschuldung (Liquide Mittel abzüglich Finanzverbindlichkeiten) ermittelt.

### 1.2.3 Nicht-finanzielle Leistungsindikatoren und Erfolgsfaktoren

Über die finanziellen Steuerungsgrößen hinaus sind nicht-finanzielle Leistungsindikatoren bzw. Erfolgsfaktoren für die Performance des Unternehmens von zentraler Bedeutung. Diese ergeben sich aus den spezifischen Anforderungen des jeweiligen Geschäftsmodells.

**Reichweiten und Marktanteile:** Bei der Sport1 GmbH bildet die Markt- bzw. TV-Zuschauerforschung die Basis, um das Programm seiner Free-TV- bzw. Pay-TV-Sender laufend auf seine Attraktivität hin zu überprüfen, attraktive Lizenzrechte zu erwerben, innovative Formate zu entwickeln und eine zuschauergerichte Programmierung des Sendeablaufs sicherzustellen.

Im Free-TV sind dies die täglichen Reichweiten und Marktanteile, die von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) erhoben werden. Für SPORT1 ist dies insbesondere der Marktanteil in seiner Kernzielgruppe Männer 14 bis 49 Jahre (M14-49). Im Pay-TV ist die Zahl der Abonnenten wesentlicher Indikator, und für den Online-Bereich die standardisierte Online-Reichweitenwährung Unique User, die von der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. (AGOF) monatlich ausgewiesen wird. Darüber hinaus weist die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW) monatlich die Page Impressions (PIs) und Visits aus. Im Mobile-Bereich werden die PIs und Visits ebenfalls über die IVW ausgewiesen. Im Video-Bereich werden die Video Views (Video-Abrufe) über Google Analytics, das YouTube Content Management System sowie YouTube Analytics und die Streaming Sessions für das digitale Radio über Triton Digital ermittelt.

Auch im Segment Film ist im Bereich Home Entertainment der Marktanteil, der sich aus dem Verleih und dem Verkauf von DVDs und Blu-rays errechnet, ein Leistungsindikator für den Erfolg der Highlight Communications-Gruppe. In den Bereichen TV-Auswertung/Lizenzhandel und TV-Auftragsproduktion sind Reichweiten und Marktanteile ebenfalls wichtige Bezugsgrößen des Publikumserfolgs eines ausgestrahlten Formats und häufig Grundlage bei Entscheidungen über zukünftige Beauftragungen.

**Technische Reichweite:** Für die Attraktivität des Free-TV-Senders SPORT1 als Plattform für die werbetreibende Wirtschaft

ist die technische Reichweite von großer Bedeutung. SPORT1 ist in 32,2 Millionen und damit in 87 Prozent aller erreichbaren Haushalte in Deutschland empfangbar – und somit nahezu flächendeckend. Im Pay-TV ist eine möglichst flächendeckende Verbreitung der beiden Sender SPORT1+ und SPORT1 US über die maßgeblichen Kabelnetzbetreiber und Infrastrukturanbieter wesentlicher nicht-finanzieller Leistungsindikator.

**Besucherzahlen:** Im Geschäftsfeld Kinoverleih der Constantin Film AG ist die Anzahl der Zuschauer, die ein Film generiert, einer der entscheidenden Faktoren, da sich der Kinoerfolg in der Regel auch auf die nachfolgenden Auswertungsstufen – insbesondere im Bereich Home Entertainment – auswirkt. Trotz intensiver vorheriger Marktbeobachtungen in den Zielgruppen ist der Geschmack des Kinopublikums allerdings nur begrenzt einschätzbar. Darüber hinaus konkurrieren die von der Constantin Film AG herausgebrachten Kinofilme stets mit den gleichzeitig laufenden Titeln anderer Verleiher, sodass auch eine perfekt auf den jeweiligen Film abgestimmte Marketingkampagne nicht zu den erwarteten Besucherzahlen führen kann.

Darüber hinaus sind auch nicht-finanzielle Leistungsindikatoren bzw. Erfolgsfaktoren für die Performance des Unternehmens von zentraler Bedeutung, welche nicht quantitativ erhoben und zur internen Steuerung herangezogen werden, jedoch essentiell für das Geschäftsmodell der Gesellschaft sind.

**Zugang zu Rechten:** Für die Plattformen unter der Dachmarke SPORT1 ist der Zugang zu und die Verfügbarkeit von attraktiven Sportrechten von großer Bedeutung. Dies gilt insbesondere für die Übertragung von Fußballspielen. Der Zugang ist unter anderem von überzeugenden Programmkonzepten, einer soliden Finanzierungsbasis und einem engen Kontaktnetz zu Entscheidungsträgern in diesem Bereich abhängig. Im Free-TV sind attraktive Sportrechte essentiell, um den Marktanteil in der Kernzielgruppe (Männer 14- 49 Jahre) halten bzw. ausbauen zu können, für die Pay-TV-Sportkanäle SPORT1+ und SPORT1 US, um deren Pay-Value garantieren und sukzessive steigern zu können und für das digitale Sportradio SPORT1.fm, um Hörer- und User-Zahlen weiter ausbauen zu können.

Beim Erwerb der Rechte an literarischen Vorlagen und Drehbüchern sowie beim Abschluss von Verträgen mit erfolgreichen Regisseuren, Schauspielern und Filmstudios ist die Constantin Film-Gruppe einem starken Wettbewerb ausgesetzt. Daher arbeitet die Constantin Film AG schon seit Jahrzehnten sehr

eng mit renommierten und erfahrenen Drehbuchautoren, Regisseuren und Produzenten im In- und Ausland zusammen, die über großes Know-how bei der Produktion von Kinofilmen und TV-Formaten verfügen.

**Innovationsfähigkeit:** Der Erfolg von PLAZAMEDIA hängt wesentlich von der Fähigkeit ab, ihren Kunden hochwertige und innovative Dienstleistungen in den Bereichen Kreation von Content, Außen-, Innen- bzw. Studio- und Postproduktion sowie in den Feldern Neue Medien, Sendeabwicklung, Technologie, interaktive, digitale oder mobile Zusatzangebote sowie multimediales Handling und digitale Archivierung und Distribution von Content anzubieten. Da technische Innovationen zu den strategischen Erfolgsfaktoren im Produktionsdienstleistungsgeschäft gehören, setzt PLAZAMEDIA einen besonderen Fokus auf die Weiterentwicklung ihrer technologischen Leistungsfähigkeit, um der zunehmenden Nachfrage nach innovativen hochauflösenden Produktionen vollumfänglich gerecht werden zu können.

**Fachkompetenz und Kontaktnetz:** Nicht nur im Hinblick auf das zunehmend digitale und konvergente Mediennutzungsverhalten und die Transformation hin zur Nutzung plattformübergreifender Angebote sind sowohl die technische als auch inhaltliche Kompetenz entscheidend. Entsprechend wichtig ist die Rekrutierung, Förderung und Sicherung von gut ausgebildeten, fachkundigen, engagierten und kreativen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Darüber hinaus sind ein ausgeprägtes Kontaktnetz sowie enge und vertrauensvolle Beziehungen zu den Geschäftspartnern wichtige Indikatoren für den Erfolg der Unternehmensgruppe. Dies gilt im Segment Sport unter anderem im Hinblick auf Rechteinhaber und die werbetreibende Industrie oder medienpolitische Institutionen. Im Segment Film kommt insbesondere der Zusammenarbeit mit Drehbuchautoren, Regisseuren und Produzenten im In- und Ausland eine große Bedeutung zu. In den Segmenten Sport- und Event-Marketing und Übrige Geschäftsaktivitäten sind bei der Vermarktung internationaler Sportgroß- oder Event- und Entertainment-Veranstaltungen vertrauensvolle Geschäftsbeziehungen zu den Rechteinhaltern sowie bestehenden und potenziellen Sponsoren entscheidend.

### 1.3 Rechtliche Einflussfaktoren

Die Constantin Medien AG hat einer Vielzahl börsenrechtlicher und gesetzlicher Vorschriften zu folgen. Als eine im regulierten

Markt (Prime Standard) der Frankfurter Wertpapierbörse notierte Aktiengesellschaft nach deutschem Recht unterliegt sie insbesondere dem deutschen Aktien- und Kapitalmarktrecht und hat den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex zu entsprechen. Die Highlight Communications AG ist eine Aktiengesellschaft nach Schweizer Recht, die an der Frankfurter Wertpapierbörse notiert ist. Die Highlight Event & Entertainment AG als Aktiengesellschaft nach Schweizer Recht richtet sich nach den „Codes of Best Practice“ der SIX Swiss Exchange. Die operativen Aktivitäten der Gesellschaften der einzelnen Segmente erfolgen im Einklang mit einer Vielzahl medien-, datenschutz- und urheberrechtlicher sowie regulatorischer Vorgaben.

#### Segment Sport

Bestimmende rechtliche Einflussfaktoren für den Free-TV-Sender SPORT1, die Pay-TV-Sender SPORT1+ und SPORT1 US, das Internet-TV-Angebot SPORT1 Livestream sowie das digitale Sportradio SPORT1.fm sind der Rundfunkstaatsvertrag und die Landesmediengesetze, deren Einhaltung von den jeweiligen Medienanstalten der Bundesländer überwacht wird. Sowohl SPORT1 als auch SPORT1+, SPORT1 US und SPORT1 Livestream fallen hierbei in die Zuständigkeit der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM). SPORT1.fm fällt in die Zuständigkeit der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen).

Der Free-TV-Sender SPORT1 verfügt über eine Sendelizenz bis zum 20. April 2015. Auf Antrag der Sport1 GmbH hat die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) diese Sendegenehmigung um acht Jahre bis zum 20. April 2023 verlängert. Die Pay-TV-Sender SPORT1+ und SPORT1 US, das Internet-TV-Angebot SPORT1 Livestream und das Sportradio SPORT1.fm haben Sendelizenzen mit mehrjähriger Laufzeit.

Als privater Rundfunkveranstalter unterliegt die Constantin Medien-Gruppe den Vorschriften des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags. Im Rahmen dessen ist dafür Sorge zu tragen, dass Kinder und Jugendliche Angebote nicht wahrnehmen können, die geeignet sind, ihre Entwicklung zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit zu beeinträchtigen.

Darüber hinaus beinhaltet der Rundfunkstaatsvertrag verschiedene regulatorische Vorgaben im Zusammenhang mit der Schaltung von Werbung. Dazu zählt die von den Landesmedienanstalten im Februar 2009 verabschiedete Gewinnspiel-

satzung, die unter anderem strengere Regelungen für „Call-In-Formate“ vorsieht. Dabei stehen neben dem Schutz von minderjährigen Teilnehmern insbesondere erhöhte Transparenz-Anforderungen an die Gewinnspiele im Vordergrund. Ferner ist der am 1. Juli 2012 in Kraft getretene Glücksspielstaatsvertrag von Relevanz. Er enthält die Möglichkeit der Erteilung einer beschränkten Anzahl von Konzessionen/Lizenzen (auch) an private Anbieter von Sportwetten, die bis dato allerdings noch nicht erfolgt ist, und sieht zudem für die Bewerbung von Sportwetten in TV und Internet ein Verbot mit Erlaubnisvorbehalt vor.

#### Segment Film

Im Segment Film unterliegt die Constantin Medien-Gruppe ebenfalls einer Reihe von gesetzlichen Regelungen mit besonderer Bedeutung. Dazu zählen unter anderem die Regelungen zum Urheberrechtsgesetz. Ferner ist das Gesetz zum Schutz der Jugend zu beachten, das bei Kino- und Videofilmen die Verpflichtung zur Alterskennzeichnung durch die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen e.V. regelt.

Die deutsche Kinofilmproduktion – so auch die Constantin Film-Gruppe – ist auf Förderungen angewiesen. In Deutschland werden auf Bundes- und Länderebene jährlich rund 170 Mio. Euro vor allem für die Spielfilmförderung aufgewendet. Von den Förderinstitutionen ist der Deutsche Filmförderfonds DFFF mit zuletzt 60 Mio. Euro jährlich der Wichtigste. Er fördert – wie ähnliche Instrumente in anderen Ländern – die Produktionstätigkeit am heimischen Standort.

Ab dem Jahr 2015 sind für den DFFF laut Beschluss des Haushaltsausschusses des Deutschen Bundestages vom 13. November 2014 nur noch 50 Mio. Euro vorgesehen.

Quelle: Blickpunkt:Film, 20. November 2014

Die juristische Auseinandersetzung zum Filmförderungsgesetz (das Gericht überprüfte, ob der Bund überhaupt die notwendige Gesetzgebungskompetenz zum Erlass des Filmförderungsgesetzes hat) hat das Bundesverfassungsgericht am 28. Januar 2014 durch ein Urteil beendet und das Filmförderungsgesetz in Gänze für verfassungsgemäß erklärt. Das vom Bund erlassene Gesetz stelle keinen unerlaubten Eingriff in die Kulturhoheit der Länder dar. Bereits 2013 wurde die „Kinomitteilung der EU-Kommission“ mit dem Ergebnis verabschiedet, dass sich für die Fördermöglichkeiten der Filmförderungsanstalt

(FFA) sowie des DFFF keine gravierende Änderung ergeben wird. Die Zulässigkeit der Filmförderung in ihrer aktuellen Form ist damit rechtlich gesichert.

Quellen: Pressemitteilung Produzentenallianz, 28. Januar 2014; Mediabiz/Blickpunkt:Film, 14. November 2014

#### Segment Sport- und Event-Marketing

Am 4. Oktober 2011 erging ein Urteil des Europäischen Gerichtshofs (EuGH), das sogenannte „Murphy-Urteil“, zur Vergabe von exklusiven TV-Rechten für Fußballspiele. In diesem Urteil verkündete der EuGH, dass die Vergabe territorialer Exklusivrechte an Sender im EU-Wirtschaftsraum, die ein Angebot ihrer TV-Dienste in anderen EU-Märkten untersagt, gegen den Grundsatz des freien Dienstleistungsverkehrs in der EU verstößt. Die Auswirkungen dieser Entscheidung auf die Aktivitäten im Segment Sport- und Event-Marketing sind nach wie vor nicht klar.

#### Segment Übrige Geschäftsaktivitäten

Im Hinblick auf den Betrieb von Online-Gaming-Geschäftsmodellen unterliegt die Constantin Medien-Gruppe auch dem Glücksspielstaatsvertrag 2012.

#### 1.4 Marktforschung und Entwicklung

Die Erhebung und Analyse von Marktdaten in den Bereichen Zuschauer-, User-, und Kundenforschung ist für die Entwicklung und Weiterentwicklung der Geschäftsfelder, in denen der Konzern operativ tätig ist, wichtig, um frühzeitig auf Trends in den jeweiligen Branchensegmenten und Veränderungen im Konsumentenverhalten reagieren oder diesen vorgehen zu können. Zudem dienen diese Daten und Erkenntnisse den Unternehmen der Constantin Medien-Gruppe dazu Kunden, Geschäftspartnern und der werbetreibenden Industrie kompetente und stichhaltige Informationen zur Beurteilung ihrer Investitionsentscheidungen zur Verfügung stellen zu können.

Hierfür arbeitet der Konzern mit verschiedenen darauf spezialisierten Unternehmen zusammen. Im Bereich der Markt- bzw. TV-Zuschauerforschung sind dies die Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) und die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK). Im Online-Bereich handelt es sich um die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) sowie die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW), die die monatlichen Nutzungsdaten Unique User bzw. die Page Impressions (PIs) und Visits von



Werbeträgern im Internet ausweisen. Im Mobile-Bereich werden die Pls und Visits ebenfalls von der IVW ausgewiesen. Im Video-Bereich werden die Video Views (Video-Abrufe) über Google Analytics, das YouTube Content Management System sowie YouTube Analytics und die Streaming Sessions für das digitale Radio über Triton Digital ausgewiesen.

Eigenproduktionen im Segment Film werden teilweise im Rahmen von Screenings einem Publikumstest unterzogen. Ebenso werden für die aktuellen Kinostarts Awareness-Zahlen erhoben, um unter anderem die Wirkung der Marketing-Aktivitäten für den jeweiligen Film beurteilen und ggf. optimieren zu können.

Neben diesen rein quantitativen Leistungsgrößen sind auch qualitative Daten wie zum Beispiel zur Werbewirkungsforschung wichtige Grundlagen für die Bewertung, Einordnung und Ausrichtung der unternehmensstrategischen und operativen Produktions- und Verwertungs- bzw. Vermarktungs- und Marketingaktivitäten innerhalb der verschiedenen Segmente. Hierfür wird auch auf breit angelegte Studien und Forschungsarbeiten zur Entwicklung der Medienbranche oder Umfragen, Screenings oder Publikums-Tests zu den eigenen Produkten zurückgegriffen. Aufwendige Stoffe werden schon vor der jeweiligen Herstellung auf ihre Akzeptanz im Markt geprüft.

## 2. Wirtschaftsbericht

### 2.1 Gesamtwirtschaftliches Umfeld im Geschäftsjahr 2014

Die Weltwirtschaft hat sich 2014 positiv entwickelt und ist weiter gewachsen. Jedoch fiel das globale Wachstum geringer aus als ursprünglich angenommen. Als wesentlichen Grund nannte der Internationale Währungsfonds (IWF) geopolitische Konflikte wie in der Ukraine oder im Mittleren Osten. Zudem sah die Organisation im Euro-Raum eine nur langsame wirtschaftliche Erholung, deren Dynamik im zweiten Halbjahr wieder abnahm. Insgesamt errechnete der IWF für das Jahr 2014 ein Wachstum der Weltwirtschaft von 3,3 Prozent.

Die Wirtschaft im Euroraum entwickelte sich dagegen verhalten und wuchs laut IWF nur um 0,8 Prozent. Zwar machten Länder wie Spanien und Portugal dem Institut für Weltwirtschaft (IfW) zufolge Fortschritte bei Strukturreformen, doch andere Staaten wie Frankreich und insbesondere Italien würden noch immer einen Reformstau aufweisen, der die wirtschaftlichen Aktivitäten behindere.

Die deutsche Wirtschaft verzeichnete im Jahr 2014 ein Wachstum von 1,5 Prozent, so vorläufige Berechnungen des Statistischen Bundesamtes. Der Zuwachs blieb damit aber deutlich unter den ursprünglichen Erwartungen von Konjunkturexperten. Getragen wurde die Zunahme der Wirtschaftsleistung vor allem durch den Anstieg der privaten Konsumausgaben sowie der Investitionen von Unternehmen und Staat in Ausrüstungen wie Maschinen, Geräte und Fahrzeuge. Die Arbeitslosenquote 2014 sank der Bundesagentur für Arbeit zufolge um 0,2 Prozentpunkte auf 6,7 Prozent; die Zahl der arbeitslos gemeldeten Personen lag im Jahresdurchschnitt auf dem niedrigsten Stand seit der Deutschen Wiedervereinigung.

Quellen: Internationaler Währungsfonds (IWF), World Economic Outlook, Update Oktober 2014 und Januar 2015; EZB Monatsbericht Dezember 2014, Januar 2015; Institut für Weltwirtschaft (IfW), Kiel: Dämpfer für die Konjunktur, 11. September 2014; Pressemitteilung Statistisches Bundesamt, 15. Januar 2015, Bundesagentur für Arbeit, Presseinformation, 7. Januar 2015

### Marktumfeld Medien und Unterhaltung in Deutschland

Grundsätzlich entwickelt sich die Medien- und Unterhaltungsbranche in Deutschland im Einklang mit der Entwicklung der Gesamtwirtschaft, wobei die Ausgaben für Werbung in der Regel enger und zeitnäher an konjunkturelle Veränderungen geknüpft sind als das Ausgabeverhalten der Konsumenten.

Für das Jahr 2014 ging die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC) von einem Umsatzwachstum der gesamten Medien- und Unterhaltungsbranche in Deutschland um 1,9 Prozent auf rund 66,4 Mrd. Euro aus. Das entspräche in etwa der Steigerungsrate des Jahres 2013 (+1,8 Prozent). Wachstumstreiber waren demnach wie in den Vorjahren digitalisierte Angebote, die grundlegende Auswirkungen auf das Mediennutzungsverhalten der Menschen und die Verbreitung von Medieninhalten haben.

Differenziert nach Mediengattungen, profitierten von diesem Umfeld im Jahr 2014 vor allem das Fernsehen mit einem Umsatzplus von 3,9 Prozent (Vorjahr: +2,5 Prozent) oder der Hörfunk (+3,4 Prozent nach +2,6 Prozent), während Zeitschriften (-1,9 Prozent) und Zeitungen (-3,5 Prozent) wie schon in den Jahren zuvor an Boden verloren. Für Online-Werbung erwarteten die Experten ein Wachstum von 8,1 Prozent, womit sich die Wachstumsdynamik – wie schon in den Vorjahren – weiter abschwächte.

Bei den Ausgaben der Deutschen für Medienkonsum ging PwC für das Berichtsjahr von einer konstanten Steigerungsrate um 2,0 Prozent aus (2013: +2,0 Prozent auf 48,7 Mrd. Euro). Als positive Einflussfaktoren werden die wachsende Verbreitung von Paid-Content-Inhalten, die generelle Zunahme des Verkaufs digitaler Inhalte, die gute Entwicklung des Marktes für Internetzugänge und auch die 2013 erfolgte Reform der Finanzierung des Öffentlich-Rechtlichen Rundfunks genannt.

Quelle: PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, „German Entertainment and Media Outlook: 2014 – 2018“, Dezember 2014

## 2.2 Branchenspezifische Rahmenbedingungen, operative Entwicklung und Analyse der nicht-finanziellen Leistungsindikatoren der Segmente

### 2.2.1 Branchenspezifische Rahmenbedingungen im Segment Sport

Nach Angaben des Informations- und Medienunternehmens Nielsen Media Research hatte der deutsche Bruttowerbemarkt im Jahr 2014 ein Volumen von 28,3 Mrd. Euro und wuchs damit um 4,5 Prozent gegenüber 2013 (Volumen: 27,1 Mrd. Euro). Das stärkste Wachstum entfiel dabei auf das zweite Quartal mit einem Plus von 6,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Das traditionell werbeintensive vierte Quartal schloss mit einer Steigerung von 5,1 Prozent gegenüber 2013 in den Above-the-line-Medien (TV, Radio, Online, Print, Out of Home) ab.

Die Gattung Mobile befindet sich dabei mit einem Plus von 72,5 Prozent gegenüber 2013 weiter auf Wachstumskurs, wobei einige Budgeterhöhungen bei den Werbetreibenden stark ins Auge fallen: so erhöhte der Sportartikelhersteller Adidas seine Spendings für mobile Werbung um mehr als 700 Prozent, Procter+Gamble um 693 Prozent, ebay um 448 Prozent und die Deutsche Bahn um 355 Prozent.

Die umsatzstärkste Mediengattung blieb auch 2014 das Fernsehen. TV generiert mit der Fußball-Weltmeisterschaft im Rücken im zweiten Quartal ein zweistelliges Wachstum (Plus 10,6 Prozent). Im Gesamtjahr bleibt immer noch ein Plus von 8,0 Prozent auf rund 13 Mrd. Euro; das waren rund 46,3 Prozent der gesamten Umsätze über alle Medien hinweg. Radio wuchs 2014 um 2,2 Prozent auf 1,6 Mrd. Euro und die Investitionen in Online-Werbung lagen im Berichts-

zeitraum mit rund 3,06 Mrd. Euro in etwa auf dem Niveau des Vorjahres (3,02 Mrd. Euro) – ein leichter Zuwachs von 1,2 Prozent.

Quellen: Nielsen Media Research GmbH, Pressemitteilung „Große Werbeträger investieren branchenübergreifend immer mehr in Mobile“, 26. Januar 2015, „Nielsen\_Top\_Ten\_Trends\_Dezember 2014“, 15. Januar 2015

Laut PwC ist die Anzahl der Pay-TV-Abonnenten in Deutschland im Jahr 2013 um 5,9 Prozent auf knapp 6,4 Mio. gestiegen. Dieser Aufwärtstrend beruhe nach PwC-Angaben insbesondere auf der erhöhten Nachfrage bei den Kabelnetzbetreibern nach weiteren Bezahlfernseh-Angeboten und den Vertriebs-erfolgen der größten deutschen Pay-TV-Plattform Sky.

Quelle: PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, „German Entertainment and Media Outlook: 2014 – 2018“, Dezember 2014

Wesentliche Trends im Produktionsmarkt 2014 waren technische Innovationen wie der Einsatz von hochauflösenden Produktionstechnologien (4K/8K), die vermehrte Nutzung von Cloud-basierten Produktions-Services sowie IT-basierten Infrastruktur-Lösungen. So wurden umfangreiche Tests von 4K-Live-Produktionen bei der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2014™ umgesetzt. Im September 2014 standen auf der International Broadcasting Convention, IBC, einem der wichtigsten Branchentreffen, innovative Netzwerk- und IP-basierte Produktionslösungen im Vordergrund.

Quellen: Medien Bulletin, 6/2014, „Neue Infrastruktur für die TV-Zukunft“; „4k-Produktionen zur FIFA WM als neue hochauflösende Produktionstechnik“; mebucom.de, 14. April 2014

### 2.2.2 Operative Entwicklung im Segment Sport

**Weiterer Ausbau des Rechteportfolios, umfassender Relaunch der digitalen Angebote und Neupositionierung der Vermarktung** – Die Sport1 GmbH setzte im Geschäftsjahr 2014 den kontinuierlichen Ausbau von Sportinhalten und Live-Strecken sowohl im Free-TV als auch im Pay-TV, und insbesondere ihren eingeschlagenen Kurs der digitalen Transformation, konsequent fort. Im Zuge der weiteren Stärkung der Multimedia-Dachmarke SPORT1 wurden auch in der Vermarktung neue Wege beschritten.

**Akquise qualitativ hochwertiger Sportrechte** – Die Sport1 GmbH erwarb im Berichtsjahr eine Vielzahl attraktiver und

überwiegend plattformübergreifender Verwertungsrechte für Free-TV, Pay-TV, Online, Mobile und Radio, um das Profil als Sportmedienmarke inhaltlich weiter zu schärfen:

So akquirierte die Sport1 GmbH im Januar 2014 unter anderem ausgewählte Live- und Highlight-Rechte an der FIA World Rally Championship (WRC) zur Ausstrahlung im Free-TV. Im Februar sicherte sich das Unternehmen Exklusiv-Rechte im Free-TV am Rabobank Hockey World Cup 2014 der Frauen und Männer, der vom 31. Mai bis 15. Juni in den Niederlanden stattfand. Darüber hinaus umfasste das Rechtepakete auch die zweijährlich stattfindende FIH Champions Trophy, die im November und Dezember 2014 ausgetragen wurde, und die im Januar 2014 ausgetragene Finalrunde der HERO Hockey World League. Im April wurden die Rechte am FIBA Basketball World Cup an die Sport1 GmbH vergeben, von dem ab 30. August bis 14. September 2014 im Free-TV, Online und Mobile live berichtet wurde. Im Mai wurden Rechte an der Volleyball-

WM 2014 und im November auch an der Volleyball-EM 2015 der Frauen erworben. Im Motorsport setzt die Sport1 GmbH die Berichterstattung vom ADAC Zurich 24h-Rennen fort und sicherte sich im Mai Lizenzrechte bis einschließlich 2016.

Im August schloss die Sport1 GmbH eine zweijährige Kooperation mit den vier Fußball-Regionalliga-Trägern Norddeutscher Fußball-Verband, Westdeutscher Fußball- und Leichtathletikverband, Regionalliga Südwest und Bayerischer Fußball-Verband, im Rahmen derer die vierthöchste deutsche Klasse weiter live im Free-TV gezeigt wird. Für die Saison 2014/15 erwarb die Sport1 GmbH ebenfalls im August Medienrechte an der neu gegründeten Champions Hockey League (CHL), der Königsklasse des europäischen Klub-Eishockeys. Mit dem Rechteinhaber Deutsche Telekom vereinbarte die Sport1 GmbH Mitte September eine Kooperation zur Free-TV-Verwertung der Bevo Basketball Bundesliga für die Spielzeiten 2014/15 und 2015/16. Im Oktober gab die Sport1 GmbH bekannt, die

2014 FIBA Basketball World Cup: Finale USA – Serbien



Premiere der European Games in Baku als offizieller Broadcast Partner live zu übertragen. Das Multisport-Event der Olympischen Nationen und Athleten Europas wird vom 12. bis 28. Juni 2015 ausgetragen. Im November verlängerten die Sport1 GmbH und der Deutsche Eishockey-Bund ihre Kooperation, die den Deutschland Cup und die Länderspiele außerhalb der WM umfasst, bis 2018. Mit dem ADAC wurde eine umfangreiche Vereinbarung über die Live-Übertragen des ADAC GT Masters, der „Liga der Supersportwagen“, in der Saison 2015 geschlossen.



NHL-Spiel – Pittsburgh Penguins vs. Vancouver Canucks

**Die „Big Four“ exklusiv auf SPORT1 US** – Mitte März gab die Sport1 GmbH den Erwerb von Verwertungsrechten an der Major League Baseball (MLB) für SPORT1 US bekannt – von 2014 bis 2016 zeigt der Sender mindestens 60 Spiele pro Saison. Im Mai wurden für SPORT1 US auch die Rechte an der National Hockey League (NHL) für die Spielzeiten 2014/15 und 2015/16 eingekauft, in denen jeweils rund 70 Partien live übertragen werden. Zusammen mit der NFL und der NBA hat SPORT1 US seit Herbst 2014 damit exklusiv in Deutschland alle vier großen US-Ligen im Programm.

**Umfangreicher Relaunch der SPORT1 Online- und Mobile-Angebote** – Im Sommer startete der umfangreiche Relaunch der Online- und Mobile-Angebote unter der Dachmarke SPORT1

– darunter SPORT1.de, die SPORT1 Apps, die Website des Sportradios SPORT1.fm und die SPORT1.fm Apps. Im Rahmen dessen wurde auch die gesamte technische Infrastruktur neu aufgesetzt. Der Relaunch erfolgt in verschiedenen Entwicklungsschritten über mehrere Monate bis ins laufende Jahr.

Zum Auftakt wurde Ende Juli 2014 auf SPORT1.de eine neue Farbwelt eingeführt. Im Herbst folgte der neue TV- und Video-Bereich auf SPORT1.de und die Beta-Version der neuen SPORT1.de ging online – parallel zum herkömmlichen Online-Angebot. Im Dezember 2014 folgte die SPORT1 Video App für Android-Geräte, die den Free-TV-Livestream von SPORT1, ein großes On-Demand-Archiv bekannter Formate und aktuelle Video-News beinhaltet.

Ziel des Relaunch ist es, die digitalen SPORT1-Angebote auch als die Destination für den Zugang zu Sport-Content über alle Endgeräte hinweg zu etablieren und sukzessive auch die Reichweiten der Plattformen weiter zu steigern.



Screenshot der SPORT1 Video App

**Verbreitung der TV-Sender ausgebaut** – Im Berichtsjahr wurden weitere Kooperationen mit Plattformpartnern vereinbart, um die Verbreitung der Sender weiter auszubauen: Mit der Deutschen Telekom wurde eine Kooperation zur Verbreitung von SPORT1 US über die TV-Plattform Entertain, Deutschlands



„Der Volkswagen Doppelpass“

reichweitenstärkstes IPTV-Angebot, ab 31. Januar 2014 vereinbart. Seit Januar 2014 ist SPORT1 HD im Angebot des Live-TV Anbieters Zattoo enthalten und seit April sind SPORT1 und SPORT1 HD darüber hinaus im Senderportfolio des neu gestarteten Fernsehdienstes Magine TV inkludiert.

**Vermarktungstochter mit neuer Positionierung und neuem Namen** – Seit 9. Oktober 2014 präsentiert sich die Vermarktungs-Tochtergesellschaft Constantin Sport Marketing mit neuem Namen als SPORT1 MEDIA: Der neue Name trägt der klaren Fokussierung auf die Vermarktung der Plattformen und Angebote unter der Dachmarke SPORT1 Rechnung und ist Teil der neuen Strategie des Vermarkters für die Kunden und deren Marken auf den SPORT1-Plattformen und auch darüber hinaus noch spezifischere Inszenierungsmöglichkeiten im Umfeld Sport zu schaffen. Mit der „Unit 360“ wurde hierfür eine eigene Konzept-Manufaktur eingeführt. Zudem bietet SPORT1 MEDIA ihren Kunden zur Unterstützung der Vertriebsmaßnah-

men mit dem neuen Service „Brand Activation“ eine neue Möglichkeit für Aktivierungskonzepte: Von der Entwicklung und Planung bis hin zur kompletten Umsetzung – ob Handelsmarketing, Point-of-Sale-Maßnahmen, Testimonial-Einsatz oder eigenständige Event-Konzepte. Um eine noch größere Nähe zum Markt zu haben und eine direkte Kommunikation mit den dort ansässigen Agenturen und Kunden gewährleisten zu können, wurde am 2. Februar 2015 auch ein Außenbüro in Düsseldorf, dem größten Mediaagentur-Standort in Deutschland, eröffnet.

**Optimierung der Vertriebsaktivitäten und neue Dienstleistungen und Produkte** – Im Dezember 2014 wurde der Geschäftsbereich Sales & Marketing aufgebaut und die strategische Kundenbetreuung neu geordnet. Zudem hat PLAZAMEDIA über den ebenfalls im Dezember 2014 neu aufgebauten Geschäftsbereich Content & Creations sein Leistungsportfolio weiter ausgebaut und damit die Wertschöpfungskette um den Bereich Entwicklung von Inhalten und Formaten verlängert.

Zudem konnte die PLAZAMEDIA im Berichtszeitraum ihre Marktpräsenz im Hinblick auf die Weiterentwicklung technologischer Produktionsinnovationen weiter stärken.

**Umfangreiche Produktionsdienstleistungen für das ZDF** – Im Auftrag des ZDF verantwortete PLAZAMEDIA als produktionstechnischer Dienstleister die Mittwochsspiele der UEFA Champions League. Dazu gehörte unter anderem das Host Broadcasting der Achtelfinal-Begegnung zwischen dem FC Schalke 04 und Real Madrid CF, der Viertelfinal-Partie zwischen dem FC Bayern München und Manchester United FC sowie der Halbfinal-Begegnung zwischen dem FC Bayern München und Real Madrid CF. Zudem wurde PLAZAMEDIA für die unilaterale Beistellung von mehreren Begegnungen der UEFA Champions League beauftragt, darunter das Finale zwischen Real Madrid CF und Atlético Madrid.

Auch während der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2014™ erbrachte PLAZAMEDIA für das ZDF eine Vielzahl von produktionstechnischen Dienstleistungen. Dazu gehörte die Produktion der Sendung „WM Kompakt: Alle Spiele vom Vortag“ mit Zusammenfassungen der jeweiligen WM-Spieltage für den Digitalkanal ZDFinfo. Zusätzlich erstellte das Produktionsunternehmen an allen WM-Spieltagen das Format „WM im Netz“, das auf ZDFonline abrufbar und im ZDF Morgenmagazin zu sehen war. Darüber hinaus konzipierte und produzierte PLAZAMEDIA für ZDFinfo an zwei Spieltagen die Studiosendung „WM live“.

**Beistellungen von Kamera-Spezial-Systemen während der FIFA WM 2014™ für HBS** – Für den Kunden Host Broadcast Services (HBS) verantwortete PLAZAMEDIA während der FIFA WM 2014™ die Beistellung von hochwertigen Kamera-Spezial-Systemen für das Worldfeed. Die zwölf Spielstätten wurden von PLAZAMEDIA und TV Skyline mit über 180 Kamera-Spezial-Systemen ausgestattet, die vor Ort von acht Teams betreut wurden.

**Zahlreiche Produktionsdienstleistungen für Sky** – Im Auftrag des Pay-TV-Senders Sky produzierte PLAZAMEDIA alle 19 Rennen der Formel-1-Saison 2014 live. Vom Saisonauftakt in Melbourne bis zum Abschluss in Abu Dhabi verantwortete PLAZAMEDIA die unilateralen Produktionsdienstleistungen vor Ort. Insgesamt produzierte PLAZAMEDIA über 200 Stunden Live-Content, 57 Sendungen der freien Trainings sowie 19 Qualifyings. Zudem übernahm PLAZAMEDIA im Auftrag von

Sky die Produktion von Spielen der UEFA Champions League, der UEFA Europa League und des DFB-Pokals.



Formel 1-Saison 2014

**Vielfältige Produktionsdienstleistungen zur Fußball-Bundesliga** – Zur Rückrunde der Fußball-Bundesliga-Saison 2013/14 und zur Hinrunde der Spielzeit 2014/15 erbrachte PLAZAMEDIA erneut umfangreiche technische Dienstleistungen für die Kunden Sky, Axel Springer/Bild und SPORT1.

**PLAZAMEDIA produziert NBA Pre-Season Match und FC Bayern München Basketball** – Im Oktober hat PLAZAMEDIA bei dem Spiel ALBA Berlin gegen die San Antonio Spurs im Rahmen der NBA Global Games in der Berliner O2 World die Produktion des Worldfeed und die unilaterale Betreuung des Partnersenders SPORT1 übernommen. Das Spiel wurde live auf SPORT1 US und im Livestream auf SPORT1.de ausgestrahlt und weltweit in diverse Länder übertragen. Im Auftrag der FC Bayern München Basketball GmbH produzierte PLAZAMEDIA als Host Broadcaster elf Heimspiele des FC Bayern Basketball in der Turkish Airlines Euroleague. Neben SPORT1, das bei vielen ausgewählten Spielen live vor Ort kommentierte, wurde das Signal von weltweit ca. zehn TV-Sendern übernommen und live auf der Website der Turkish Airlines Euroleague gestreamt.

**PLAZAMEDIA mit produktionstechnischer Innovation** – Im Oktober 2014 präsentierte PLAZAMEDIA auf der Sportel in Monaco, einem der wichtigsten internationalen Sport-Marketing-Events, mit dem ReDesk eine Produktneuheit. Der innovative ReDesk ist ein einzigartiges interaktives System zur Anzeige von Augmented-Reality-Anwendungen – also eine computergestützte Anwendung, bei der sich reale und virtuelle Welt mischen – für die mediale 3D-Analyse von Fußballspielen. Die Produktneuheit ermöglicht es, sehr detailreich modellierte Figuren auf einer Touch-Tischfläche virtuell zu visualisieren, interaktiv zu bewegen und so Spielsequenzen nachzustellen, zu variieren und zu analysieren.

### 2.2.3 Analyse der nicht-finanziellen Leistungsindikatoren im Segment Sport

**SPORT1 weiterhin auf gutem Kurs im Free-TV** – Der Free-TV Sender SPORT1 lag 2014 bei den Jahresmarktanteilen leicht über den Erwartungen – und das trotz starker Konkurrenz durch die Olympischen Winterspiele und die FIFA WM 2014™ bei den öffentlich-rechtlichen Sendern. Der Marktanteil in der Kernzielgruppe Männer 14 bis 49 Jahre (M14-49) lag bei 1,3 Prozent – 2013 hatte SPORT1 ohne den Effekt dieser globalen Sportwettbewerbe einen Marktanteil von 1,4 Prozent (M14-49) erreicht. Bei den Zuschauern Gesamt (Z3+) erzielte SPORT1 2014 einen Marktanteil von 0,8 Prozent (2013: 0,9 Prozent). Stärkster Monat war 2014 der Dezember, unter anderem mit den Live-Übertragungen von der Darts-WM in London, die bis zum 4. Januar 2015 lief. Der Monatsmarktanteil lag in der Kernzielgruppe wie im Vorjahr bei 1,6 Prozent und bei den Zuschauern Gesamt bei 0,9 Prozent (Dezember 2013: 0,9 Prozent).

**SPORT1 mit zahlreichen hochkarätigen Sportereignissen** – Unter dem Motto „Das Jahr der Titel“ wurden insgesamt neun sportliche Großereignisse der Kategorie Olympia, WM oder EM live ausgestrahlt. So übertrug der Sender zum Beispiel mit den Olympischen Eishockey-Turnieren der Männer und Frauen in Sotschi erstmals in seiner Geschichte olympische Wettbewerbe live. Auch die Handball-EM der Männer im Januar, die Eishockey-WM der Männer im Mai, die Hockey-WM der Frauen und Männer im Mai und Juni, die Basketball-WM der Männer im August und September, die Volleyball-WM der Frauen im Oktober und die Handball-EM der Frauen im Dezember strahlte SPORT1 live im Free-TV aus.

**Etablierte SPORT1-Formate mit sehr guten Reichweiten** – Als Quoten-„Leuchttürme“ erwiesen sich im Berichtsjahr auch die

SPORT1-Formate zur Bundesliga und 2. Bundesliga wie „Der Volkswagen Doppelpass“, „Hatrick Live“ mit den Zweitligaspielen am Montagabend, der „Bitburger Fantalk“, die „Telekom Spieltaganalyse“ oder das werktägliche News-Format „Bundesliga Aktuell“. Im Free-TV sorgte SPORT1 zudem wieder mit umfangreichem Live-Sport für großes Zuschauerinteresse – wie zum Beispiel mit der DKB Handball-Bundesliga, der Beko Basketball Bundesliga, der Turkish Airlines Euroleague Basketball, den Freien Trainings der Formel 1, der FIA WRC oder der MotoGP.



„Bitburger Fantalk“ – Experte Peter Neururer, Moderator Thomas Helmer

Die höchsten Quoten im Free-TV erzielten 2014 erwartungsgemäß „Der Volkswagen Doppelpass“ und „Hatrick Live“: Bei Deutschlands bekanntestem Fußball-Talk schalteten im Jahresdurchschnitt rund 900.000 Zuschauer (Z3+) ein. Die erfolgreichste Sendung 2014 sahen am 2. November durchschnittlich 1,09 Mio. Zuschauer (Z3+) bei einem Marktanteil in der Kernzielgruppe M14-49 von 14,7 Prozent. Das reichweitenstärkste Montagsspiel der 2. Bundesliga war am 17. März die Partie 1. FC Kaiserslautern gegen den 1. FC Köln mit 1,25 Mio. Zuschauer (Z3+) im Schnitt und einem Marktanteil von 6,0 Prozent in der Kernzielgruppe. Als Quotengarant erwies sich auch der „Bitburger Fantalk“ am Dienstagabend: Den Top-Wert 2014 verzeichnete die Ausgabe vom 8. April anlässlich des Viertelfinal-Rückspiels in der UEFA Champions League

zwischen Borussia Dortmund und Real Madrid CF. Im Schnitt verfolgten 930.000 Zuschauer (Z3+) die Talkrunde – ein neuer Rekord – bei einem Marktanteil von 4,6 Prozent (Z3+). Zudem punktete SPORT1 bei den Zuschauern auch mit den Fußball-Übertragungen aus der Regionalliga, der Qualifikation zur UEFA Europa League und weiterem internationalen Fußball – unter anderem mit Testspielen im Vorfeld der FIFA WM 2014™. Der Sender begleitete die Weltmeisterschaft in Brasilien auch mit umfangreicher Berichterstattung auf allen SPORT1-Plattformen – im TV mit dem „WM Doppelpass“ und „WM Aktuell“.

Auch die Dokutainment-Formate in der Daytime am Nachmittag wie „Storage Wars“, „Storage Hunters“ oder „Container Wars“ sorgten für gute Reichweiten und Marktanteile. Die Zuschauer-Spitzenwerte lagen bei Z3+ bei bis zu 350.000 Zuschauern (Marktanteil 2,3 Prozent) und in der Kernzielgruppe bei 150.000 Zuschauern mit einem Marktanteil von bis zu 7,1 Prozent.

**SPORT1+ und SPORT1 US im Wachstumsmarkt Pay-TV sehr gut etabliert** – Die Abonnentenzahlen der beiden Pay-TV-Sender blieben im Berichtszeitraum auf einem guten Niveau: Bei SPORT1+ lag die Anzahl der Abonnements Ende Dezember 2014 bei 1,94 Millionen – zuzüglich der Subscriber, die über die Plattform Sky erreicht werden (2013: rund 1,8 Millionen, zuzüglich der Subscriber von Sky). Zu den Programm-Highlights auf SPORT1+ zählten im vergangenen Jahr die Tennis ATP World Tour, internationaler Fußball – unter anderem mit der italienischen Serie A und der französischen Ligue 1 – und die MotoGP. Der Pay-TV-Kanal SPORT1 US konnte seine Verbreitungsbasis ebenfalls leicht ausbauen. Ende Dezember 2014 verzeichnete der Sender 1,44 Mio. Abonnenten, zuzüglich der Subscriber von Sky und lag damit etwas über dem Niveau Ende 2013 mit rund 1,4 Millionen. SPORT1 US überträgt als einziger Sender im deutschsprachigen Raum die vier großen US-amerikanischen Sportligen NFL, NBA, NHL und MLB live.

Premiere des „WM Doppelpass“ auf MS Europa 2 im Kieler Hafen







„WM Aktuell“ mit Moderatorin Anna Kraft

**Deutliche Steigerung der kumulierten Online- und Mobile-Reichweiten** – Bei der kumulierten Online- und Mobile-Reichweite wuchs SPORT1 im Gesamtjahr 2014 gegenüber dem Vorjahr deutlich. Die Zuwächse sind, dem anhaltend starken Shift bei der Content-Nutzung von Online hin zu Mobile folgend, insbesondere auf die Steigerung der Zugriffszahlen im Mobile-Bereich zurückzuführen. Bei den Seitenaufrufen (Page Impressions, PIs) verzeichnete SPORT1 im Berichtszeitraum eine Steigerung von monatlich rund 410,6 Mio. PIs auf rund 499,8 Mio. PIs im Jahresdurchschnitt – ein Plus von rund 21,7 Prozent. Die Visits legten um 9,1 Prozent von monatlich rund 59,1 Millionen auf monatlich rund 64,5 Millionen im Jahresdurchschnitt zu. Die höchsten kumulierten Online- und Mobile-Reichweiten wurden 2014 im vierten Quartal erzielt – mit 66,4 Mio. Visits (+15,6 Prozent gegenüber Q4 2013) und 537,1 Mio. Page Impressions (+28,1 Prozent gegenüber Q4 2013).

Quellen: IVW (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.) 2013/2014

**Reichweitenerfolge durch sportliche Großereignisse** – Wichtigstes Thema war 2014 die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2014™ in Brasilien, die dank des erfolgreichen Abschneidens der deutschen Nationalmannschaft maßgeblich zum Reichweitenerfolg beitrug. Aber auch die intensive Berichterstattung zu den Olympischen Winterspielen in Sotschi im Februar, die

Fußball Bundesliga, die UEFA Champions League und die spannende Formel 1-Saison konnten die Zugriffszahlen steigern ebenso wie die prominente Bewerbung eigener Rechte wie der Volleyball- und Basketball-WM sowie der MotoGP. Im vierten Quartal 2014 führten insbesondere die späte Entscheidung in der Formel 1, der Start der NBA und die Darts-WM zu einer sehr guten Reichweitenentwicklung.

Die Umsetzung der Dachmarken-Strategie über eine noch konsequentere multimediale Ausrichtung der Plattformen und die massive Ausweitung der Social-Media-Aktivitäten trugen ebenfalls zur positiven Reichweiten-Entwicklung der digitalen SPORT1-Angebote bei.

**Leichte Einbußen bei der reinen Online-Reichweite, sehr gute Entwicklung bei den Unique Usern** – Durch die starke Verschiebung bei der Content-Nutzung von Online hin zu Mobile lag die reine Online-Reichweite von SPORT1.de mit durchschnittlich 29,5 Mio. Visits im Monat leicht unter dem Wert des Vorjahres (rund 31,0 Mio. Visits). Bei den Seitenaufrufen verzeichnete SPORT1.de 2014 durchschnittlich rund 219,5 Mio. PIs pro Monat und lag damit ebenfalls unter dem Vorjahreswert von 242,9 Mio. PIs.

Quelle: IVW (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.) 2013/2014

SPORT1.de konnte jedoch im Geschäftsjahr 2014 seine monatlichen Unique User im Vergleich zum Vorjahreszeitraum von durchschnittlich rund 2,94 Mio. Unique User auf rund 3,28 Mio. Unique User steigern – ein Plus von rund 11,4 Prozent. Im Juli 2014 erreichte SPORT1.de den besten Unique-User-Wert seiner Geschichte und sicherte sich mit 3,57 Mio. Unique User damals Platz 1 im AGOF-Ranking der Sportnachrichten-Portale.

Quelle: AGOF internet facts: Januar bis November 2013 und Januar bis November 2014

**Starke Zuwächse im Mobile-Bereich** – Die Mobile-Angebote von SPORT1 haben sich 2014 sehr gut entwickelt, was neben der allgemeinen Verschiebung der Content-Nutzung auch auf den Relaunch der SPORT1 Apps für Android und iOS sowie der mobilen Website zurückzuführen ist. Mit rund 35 Mio. Visits im Monatsdurchschnitt und damit einer Steigerung um rund 24,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr (28 Mio. Visits im Monatschnitt) verzeichnete SPORT1 hier signifikante Zuwächse. Bei den Page Impressions konnte SPORT1 im Berichtszeitraum

noch deutlicher zulegen: von 167,7 Mio. Pls pro Monat im Jahr 2013 auf 280,4 Mio. Pls pro Monat im Berichtszeitraum und damit einem klaren Plus von 67,2 Prozent. Insbesondere im vierten Quartal 2014 konnten sich die Mobile-Reichweiten mit 38 Mio. Visits und 345,7 Mio. Pls im Monatsdurchschnitt sehr deutlich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum verbessern (Q4 2013: 29,1 Mio. Visits und 194,2 Mio. Page Impressions pro Monat). Die Anzahl der Downloads für alle SPORT1 Apps (inkl. SPORT1.fm) für iPhone/iPad, Android, Windows und BlackBerry lag bis Ende 2014 bei rund 5,5 Millionen gegenüber rund 4,1 Mio. Downloads bis Ende 2013.



„PS PROFIS“

**Steigerung der Video-Abrufe** – Im Gesamtjahr 2014 konnte SPORT1 auch bei den Abrufen im gesamten Video-Bereich (alle SPORT1-Plattformen und die SPORT1 YouTube-Channels) kräftig zulegen: Mit durchschnittlich 5,9 Mio. Abrufen pro Monat war die Reichweite um 17,6 Prozent höher als 2013 (5,0 Mio. Video-Abrufe im Monatsdurchschnitt). Diese positive Entwicklung beruht einerseits auf der Intensivierung der YouTube-Aktivitäten von SPORT1 auf Basis einer Kooperation mit Studio71, dem Multi-Channel-Network der ProSieben-Sat.1-Gruppe, im Rahmen derer die bestehenden YouTube-Channels von SPORT1 weiterentwickelt und im 2. Halbjahr 2014 um neue Video-Kanäle wie PS PROFIS, SPORT1 Motor und SPORT1.fm ergänzt wurden und die zu massiven Zu-

wächsen der Video-Abrufe führte. So konnte die Anzahl der Video-Views auf den SPORT1 YouTube-Channels im Jahresverlauf von rund 0,4 Mio. Abrufen im Januar auf rund 3,6 Mio. Abrufe im Dezember erhöht werden. Aber auch der Relaunch der SPORT-Video-Seite trug zur positiven Entwicklung der Video-Reichweite bei. So konnten die Online- und Mobile-Abrufe im Vergleich zum Gesamtjahr 2013 mit 4,1 Mio. Abrufen um 3,7 Prozent auf durchschnittlich rund 4,3 Mio. Zugriffe pro Monat gesteigert werden. Hierzu trug vor allem das vierte Quartal 2014 mit rund 4,8 Mio. Video-Abrufen im Monatsdurchschnitt bei (ein Plus von 40 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal).

Quellen: Comscore: Januar bis Juni 2013 für Mobile; iTunes Connect: Januar bis Dezember 2013/2014; Google Play Developer Console: Januar bis Dezember 2013/2014; Windows Phone Dev Center: Mai 2013 bis Dezember 2014; Vendor Portal for BlackBerry World: Juni 2013 bis Dezember 2014; Google Analytics: Januar bis Dezember 2013/2014; YouTube Content Management System: Januar bis Dezember 2013/2014; YouTube Analytics: Januar bis Dezember 2013/2014

#### Positive Entwicklung der Hörerzahlen von SPORT1.fm –

Das im Juli 2013 gestartete digitale Sportradio SPORT1.fm erreichte 2014 insgesamt über 28,8 Mio. Streaming Sessions – ein Monatsdurchschnitt von 2,4 Mio. Streaming Sessions. Streaming-Sessions bezeichnen Abrufe des SPORT1.fm-Streams mit einer Dauer von mindestens 60 Sekunden. Im vierten Quartal lag der Monatsdurchschnitt bei sehr guten 3,17 Mio. Streaming-Sessions und somit 69 Prozent über dem Wert des Vorjahresquartals (1,88 Mio. Streaming-Sessions). Zu den Reichweiten-Highlights auf SPORT1.fm gehörten 2014 die Live-Übertragungen der Fußball Bundesliga und 2. Bundesliga, des DFB-Pokals, der UEFA Champions League, der UEFA Europa League sowie der EM-Qualifikations- und Freundschaftsspielen des DFB-Teams. Auch das neue Format „Nachspielzeit“ bei SPORT1.fm hat das Interesse der User geweckt: Nach jedem Spiel diskutiert der Moderator im Studio mit Hörern, Reportern, Experten, Prominenten und anderen Fans über die jeweiligen Partien, aktuelle Themen oder die Situation bei ihren Klubs.

Quellen: Triton Digital Juli 2013 bis Dezember 2014

#### 2.2.4 Branchenspezifische Rahmenbedingungen im Segment Film

**Kinoproduktion/Rechteerwerb** – Vor dem Hintergrund der Ende des Jahres 2014 beschlossenen Reduzierung des DFFF um weitere 10 Mio. Euro für das Jahr 2015 zeigt eine aktuelle Studie der Strategie- und Unternehmensberatung Roland Berger,

welche einschneidenden Konsequenzen dieser Schritt haben könnte. Auf der Basis von Analysen und Schätzungen kommt Roland Berger zu dem Schluss, dass 10 Prozent (= 6 Mio. Euro) zu einem Rückgang des Filmproduktionsvolumens in Deutschland in Höhe von bis zu 49 Mio. Euro führen könnte. Darüber hinaus sei mit dem Verlust indirekter und induzierter Umsätze von weiteren 69 Mio. Euro zu rechnen.

Um die Produktionsaktivität nicht zu reduzieren, Arbeitsplätze zu sichern, die Wettbewerbsfähigkeit des Produktionsstandortes Deutschland zu halten und Filmförderung auch als Wirtschaftsförderung definieren zu können, muss versucht werden, diesen Fördertopf wieder besser auszustatten.

Quelle: Roland Berger: Studie Volkswirtschaftliche Effekte der Kinofilmproduktion in Deutschland, 16. Oktober 2014

Im Bereich Rechteerwerb und Lizenzhandel waren Angebot und Nachfrage an hochwertiger Lizenzware im Jahr 2014 auf den großen Film-Märkten in Berlin, Cannes, Toronto und Los Angeles erneut eher schwach. Der Abschluss entsprechender Auswertungsverträge ist inzwischen eher die Ausnahme als die Regel.

Quelle: Blickpunkt:Film 47/14

**Kinoverleih** – Im deutschen Kinojahr 2014 wurde die Boxoffice-Milliarde – im Gegensatz zum Vorjahr – nicht erreicht, sodass die Umsätze relativ deutlich unter dem Wert des Jahres 2013 lagen. Der im Vergleich zum Vorjahr leicht erhöhte Ticketpreis von durchschnittlich 8,16 Euro (Vorjahr: 8,02 Euro) brachte den Markt auf einen Gesamtumsatz von ca. 920 Mio. Euro. Dies entspricht einem Minus von ca. 3,3 Prozent. Der Besucherrückgang fiel prozentual noch höher aus und liegt bei ca. minus 4,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Quelle: Rentrak: Auswertungen zum Kinomarkt 2014

Im ersten Halbjahr konnten mit dem Überraschungsfilm „The Wolf of Wall Street“ sowie „Vaterfreuden“ nur zwei Titel die Zwei-Millionen-Besucher-Marke in den deutschen Kinos überschreiten. Die Besucher- und Umsatzzahlen lagen auch aufgrund einer zurückhaltenden Verleihpolitik mit wenigen Neustarts rund um die Fußballweltmeisterschaft deutlich unter den Zahlen des Vorjahreszeitraums. Im zweiten Halbjahr wurde mit dem Start von „Transformers: Ära des Untergangs“ das Ende der WM-Flaute eingeläutet und die Besucherzahlen stiegen im Vergleich zum ersten Halbjahr wieder an. Unter den besucherstärksten Filmen des Jahres befanden sich etliche Fortsetzungen, darunter auch das Sequel „Drachenzähmen

leicht gemacht 2“. Auffälligster Überraschungshit war „Monsieur Claude und seine Töchter“, der sich mit 3,6 Mio. Besuchern auf Platz drei der erfolgreichsten Filme 2014 nach Besuchern setzte. Zum Ende des Jahres konnten mit den Neustarts „Der Hobbit: Die Schlacht der fünf Heere“ und „Die Tribute von Panem – Mockingjay Teil 1“ zwei große Blockbuster die Erwartungen erfüllen und sich auf Rang eins und zwei der besucherstärksten Filme 2014 platzieren.

Auch der US-Kinomarkt verzeichnete im Vergleich zum Vorjahr sinkende Umsatzzahlen. Das US-Boxoffice spielte im Jahr 2014 rund 10,3 Mrd. US-Dollar ein – ein Rückgang um 5,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Erfolgreichster Film des Jahres 2014 in den US-Kinos war „Guardians of the Galaxy“ mit einem Boxoffice von rund 333 Mio. US-Dollar. Unter den Erwartungen blieben unter anderem „The Amazing Spiderman“, „Drachenzähmen leicht gemacht 2“, „Die Abenteuer von Mr. Peabody & Sherman“, „Exodus“, „Robocop“, „Transcendence“ und „Sin City 2“.

Quelle: Blickpunkt:Film, 2. Januar 2015

**Home Entertainment** – Die deutsche Home-Entertainment-Branche konnte das Rekordergebnis des Vorjahres im Jahr 2014 nicht wiederholen und verzeichnete bei einem Gesamtmarktumsatz von 1,694 Mrd. Euro (Vorjahr: 1,757 Mrd. Euro) einen Rückgang von rund vier Prozent.

Das Minus kam hauptsächlich durch die rückläufige Entwicklung im Kaufmarkt zustande, der mit 1,370 Mrd. Euro fünf Prozent unter dem Vorjahresniveau (1,445 Mrd. Euro) lag. Der Video-Leihmarkt konnte mit 323 Mio. Euro (Vorjahr: 312 Mio. Euro) einen Zuwachs von vier Prozent verzeichnen. Innerhalb des Kaufmarktes sind die Umsätze mit physischen Bildträgern (Blu-ray & DVD) von 1,394 Mrd. Euro im Jahr 2013 auf aktuell 1,304 Mrd. Euro gesunken. Der digitale Kaufmarkt (Electronic-Sell-Through) hat sich dagegen weiter positiv entwickelt und konnte mit 67 Mio. Euro Umsatz (Vorjahr: 52 Mio. Euro) um 29 Prozent zulegen.

Die Konsolidierung im Video-Leihmarkt ist vor allem auf den weiter wachsenden Digitalbereich zurückzuführen. Während der Umsatz aus dem Verleih physischer Trägermedien (DVD und Blu-ray) um 10 Prozent auf 188 Mio. Euro zurückging (Vorjahr: 210 Mio. Euro), konnte das digitale Format „Transactional-Video-on-Demand“ (TVoD) den Umsatz mit 83 Mio. Euro (Vorjahr: 68 Mio. Euro) um 22 Prozent steigern. Hinzu

kommen 52 Mio. Euro Umsatz (Vorjahr: 34 Mio. Euro) aus „Subscription-Video-on-Demand“ (SVoD), was einem Anstieg um 53 Prozent im Vergleich zum Vorjahr entspricht.

Insgesamt entfielen bereits 201 Mio. Euro oder 12 Prozent (Vorjahr: 9 Prozent) des Gesamtmarktumsatzes in Höhe von 1,694 Mrd. Euro auf digitale Kauf- und Leihangebote. 88 Prozent werden demnach weiterhin durch die klassischen Silberscheiben (DVD, Blu-ray) generiert.

Meistverkaufter Titel im physischen Geschäft war das Sequel „Der Hobbit: Smaugs Einöde“, gefolgt von der CGI-Komödie „Die Eiskönigin – Völlig unverfroren“ und dem deutschen Erfolgsfilm „Fack Ju Göhte“.

Quelle: GfK Panel Services, Der Videomarkt im Jahr 2014, 13. Februar 2015

**Lizenzhandel/TV-Auswertung** – Die frei empfangbaren Fernsehsender konkurrieren immer stärker mit Bezahlsendern, Download-Portalen und Streaming-Plattformen, wobei Pay-TV teilweise sogar als wachstumsstärkstes Segment im deutschen Fernsehmarkt bezeichnet wird. Nachdem Sky jahrelang der nahezu einzige Anbieter in Deutschland war, gibt es heute fast wöchentlich neue Angebote.

Fernseh-Abonnements erfreuen sich in Deutschland einer hohen Beliebtheit. Dies liegt vor allem an der Tatsache, dass der Abonnent von Streaming-Plattformen bestimmt, wann, was und wie lange er etwas sehen will.

Inbesondere aus psychologischer Sicht sind Streaming-Abonnement-Plattformen wie Maxdome, Netflix oder auch amazon prime dem bezahlten Einzel-Abruf überlegen, da hier nur eine einmalige Entscheidung für ein Abonnement zu treffen ist; die anschließende Nutzung ist „gefühlter“ umsonst.

Quellen: VPRT-Publikation: Umsätze der audiovisuellen Medien in Deutschland, 21. Oktober 2014; Blickpunkt:Film 7/14

**TV-Auftragsproduktion** – Nachdem die ARD bereits im September 2013 der Forderung nach mehr Transparenz bei Auftragsproduktionen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk nachgekommen war, hat im August 2014 auch das ZDF erstmals konkrete Zahlen zu seinen TV-Auftragsproduktionen veröffentlicht. So liegen beispielsweise die Produktionsbudgets für „kleine Fernsehspiele“ in einer Bandbreite von 100.000 bis 400.000 Euro, bei Event-Mehrteilern bei bis zu 2,6 Mio. Euro pro Folge

und bei Vorabend-Serien liegt das Budget einer 45-minütigen Folge bei durchschnittlich 400.000 Euro.

Quelle: Mediabiz/Blickpunkt:Film, 28. August 2014

90 Prozent des jährlichen Produktionsvolumens im deutschen Filmgeschäft stammt aus Fernsehauftragsproduktionen. Daher ist es nachvollziehbar, dass die Verteilung der Erlöse aus diesen Produktionen immer wieder diskutiert wird. Insbesondere Produzenten, aber auch andere Betroffene, die mit ihrer künstlerischen und schöpferischen Leistung Werke kreieren, kritisieren deshalb das bislang von den Fernsehsendern praktizierte „Total-Buy-Out-Modell“ und fordern immer häufiger eine angemessene Partizipation am Wert ihrer Werke – beispielsweise in Form eines Lizenzmodells, bei dem der beauftragende TV-Sender lediglich das Recht auf eine bestimmte Anzahl von Ausstrahlungen in einem festgelegten Zeitraum erhält.

Quelle: Filmecho/Filmwoche 29/2014

### 2.2.5 Operative Entwicklung im Segment Film

**Dreharbeiten zu Fack Ju Göhte 2 gestartet** – Im Jahr 2014 fanden die Dreharbeiten zu insgesamt elf von ursprünglich sechzehn geplanten Eigen- und Koproduktionen der Constantin Film AG und ihrer Tochterfirmen statt. Darunter waren neben „Fack Ju Göhte 2“ unter der Regie von Bora Dagtekin (geplanter Kinostart 10. September 2015) unter anderem „Winterkartoffelknödel“ (Kinostart 16. Oktober 2014), „Frau Müller muss weg“ (Kinostart 15. Januar 2015), „Fünf Freunde 4“ (Kinostart 29. Januar 2015), „Ostwind 2 – Rückkehr nach Kaltenbach“ (geplanter Kinostart 14. Mai 2015), „The Fantastic Four“ (geplanter Kinostart 6. August 2015) und „Er ist wieder da“ (geplanter Kinostart 8. Oktober 2015). Einige der ursprünglich für 2014 geplanten (internationalen) Kinoproduktionen wie beispielsweise „Resident Evil 6“ wurden ins nächste Jahr verschoben. Ziel der Constantin Film ist es, die Produktion einer qualitativ hochwertigen Staffel sicherzustellen und dafür, wenn nötig, auch die Quantität zu reduzieren. Da die Filmförderung einen wichtigen Finanzierungsbestandteil von Kinoproduktionen darstellt, werden aktuelle Entwicklungen der Regularien zur Filmförderung ebenfalls bei der Projektplanung berücksichtigt.

**Zahlreiche Auszeichnungen für die Constantin Film-Gruppe** – Im Jahr 2014 konnte die Constantin Film-Gruppe wieder zahlreiche Filmpreise gewinnen, die die Qualität ihrer Produktionsstaffel untermauern.

Anlässlich der Verleihung des Bayerischen Filmpreises 2014 am 17. Januar 2014 wurde die Constantin Film-Produktion „Fack Ju Göhte“ mit dem Publikumspreis und das Jugendabenteuer „Ostwind“ mit dem Preis in der Kategorie Kinder- und Jugendfilm ausgezeichnet.

Auf der Berlinale 2014 durften die Filmemacher von „Fack Ju Göhte“ gleich drei begehrte Auszeichnungen entgegennehmen: Für fünf Mio. Besucher in nur 50 Tagen wurde die Komödie als einziger Kinofilm des Jahres 2013 mit dem Platin Bogey der Fachzeitschrift Blickpunkt:Film ausgezeichnet. Der Hauptverband Deutscher Filmtheater verlieh – zusammen mit der Fachzeitschrift Filmecho/Filmwoche – dieser Produktion die Goldene Leinwand und die Goldene Leinwand mit Stern für drei Mio. bzw. sechs Mio. Kinobesucher.

Auf dem Monte-Carlo Filmfestival erhielt Regisseur und Autor Bora Dagtekin eine Auszeichnung für „Fack Ju Göhte“ als bester

Regisseur. Darüber hinaus wurden Elyas M'Barek als bester Hauptdarsteller und Christof Wahl für die beste Kameraarbeit ausgezeichnet.

Beim Deutschen Filmpreis erhielt „Fack Ju Göhte“ am 9. Mai 2014 eine Nominierung als Bester Film und die Lola für den besucherstärksten Film des Jahres 2013 sowie – anlässlich des CIVIS Medienpreises – den Kinopreis für europäische Spielfilme im deutschen Kino. Die Produktion „Ostwind“ erhielt beim Deutschen Filmpreis eine Lola in der Kategorie „Bester Kinderfilm“.

Am 16. Mai 2014 gewann der CGI-Film „Tarzan“ den Goldenen Spatz in der Kategorie „Beste Animation“ und am 19. Juni 2014 wurde die Constantin Film-Gruppe in Barcelona anlässlich der CineEurope 2014 mit dem Independent Film Award ausgezeichnet.

„Fack Ju Göhte“: Elyas M'Barek und Karoline Herfurth





„Frau Müller muss weg“ – Alwara Höfeles, Justus von Dohnány,  
Anke Engelke

**Drei Filme mit guter Performance im Kinoverleih** – Die Constantin Film-Gruppe brachte 2014 vierzehn von ursprünglich siebzehn geplanten Filmen in die deutschen Kinos, da einige der geplanten Filmstarts wie beispielsweise „Frau Müller muss weg“ und „Mara und der Feuerbringer“ ins Jahr 2015 verschoben wurden.

Die rückläufige Entwicklung des deutschen Kinomarkts im Jahr 2014 schlug sich auch in den Besucherzahlen der Constantin Film-Titel nieder. Der Geschmack des Kinopublikums ist – trotz intensiver vorheriger Marktbeobachtungen in den Zielgruppen – nur eingeschränkt berechenbar. Das Kino braucht Produkte, die es eindeutig von anderen Formen der Mediennutzung unterscheidet. Der Trend geht zum „Spektakel“.

**Marktposition im Home Entertainment gefestigt** – Im deutschsprachigen Raum konnte die Highlight Communications-Gruppe ihre Marktposition im Jahr 2014 festigen. Das Produktportfolio wurde dabei insbesondere von den Neuveröffentlichungen getragen – allen voran den Koproduktionen „Chroniken der Unterwelt – City of Bones“, „Pompeii“ und „Fack Ju Göhte“. „Fack Ju Göhte“ avancierte zur erfolgreichsten Video-Veröffentlichung im Jahr 2014 und setzte im digitalen Vertrieb neue Maßstäbe. Kurz vor Jahresende wurde der

Titel außerdem mit zwei Video Champions in den Kategorien „Bester deutscher Film“ und „Publikumspreis“ ausgezeichnet. Positiv zum Gesamtergebnis in der Eigenvermarktung der Home-Entertainment-Programme haben auch die Lizenzfilme „Ender’s Game“ und „Need for Speed“ beigetragen.



„Ostwind“

**Wesentliche Abschlüsse im Bereich Lizenzhandel/TV-Auswertung** – Auch im Bereich TV-Auswertung/Lizenzhandel steht die Constantin Film-Gruppe der digitalen Entwicklung aufgeschlossen gegenüber und arbeitet mit ihren Partnern bei den öffentlich-rechtlichen und den privaten TV-Sendern an neuen Modellen, mit denen die legale Verbreitung von Content im Internet für die Nutzer attraktiv und gleichzeitig für die Rechteinhaber lukrativ ist. Allerdings entfielen die umsatzrelevanten Transaktionen des Jahres 2014 in diesem Bereich nahezu vollständig auf die klassischen Auswertungsstufen Free-TV und Pay-TV.

Im Jahr 2014 haben sich unter anderem die Starts der Erstlizenzen von „Resident Evil: Retribution“, „Fack Ju Göhte“, „Scary Movie 5“, „Chroniken der Unterwelt – City of Bones“, „Ostwind“, „Ender’s Game“, „Tarzan“ und „Dinosaurier – Im Reich der Giganten“ umsatzrelevant ausgewirkt. Alle Lizenzen wurden für die Pay-TV-Sender Sky und/oder Teleclub lizenziert. Hinzu kamen im Free-TV Sektor insbesondere die Erstlizenzen

von „Glück“ (ZDF), „Werner – Eiskalt“ (ProSiebenSat.1), „Wrong Turn 4“ (ProSiebenSat.1), „Agent Ranjid rettet die Welt“ (ZDF), „Die drei Musketiere“ (ProSiebenSat.1), „Der Gott des Gemetzels“ (ARD), „Wickie auf großer Fahrt“ (ProSiebenSat.1), „Blutzbrüdz“ (ProSiebenSat.1) und „3096 Tage“ (ARD).

#### **Verbesserte Auftragslage im Bereich TV-Auftragsproduktion –**

Nach Jahren der Anspannung und Verknappung von Aufträgen hat sich die Situation im deutschen TV-Auftragsproduktionsmarkt für die Constantin Film-Gruppe im Berichtsjahr wieder etwas entspannt, sodass von den Tochtergesellschaften der Constantin Film AG zahlreiche Auftragsproduktionen realisiert werden konnten. Hauptauftraggeber waren auch im Jahr 2014 die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sowie die großen privaten Sender. Zusätzlich konnten die Produktionsaktivitäten auf den internationalen Märkten, unter anderem mit der Gründung von Tochtergesellschaften der Constantin Entertainment GmbH in Rumänien und Bulgarien, ausgebaut werden. Der Aufbau von Kundenbeziehungen zu neuen Auftraggebern, insbesondere im Bereich Pay-TV, steckt noch in den Anfängen.

Die Constantin Entertainment GmbH konnte weitere beauftragte Formate hinzugewinnen und Folgestaffeln für bestehende Projekte produzieren. Hier sind insbesondere die Projekte „Schicksale“ (Sat.1), „Im Namen der Gerechtigkeit“ (Sat.1), „In Gefahr – Ein verhängnisvoller Moment“ (Sat.1) und das mit dem Deutschen Fernsehpreis 2014 (Kategorie Docutainment) ausgezeichnete Format „Shopping Queen“ (Vox) zu erwähnen. Eine Auszeichnung beim Deutschen Comedypreis 2014 (Kategorie Beste Comedyshow) erhielt darüber hinaus das für RTL produzierte Format „Mario Barth deckt auf!“.

Auch im Ausland produzieren die Tochterfirmen der Constantin Entertainment GmbH erfolgreiche Formate für einige große TV-Sender, darunter die Kochshow „Game of Chefs“ und die Improvisations-Comedy „Friday“ für den israelischen Sender Reshet.

Die Olga Film GmbH drehte im Jahr 2014 die TV-Komödien „Zwei Brüder und die Antilopenschere“ und „Drunter und Bruder“ für die Degeto sowie zwei weitere Folgen der Kriminalreihe „Kommissarin Lucas“ für das ZDF.

Die Moovie GmbH (vormals MOOVIE – the art of entertainment GmbH, Umfirmierung am 27. Januar 2015) realisierte den Zweiteiler „Alles muss raus“ und den Fernsehfilm „Das Zeughaus“ für das ZDF. Darüber hinaus fanden Dreharbeiten zu

„Der Äthopier“ sowie zu sechs Folgen der Reihe „Schuld“ – einer Fortsetzung der Serie „Verbrechen“ nach Ferdinand von Schirach – statt.



„Schuld“ – Moritz Bleibtreu

Die Rat Pack Filmproduktion GmbH realisierte 2014 fortlaufend „Kalkofes Mattscheibe 5 – Rekalked“ mit Oliver Kalkofe für Tele 5. Die von der Constantin Television GmbH produzierte bayerische Daily „Dahoam is Dahoam“ befindet sich mittlerweile in der neunten Staffel. Im Auftrag des ZDF starteten darüber hinaus die Dreharbeiten zum Zweiteiler „Die Pfeiler der Macht“, einer Verfilmung des gleichnamigen Romanbestsellers von Ken Follet.

#### **2.2.6 Analyse der nicht-finanziellen Leistungsindikatoren im Segment Film**

**Kontinuierliche Optimierung der anhaltend hohen Qualität von Eigenproduktionen und Lizenzeinkäufen** – Um weiterhin die hohe Qualität von nationalen und internationalen Eigenproduktionen sowie von erworbenen Lizenzfilmen sicherzustellen, setzt die Constantin Film-Gruppe auch weiterhin auf Titel, die emotional stark auf die Bedürfnisse des Publikums ausgerichtet sind und z. B. auf bestimmten Marken basieren. Außerdem sind die Fachkompetenz der Mitarbeiter und Geschäftspartner sowie ein ausgeprägtes Kontaktnetz zu Drehbuchautoren und Produzenten im In- und Ausland unverzichtbare Vorausset-

zungen für eine erfolgreiche Produktionsstaffel. Die Kombination dieser Faktoren manifestiert sich unter anderem in den zahlreichen Filmpreisen, die die Constantin Film-Gruppe im Jahr 2014 erhalten hat.



„Männerhort“ – Elyas M'Barek, Detlev Buck, Christoph Maria Herbst

**Constantin Film trotz gesunkener Besucherzahlen erneut erfolgreichster Independent-Verleiher Deutschlands** – Zwei im Kinojahr 2014 gestartete Filme überschritten mit jeweils knapp 1,2 Mio. Besuchern die eine Million-Besucher-Marke: „Männerhort“ und „Fünf Freunde 3“. Darüber hinaus begeisterte die bereits im November 2013 angelaufene Erfolgskomödie „Fack Ju Göhte“ im Jahr 2014 noch einmal mehr als 1,7 Mio. Zuschauer. Somit konnte die Constantin Film-Gruppe die im Geschäftsbericht 2013 prognostizierte Anzahl der Filme mit mehr als einer Millionen Besuchern erfüllen. Gute Besucherzahlen erzielten 2014 außerdem die Constantin-Lizentitel „Die Mannschaft“ mit ca. 850.000 Besuchern in Deutschland und „Step Up: All In“ mit ca. 660.000 Besuchern. Insgesamt hatte die Filmstaffel 2014 der Constantin Film-Gruppe nach Thematik und Qualität das Potenzial für starke Besucherzahlen, jedoch fehlten weitere Ausreißer nach oben. Einer der Gründe dafür ist sicher die große Anzahl an internationalen und einheimischen Produktionen: 2014 kamen 343 internationale und 210 deutsche Produktionen in die Kinos (2013: 330 und 206 Filme), die es kleineren Filmen abseits der Blockbuster

und deren enormen Marketingkampagnen schwierig machen, sich am Markt zu positionieren. Dennoch sind Filme, vor allem Komödien, mit einem mittleren Budget für die Constantin Film-Gruppe nach wie vor interessant, da bei einem guten Abschneiden im Kino damit hohe Gewinne erzielt werden können. Deutlich hinter den Erwartungen zurück blieben 2014 vor allem die beiden Constantin Film-Eigenproduktionen „Tarzan“ (ca. 270.000 Besucher) und „Pompeii“ (ca. 250.000 Besucher). Im Ranking der Verleiher in Deutschland liegt die Constantin Film-Gruppe 2014 mit einem Marktanteil von 7,5 Prozent nach Besuchern und 7,1 Prozent nach Umsatz dennoch auf Platz vier hinter Warner, Fox und Universal.

Quelle: Rentrak: Auswertungen zum Kinomarkt Deutschland – Gesamtjahr 2014

**Marktanteil im Video-Verleihmarkt ausgebaut** – Die Constantin Film-/Highlight-Gruppe erzielte 2014 im Video-Kaufmarkt einen Marktanteil von 3 Prozent (Vorjahr: 3 Prozent) und im Video-Verleihmarkt einen Marktanteil von 6 Prozent (Vorjahr: 4 Prozent). Wie im Vorjahr aufgrund der erwarteten Umsatzsteigerung in diesem Bereich prognostiziert, konnte der Marktanteil im Vergleich zum Vorjahr leicht gesteigert werden. Haupttreiber der gestiegenen Marktanteile war im Jahr 2014 die Erfolgskomödie „Fack Ju Göhte“, die im physischen und im digitalen Bereich hervorragende Verkaufs- und Verleihzahlen erzielte.

Quelle: GfK Panel Services im Auftrag der FFA „Video sell-through market und Video rental market 2014“, Februar 2015

**„Türkisch für Anfänger“ mit hoher Quote in der TV-Auswertung** – Im Bereich Lizenzhandel/TV-Auswertung konnten im Jahr 2014 wieder zahlreiche Quotenerfolge im zweistelligen Bereich erzielt und die Erwartungen damit erfüllt werden. Die Erstausstrahlung der Verfilmung des bekannten Theaterstücks „Der Gott des Gemetzels“ am 21. Juli 2014 in der ARD erreichte 3,61 Mio. Zuschauer und einen Marktanteil von 12,5 Prozent (Gesamtmarkt). Die Komödie „Türkisch für Anfänger“ erzielte in der ARD am 11. Juli 2014 sogar 4,63 Mio. Zuschauer und einen Marktanteil von 17,4 Prozent (Gesamtmarkt).

Mit der Erstausstrahlung der Constantin Film-Koproduktion „Die drei Musketiere“ erzielte ProSieben Ende April 2014 insgesamt 3,37 Mio. Zuschauer und konnte damit einen guten Marktanteil von 10,1 Prozent beim Gesamtpublikum erzielen (18 Prozent in der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen).

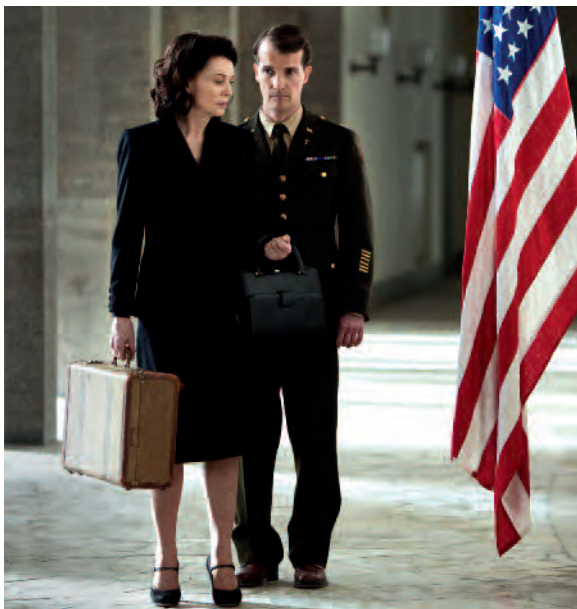
Quellen: GG Media TV Facts, 11., 21. Juli 2014 und 30. April 2014



**Zahlreiche Quotenerfolge in der TV-Auftragsproduktion** – Auch im Bereich der TV-Auftragsproduktion wurden – sowohl bei Fernsehspielen als auch bei Staffelproduktionen – erneut erfreuliche Einschaltquoten im zweistelligen Prozentbereich erzielt und die Erwartungen erfüllt. Diese Erfolge bilden einen wichtigen Grundstein für Folgebeauftragungen.

Ein großer Erfolg war der SAT.1-Fernsehfilm der Moovie GmbH „Die Hebamme“ mit Josefine Preuß in der Hauptrolle, der am 25. März 2014 mit 5,36 Mio. Gesamtzuschauern Platz drei des gesamten Fernsehabends erreichte. Die zweiteilige Moovie-Produktion „Alles muss raus“ für das ZDF hatte einen Marktanteil (Gesamtmarkt) von knapp 15 Prozent. Einen weiteren Erfolg konnte die Moovie GmbH mit der Ausstrahlung des ZDF-Fernsehfilms „Das Zeugenhaus“ am 24. November 2014 erzielen, der einen Marktanteil von 17,4 Prozent erreichte.

Quellen: Kress, 26. März 2014; GG Media TV Facts, 13. Oktober 2014, 14. Oktober 2014 und 24. November 2014



„Das Zeugenhaus“ – Iris Berben

Am 9. März 2014 sahen 10,12 Mio. Zuschauer den von der Constantin Television GmbH produzierten ARD-Tatort: „Kopfgeld“ mit Til Schweiger in der Hauptrolle, der mit einem Marktanteil von 27,7 Prozent die höchste Einschaltquote des Wochenendes erzielte.

Quelle: Mediabiz/Blickpunkt:Film, 10. März 2014

Die Produktion „Kommissarin Lucas – Kettenreaktion“ der Olga Film GmbH konnte im ZDF einen Marktanteil (Gesamtmarkt) von 20,5 Prozent erzielen.



„Tatort“ – Fahri Yardim, Til Schweiger

Die Constantin Entertainment GmbH erreichte mit den Dailys „Schicksale“ und „In Gefahr – Ein verhängnisvoller Moment“ sowie mit der Produktion „Mario Barth deckt auf!“ ebenfalls erfreuliche Marktanteile im zweistelligen Prozentbereich.

Quellen: GG Media TV Facts, 30. April 2014, 7. Mai 2014, 10. und 30. September 2014

### 2.2.7 Branchenspezifische Rahmenbedingungen im Segment Sport- und Event-Marketing

Die globalen Sponsoring-Ausgaben sind – nach Schätzungen des Beratungsunternehmens für Sponsoringmessung IEG – im Jahr 2014 um 4,1 Prozent auf 55,3 Mrd. US-Dollar gestiegen. Der verstärkte Wettbewerb um Budgets für – vorrangig digitale – Marketingalternativen könnte dabei ein noch stärkeres Wachstum verhindert haben.

Die Sponsoring-Ausgaben für größere und prestigeträchtige Events blieben auf einem hohen Niveau, während es für kleinere Veranstaltungen – insbesondere außerhalb der Bereiche Sport und Entertainment – immer schwieriger wird, Sponsoren zu finden. Dies ist teilweise darauf zurückzuführen, dass die

Sicherstellung der Finanzierung bei größeren Veranstaltungen einfacher ist, da sie einerseits als „sichere Bank“ gelten. Andererseits können sie jedoch auch die steigenden Erwartungen der großen Sponsoring-Partner hinsichtlich Forschungs-/Marktintelligenz, ROI-/ROO-Messwerten, Social Media Communities sowie Account Management und Servicing besser erfüllen.

Quelle: IEG, Sponsorship Forecast 2015, 6. Januar 2015

Im Hinblick auf den Erwerb von TV-Rechten für Sportereignisse zahlen die aktuellen Rechteinhaber häufig hohe Aufschläge, um Rechte an wichtigen Veranstaltungen halten zu können. So investierten US-amerikanische Medienunternehmen allein im Oktober 2014 einen Gesamtbetrag von mehr als 38 Mrd. US-Dollar für nur vier Sportrechte-Verträge. Die beiden größten Abschlüsse – mit einem Anstieg der Lizenzpreise um 50 Prozent bzw. 180 Prozent gegenüber früheren Vereinbarungen – waren die Vertragsverlängerungen der Football-Liga (NFL) mit dem Sender DirecTV sowie der Basketball-Liga (NBA) mit Disney und Turner.

Quelle: TV Sports Markets Editors Blog, Oktober 2014



UEFA Europa League Finale – Titelgewinner Sevilla FC

### 2.2.8 Operative Entwicklung im Segment Sport- und Event-Marketing

**Erfolgreiche Vermarktung der UEFA-Wettbewerbe** – Das Geschäftsjahr 2014 der TEAM-Gruppe war geprägt vom Vermarktungsprozess für die kommerziellen Rechte der UEFA Cham-

pions League und der UEFA Europa League (jeweils für den Spielzyklus 2015/16 bis 2017/18), der sehr erfolgreich verlaufen ist. Im Bereich der TV-Rechte ist es TEAM – trotz eines teilweise schwierigen Marktumfelds – dabei schon gelungen, weltweit zahlreiche Verträge für beide Wettbewerbe abzuschließen.

Ebenfalls erfolgreich waren die Aktivitäten im Bereich der Sponsorenrechte. Hier konnte eine Vielzahl vielversprechender Vertragsverhandlungen mit bestehenden und potenziellen Partnern geführt werden. Nachdem TEAM zum Ende des Jahres 2013 den Vertrag mit dem langjährigen UEFA Champions League-Partner Heineken vorzeitig bis zur Saison 2017/18 verlängern konnte, konnte im Frühjahr 2014 bekannt gegeben werden, dass der japanische Automobilkonzern Nissan bereits ab der Saison 2014/15 als neuer Sponsor dieses Formats fungiert. Die Verhandlungen mit weiteren Partnern sind bereits weit fortgeschritten.

Die Zielsetzung für das Geschäftsjahr 2014, möglichst viele Abschlüsse zu bestmöglichen Konditionen zu erreichen, konnte damit vollständig realisiert werden.

**Realisierung vielfältiger operativer Aufgaben** – Aus operativer Sicht stand insbesondere die aktive Unterstützung der kommerziellen Partner und der UEFA bei der erfolgreichen Abwicklung der drei Highlights im europäischen Klubfußball im Fokus. In Turin fand am 14. Mai 2014 das Finale der UEFA Europa League statt, in dem SL Benfica und Sevilla FC um den Sieg kämpften. Das spannende Match konnte Sevilla FC erst nach Verlängerung und Elfmeterschießen mit 4:2 für sich entscheiden, womit sich die Pechsträhne von SL Benfica von nunmehr acht verlorenen Finalspielen in Serie fortsetzte.

In Lissabon wurde am 24. Mai 2014 das rein spanische UEFA Champions League-Finale zwischen Real Madrid CF und Club Atlético de Madrid ausgetragen. In einem dramatischen Spiel konnte Real Madrid CF erst kurz vor dem Ende der regulären Spielzeit den Ausgleichstreffer erzielen und sich damit in die Verlängerung retten. Dort dominierte der Favorit dann allerdings deutlich, erzielte drei weitere Tore und gewann mit 4:1. Damit errang Real Madrid CF – zwölf Jahre nach dem letzten Triumph – den begehrten Pokal bereits zum zehnten Mal.

Der ebenfalls von TEAM vermarktete UEFA Super Cup, der am 14. August im walisischen Cardiff City Stadium zwischen dem amtierenden Champions League-Sieger (Real Madrid CF) und dem Gewinner der UEFA Europa League (Sevilla FC) ausge-



UEFA Champions League Finale – Titelgewinner Real Madrid CF

spielt wurde, markierte den traditionellen Auftakt zur neuen Saison der europäischen Klubfußball-Wettbewerbe. Bei der 17. Auflage dieses „Gipfeltreffens“ konnte sich Real Madrid CF mit 2:0 durchsetzen und damit einen weiteren Titelgewinn feiern.

### 2.2.9 Analyse der nicht-finanziellen Leistungsindikatoren im Segment Sport- und Event-Marketing

**Erneut hohe Zuschauerresonanz beim UEFA Champions League-Finale** – Das große Finale der UEFA Champions League, das bereits zum 22. Mal stattfand, wurde weltweit in über 200 Ländern ausgestrahlt und von durchschnittlich rund 165 Mio. Zuschauern am heimischen TV-Gerät verfolgt. In der Spitze wurde sogar ein Wert von rund 380 Mio. Zuschauern gemessen, was einmal mehr den Status dieser Veranstaltung als das weltweit meistgesehene jährliche Sportevent – noch vor dem US-amerikanischen Super Bowl – bestätigte.

Die höchste Einzelquote wurde in Spanien registriert mit durchschnittlich 12,7 Mio. Zuschauern und einen Marktanteil von

69 Prozent – der höchste dort gemessene Wert seit der -TV-Übertragung des Endspiels um die Fußball-Europameisterschaft 2012. Die meisten Zuschauer aus einem einzelnen Markt kamen mit knapp 20 Millionen allerdings aus Brasilien.

Quelle: Sponsorship Intelligence (ZenithOptimedia und Mediabiz/Blickpunkt:Film, 26. Mai 2014)

### 2.2.10 Branchenspezifische Rahmenbedingungen im Segment Übrige Geschäftsaktivitäten

**Event- und Entertainment-Geschäft** – Musikevents sind für Sponsoren weiterhin sehr attraktiv. Allein in Deutschland investierten Unternehmen im Jahr 2014 insgesamt 27 Mio. Euro, um ihre Markenbotschaften in der besonderen Atmosphäre von Musikveranstaltungen zu inszenieren. Im Vergleich zum Vorjahr ist das ein Anstieg um 29 Prozent. Zu den wichtigsten Geldgebern zählten im abgelaufenen Jahr Brauereien, die 21 Prozent zum Gesamtvolumen beitrugen. Zweitgrößter Sponsor war der Bereich der Finanzdienstleister mit einem Anteil von 14 Prozent, gefolgt von Automobilunternehmen, auf die ein

Anteil von 13 Prozent entfiel.

Quelle: REPUCOM, Livemusik Sponsoring Report 2014, Dezember 2014

**Online-/Social-Gaming** – Der Markt für Mobile Games ist der am schnellsten wachsende Bereich der Gaming-Industrie. Während die Umsätze bei den Konsolenspielen stagnieren, wachsen die Umsätze mit Mobile Games jährlich um 10 Prozent. Weltweit wird der Mobile-Gaming-Markt auf mehr als 10 Mrd. US-Dollar geschätzt, wobei fast 25 Prozent der weltweiten Mobile-Games-Umsätze in den USA erzielt werden, wo jeder zweite Mobiltelefonbesitzer Mobile Games spielt. Heute werden zwei Drittel der Content-Ausgaben auf Smartphones und Tablets für Mobile Games getätigt.

Quelle: Statista 2015



Neujahrskonzert der Wiener Philharmoniker

### 2.2.11 Operative Entwicklung im Segment Übrige Geschäftsaktivitäten

**Erfolgreiche Abwicklung der Konzerte der Wiener Philharmoniker** – Im Fokus der Highlight Event AG stand zum Jahresbeginn die erfolgreiche kommerzielle Abwicklung des Neujahrskonzerts 2014 der Wiener Philharmoniker, das bereits zum zweiten Mal vom weltweit bekannten Pianisten und Dirigenten Daniel Barenboim dirigiert wurde. Das zweite musikalische Highlight des Orchesters, das Sommernachtskonzert, das unter der musikalischen Leitung des renommierten Dirigenten Christoph Eschen-

bach stand, fand dann am 29. Mai 2014 im Schlosspark Schönbrunn bei Wien statt. Beide Events wurden sowohl aus künstlerischer als auch aus Marketingsicht sehr erfolgreich umgesetzt.

Die Special Events der Wiener Philharmoniker fanden 2014 in Mailand, Sarajewo und Köln statt. Von besonderer Bedeutung – sowohl für die Wiener Philharmoniker als auch für die Europäische Rundfunkunion (EBU) – war dabei das Sarajewo-Konzert, da es den Kernpunkt der Gedenkfeiern zum Ausbruch des Ersten Weltkriegs vor 100 Jahren markierte. Vor einer eindrucksvollen Open-Air-Kulisse wurde das Event unter anderem von mehreren Staatsechefs, dem gesamten diplomatischen Korps vor Ort sowie den Senderchefs einiger großer öffentlich-rechtlicher Sendeanstalten – darunter France Television, RAI Italien und ORF Österreich – und dem EBU-Präsidium besucht.

Die Zielsetzung einer qualitativ hochwertigen Umsetzung konnte bei allen Konzerten vollständig realisiert werden.

**Start des Eurovision Young Musicians-Projekts** – Im Jahr 2014 betreute die Highlight Event AG außerdem erstmals das Projekt „Eurovision Young Musicians“, einen von der EBU organisierten Wettbewerb für europäische Nachwuchskünstler im Bereich der klassischen Musik. Das Event, das am 31. Mai 2014 auf dem Domplatz in Köln stattfand, konnte ebenfalls erfolgreich umgesetzt werden und hat die strategischen Überlegungen, die im Vorfeld angestellt wurden, in vollem Umfang bestätigt. Dazu zählten unter anderem die Einbindung der Wiener Philharmoniker, die dem Gewinner des Wettbewerbs eine Solo-Performance mit dem Orchester zusagten, und das Engagement von Rolex als Hauptsponsor des Events.

**Vertragsverlängerung mit den Wiener Philharmonikern** – Auf der Basis dieser Erfolge konnte am 6. Dezember 2014 bekannt gegeben werden, dass der Agenturvertrag zwischen der Highlight Event AG und den Wiener Philharmonikern vorzeitig bis ins Jahr 2022 verlängert wurde. Die vertrauensvolle und erfolgreiche Partnerschaft zwischen dem Orchester und der Highlight Event AG wird damit für einen langen Zeitraum weiter bestehen.

**Gelungene Umsetzung des Eurovision Song Contest** – Der Eurovision Song Contest (ESC), der vom 6. bis 10. Mai 2014 in Kopenhagen/Dänemark ausgetragen wurde, konnte aus kommerzieller Sicht, insbesondere hinsichtlich TV-Präsenz, Branding und Hospitality für die internationalen Sponsoren erfolgreich durchgeführt werden. Alle vertraglichen Vereinbarungen

gegenüber Sponsoren und TV-Partnern wurden erfüllt.

**Neues Mobile Game lanciert** – Bei der Pokermania GmbH wurde im Jahr 2014 die gezielte Weiterentwicklung der „Whitelabel“-Software FunPoker abgeschlossen. Zielsetzung dieser Entwicklungsarbeit war es, weitere Spielformen zu integrieren, um auch im internationalen Umfeld neue Spieler akquirieren zu können.

Auch im Jahr 2014 fanden im Bereich Online-/Social-Gaming kontinuierliche Weiterentwicklungen statt. Darüber hinaus konnte die Portabilität für unterschiedliche Spielkonsolen und Smartphones (iOS und Android) weiter vorangetrieben werden. Durch diese Maßnahme wurde die Reichweite erheblich ausgebaut.

#### **2.2.12 Analyse der nicht-finanziellen Leistungsindikatoren im Segment Übrige Geschäftsaktivitäten**

**Großes Publikumsinteresse für die Wiener Philharmoniker und den Eurovision Song Contest** – Das Neujahrskonzert 2014 der Wiener Philharmoniker wurde – live oder zeitversetzt – in mehr als 90 Ländern übertragen, was die Veranstaltung auch weiter-

hin als weltweit bekanntestes TV-Event der klassischen Musik auszeichnet. Ähnliches gilt für das Open-Air-Sommernachtskonzert, das infolge der erfolgreichen Marketing-Aktivitäten der Highlight Event AG in über 80 Ländern ausgestrahlt wurde, darunter erstmals auch Kenia. Darüber hinaus wurde das Event – trotz erneut widriger Wetterbedingungen – von 60.000 begeisterten Zuschauern vor Ort verfolgt.

Der Eurovision Song Contest 2014 wurde von insgesamt rund 50.000 Fans besucht und weltweit von mehr als 100 Mio. TV-Zuschauern gesehen. Das große Finale wurde live von 37 öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten übertragen und von durchschnittlich 61 Mio. TV-Zuschauern verfolgt. Dieses Publikumsinteresse lag deutlich über dem Vergleichswert des Vorjahres von durchschnittlich 55 Millionen Zuschauern. Besonders hohe Einschaltquoten wurden im Gastgeberland Dänemark (89 Prozent Marktanteil), den Niederlanden (65 Prozent Marktanteil) und in Österreich (53 Prozent Marktanteil) registriert.

Quelle: Eurovision, [www.eurovision.tv/page/news?id=112853&t=eurovision\\_song\\_contest\\_2014\\_reaches\\_195\\_million\\_worldwide](http://www.eurovision.tv/page/news?id=112853&t=eurovision_song_contest_2014_reaches_195_million_worldwide)

*Eurovision Song Contest 2014 in Kopenhagen*



### 2.3 Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Constantin Medien-Konzerns

Die Constantin Medien AG erstellt den Konzernabschluss nach den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie von der EU anzuwenden sind. Der Konzernabschluss wurde um weitere Erläuterungen sowie um den Konzernlagebericht ergänzt.

Der vorliegende zusammengefasste Konzernlage- und Lagebericht der Constantin Medien AG wurde gemäß § 315 HGB erstellt. Er orientiert sich an den Bestimmungen und Empfehlungen des Deutschen Rechnungslegungs Standards Nr. 20 (DRS 20) des Deutschen Rechnungslegungs Standards Committees e.V.

Aufgrund der im Mai 2014 durch die Constantin Medien AG erfolgten Absage des im Dezember 2013 vereinbarten Verkaufs der Anteile an der PLAZAMEDIA GmbH TV- und Film-Produktion (einschließlich ihrer Tochtergesellschaften in Österreich und der Schweiz) sind deren Vermögenswerte und Schulden nicht mehr als „Zur Veräußerung gehalten“ auszuweisen; die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst.

#### 2.3.1 Gesamtbewertung des Berichtszeitraums

Der Constantin Medien-Konzern agiert in einem anspruchsvollen, von strukturellen Veränderungen geprägten Marktumfeld, welches insbesondere in den Segmenten Sport und Film durch einen starken Wettbewerb geprägt ist. Vor diesem Hintergrund ist das Geschäftsjahr des Konzerns im Jahr 2014 erfreulich verlaufen. Insbesondere im dritten und vierten Quartal 2014 verlief die Geschäftsentwicklung dynamisch, so dass beim Umsatz ein Wert im oberen Bereich der im Mai angepassten Prognose erreicht wurde. Bei dem auf die Anteilseigner entfallenden Konzernergebnis übertraf Constantin Medien die im November bereits nach oben angepasste Prognose.

Der Konzern erreichte im Geschäftsjahr 2014 einen Umsatz von 487,8 Mio. Euro und lag damit im oberen Bereich der im Mai 2014 aufgrund der erfolgten Absage des Verkaufs der Anteile an der PLAZAMEDIA GmbH TV- und Film-Produktion auf 460 Mio. Euro bis 500 Mio. Euro angehobenen Umsatzprognose. Die ursprüngliche Umsatzprognose (mit Verkauf der PLAZAMEDIA-Anteile) lag bei 420 Mio. Euro bis 460 Mio. Euro. Gegenüber dem Vorjahreskonzernumsatz von 458,3 Mio. Euro entspricht das einem Wachstum von 6,4 Prozent, wozu vor allem das Segment Film beitrug.

Das Betriebsergebnis (EBIT) des Constantin Medien-Konzerns

erhöhte sich signifikant auf 21,4 Mio. Euro (2013: 7,9 Mio. Euro). Alle operativen Segmente trugen zur Verbesserung des Betriebsergebnisses bei.

Das auf die Anteilseigner entfallende Ergebnis lag bei -3,3 Mio. Euro, und damit deutlich über der im November 2014 angepassten Ergebnisprognose von -7 Mio. Euro bis -9 Mio. Euro. Ursprünglich hatte Constantin Medien ein auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis von 13 Mio. Euro bis 15 Mio. Euro (mit Verkauf der PLAZAMEDIA-Anteile) bzw. von -13 Mio. Euro bis -15 Mio. Euro (ohne Verkauf der PLAZAMEDIA-Anteile) prognostiziert. Im Vorjahr hatte der Konzern ein auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis von -11,0 Mio. Euro erreicht.

#### 2.3.2 Segmententwicklung

Constantin Medien hat im Geschäftsjahr 2014 insbesondere im **Segment Sport** wiederum sehr gute Fortschritte bei der digitalen Transformation des Medienkonzerns gemacht. So wurden erneut umfangreiche Investitionen in neue Produkte und die verschiedenen Plattformen, insbesondere in SPORT1.de und Apps für SPORT1 Mobile getätigt.

Auch wirtschaftlich war das Geschäftsjahr 2014 für das Segment Sport sehr erfolgreich. Der Umsatz betrug 148,2 Mio. Euro, ein leichter Anstieg um 0,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr (2013: 147,4 Mio. Euro). Damit konnte der Wegfall der Erlöse aus der Veranstaltung des Bundesliga-Senders LIGA total!, die bis Mitte 2013 noch enthalten waren, kompensiert werden. Bereinigt um LIGA total! wäre der Umsatz 2014 um einen mittleren einstelligen Prozentsatz gewachsen. Auch gelang es SPORT1, die hohen Investitionen in Programm, Produktion und Plattformen in den Jahren 2013 und 2014 zunehmend zu monetarisieren.

Der positive Trend bei den Marktanteilen im Free-TV hielt auch im vierten Quartal an. Insgesamt erreichte der Sender in 2014 einen Marktanteil in der werberelevanten Zielgruppe M14-49 von 1,3 Prozent (2013: 1,4 Prozent), und lag damit erwartungsgemäß, vor allem aufgrund der Dominanz der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2014™ leicht unter Vorjahr. Ebenso weiterhin positiv entwickelten sich die kumulierten Zugriffszahlen im Online- und Mobile-Bereich. Insbesondere die Mobileangebote verzeichneten – dem allgemeinen Trend folgend – im Vergleich zum Vorjahr erneut deutliche Zuwächse bei Visits und Page Impressions. Des Weiteren konnten zahlreiche neue

## Segmententwicklung 2014 in TEUR

	1.1 bis 31.12.2014	1.1 bis 31.12.2013*	Veränderung
<b>Umsatzerlöse</b>			
Sport	148.248	147.400	848
Film	295.618	268.334	27.284
Sport- und Event-Marketing	41.092	39.687	1.405
Übrige Geschäftsaktivitäten	2.874	2.877	-3
Sonstiges	0	0	0
<b>Umsatzerlöse gesamt</b>	<b>487.832</b>	458.298	29.534
<b>Segmentergebnis</b>			
Sport	3.691	-3.203	6.894
Film	9.122	4.686	4.436
Sport- und Event-Marketing	16.326	14.167	2.159
Übrige Geschäftsaktivitäten	-1.562	-3.278	1.716
Sonstiges	-6.164	-4.508	-1.656
<b>Segmentergebnis gesamt</b>	<b>21.413</b>	7.864	13.549

\* Die Vorjahreszahlen sind angepasst worden (siehe Anhangangaben Kapitel 2.1, Änderung in der Rechnungslegung und Bilanzierung)

Werbekunden akquiriert werden. Da gleichzeitig insbesondere der Material- und Lizenzaufwand reduziert wurde, weist das Segment für 2014 ein positives Segmentergebnis von 3,7 Mio. Euro nach einem Segmentverlust von -3,2 Mio. Euro im Vorjahr aus. Dies entspricht einer Ergebnisverbesserung um 6,9 Mio. Euro.

Im **Segment Film** stieg der Umsatz 2014 um 10,2 Prozent auf 295,6 Mio. Euro nach 268,3 Mio. Euro im Vorjahr. Im Berichtsjahr erholte sich der TV-Markt weiter. Vor allem bei den fiktionalen Auftragsproduktionen konnte der Constantin Medien-Konzern hiervon partizipieren, was zu deutlich über Vorjahr und über den Erwartungen liegenden Umsätzen in diesem Bereich führte. Die Umsätze im Bereich Home Entertainment lagen ebenfalls deutlich über Vorjahr sowie auch deutlich über den Erwartungen. Hierzu trugen insbesondere die Neuveröffentlichungen „Fack Ju Göhte“ und „Chroniken der Unterwelt – City of Bones“ bei. Dagegen lagen die Erlöse im Bereich Kinoverleih erwartungsgemäß unter Vorjahr. Zwar wurden zu Beginn des Geschäftsjahres, insbesondere aufgrund des weltweiten Vertriebs des Filmtitels „Pompeii“, im Kinoverleih und im Lizenzhandel hohe Erlöse erzielt. Allerdings gab es insbesondere im vierten Quartal weniger Filmstarts als im Vorjahr. Auch blieben einzelne deutsche Kinoauswertungen wie „Alles inklusive“

„Schoßgebete“, „Need for Speed“ und „Wie schreibt man Liebe“ unter den Erwartungen. Den Erlösen in den Geschäftsfeldern Kinoverleih, Lizenzhandel und Home Entertainment standen gleichzeitig hohe Abschreibungen auf aktivierte Produktionskosten gegenüber. Da insgesamt die Aufwendungen im Segment Film jedoch vor allem produktionsbezogen unter denen des Vorjahres lagen, und auch die sonstigen betrieblichen Aufwendungen niedrigerer ausfielen, konnte das Segmentergebnis um 4,4 Mio. auf 9,1 Mio. Euro (2013: 4,7 Mio. Euro) deutlich gesteigert werden.

Das **Segment Sport- und Event-Marketing** erzielte 2014 einen Umsatz von 41,1 Mio. Euro, ein Anstieg um 3,5 Prozent im Vergleich zum Geschäftsjahr 2013 (39,7 Mio. Euro). Der Umsatz und das Ergebnis lagen leicht über Plan. Das Segmentergebnis verbesserte sich um 14,8 Prozent auf 16,3 Mio. Euro (2013: 14,2 Mio. Euro).

Das **Segment Übrige Geschäftsaktivitäten** erzielte 2014 wie im Vorjahr einen Umsatz von 2,9 Mio. Euro. Aufgrund von Kosteneinsparungen (z.B. durch Personalmaßnahmen) konnte das Ergebnis des Segments auf -1,6 Mio. Euro verbessert werden (2013: -3,3 Mio. Euro). Einmal mehr schlossen die Vermarktung der Wiener Philharmoniker (Neujahrskonzert und

Sommernachtskonzert in Schloss Schönbrunn) und des Eurovision Song Contests mit Gewinn ab. Der Segmentverlust resultierte aus dem Bereich Online-/Social-Gaming.

Das Ergebnis des Bereichs **Sonstiges** lag bei -6,2 Mio. Euro (2013: -4,5 Mio. Euro). Insbesondere die sonstigen betrieblichen Erträge fielen im Berichtsjahr erwartungsgemäß niedriger aus.

### 2.3.3 Umsatz- und Ertragsentwicklung des Constantin Medien-Konzerns

Das Konzernjahresergebnis im Geschäftsjahr 2014 betrug 3,9 Mio. Euro nach -6,4 Mio. Euro im Vorjahr. Der darin enthaltene Ergebnisanteil Anteilseigner von -3,3 Mio. Euro (2013: -11,0 Mio. Euro) lag deutlich über den ursprünglichen Erwartungen sowie der im November 2014 angepassten Prognose von -7 Mio. Euro bis -9 Mio. Euro. Für das Geschäftsjahr 2014 ergab sich ein Ergebnis je Aktie sowohl auf unverwässerter als auch auf verwässerter Basis von -0,04 Euro (2013: -0,14 Euro je Aktie). Der Ergebnisanteil Anteilseigner ohne beherrschenden Einfluss stieg auf 7,2 Mio. Euro (2013: 4,6 Mio. Euro).

Die Ertragslage des Constantin Medien-Konzerns war im Wesentlichen durch folgende Faktoren geprägt: Der Umsatzanstieg um 29,5 Mio. Euro auf 487,8 Mio. Euro sowie Rückgänge bei Material- und Lizenzkosten (-36,5 Mio. Euro auf 220,0 Mio. Euro), Personalaufwendungen (-7,4 Mio. Euro auf 120,1 Mio. Euro) und den sonstigen betrieblichen Aufwendungen (-4,9 Mio. Euro auf 80,9 Mio. Euro) führten trotz des auswertungsbedingten Anstiegs der Abschreibungen und Wertminderungen (+15,8 Mio. Euro auf 102,0 Mio. Euro) und des produktionsbedingten Rückgangs der aktivierten Filmproduktionen und anderen aktivierten Eigenleistungen (-41,3 Mio. Euro auf 32,9 Mio. Euro) zur einer deutlichen Verbesserung des Betriebsergebnisses (EBIT). Dieses erreichte 21,4 Mio. Euro (2013: 7,9 Mio. Euro). Im Einzelnen sind neben der in Kapitel 2.3.2 dargestellten Entwicklung der Umsatzerlöse folgende Entwicklungen hervorzuheben:

Die aktivierten Filmproduktionen und anderen aktivierten Eigenleistungen gingen aufgrund der geringeren Anzahl an Filmprojekten in Produktion sowie Filmen mit niedrigeren Herstellungskosten um 55,7 Prozent auf 32,9 Mio. Euro zurück (2013: 74,2 Mio. Euro). Im Geschäftsjahr 2014 betrafen die aktivierten Herstellungskosten vor allem die Produktionen

„Schoßgebete“, „Männerhort“, „Fünf Freunde 4“, „Ostwind 2“ und „Er ist wieder da“.

Der Rückgang der Material- und Lizenzaufwendungen auf 220,0 Mio. Euro (2013: 256,5 Mio. Euro) entfiel einerseits auf niedrigere Produktionskosten im Segment Sport und andererseits auf das geringere Produktionsvolumen im Segment Film.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen sanken um 4,9 Mio. Euro bzw. 5,7 Prozent auf 80,9 Mio. Euro (2013: 85,8 Mio. Euro). Sie beinhalten eine Vielzahl an unterschiedlichen Einzelposten, die sich teilweise gegenläufig entwickelten. Höheren Herausbringungskosten für Filme (+1,8 Mio. Euro) standen geringere Rechts- und Beratungskosten (-4,2 Mio. Euro) und Kursverluste (-3,0 Mio. Euro) gegenüber.

Der Constantin Medien-Konzern erreichte damit im Geschäftsjahr 2014 ein Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) von 123,4 Mio. Euro, 29,4 Mio. Euro mehr als im Vorjahr (2013: 94,0 Mio. Euro).

Die Abschreibungen und Wertminderungen beliefen sich 2014 auf 102,0 Mio. Euro und lagen damit um 15,8 Mio. Euro über dem Vorjahreswert von 86,2 Mio. Euro. Die Abschreibungen auf das Filmvermögen stiegen auswertungsbedingt (leistungsabhängige Abschreibungsmethode) stark an. Die Abschreibungen und Wertminderungen enthalten 96,0 Mio. Euro planmäßige Abschreibungen (2013: 74,4 Mio. Euro) und 6,0 Mio. Euro Wertminderungen (2013: 11,8 Mio. Euro).

Das Finanzergebnis betrug im Berichtsjahr -13,2 Mio. Euro nach -11,1 Mio. Euro im Vorjahr. Der Rückgang des Finanzergebnisses beruhte in erster Linie auf gestiegenen Kursaufwendungen aus dem Finanzierungsbereich, die vor allem aus der Bewertung der unterjährigen Bankverbindlichkeiten in Fremdwährung in Kombination mit einem zum Jahresende stärker werdenden US- und kanadischen Dollar entstanden. Die höheren Aufwendungen wurden durch gestiegene Kurserträge in den sonstigen betrieblichen Erträgen und reduzierte Kursaufwendungen in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen teilweise kompensiert. Diese resultierten im Wesentlichen aus der Bewertung von hohen Forderungen und Verbindlichkeiten in US- und kanadischem Dollar bei einem im Vergleich zum Vorjahr starken Wertverlust des Euro gegenüber diesen beiden Währungen.



### 2.3.4 Vermögenslage des Constantin Medien-Konzerns

#### Konzernbilanz (Kurzfassung) zum 31. Dezember 2014 in TEUR

	31.12.2014	31.12.2013*	Veränderung
Langfristige Vermögenswerte	235.149	267.111	-31.962
Kurzfristige Vermögenswerte	189.544	226.348	-36.804
<b>Summe Aktiva</b>	<b>424.693</b>	<b>493.459</b>	<b>-68.766</b>

\*Die Vorjahreszahlen sind angepasst worden (siehe Anhangangaben Kapitel 2.1, Änderung in der Rechnungslegung und Bilanzierung)

Die Veränderung der Vermögenslage des Constantin Medien-Konzerns war im Berichtsjahr annähernd gleichermaßen durch die Abnahme der langfristigen und kurzfristigen Vermögenswerte geprägt.

Der Grund für den Rückgang der langfristigen Vermögenswerte zum 31. Dezember 2014 lag im Wesentlichen in der abschreibungsbedingten Verminderung des Filmvermögens um 38,9 Mio. Euro auf 133,3 Mio. Euro (31. Dezember 2013: 172,2 Mio. Euro). Der Rückgang resultierte vor allem aus der Weltvertriebsauswertung der Produktionen „Pompeii“, „Tarzan“ und „Love, Rosie“ und den damit zusammenhängenden Abschreibungen auf diese Filme. Gegenläufig wirkte sich der Ausweis der Liegenschaft in Düdingen/Schweiz, unter den langfristigen Vermögenswerten aus (+3,2 Mio. Euro). Nach Aufgabe der Veräußerungsabsicht Mitte 2014 wird diese Liegenschaft nicht mehr als zur Veräußerung gehalten ausgewiesen. Die sonstigen

langfristigen finanziellen Vermögenswerte enthalten mit 1,4 Mio. Euro die 2014 erworbenen Anteile an der Pulse Evolution Corporation, Port St. Lucie, USA.

Bei der Verminderung der kurzfristigen Vermögenswerte um 36,8 Mio. Euro auf 189,5 Mio. Euro per 31. Dezember 2014 wirkte sich in erster Linie der Rückgang des Postens Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen um 24,9 Mio. Euro auf 106,4 Mio. Euro sowie der Rückgang der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente um 9,2 Mio. Euro auf 73,7 Mio. Euro aus. Im Segment Film sanken die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen vor allem im Kinobereich, da zum Jahresende 2014 keine Filme in der Auswertung waren. Des Weiteren gingen die Darlehen an Koproduktionspartner sowie die Forderungen aus Fördermittel zurück. Auch im Segment Sport konnten die Forderungen im Stichtagsvergleich reduziert werden.

### 2.3.5 Finanzlage des Constantin Medien-Konzerns

#### Konzernbilanz (Kurzfassung) zum 31. Dezember 2014 in TEUR

	31.12.2014	31.12.2013*	Veränderung
Auf die Anteilseigner entfallendes Eigenkapital	19.950	14.044	5.906
Anteile ohne beherrschenden Einfluss	42.556	40.843	1.713
Summe Eigenkapital	62.506	54.887	7.619
Langfristige Schulden	120.207	136.770	-16.563
Kurzfristige Schulden	241.980	301.802	-59.822
<b>Summe Passiva</b>	<b>424.693</b>	<b>493.459</b>	<b>-68.766</b>

\*Die Vorjahreszahlen sind angepasst worden (siehe Anhangangaben Kapitel 2.1, Änderung in der Rechnungslegung und Bilanzierung)

In der Konzernfinanzierung wird neben dem Eigenkapital zusätzlich Fremdkapital eingesetzt. Das Eigenkapital-Management der Constantin Medien AG umfasst sämtliche Bilanzposten des Eigenkapitals, wobei die gehaltenen eigenen Anteile abzuziehen sind. Die Constantin Medien AG überwacht im Rahmen der Konzernsteuerung zudem sämtliche Posten des Fremdkapitals des Segments Sport und des Bereichs Sonstiges. Die Fremdmittel der Gesellschaften der Highlight Communications-Gruppe werden über die Highlight Communications AG, die Constantin Film AG und die Highlight Event & Entertainment AG dezentral gesteuert.

Der Konzern ist verschiedenen finanziellen Risiken ausgesetzt, die sich aus den betrieblichen Geschäftstätigkeiten und den Finanzierungstätigkeiten ergeben. Die Finanzrisiken lassen sich nach den Kategorien Liquiditätsrisiken, Kreditrisiken und Marktrisiken (einschließlich Währungsrisiken, Zinsrisiken) untergliedern. Diese Risiken werden innerhalb des Constantin Medien-Konzerns zentral überprüft. Die Risikolage wird auf Basis einer für den gesamten Konzern geltenden Risikomanagement-Richtlinie vom Risikomanager mittels standardisierter Risikoberichte erfasst und an den Vorstand der Constantin Medien AG berichtet. Zur Absicherung von Währungsrisiken setzt der Konzern derivative und nicht-derivative Finanzinstrumente ein. Für weiterführende Ausführungen zu den Finanzrisiken des Konzerns verweisen wir auf den Geschäftsbericht 2014, Konzernanhang, Kapitel 8, Angaben zum finanziellen Risikomanagement. Darüber hinaus verweisen wir auf die Risikodarstellung in Kapitel 8.

Das Eigenkapital des Constantin Medien-Konzerns erhöhte sich zum 31. Dezember 2014 auf 62,5 Mio. Euro (31. Dezember 2013: 54,9 Mio. Euro). Das auf die Anteilseigner entfallende Eigenkapital stieg dabei um 5,9 Mio. Euro auf 19,9 Mio. Euro. Einerseits erhöhte sich das Eigenkapital der Anteilseigner durch die im Juli 2014 durchgeführte Barkapitalerhöhung um 10,3 Mio. Euro, andererseits verringerte es sich ergebnisbedingt um 4,3 Mio. Euro. Das Eigenkapital der Anteile ohne beherrschenden Einfluss erhöhte sich um 1,7 Mio. Euro auf 42,6 Mio. Euro. Der ergebnisbedingten Erhöhung um 5,9 Mio. Euro standen Dividendenausschüttungen an Minderheitsgesellschaften gegenüber.

Die Eigenkapitalquote (Summe Eigenkapital im Verhältnis zur Bilanzsumme) verbesserte sich zum Ende des Berichtsjahres um 3,6 Prozentpunkte auf 14,7 Prozent (31. Dezember 2013:

11,1 Prozent). Die bereinigte Eigenkapitalquote (nach Saldierung der erhaltenen Anzahlungen mit dem Filmvermögen sowie der filmbezogenen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente mit den entsprechenden Finanzverbindlichkeiten) belief sich auf 16,7 Prozent (31. Dezember 2013: 12,6 Prozent), ein Anstieg um 4,1 Prozentpunkte.

Die Fremdkapitalmittel des Constantin Medien-Konzerns bestehen im Wesentlichen aus einer Unternehmensanleihe, verschiedenen kurzfristigen Darlehensrahmenvereinbarungen zur Finanzierung der Aktivitäten im Segment Film, einer kurzfristigen Kreditrahmenvereinbarung der Highlight Communications AG sowie Darlehen eines Privatinvestors an die Constantin Medien AG. Die Unternehmensanleihe sowie die Privatdarlehen sind festverzinslich, während die anderen Finanzverbindlichkeiten variabel verzinst werden.

Die Verminderung der langfristigen Schulden auf 120,2 Mio. Euro (31. Dezember 2013: 136,8 Mio. Euro) ist neben der vorzeitigen Rückzahlung der Unternehmensanleihe 2010/2015 (-28,7 Mio. Euro) auf niedrigere latente Steuerschulden zurückzuführen. Grund für den Rückgang der latenten Steuerschulden um 4,1 Mio. Euro ist im Wesentlichen die Veränderung des Filmvermögens. Gegenläufig wirkte die Aufnahme neuer Darlehen von einem Privatinvestor (+16,3 Mio. Euro) zur Refinanzierung der Rückzahlung der Unternehmensanleihe 2010/2015. Des Weiteren stiegen die Pensionsverbindlichkeiten um 4,0 Mio. Euro, vor allem aufgrund einer marktformen Reduzierung des Diskontierungszinssatzes.

Die kurzfristigen Schulden wurden um 59,8 Mio. Euro auf 242,0 Mio. Euro (31. Dezember 2013: 301,8 Mio. Euro) reduziert. Dabei gingen die kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten um 56,4 Mio. Euro auf 67,6 Mio. Euro zurück, da Darlehen zur Finanzierung von Filmprojekten mit dem Kinostart dieser Filme und den in diesem Zusammenhang realisierten Erträgen getilgt wurden. Die erhaltenen Anzahlungen im Filmgeschäft reduzierten sich um 3,0 Mio. Euro. Gegenläufig wirkte sich die Erhöhung der Ertragsteuerschulden (+6,0 Mio. Euro) aus.

Außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente bestanden weder zum 31. Dezember 2014 noch zum Vorjahresstichtag. Bürgschaften gegenüber Dritten für die Fertigstellung von TV-Auftragsproduktionen bestanden wie im Vorjahr in Höhe von 9,0 Mio. Euro, wobei mit einer Inanspruchnahme nicht gerechnet wird. Der Constantin Medien-Konzern nutzt darüber hinaus

operatives Leasing, im Wesentlichen für Mieten, Büroausstattung und Fahrzeuge. Dessen Umfang hat keinen wesentlichen Einfluss auf die wirtschaftliche Lage des Konzerns.

### 2.3.6 Liquiditätsentwicklung des Constantin Medien-Konzerns

#### 2.3.6.1 Cash-Flow

Der Constantin Medien-Konzern wies im Geschäftsjahr 2014 einen Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit in Höhe von 122,3 Mio. Euro aus (2013: 79,1 Mio. Euro). Der Anstieg des operativen Cash-Flows ist im Wesentlichen durch das höhere, um nicht zahlungswirksame Abschreibungen und Wertminderungen bereinigte, Konzernjahresergebnis sowie den Mittelzufluss aus der Auswertung von TV-Rechten und dem Weltvertrieb geprägt.

Aus der Investitionstätigkeit resultierte 2014 ein Mittelabfluss von 68,0 Mio. Euro (2013: Mittelabfluss von 120,2 Mio. Euro), der wie im Vorjahr im Wesentlichen im Segment Film durch Investitionen in neue Filmprojekte anfiel und das reduzierte Produktionsvolumen spiegelt.

Die Finanzierungstätigkeit des Konzerns führte zu einem Mittelabfluss von 64,2 Mio. Euro (2013: Mittelzufluss von 33,4 Mio. Euro). Der Mittelabfluss resultierte vor allem aus der im Berichtsjahr deutlich höheren Netto-Rückzahlung (Saldo aus Rückzahlung und Aufnahme) von kurzfristigen Krediten von 86,2 Mio. Euro (2013: Netto-Rückzahlung von 7,8 Mio. Euro). Durch die Aufnahme langfristiger Finanzverbindlichkeiten flossen dagegen 16,0 Mio. Euro (2013: 63,2 Mio. Euro) zu; hinzu kommen die Erlöse aus der Barkapitalerhöhung im Juli 2014 in Höhe von 10,3 Mio. Euro.

In der Summe ergab sich im Geschäftsjahr 2014 ein Mittelabfluss von 9,9 Mio. Euro (2013: Mittelabfluss von 7,7 Mio. Euro). Der Bestand an Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten zum 31. Dezember 2014 betrug nach Berücksichtigung der Auswirkungen von Wechselkursveränderungen (+0,7 Mio. Euro) 73,7 Mio. Euro (31. Dezember 2013: 82,9 Mio. Euro). Am Bilanzstichtag waren Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 7,5 Mio. Euro (31. Dezember 2013: 0 Mio. Euro) als Sicherheit für in Anspruch genommene Avalkredite verpfändet.

#### 2.3.6.2 Liquiditätslage und -management des Constantin Medien-Konzerns

Die Konzerngesellschaften Highlight Communications AG und Constantin Film AG steuern ihre Liquidität jeweils selbstständig. Die Steuerung der liquiden Mittel für das Segment Sport erfolgt durch die Constantin Medien AG in Abstimmung mit den operativen Gesellschaften. Für die Gesellschaften des Segments Sport fungiert die Constantin Medien AG als finanzwirtschaftlicher Koordinator, um eine möglichst kostengünstige und stets ausreichende Deckung des Finanzbedarfs für das operative Geschäft und für Investitionen sicherzustellen. Die Basis hierfür bildet eine Liquiditätsplanung mit Abweichungsanalyse sowie im Wesentlichen die Nettoverschuldung. Zudem wird der Liquiditätsstatus innerhalb des Konzerns regelmäßig überprüft.

Die Nettoverschuldung des Constantin Medien-Konzerns setzte sich zum 31. Dezember 2014 wie folgt zusammen:

#### Nettoverschuldung zum 31. Dezember 2014 in TEUR

	31.12.2014	31.12.2013	Veränderung
Liquide Mittel	73.748	82.918	-9.170
Kurzfristige Finanzschulden	67.569	123.988	-56.419
Langfristige Finanzschulden	97.591	109.640	-12.049
<b>Nettoverschuldung</b>	<b>-91.412</b>	<b>-150.710</b>	59.298

Hohe cashwirksame Erlöse im Segment Film, unter anderem aus dem Weltvertrieb von „Pompeii“, die auch zur Tilgung kurzfristiger Kredite zur Finanzierung dieses Films verwendet wurden, sowie die Barkapitalerhöhung im Juli 2014 haben zur deutlichen Verringerung der Nettoverschuldung des Constantin Medien-Konzerns geführt. Sie sank gegenüber dem Jahresende

2013 um 59,3 Mio. Euro bzw. 39,3 Prozent auf 91,4 Mio. Euro.

Zum 31. Dezember 2014 beliefen sich die freien Kreditlinien der Constantin Medien-Gruppe auf 169,8 Mio. Euro (31. Dezember 2013: 140,5 Mio. Euro).

Bei einem konservativ ausgerichteten Liquiditätsmanagement des Konzerns steht die Sicherung der Liquidität im Vordergrund. Die operativen Gesellschaften sollen ihren Liquiditätsbedarf grundsätzlich aus dem Cash-Flow ihrer betrieblichen Geschäftstätigkeit finanzieren können. Im Falle größerer Investitionen und Akquisitionen werden gegebenenfalls zusätzliche Finanzierungsmaßnahmen mit der Konzernobergesellschaft abgestimmt.

#### 2.3.6.3 Investitionen des Constantin Medien-Konzerns

Im Jahr 2014 betragen die Zugänge bei immateriellen und materiellen Vermögenswerten im Konzern 63,1 Mio. Euro (2013: 120,7 Mio. Euro). Davon entfielen 55,9 Mio. Euro (2013: 112,6 Mio. Euro) auf das Filmvermögen. In technische Anlagen und Maschinen wurden im Segment Sport 1,3 Mio. Euro (2013: 3,5 Mio. Euro) investiert. Des Weiteren wurden im Segment Sport 1,9 Mio. Euro in selbstgeschaffene immaterielle Vermögenswerte, vor allem betreffend Sport1.de und deren Mobile-Applikationen, investiert (2013: 1,2 Mio. Euro). Die sonstigen Investitionen von 4,0 Mio. Euro (2013: 3,4 Mio. Euro) verteilen sich auf alle Segmente und betreffen im Wesentlichen Software sowie die Betriebs- und Geschäftsausstattung.

#### 2.4. Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage der Constantin Medien AG

Der Lagebericht und der Konzernlagebericht der Constantin Medien AG für das Geschäftsjahr 2014 sind nach § 315 Abs. 3 HGB in Verbindung mit § 298 Abs. 3 HGB zusammengefasst. Die Constantin Medien AG ist die Muttergesellschaft des Constantin Medien-Konzerns mit Sitz in Ismaning. Als konzernleitende Holding mit den Bereichen Finanzen, Rechnungswesen, Controlling, Interne Revision, Kommunikation, Investor Relations, Personal und Recht erbringt die Constantin Medien AG konzerninterne Dienstleistungen. Darüber hinaus besteht im Berichtszeitraum mit den wesentlichen Gesellschaften des Segments Sport eine ertragsteuerliche Organschaft.

Der Jahresabschluss der Constantin Medien AG wurde nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften und den sie ergänzenden Vorschriften des Aktiengesetzes aufgestellt.

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Constantin Medien AG entsprechen im Wesentlichen den in Kapitel 2.2 beschriebenen Rahmenbedingungen des Konzerns.

#### 2.4.1 Umsatz- und Ertragsentwicklung der Constantin Medien AG

##### Gewinn- und Verlustrechnung (Kurzfassung) vom 1. Januar bis 31. Dezember 2014 in TEUR

	1.1 bis 31.12.2014	1.1 bis 31.12.2013	Veränderung
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>1.916</b>	2.393	-477
Sonstige betriebliche Erträge	<b>2.940</b>	16.123	-13.183
Personalaufwand	<b>-4.706</b>	-4.522	-184
Abschreibungen	<b>-232</b>	-262	30
Sonstige betriebliche Aufwendungen	<b>-6.402</b>	-12.171	5.769
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>-6.484</b>	1.561	-8.045
Finanzergebnis	<b>3.732</b>	-12.373	16.105
<b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>	<b>-2.752</b>	-10.812	8.060
Außerordentliches Ergebnis	<b>49</b>	0	49
Steuern	<b>206</b>	-115	321
<b>Jahresfehlbetrag</b>	<b>-2.497</b>	-10.927	8.430

Das Jahresergebnis 2014 der Constantin Medien AG entwickelte sich besser als erwartet. Insbesondere die über Budget liegenden Erträge aus Gewinnabführungen im Zusammenhang mit den bestehenden Ergebnisabführungsverträgen führten dazu, dass

der Jahresfehlbetrag mit 2,5 Mio. Euro niedriger ausfiel als geplant. Im Vergleich zum Geschäftsjahr 2013 (-10,9 Mio. Euro) konnte der Jahresfehlbetrag um 8,4 Mio. Euro reduziert werden.

Die Umsatzerlöse der Holding betragen 1,9 Mio. Euro, eine Reduzierung um 0,5 Mio. Euro im Vergleich zum Vorjahr (2013: 2,4 Mio. Euro). Sie beinhalten Erlöse aus konzerninternen Administrations- und Management-Dienstleistungen. Der Rückgang der Umsatzerlöse ging einher mit niedrigeren Weiterbelastungen aufgrund von Personalveränderungen im Bereich der konzerninternen Dienstleistungen.

Das Jahresergebnis der Constantin Medien AG war vor allem durch die Entwicklung der sonstigen betrieblichen Erträge, der sonstigen betrieblichen Aufwendungen und des Finanzergebnisses beeinflusst.

Die sonstigen betrieblichen Erträge beliefen sich auf 2,9 Mio. Euro, ein deutlicher Rückgang um 13,2 Mio. Euro im Vergleich zum Vorjahr (2013: 16,1 Mio. Euro). Wesentlich dafür waren unter anderem der Wegfall des im Vorjahr erzielten Einmalertrags von 7,4 Mio. Euro aus selbstgehaltenen Wandelschuldverschreibungen im Zusammenhang mit der im Mai 2013 erfolgten planmäßigen Rückzahlung der Wandelschuldver-

schreibung 2006/2013.

Gleichzeitig reduzierten sich im Berichtsjahr die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 5,8 Mio. Euro auf 6,4 Mio. Euro (2013: 12,2 Mio. Euro). Dabei wirkten sich in erster Linie niedrigere Rechtsberatungskosten sowie der Wegfall der in 2013 angefallenen Kosten für die Begebung der Unternehmensanleihe 2013/2018 aus.

Das Finanzergebnis betrug im Berichtsjahr 3,7 Mio. Euro nach -12,4 Mio. Euro in 2013. Durch den Ergebnisabführungsvertrag zwischen der Constantin Medien AG und der Constantin Sport Holding GmbH wurde ein Ertrag von 7,9 Mio. Euro erzielt, während im Vorjahr ein Verlust von 8,4 Mio. Euro übernommen werden musste. Der Zinssaldo (Differenz aus Zinsertrag und Zinsaufwendungen) blieb mit -7,6 Mio. Euro annähernd auf dem Niveau des Vorjahres. Die Erträge aus Beteiligungen erhöhten sich wechsellkursbedingt um 0,4 Mio. Euro auf 3,5 Mio. Euro.

## 2.4.2 Vermögens- und Finanzlage der Constantin Medien AG

### Bilanz (Kurzfassung) zum 31. Dezember 2014 in TEUR

	31.12.2014	31.12.2013	Veränderung
Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände	285	456	-171
Finanzanlagen	176.537	192.545	-16.008
<b>Anlagevermögen</b>	<b>176.822</b>	<b>193.001</b>	<b>-16.179</b>
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	9.252	6.041	3.211
Sonstige Wertpapiere	0	965	-965
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	20.462	25.625	-5.163
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>29.714</b>	<b>32.631</b>	<b>-2.917</b>
Aktive Rechnungsabgrenzungsposten und latente Steuern	3.456	3.349	107
<b>Summe Aktiva</b>	<b>209.992</b>	<b>228.981</b>	<b>-18.989</b>
Eigenkapital	99.799	91.710	8.089
Rückstellungen	7.809	7.518	291
Verbindlichkeiten	102.370	129.701	-27.331
Passive Rechnungsabgrenzungsposten	14	52	-38
<b>Summe Passiva</b>	<b>209.992</b>	<b>228.981</b>	<b>-18.989</b>

Auf der Aktivseite der Bilanz der Gesellschaft reduzierte sich das Anlagevermögen um 16,2 Mio. Euro auf 176,8 Mio. Euro (31. Dezember 2013: 193,0 Mio. Euro), vor allem durch die Herabsetzung der Kapitalrücklage um 16,0 Mio. Euro bei der 100-Prozent-Tochtergesellschaft Constantin Sport Holding GmbH. Das Umlaufvermögen verminderte sich vor allem aufgrund des Rückgangs der Guthaben bei Kreditinstituten von 32,6 Mio. Euro auf 29,7 Mio. Euro. Diese Verminderung um 5,2 Mio. Euro resultierte aus der vorzeitigen Rückzahlung der Unternehmensanleihe 2010/2015 im August 2014. Gegenläufig wirkten die im Juli 2014 durchgeführte Barkapitalerhöhung sowie der Mittelzufluss aus der Neuaufnahme von Darlehen bei einem Privatinvestor.

Auf der Passivseite der Bilanz wies die Gesellschaft zum 31. Dezember 2014 ein Eigenkapital von 99,8 Mio. Euro aus (31. Dezember 2013: 91,7 Mio. Euro). Die Eigenkapitalquote erhöhte sich per 31. Dezember 2014 um 7,4 Prozentpunkte auf 47,5 Prozent (31. Dezember 2013: 40,1 Prozent), wozu gleichermaßen die Barkapitalerhöhung und die Verminderung der Bilanzsumme beitragen.

Die Verbindlichkeiten zum 31. Dezember 2014 verminderten sich im Wesentlichen aufgrund der Rückzahlung der Unternehmensanleihe 2010/2015 auf 102,4 Mio. Euro nach 129,7 Mio. Euro zum 31. Dezember 2013. Die Erhöhung der sonstigen

Verbindlichkeiten aus der Neuaufnahme von Darlehen bei einem Privatinvestor wurde annähernd durch die Verminderung der Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen, die im Berichtsjahr beglichen wurden, kompensiert.

#### 2.4.3 Liquiditätslage der Constantin Medien AG

Die Constantin Medien AG wies im Einzelabschluss zum 31. Dezember 2014 liquide Mittel (ohne Wertpapiere des Umlaufvermögens) von 20,5 Mio. Euro aus (31. Dezember 2013: 25,6 Mio. Euro).

Inklusive der liquiden Mittel betrug das Working Capital der Constantin Medien AG zum Bilanzstichtag 18,8 Mio. Euro nach 11,8 Mio. Euro am Vorjahrstichtag. Die Erhöhung des Working Capital um rund 7,0 Mio. Euro ist im Wesentlichen auf verminderte kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen zurückzuführen. Die Berechnung des Working Capital der Constantin Medien AG ergibt sich aus nachfolgender Tabelle.

Die Constantin Medien AG verfügte zum 31. Dezember 2014 über einen ungenutzten Avalrahmen von 2,8 Mio. Euro (31. Dezember 2013: freie Barmittellinie in Höhe von 4,0 Mio. Euro). Neben externen Finanzierungsquellen wird die Finanzkraft der Constantin Medien AG durch Ergebnisabführungen und Dividenden von Tochtergesellschaften beeinflusst.

#### Working Capital zum 31. Dezember 2014 in TEUR

	31.12.2014	31.12.2013	Veränderung
Umlaufvermögen	29.714	32.631	-2.917
Kurzfristige Rückstellungen	-7.387	-3.687	-3.700
Kurzfristanteil Anleihen	-3.154	-3.738	584
Kurzfristanteil Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-172	-275	103
Kurzfristanteil Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	-1	-11.590	11.589
Kurzfristanteil Sonstige Verbindlichkeiten	-139	-1.498	1.359
<b>Working Capital</b>	<b>18.861</b>	<b>11.843</b>	<b>7.018</b>

#### 2.4.4 Investitionen der Constantin Medien AG

In der Constantin Medien AG wurden im Berichtsjahr Investitionen in das Anlagevermögen von 0,1 Mio. Euro (2013: 8,9 Mio. Euro) getätigt. Im Vorjahr waren die Investitionen im

Wesentlichen auf den Erwerb weiterer Anteile an der Highlight Communications AG im Wert von 8,8 Mio. Euro entfallen.

### 3. Personalbericht

Der Constantin Medien-Konzern beschäftigte zum Stichtag 31. Dezember 2014 inklusive der freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter insgesamt 1.512 Personen (31. Dezember 2013: 1.496 Personen). Die Zahl der fest angestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter belief sich zum 31. Dezember 2014 konzernweit auf 1.237 Personen (31. Dezember 2013: 1.178 Personen).

Die Anzahl der im Jahresdurchschnitt im Constantin Medien-Konzern beschäftigten festen und freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter lag mit 1.546 Personen auf dem Niveau des Vorjahres (2013: 1.543 Personen). Die Anzahl der fest angestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter lag mit 1.229 Personen auch im Jahresdurchschnitt über dem Wert von 2013 (1.174 Personen). Die Anzahl der durchschnittlich projektbezogen beschäftigten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter reduzierte sich dagegen in 2014 auf 317 Personen (2013: 369 Personen).

Trotz gestiegener Mitarbeiterzahlen ging der Personalaufwand im Geschäftsjahr 2014 um 7,4 Mio. Euro auf 120,1 Mio. Euro zurück (2013: 127,5 Mio. Euro). Der Rückgang resultiert aus dem gesunkenen Personalaufwand aus Produktionen und der hier eingesetzten freien Mitarbeiter.

Die Anzahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Constantin Medien AG lag zum 31. Dezember 2014 bei 30 (31. Dezember 2013: 33 Personen). Im Jahresdurchschnitt wurden bei der Constantin Medien AG 29 Personen (2013: 34 Personen) beschäftigt.

Professionalität, Kundenorientierung und ein hohes Maß an Engagement sind Schlüsselqualifikationen und nicht nur bei externen Kundenbeziehungen entscheidend für die Wettbewerbsfähigkeit und den wirtschaftlichen Erfolg, sondern auch im Rahmen der internen Zusammenarbeit wichtige Kriterien für die Leistungsstärke eines Unternehmens. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Constantin Medien-Konzerns zeichnen sich durch Kreativität, Können, persönliche Leidenschaft und die Bereitschaft zu überdurchschnittlichem Engagement aus.

### 4. Nachtragsbericht

**Highlight Communications AG stockt Anteil an Highlight Event & Entertainment AG auf** – Am 23. und 30 Januar 2015 hat die Highlight Communications AG ihre Anteile an der bereits vollkonsolidierten Highlight Event & Entertainment AG schrittweise von 68,986 Prozent auf 71,93 Prozent erhöht. Der Kaufpreis für die neuen Anteile betrug 808 TEUR.

**UEFA Europa League ab der Saison 2015/16 für drei Jahre live auf SPORT1** – Am 2. Februar 2015 gab die Constantin Medien AG bekannt, dass die Sport1 GmbH von der UEFA umfangreiche plattformneutrale audiovisuelle Medienrechte an der UEFA Europa League für die Spielzeiten 2015/16, 2016/17 einschließlich 2017/18 erworben hat. Ab der kommenden Saison wird SPORT1 jeweils ein Spiel pro Spieltag live im Free-TV auf SPORT1 sowie auf SPORT1.de im Online- und Mobile-Livestream zeigen und auch in seinem digitalen Sportradio SPORT1.fm übertragen – insgesamt 15 Partien pro Saison inklusive des jeweiligen Finales. Darüber hinaus beinhaltet die Kooperation mit der UEFA auch Highlight-Rechte an allen Spielen der UEFA Europa League zur Nutzung im TV, Online und auf mobilen Endgeräten.

**Anteil an Mister Smith Entertainment reduziert** – Am 13. Februar 2015 wurden 90 Prozent der bisher gehaltenen Anteile an dem zum 31. Dezember 2014 at Equity bilanzierten Joint Venture Mister Smith Entertainment Ltd., London, veräußert. Der Käufer übernimmt anteilsgemäß auch Vermögenswerte und Verbindlichkeiten an diesem Unternehmen. Die Constantin Film AG hält weiterhin eine Beteiligung in Höhe von 5 Prozent an dem Unternehmen.

### 5. Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289a HGB

Im Hinblick auf die Entsprechenserklärung, die Angaben zur Unternehmensführungspraxis sowie die Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat sowie die Zusammensetzung und Arbeitsweise von Ausschüssen verweisen wir auf das Kapitel „Erklärung zur Unternehmensführung gem. § 289 HGB“ dieses Berichts sowie auf unsere Homepage: [www.constantin-medien.de/Investor-Relations/Erklärung-zur-Unternehmensführung-gem.-§-289a-HGB](http://www.constantin-medien.de/Investor-Relations/Erklärung-zur-Unternehmensführung-gem.-§-289a-HGB).

## 6. Vergütungsbericht

Der Vergütungsbericht enthält die individualisierte und nach Bestandteilen aufgliederte Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat der Constantin Medien AG. Ferner werden die Grundzüge des variablen Vergütungssystems des Vorstands der Constantin Medien AG beschrieben.

### Grundzüge der Vergütung des Vorstands

Die Vergütung der Mitglieder des Vorstands ist darauf ausgerichtet, einen Anreiz für eine erfolgreiche, auf Nachhaltigkeit angelegte Unternehmensführung zu setzen. Daher umfasst die Vergütung jedes Vorstandsmitglieds feste und variable Bestandteile.

Die feste Vergütung wird monatlich als Gehalt ausgezahlt. Der geldwerte Vorteil des den Mitgliedern des Vorstands ggf. zur dienstlichen und privaten Nutzung zur Verfügung gestellten Pkw wird zusammen mit der fixen Vergütung verrechnet.

Der variable Vergütungsbestandteil besteht aus einer leistungsabhängigen Tantieme (nachfolgend „Tantieme“ genannt), welche jährlich vom Aufsichtsrat der Constantin Medien AG festgesetzt wird. Die Höhe der Tantieme wird vom Aufsichtsrat der Constantin Medien AG nach billigem pflichtgemäßem Ermessen festgelegt. Ermessensleitende Kriterien für die Vorstandsmitglieder Bernhard Burgener und Antonio Arrigoni sind (i) das wirtschaftlichen Ergebnis im jeweils abgelaufenen Geschäftsjahr sowie den beiden diesem vorangehenden Geschäftsjahren und (ii) die operativen Leistungen des jeweiligen Vorstandsmitglieds in den betreffenden drei Geschäftsjahren. Die Tantiemen sind der Höhe nach vertraglich auf 50 Prozent der festen Vergütung begrenzt.

Der variable Vergütungsbestandteil des Vorstandsmitglieds Fred Kogel besteht neben einer nach billigem pflichtgemäßem Ermessen entsprechend nach den vorstehenden Kriterien festzulegenden variablen Vergütung insbesondere aus vertraglichen Zahlungsansprüchen aus Wertsteigerungsrechten (nachfolgend „Wertsteigerungsrechte“ genannt). Die Wertsteigerungsrechte beziehen sich auf Aktien der Constantin Medien AG und der Highlight Communications AG und sind wie folgt gestaffelt:

### Aktien Constantin Medien AG

	Stückzahl	Ausgabepreis
	333.334	EUR 1,80
	333.333	EUR 2,10
	333.333	EUR 2,50

### Aktien Highlight Communications AG

	Stückzahl	Ausgabepreis
	500.000	EUR 5,00

Die Wertsteigerungsrechte stellen das Vorstandsmitglied Fred Kogel schuldrechtlich so, als ob er Optionen auf Aktien der vorgenannten Gesellschaften tatsächlich besäße, indem er einen Anspruch auf Zahlung der Differenz zwischen dem jeweiligen Ausgabepreis und dem Ausübungspreis hat. Der Ausübungspreis ist der durchschnittliche Börsenkurs der jeweiligen Aktie in der täglichen Schlussauktion des XETRA-Handels über einen Zeitraum von drei Monaten vor dem Ausübungstag. Die Ausübung der Wertsteigerungsrechte kann erstmals nach einer Wartefrist von drei Jahren, welche am 1. Oktober 2014 beginnt, jeweils am 15. eines jeden Kalendermonats erfolgen. Nach Ablauf dieser Wartefrist können die Wertsteigerungsrechte innerhalb eines Zeitraums von zwei Jahren ausgeübt werden. Der Constantin Medien AG bleibt es vorbehalten an Stelle der Auszahlung der vorgenannten Differenzbeträge, welche Constantin Medien-Aktien betreffen, eine dem jeweiligen Differenzbetrag entsprechende Anzahl Inhaber-Stammaktien der Constantin Medien AG, bewertet zu dem Börsenkurs der Inhaber-Stammaktie in der Schlussauktion des XETRA-Handels an der Frankfurter Wertpapierbörse am letzten Börsenhandelstag vor dem jeweiligen Ausübungstag, zu liefern. Die Wertsteigerungsrechte sind nicht übertragbar. Die variable Vergütung des Vorstandsmitglieds Fred Kogel, bestehend aus Tantieme und Wertsteigerungsrechten, ist insgesamt der Höhe nach vertraglich auf einen Maximalbetrag von 150 Prozent der gesamten jährlichen Festbezüge begrenzt.

Sonstige Bezüge enthalten die Vergütung der Mitglieder des Vorstands für ihre Tätigkeit im Vorstand, Aufsichtsrat und/oder Verwaltungsrat von Tochter- bzw. Enkelgesellschaften.



Die Anstellungsverträge der Mitglieder des Vorstands sehen zudem einen sog. Abfindungs-Cap vor, wenn der jeweilige Anstellungsvertrag ohne wichtigen Grund vorzeitig endet. Leistungszusagen gegenüber Mitgliedern des Vorstands für den Fall des Kontrollwechsels bei der Constantin Medien AG bestehen nicht.

Die Mitglieder des Vorstands haben von der Constantin Medien AG weder Kredite noch Vorschüsse erhalten. Haftungsverhältnisse zugunsten der Mitglieder des Vorstands wurden von der Constantin Medien AG nicht eingegangen.

#### Vergütung der Mitglieder des Vorstands für das Geschäftsjahr 2014

Im Berichtsjahr sind dem Vorstand Gesamtbezüge von EUR 2.719.943 (Vj. EUR 2.677.196) zugeflossen.

Die sonstigen Bezüge von Herrn Bernhard Burgener betreffen seine Tätigkeit als Vorsitzender des Aufsichtsrats der Constantin Film AG sowie als Präsident des Verwaltungsrats bzw. Delegierter des Verwaltungsrats bzw. Mitglied des Verwaltungsrats verschiedener Unternehmen der Highlight Communications-Gruppe.

Die sonstigen Bezüge von Herrn Antonio Arrigoni betreffen die Vergütung für seine Tätigkeit als Mitglied des Verwaltungsrats der Highlight Communications AG. Darüber hinaus erhält Herr Antonio Arrigoni als Nebenleistung einen Firmenwagen auch zur privaten Nutzung. Die sonstigen Bezüge von Herrn Fred Kogel betreffen die Vergütung für die seit 1. Oktober 2014 ausgeübte Tätigkeit als Vorstand TV, Personal, Prozessmanagement und Integration der Constantin Film AG.

#### Bezüge des Vorstands

##### Zufluss im Jahr 2014 in EUR

	Fixe Vergütung	Nebenleistungen	Mehrfährige variable Vergütung	Sonstige Bezüge	Gesamtvergütung
Bernhard Burgener	450.000	0	0	1.212.454	<b>1.662.454</b>
Antonio Arrigoni	800.000	20.506	0	8.232	<b>828.738</b>
Fred Kogel (seit 1.Oktober 2014)	175.000	0	0	53.751	<b>228.751</b>

Für die Vorstandsmitglieder Bernhard Burgener und Antonio Arrigoni wurden im Berichtsjahr anteilige Rückstellungen von EUR 225.000 bzw. EUR 400.000 für die mehrjährige variable Vergütung gebildet, deren Auszahlung von künftigen Ereignissen abhängig ist und im Ermessen des Aufsichtsrats liegt. Der erfasste Rückstellungsbetrag berücksichtigt

die Höhe der Maximalantieme.

Des Weiteren entfallen auf Herrn Fred Kogel im Zusammenhang mit seinen vertraglichen Zahlungsansprüchen aus Wertsteigerungsrechten für das Geschäftsjahr 2014 Zuwendungen von EUR 12.195.

##### Zufluss im Jahr 2013 in EUR

	Fixe Vergütung	Nebenleistungen	Einjährige variable Vergütung	Sonstige Bezüge	Gesamtvergütung
Bernhard Burgener	450.000	0	0	1.396.924	<b>1.846.924</b>
Antonio Arrigoni	600.000	22.148	200.000	8.124	<b>830.272</b>

### Grundzüge der Vergütung des Aufsichtsrats

Die Vergütung der Mitglieder des Aufsichtsrats ist in § 12 der Satzung der Constantin Medien AG geregelt. Die Aufsichtsratsmitglieder erhalten neben dem Ersatz ihrer Auslagen eine feste und eine variable Vergütung.

Die feste Vergütung beträgt 20.000 Euro für ein Mitglied des Aufsichtsrats, 30.000 Euro für den stellvertretenden Vorsitzenden des Aufsichtsrats sowie 60.000 Euro für den Vorsitzenden des Aufsichtsrats. Für jede Mitgliedschaft in Ausschüssen erhalten Aufsichtsratsmitglieder eine zusätzliche feste Vergütung. Diese feste Vergütung beträgt 5.000 Euro für ein Mitglied eines Ausschusses, 7.500 Euro für den stellvertretenden Vorsitzenden eines Ausschusses und 10.000 Euro für den Vorsitzenden eines Ausschusses.

Die variable Vergütung ist am langfristigen Erfolg des Unternehmens orientiert und wird fällig, wenn das betreffende Mitglied des Aufsichtsrats über drei volle Geschäftsjahre dem Aufsichtsrat angehört und das Konzernergebnis pro Aktie über den Zeitraum von drei Jahren um durchschnittlich mindestens 15 Prozent p.a. gestiegen ist.

Bei unterjährigem Ausscheiden aus dem oder Eintritt in den Aufsichtsrat wird die Vergütung nur zeitanteilig gezahlt.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats haben von der Constantin Medien AG weder Kredite noch Vorschüsse erhalten. Haftungsverhältnisse zugunsten der Mitglieder des Aufsichtsrats wurden von der Constantin Medien AG nicht eingegangen.

### Vergütung der Mitglieder des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2014

Die Gesamtbezüge des Aufsichtsrats im Berichtsjahr betragen 281.745 Euro (Vj. 311.066 Euro) Euro.

Die sonstigen Bezüge von Herrn Dr. Dieter Hahn und Herrn René Camenzind betreffen ihre Tätigkeit im Verwaltungsrat der Highlight Communications AG.

Bezugsrechte, aktienbasierte Vergütungen und Optionsrechte, die zum Bezug von Aktien der Constantin Medien AG berechtigen, bestanden wie im Vorjahr für Mitglieder des Aufsichtsrats nicht.

### Bezüge des Aufsichtsrats

#### Bezüge des Aufsichtsrats 2014 in EUR

	Fixe Vergütung	Kurzfristige variable Vergütung	Sonstige Bezüge	Summe
Dr. Dieter Hahn (seit 30. Juli 2014 Vorsitzender)	48.986	0	54.596	<b>103.582</b>
Fred Kogel (bis 30. Juli 2014)	40.466	0	0	<b>40.466</b>
Dr. Bernd Kuhn (seit 30. Juli 2014 stellvertretender Vorsitzender)	31.329	0	0	<b>31.329</b>
Werner E. Klatten (bis 30. Juli 2014)	20.233	0	0	<b>20.233</b>
Jan P. Weidner	30.000	0	0	<b>30.000</b>
Andrea Laub	22.110	0	0	<b>22.110</b>
René Camenzind (seit 30. Juli 2014)	8.438	0	17.149	<b>25.587</b>
Jean-Baptiste Felten (seit 30. Juli 2014)	8.438	0	0	<b>8.438</b>

### Bezüge des Aufsichtsrats 2013 in EUR

	Fixe Vergütung	Kurzfristige variable Vergütung	Sonstige Bezüge	Summe
Fred Kogel	72.534	0	30.000	<b>102.534</b>
Werner E. Klatten	37.534	0	0	<b>37.534</b>
Jan P. Weidner	30.000	0	0	<b>30.000</b>
Dr. Erwin Conradi (bis 4. Juli 2013)	12.671	0	20.310	<b>32.981</b>
Dr. Dieter Hahn	30.000	0	40.620	<b>70.620</b>
Dr. Bernd Kuhn	27.534	0	0	<b>27.534</b>
Andrea Laub (ab 4. Juli 2013)	9.863	0	0	<b>9.863</b>

Weitere Angaben zum Vorstand und zum Aufsichtsrat finden Sie im Kapitel Organe (Seite 8), im Kapitel Erklärung zur Unter-

nehmensführung (Seite 12) sowie im Konzernanhang (Seite 176 ff).

### 7. Angaben und Erläuterungen gemäß §§ 289 Abs. 4 und 315 Abs. 4 HGB

- Das gezeichnete Kapital der Constantin Medien AG belief sich zum 31. Dezember 2014 auf 93.600.000 Euro und war eingeteilt in 93.600.000 Aktien ohne Nennbetrag (Stückaktien).
- Sämtliche Stückaktien sind Stammaktien, die insbesondere das Teilnahmerecht an der Hauptversammlung gemäß § 118 Abs. 1 AktG, das Auskunftsrecht gemäß § 131 AktG, das Stimmrecht gemäß § 133 ff AktG, den Anspruch auf den Bilanzgewinn gemäß § 58 Abs. 4 AktG und das grundsätzliche Bezugsrecht bei Kapitalerhöhungen gemäß § 186 Abs. 1 AktG gewähren.
- Aus den von der Constantin Medien AG sowie deren verbundenen Unternehmen zum 31. Dezember 2014 gehaltenen 7.422.493 eigenen Aktien stehen der Constantin Medien AG keine Stimmrechte zu. Vereinbarungen zwischen Aktionären über die Beschränkung von Stimmrechten sind der Gesellschaft nicht bekannt.
- Die KF 15 Management GmbH & Co. KG (vormals: KF 15 GmbH & Co. KG), München, hielt nach eigenen Angaben zum 31. Dezember 2014 16.923.648 Stückaktien der Constantin Medien AG, was einem Anteil von rund 18,1 Prozent am Grundkapital und einem Stimmrechtsanteil von rund 19,6 Prozent bezogen auf die Aktienzahl in Umlauf (nach Abzug eigener Aktien) entspricht.
- Es existieren keine Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen.
- Der Aufsichtsrat bestellt gemäß § 7 Abs. 1 der Satzung der Constantin Medien AG in Verbindung mit § 84 Abs.1 Satz 1 AktG die Mitglieder des Vorstands auf die Dauer von höchstens fünf Jahren. Er legt gemäß § 4 Abs. 1 in Verbindung mit § 7 Abs. 1 der Satzung der Constantin Medien AG die Anzahl der Mitglieder des Vorstands fest, wobei nach § 4 Abs. 1 der Satzung der Constantin Medien AG der Vorstand aus mindestens zwei Mitgliedern besteht. Der Aufsichtsrat hat außerdem gemäß § 7 Abs. 1 der Satzung der Constantin Medien AG das Recht, einen Vorstandsvorsitzenden zu ernennen. Gemäß § 84 Abs. 3 Satz 1 AktG kann der Aufsichtsrat die Bestellung zum Mitglied des Vorstands und die Ernennung zum Vorsitzenden des Vorstands widerrufen, wenn ein wichtiger Grund vorliegt.

- Ein solcher Grund ist gemäß § 84 Abs. 3 Satz 2 AktG insbesondere bei Vorliegen einer groben Pflichtverletzung, bei Unfähigkeit zur ordnungsgemäßen Geschäftsführung oder im Falle des Vertrauensentzugs durch die Hauptversammlung aus nicht offenbar unsachlichen Gründen gegeben.
- Gemäß § 179 Abs. 1 Satz 1 AktG bedarf jede Satzungsänderung eines Beschlusses der Hauptversammlung. Für Satzungsändernde Beschlüsse der Hauptversammlung ist gemäß § 179 Abs. 2 Satz 1 AktG eine Mehrheit erforderlich, die mindestens drei Viertel des bei der Beschlussfassung vertretenen Grundkapitals umfasst. Der Aufsichtsrat ist gemäß § 179 Abs. 1 Satz 2 AktG in Verbindung mit § 7 Abs. 2 der Satzung der Constantin Medien AG zur Vornahme von Satzungsänderungen berechtigt, die nur die Fassung der Satzung betreffen.
- Nach § 76 Abs. 1 AktG leitet der Vorstand in eigener Verantwortung die Constantin Medien AG.
- Nach § 3 Abs. 7 der Satzung der Constantin Medien AG ist der Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrats dazu ermächtigt das Grundkapital bis zum 4. Juli 2018 um insgesamt bis zu 11.530.780 Euro durch die ein- oder mehrmalige Ausgabe neuer auf den Inhaber lautender Stückaktien gegen Bar- oder Sacheinlage zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2013/I). Dabei ist den Aktionären grundsätzlich ein Bezugsrecht einzuräumen. Der Vorstand ist zudem ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht unter bestimmten Voraussetzungen, die in § 3 Abs. 7 der Satzung der Constantin Medien AG geregelt sind, auszuschließen.
- Die Constantin Medien AG wurde durch Beschluss der ordentlichen Hauptversammlung vom 30. Juli 2014 ermächtigt, eigene Aktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von bis zu 9.360.000 Euro zu erwerben. Die Ermächtigung wurde mit Ablauf der ordentlichen Hauptversammlung am 30. Juli 2014 wirksam und gilt bis zum 30. Juli 2019. Die Ermächtigung kann ganz oder in Teilbeträgen, einmal oder mehrmals ausgeübt werden. Auf die erworbenen Aktien dürfen zusammen mit anderen eigenen Aktien, die sich im Besitz der Gesellschaft befinden oder ihr nach den §§ 71a ff. AktG zuzurechnen sind, zu keinem Zeitpunkt mehr als 10 Prozent des Grundkapitals entfallen.
- Gemäß Beschluss der ordentlichen Hauptversammlung vom 19. Juli 2011 ist das Grundkapital der Constantin Medien AG um bis zu 20.000.000 Euro durch die Ausgabe von bis zu 20.000.000 neuen, auf den Inhaber lautende Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2011/I). Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Aktienrechten an die Inhaber bzw. Gläubiger von Finanzinstrumenten (Wandelschuldverschreibungen und/oder Optionsschuldverschreibungen und/oder Wandelgenussrechte und/oder Optionsgenussrechte), die bis zum 19. Juli 2016 von der Constantin Medien AG oder unmittelbaren oder mittelbaren Mehrheitsbeteiligungsgesellschaften der Gesellschaft begeben werden. Das Bedingte Kapital 2011/I dient nach Maßgabe der Wandelanleihebedingungen bzw. Wandelgenussrechtsbedingungen auch der Ausgabe von Aktien an Inhaber bzw. Gläubiger von Wandelschuldverschreibungen bzw. Wandelgenussrechten, die mit Wandlungspflichten ausgestattet sind. Die Ermächtigung bezieht sich auf die Ausgabe von Instrumenten im Gesamtnennbetrag von bis zu 150.000.000 Euro. Der Vorstand ist ermächtigt, die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung festzulegen.
- Gemäß Beschluss der ordentlichen Hauptversammlung vom 19. Juli 2011 ist das Grundkapital der Constantin Medien AG des Weiteren um bis zu 15.000.000 Euro durch die Ausgabe von bis zu 15.000.000 neuen, auf den Inhaber lautende Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2011/II). Die bedingte Kapitalerhöhung bezieht sich auf die Ausgabe von Finanzinstrumenten (siehe bedingtes Kapital 2011/I) bis zum 19. Juli 2016 im Gesamtnennbetrag von bis zu 112.500.000 Euro. Der Vorstand ist ermächtigt, die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung festzulegen.
- Gemäß § 4c der Anleihebedingungen der 2013 von der Constantin Medien AG begebenen 7,0% Unternehmensanleihe 2013/2018 ist jeder Anleihegläubiger unter bestimmten Bedingungen berechtigt, von der Emittentin die Rückzahlung oder, nach Wahl der Emittentin, den Ankauf seiner Schuldverschreibungen durch die Emittentin (oder auf ihre Veranlassung durch einen Dritten) zum Nennbetrag insgesamt oder teilweise zu verlangen. Dies ist dann der Fall, wenn ein Kontrollwechsel bei der Constantin Medien AG erfolgt. Ein solcher Kontrollwechsel tritt ein, wenn entweder eine Dritte Person (im Sinne von § 4c Ziffer (ii) dieser Anleihe-

bedingungen) oder gemeinsam handelnde Dritte Personen (im Sinne von § 2 Abs. 5 WpÜG) der rechtliche oder wirtschaftliche Eigentümer von mehr als 50 Prozent der Stimmrechte der Constantin Medien AG werden oder wenn eine Verschmelzung nach den Bedingungen von § 4c Ziffer (ii) dieser Anleihebedingungen erfolgt.

- Entschädigungsvereinbarungen mit Mitgliedern des Vorstands oder mit Arbeitnehmern für den Fall eines Übernahmeangebots bestehen nicht.

## 8. Risiko- und Chancenbericht

### 8.1 Chancen- und Risikomanagement System

Unternehmerisches Handeln und die Wahrnehmung von Chancen ist stets auch mit Risiken verbunden. Zum Schutz des Fortbestands des Constantin Medien-Konzerns, wie auch zur Unterstützung bei der Erreichung der Unternehmensziele, wurde ein integriertes, unternehmensweites Risikomanagementsystem („RMS“) implementiert.

#### 8.1.1 Risikomanagementsystem

Das RMS ist in einer Richtlinie definiert. Konzernunternehmen oder Segmente können für ihren Geltungsbereich eigene Richtlinien erlassen, sofern diese mit der Konzernrichtlinie in Einklang stehen und den entsprechenden Stellen im Konzern zur Kenntnis gebracht wurden.

Die Constantin Medien AG wendet die Definition des Deutschen Rechnungslegungs Standard Nr. 20 „Konzernlagebericht“ des Deutschen Rechnungslegungs Standards Committee (DRSC) an. Dieser definiert Risiken (Chancen) als „mögliche künftige Entwicklungen oder Ereignisse, die zu einer für das Unternehmen negativen (positiven) Prognose bzw. Zielabweichung führen können“. Das RMS folgt den Grundzügen des übergreifenden Rahmenwerks für „Unternehmensweites Risikomanagement“, wie es vom „Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission“ (COSO) entwickelt wurde. Es werden folgende Ziele verfolgt:

- Schaffung von Handlungsspielräumen durch frühzeitiges und systematisches Erkennen von Chancen und Risiken
- Erhöhung der Reaktionsgeschwindigkeit durch Transparenz und zeitnahe Kommunikation von Chancen und Risiken

- Unterstützung der Unternehmensleitung bei der Beurteilung der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns mit ihren wesentlichen Chancen und Risiken
- Reduzierung potentieller Haftungsrisiken
- Sensibilisierung der Mitarbeiter zu einer risikobewussten und eigenverantwortlichen Selbstkontrolle
- Sicherung des Unternehmensfortbestands

Das Risikomanagementsystem des Constantin Medien-Konzerns umfasst Chancen und Risiken gleichermaßen. Entsprechend der dezentralen Konzernstruktur liegt die operative Verantwortung im Umgang mit den Risiken bei den jeweiligen Risikoverantwortlichen. Im Wesentlichen sind dies die Vorstände und Gremien bzw. die Geschäftsführer und Abteilungsleiter der einzelnen Tochtergesellschaften. Die den Risiken und Chancen zugrundeliegenden Faktoren werden quartalsweise erfasst bzw. bewertet und von den Risikoverantwortlichen freigegeben.

Chancen- und Risikofaktoren werden auf Ebene der Highlight Communications AG, der Constantin Film AG, der Sport1 GmbH und der PLAZAMEDIA GmbH TV- und Film-Produktion für ihren jeweiligen Verantwortungsbereich durch eigene Risikoverantwortliche erfasst, bewertet und aggregiert. Gleiches gilt für die Faktoren der Constantin Medien AG. Auf Konzernebene werden die gemeldeten Faktoren gegebenenfalls vereinheitlicht und konsolidiert sowie in Form eines Risikoberichts vierteljährlich an den Vorstand und halbjährlich an den Aufsichtsrat weitergeleitet. Für potenziell bestandsgefährdende Risiken besteht eine unmittelbare Meldepflicht.

Bei der periodischen Meldung werden Ursache und Wirkung der Faktoren sowie mögliche Frühwarnindikatoren und geplante oder bereits getroffene Maßnahmen beschrieben. Sofern ein Schaden oder eine Maßnahme sinnvoll quantifizierbar ist, wird dieser Wert ermittelt und angegeben. Ist eine Quantifizierung nicht möglich oder nicht sinnvoll, wird der mögliche Schaden verbal beschrieben und in die Kategorien „unwesentlich“, „begrenzt“, „hoch“ oder „katastrophal“ eingeordnet. Gleiches gilt für die Eintrittswahrscheinlichkeit mit den Ausprägungen „klein“, „mittel“, „groß“ und „sehr groß“.

Aus dem Produkt der Eintrittswahrscheinlichkeit und dem Schadensmaß ergeben sich folgende Risikostufen:

– **Kleine Risiken**

Kleine Risiken sind für das Unternehmen unwesentlich, und es sind keine Maßnahmen zur Risikoreduktion zu vereinbaren.

– **Mittlere Risiken**

Mittlere Risiken bestehen bei einem begrenzten Schadensausmaß und einer mittleren Eintrittswahrscheinlichkeit. Es besteht kein unmittelbarer Handlungsbedarf. Effiziente und effektive Maßnahmen reichen aus, um mittlere Risiken zu reduzieren oder im Eintrittsfall rasch zu bewältigen.

– **Erhebliche Risiken**

Erhebliche Risiken haben im Vergleich zu mittleren Risiken ein höheres Ausmaß und/oder eine größere Eintrittswahrscheinlichkeit. Sie sollten durch geeignete Kontrollen oder Prozessoptimierung reduziert werden. Wenn möglich, sollte das erhebliche Bruttoisiko durch geeignete Maßnahmen auf die mittlere oder kleine Risikostufe reduziert werden.

– **Große Risiken**

Große Risiken können unter Umständen den Fortbestand einer Organisationseinheit oder des Constantin Medien-Konzerns insgesamt gefährden. Maßnahmen zur Reduktion des Bruttoisikos sind zwingend und unmittelbar einzuleiten. Die Maßnahmenumsetzung wird von der Geschäftsleitung überwacht. Große Risiken sind unmittelbar – unabhängig vom Turnus – dem Vorstand zu melden.

Aus dem möglichen Bruttoschaden, der Eintrittswahrscheinlichkeit und der Wirkung der Maßnahmen ergibt sich das Nettoisiko. Zur besseren Gliederung werden Risiken in die Kategorien Risiken aus der Regulierung, Geschäfts- und Marktrisiken, Betriebs-, Finanz-, Rechts- und Compliance-Risiken eingeteilt.

Besonders Risiken außerhalb des Einflussbereichs des Konzerns und Risiken, die sich aus der gesetzlichen Regulierung (z.B. einer gesetzlichen Einschränkung der Bewerbung einzelner Produktgruppen) ergeben, lassen sich häufig nicht aktiv steuern und vermeiden. Weiterhin werden Risiken mit extrem kleiner bzw. nicht messbarer Eintrittswahrscheinlichkeit bei gleichzeitig möglicherweise großer Auswirkung nicht zuverlässig erfasst. Hierunter fallen unerwartete und unabwendbare Ereignisse (höhere Gewalt).

**8.1.2 Angaben zu einzelnen Risiken**

Nachfolgend werden einzelne Risiken und deren Risikofaktoren

sowie deren Auswirkungen dargestellt. Die Darstellung erfolgt gruppiert nach den Risikokategorien des RMS. Die Darstellung im Risikobericht erfolgt auf einem höheren Aggregationsgrad als im RMS selbst. Innerhalb einer Kategorie sind die Risiken zuerst genannt, deren Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage als am größten eingestuft werden. Sofern keine anderslautenden Angaben gemacht werden, gelten die Risiken für alle Segmente. Wird bei der Einstufung des Risikos kein Bezug auf die getroffenen Maßnahmen angegeben, so handelt es sich um die Einstufung als Bruttoisiko. Kann ein Risikofaktor den Fortbestand einer wesentlichen Organisationseinheit gefährden, weisen wir im Folgenden darauf hin. Gleiches gilt, wenn ein Risiko den Fortbestand des Konzerns gefährdet.

**Risiken aus der Regulierung**

**Unsere Geschäftsmodelle sind stark von der Gesetzgebung, der Rechtsprechung und den regulatorischen Eingriffen der öffentlichen Verwaltung abhängig**

Im Segment Sport unterliegt die Constantin Medien-Gruppe regulatorischen Risiken im Bereich des Werbezeitenverkaufs für den Free-TV-Sender SPORT1, das Online- und Mobile-Portal SPORT1.de sowie für die weiteren Medienangebote unter der Dachmarke SPORT1. Folgende Themen beobachten wir dabei intensiv:

– Die Behörden sind in der Vergangenheit mehrfach, z.B. im Rahmen von Aufsichtsverfahren, gegen die Bewerbung von sogenannten „Pokerschulen“ (d.h. Internetangeboten, auf denen man ohne finanziellen Einsatz das Pokerspielen erlernen kann) vorgegangen; zum Teil wurden diese Verfahren noch gerichtlich überprüft. Auch in Zukunft muss damit gerechnet werden, dass weitere Verwaltungsverfahren wegen der Bewerbung vorgenannter Angebote wie auch ähnlicher Angebote (z.B. von sogenannten „Casinoschulen“, d.h. Internetangeboten, auf denen man ohne finanziellen Einsatz Casinospiele üben kann) angestrengt werden. Zudem ist nicht zu erwarten, dass durch den neuen Glücksspielstaatsvertrag und die darauf basierende Werberichtlinie „Glücksspiel“ Rechtssicherheit hinsichtlich der Bewerbung von „Poker- und Casinoschulen“ einkehren wird.

– Darüber hinaus ist die gegenwärtige Bewerbung von Sportwetten, die auf der Grundlage einer gültigen Lizenz eines EU-Mitgliedsstaates angeboten werden, rechtlichen Risiken unterworfen. So hat die Bayerische Landeszentrale für neue

Medien (BLM) als zuständige Rundfunkaufsichtsbehörde in der Vergangenheit in mehreren Fällen Verwaltungsverfahren gegen die Sport1 GmbH durchgeführt. Zudem bestehen Risiken darin, dass gegebenenfalls auch Glücksspielaufsichtsbehörden verwaltungsrechtliche Untersagungsverfahren gegen die Bewerbung von Sportwetten im TV und im Internet anstrengen könnten. Die im Glücksspielstaatsvertrag vorgesehene und bislang nicht erfolgte Vergabe von Konzessionen/Lizenzen an (auch) private Veranstalter von Sportwetten birgt zusätzliche Risiken in dem Bereich. Erhalten die in den SPORT1-Medien beworbenen Anbieter von Sportwetten bei einer künftigen Vergabe keine Konzessionen/Lizenzen könnten diese Anbieter ihre Geschäftstätigkeit auf dem deutschen Markt einstellen; Werbeumsätze mit diesen entfielen.

- Auch die Ausstrahlung von Call-In-Formaten im Free-TV-Programm von SPORT1 ist weiterhin Risiken ausgesetzt. So sieht die im Februar 2009 verabschiedete Gewinnspielsatzung der Landesmedienanstalten strenge Regelungen für die Durchführung von Call-In-Formaten vor. Zudem kann nicht ausgeschlossen werden, dass die Landesmedienanstalten oder der Gesetzgeber weitere Restriktionen zur Durchführung von Call-In-Formaten beschließen.

Weitere regulatorische Risiken ergeben sich aus dem möglichen Inkrafttreten einer derzeit diskutierten künftigen „Neuen Medienordnung“ bzw. „Konvergenten Regulierung TV“, z.B. durch einen neuen Rundfunk(änderungs)staatsvertrag der Länder, und damit eines neuen Regulierungsmodells für lineare sowie non-lineare Mediendienste. Hierbei könnten die Interessen der Sport1 GmbH, insbesondere im Rahmen der Verbreitung/Distribution der SPORT1-TV-Programme sowie deren Auffindbarkeit in der digitalen Medienwelt, nicht hinreichend berücksichtigt werden.

Im Segment Film ist die Constantin Medien-Gruppe besonders von folgenden Faktoren der Gesetzgebung abhängig:

- Bei der Produktion von Filmen nutzt die Constantin Film-Gruppe verschiedene nationale und internationale öffentliche Filmfördermittel. Über den Deutschen Filmförderfonds (DFFF) stellt die Bundesregierung Mittel zur Verfügung, aus welchen den Produzenten nach bestimmten Kriterien gewisse Filmproduktionskosten erstattet werden. Ende des Jahres 2014 wurde vom Haushaltsausschuss des Bundes

eine Kürzung des DFFF von 60 Mio. Euro in 2014 auf 50 Mio. im Jahr 2015 beschlossen. Allerdings sollen nach Auffassung des Bundesrats in 2016 die Mittel für den DFFF wieder mindestens auf das Niveau von 2014 aufgestockt werden und es wird davon ausgegangen, dass die Bundesregierung den DFFF in der mittelfristigen Finanzplanung über das Jahr 2017 hinaus grundsätzlich absichert.

Quelle: Mediabiz, 19. Dezember 2014 Bundesrat: „DFFF soll 2016 wieder aufgestockt werden“

- Eine Klage gegen das Filmförderungsgesetz wurde im Januar 2014 in einem Urteil des Bundesverfassungsgerichts abgewiesen und die Förderung vollumfänglich für verfassungsgemäß erklärt.
- Derzeit liegt ein „Green Paper“ der EU-Kommission u.a. zum Thema europaweite Lizenzen von Filmen vor. Sollte die EU hierzu Vorgaben machen und die territoriale Lizenzierung als nicht mit EU-Recht vereinbar ansehen, hätte dies Auswirkungen auf die Lizenzierungspraxis der Constantin Film-Gruppe und das Geschäftsmodell an sich.
- Die Stärkung der Position des Produzenten und Verwerter im Urheberrecht durch den Gesetzgeber ist nach wie vor in weiter Ferne. Im Zuge der Propagierung eines „WLAN für alle“ neigt der Gesetzgeber dazu, die Betreiber von öffentlichen oder „halböffentlichen“ WLAN-Netzen (z.B. Internetcafés, Hotels) von der Haftung für Urheberrechtsverletzungen über diese WLAN-Netze im Ergebnis praktisch freizustellen, es sei denn, der Betreiber hat konkrete Kenntnis von einer Rechtsverletzung. Dies könnte zu einem Anstieg von Piraterie (vor allem durch Streaming) führen.

Regulatorische Eingriffe und Gerichtsverfahren können zur Zurückhaltung der Kunden bei der Buchung der betroffenen Werbezeiten oder Lizenzkäufen führen. Bereits kontrahierte oder in der Planung berücksichtigte Umsätze aus dem Verkauf von Werbezeiten oder der Vermarktung von Sportrechten könnten aufgrund von Verboten oder anderweitigen Einschränkungen kurzfristig entfallen. Eine Reduzierung der Filmförderung könnte zum Ausfall der geplanten Einnahmen oder zur Erhöhung von Filmaufwendungen führen.

Als Gegenmaßnahmen im Hinblick auf mögliche Gesetzesänderungen verfolgt der Constantin Medien-Konzern die einschlägigen Urteile und Gesetzesvorlagen und versucht mithilfe

von Lobbyarbeit und externen Gutachten Kontakte zu Entscheidern aus der Politik zu knüpfen. Im Falle einer Kürzung von Fördermitteln könnten Filmproduktionen ins Ausland verlagert werden.

Angesichts der möglichen Auswirkungen ist dieses Risiko insgesamt weiterhin als erheblich einzustufen.

#### **Geschäfts- und Marktrisiken**

##### **Im Segment Sport ist die Constantin Medien-Gruppe von der Reichweite der einzelnen Sender bzw. Plattformen abhängig**

Für jeden Sender ist eine möglichst große technische Reichweite ausschlaggebend. Je größer die technische Reichweite ist, desto mehr Konsumenten und zielgruppenrelevante Werbekontakte können erreicht werden.

Die Sendegenehmigung für das Free-TV-Programm SPORT1 muss zum April 2015 verlängert werden. Dem Antrag der Sport1 GmbH auf Verlängerung der Sendelizenz wurde entsprochen; die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) hat die Sendegenehmigung um acht Jahre bis zum 20. April 2023 verlängert.

Mit den in Deutschland maßgeblichen Kabelnetz-, Satelliten- und Plattformbetreibern bestehen Verträge zur mittelfristigen Absicherung der analogen und digitalen Verbreitung der von der Constantin Medien-Gruppe betriebenen Sender, die periodisch neu verhandelt werden müssen. Es besteht das Risiko, dass Verträge nicht zu vergleichbaren Konditionen verlängert werden können. Aufgrund vertraglicher Kündigungsrechte könnte sich auch während der Laufzeit dieser Verträge die Verbreitung der Programme reduzieren.

Ebenfalls könnten die Landesmedienanstalten dem SPORT1 Free-TV-Sender keinen Platz in den analogen Kabelnetzen zuweisen.

Kurzfristig könnte ein drastisches Absinken der Reichweite dazu führen, dass bestehende Verträge mit der werbetreibenden Wirtschaft nicht erfüllt werden können, und entweder der Umsatz und/oder das Ergebnis geringer als geplant ausfallen. Eine nachhaltige Reduzierung der technischen Reichweite könnte den zu erzielenden Preis pro Werbeminute oder pro Zielgruppenkontakt senken und damit die Realisierung der geplanten Umsätze gefährden. Eine Reduzierung der technischen Reichweite könnte die Einspeisekosten erhöhen, wenn alternative

und teurere Verbreitungswege genutzt werden müssen. Im Pay-TV-Bereich könnten geplante Umsätze nicht realisiert werden.

Durch langfristige Verträge mit den Kabelnetz-, Satelliten- und Plattformbetreibern wird versucht, die Reichweite für die Sender größtmöglich zu halten. Ferner ist in einer Vielzahl von Bundesländern die analoge Kabelverbreitung von SPORT1 aufgrund von regulatorischen Vorgaben zwingend vorgegeben. Die Programmgestaltung ist bei Vergabe der Kabelplätze ein wichtiges Entscheidungskriterium.

Insgesamt ist dieses Risiko weiterhin als erheblich einzustufen.

##### **Die Constantin Medien-Gruppe benötigt Zugang zu Lizenzen und Stoffen**

Der Constantin Medien-Konzern benötigt für sein Produktportfolio Zugang zu Auswertungs- und Verwertungsrechten.

Für den Betrieb ihrer Plattformen im Segment Sport ist die Constantin Medien-Gruppe darauf angewiesen, dass attraktive Übertragungsrechte an Sportveranstaltungen oder Ligen sowie Programmen verfügbar sind und diese von ihr erworben werden können.

Die Verwertungsrechte für Sportveranstaltungen respektive Programme werden von den Veranstaltern bzw. Lizenzgebern nur für einen bestimmten Zeitraum vergeben. Da die Verwertung von Lizenzrechten nach Ablauf der Rechteperiode neu verhandelt werden muss, kann eine Neulizenzierung auch mit einer Erhöhung der Lizenzkosten einhergehen. Die fehlende Verfügbarkeit von Übertragungsrechten an Sportveranstaltungen bzw. eine Erhöhung der Lizenzkosten in der Zukunft könnten dazu führen, dass der Constantin Medien-Gruppe attraktive Inhalte für ihre TV-Sender bzw. sonstigen Plattformen fehlen würden. Dies wäre mit geringeren Marktanteilen, geringeren Werbe- und/oder Sponsoring-Erlösen und geringeren Pay-TV-Erlösen verbunden.

Bei der Produktion von Fernseh- und Kinofilmen sind der Zugang zu und der Erwerb von Rechten an literarischen Vorlagen, Verwertungsrechten und Drehbüchern sowie der Abschluss von Verträgen mit erfolgreichen Regisseuren, Schauspielern und Lizenzgebern wichtige Faktoren. Ferner ist die Constantin Medien-Gruppe insbesondere bei Vertrieb und Produktion von engen Partnerschaften, unter anderem mit Filmproduzenten und Lizenzgebern, abhängig. Um den Bedarf an neuen Stoffen



für Eigen- und auch Auftragsproduktionen zu decken, ist eine kontinuierliche Entwicklung neuer Projekte unerlässlich, da andernfalls das Risiko einer zu geringen Realisierungsquote von Projekten besteht. Der Bedarf an neuen Stoffen und Lizenzen ist derzeit ausreichend gedeckt und die Realisierungsquote entspricht den Planvorstellungen.

Fremdproduktionen werden in der Regel auf den einzelnen Filmmärkten erworben. Hier werden in Abhängigkeit des Projektes und des Marktes unterschiedliche Preise bezahlt. Der Film ist zu diesem Zeitpunkt meist noch nicht hergestellt, sondern die Rechte werden zur Finanzierung vorverkauft. Zwischen Akquisition und tatsächlicher Lieferung des Films können bis zu zwei Jahre liegen. Auch hier kann bei Filmen, für die hohe Preise bezahlt werden, ein völliger Misserfolg nachteilige Folgen für die Geschäfts-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns haben.

Die Händler aus Ländern mit großem Wachstum im Kinobereich wie in Asien oder Südamerika hoben im Kampf um die besten Filme die Preise merklich an und verschärften noch einmal den seit einigen Jahren ohnehin sehr starken Preisdruck auf die wenigen vielversprechenden Filme. Analog zu den Preisen für Lizenzfilme wächst für die Verleihfirmen auch das Kostenrisiko, das sie eingehen, wenn der Film an den Kinokassen und in den weiteren Auswertungsstufen nicht funktioniert.

Einerseits werden diese Risiken durch die ausgeprägte und langjährige Erfahrung der Mitarbeiter im Bereich Rechte- und Lizenzeinkauf der jeweiligen Tochtergesellschaften überwacht. Andererseits wird auch die Entwicklung alternativer Formate und Eigenproduktionen ausgebaut, um eine gewisse Unabhängigkeit von Rechten Dritter zu schaffen. Die Attraktivität der Plattformen sowie die stetige Optimierung des Produkts kompensieren das Risiko. Im Segment Film spielt die Marke „Constantin Film“ als bedeutendster unabhängiger deutscher Filmproduzent und Verleiher eine gewichtige Rolle.

Insgesamt ist dieses Risiko weiterhin als erheblich einzustufen.

#### **Die Constantin Medien-Gruppe befindet sich im intensiven Wettbewerb beim Absatz ihrer Produkte**

Im Segment Sport erzielt die Constantin Medien-Gruppe einen Großteil ihrer Erlöse aus Werbung. Dabei besteht ein nicht unerheblicher Wettbewerb um die begrenzt verfügbaren Werbebudgets der werbetreibenden Wirtschaft, denen eine stetig

zunehmende Anzahl von TV-Sendern und anderen möglichen Werbeplattformen gegenübersteht.

Im Hinblick auf das digitale Sportradio SPORT1.fm können die vermarktbareren Leistungswerte geringer als erwartet ausfallen. Zudem kann eine Underperformance der Vermarkterleistung erfolgen. Dies kann eine negative Abweichung zum Budget zur Folge haben.

Der Free-TV-Markt für Mehrwertdienste ist einem zunehmenden Wettbewerb ausgesetzt. Die Werbekunden von Dauerwerbungen in der Nachtschiene unterliegen ihrerseits einem steigenden Margendruck, der auf rückläufige Resonanz und sinkende Bonität der Kunden sowie steigende Konkurrenz von Online-Vermarktern zurückzuführen ist.

Im Segment Film könnten Marktveränderungen im Kinobereich oder im Home-Entertainment-Bereich wie bspw. sinkende Besucherzahlen und steigender Wettbewerb mit einem Preisverfall für Produktionen und Lizenzprodukte einhergehen.

Steigende Produktions- und Verleihaktivitäten auf Seiten der relevanten bzw. konkurrierenden Independents und Majors sowie Verleiher auf dem deutschsprachigen Markt könnten zu sinkenden Margen im Kinobereich führen.

Das Auslaufen von Rahmenverträgen oder eine Verschlechterung der wirtschaftlichen Situation von Lizenzabnehmern kann zu sinkenden Lizenzverkaufspreisen führen. Eine solche Entwicklung könnte die Werthaltigkeit des Filmstocks von Constantin Film gefährden. Momentan gibt es Rahmenverträge im Free-TV- und Pay-TV-Bereich. Allerdings sind die Abstimmungsprozesse bei Produktionen und Lizenztiteln zwischen Free-TV-Rechten und Pay-TV-Rechten zunehmend komplexer. Dies ist auch dem Umstand einer steigenden Konkurrenz um werthaltige Lizenzrechte zwischen Free-TV- und Pay-TV-Sendern geschuldet, die jedoch nicht zu Lasten der Constantin Medien-Gruppe gehen darf.

Die Planung des Konzerns unterstellt bestimmte Marktanteile, Reichweiten, Abonnenten- sowie Besucherzahlen respektive Erlöse aus den verschiedenen Auswertungsstufen, welche für den erwarteten Umsatz relevant sind. Werden diese Annahmen nicht erreicht, kann auch der geplante Umsatz nicht erreicht werden. Ein erhöhter Wettbewerb im Kampf um die Werberlöse in den Bereichen TV sowie im Online-Werbemarkt, bei

der Gewinnung von Kinobesuchern oder um Erlöse aus dem Bereich Kinoverleih könnte unter anderem zu einer erheblichen Erhöhung der Kosten führen und sich damit negativ auf das Ergebnis auswirken.

Die Diversifikation des Konzerns in voneinander unabhängige Produkte und Märkte reduziert das Risiko des Wettbewerbs in einem einzelnen Bereich oder Segment. Da insbesondere die Reichweiten, Marktanteile, Abonnenten- und Besucherzahlen für die Höhe der erzielbaren Werbeeinnahmen maßgeblich sind, ist die Constantin Medien-Gruppe bestrebt, über attraktive Programminhalte für ihre TV-Sender und anderen Plattformen und für ihre Kinofilme und TV-Produktionen zu verfügen, um ihre Wettbewerbsstärke zu steigern sowie durch höhere Aufwendungen für die Vermarktung und das Marketing von Produkten deren Bekanntheit und Attraktivität zu erhöhen.

Entsprechend wird das Risiko weiterhin als erheblich eingestuft.

#### **Die Constantin Medien-Gruppe ist von Kunden und Geschäftspartnern abhängig**

Wie jede andere Unternehmung ist auch die Constantin Medien-Gruppe von Kunden, Lieferanten und anderen Geschäftspartnern abhängig. Die Medien- und Entertainment-Branche, in der die Gruppe agiert, bringt spezifische Anforderungen mit sich. Die wesentlichen Faktoren und deren Auswirkungen, die sich aus diesen Anforderungen ergeben, sind im Folgenden dargestellt.

Im Bereich der Sportproduktionsdienstleistungen besteht insbesondere eine Abhängigkeit von dem größten Kunden Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG bzw. der Sky Österreich GmbH. Bei der Auswertung von Kinoproduktionen besteht auf der Auswertungsstufe Pay-TV ebenfalls eine Abhängigkeit von diesem Kunden, mit dem ein beträchtlicher Teil der Lizenzverkäufe erzielt wird. Sollten diese (Rahmen-) Verträge, nicht verlängert oder während der Laufzeit gekündigt werden, könnten signifikante Umsätze wegfallen.

Ferner bestehen im Segment Sport Vereinbarungen mit diversen technischen Dienstleistern, die für den reibungslosen Sendebetrieb notwendig sind.

Bei TV-Auftragsproduktionen ist die Constantin Film-Gruppe auf eine kontinuierliche Beauftragung angewiesen. Im deutschen Fernsehmarkt steht wenigen Nachfragern eine Vielzahl von Produzenten gegenüber. Daher haben die einzelnen TV-

Sender eine starke Marktstellung, die die erzielbaren Margen der Constantin Film-Gruppe nachteilig beeinflussen.

Die Constantin Medien-Gruppe ist bei Produktion und Vertrieb von engen Partnerschaften, unter anderem mit Filmproduzenten, Autoren, Regisseuren und Lizenzgebern, abhängig. Ferner besteht eine Abhängigkeit von den großen deutschen TV-Sendern, da durch die Weiterlizenzierung der TV-Senderechte an Kinofilmen ein erheblicher Teil der Produktionskosten gedeckt wird.

Im Hinblick auf die Sport- und Event-Marketing-Projekte können Risiken aus der Abhängigkeit der TEAM-Gruppe von dem Großkunden UEFA entstehen. Allerdings tragen die bisherige Erfolgsbilanz und die Positionierung des Unternehmens am Markt sowie die gezielte strategische Ausrichtung auf die UEFA dazu bei, diese Situation zu relativieren.

Die Beziehung zu den Kunden und Geschäftspartnern ist eine wesentliche Management-Aufgabe. Die Einhaltung vertraglicher Ausgestaltungen sowie die Qualität der Lieferungen und Leistungen werden regelmäßig überprüft. Eine stärkere Fragmentierung der Senderlandschaft kann dazu führen, dass die großen Sender mittelfristig Marktanteile verlieren.

Sollten Verträge mit wesentlichen Kunden oder Geschäftspartnern, unter anderem mit den oben genannten, auslaufen, nicht verlängert und/oder während der Laufzeit beendet werden, könnte sich dies erheblich nachteilig auf den Umsatz und das Ergebnis der Folgeperioden auswirken. Eine vorzeitige Kündigung einzelner Lieferantenverträge könnte zu höheren Kosten bei der Suche nach neuen Partnern und der Etablierung neuer Strukturen führen.

Entsprechend wird das Risiko weiterhin als erheblich eingestuft.

#### **Die Geschäftsmodelle sind davon abhängig, den Kundengeschmack und die Art, wie die Inhalte konsumiert werden, zu bedienen und zeitnah auf Veränderungen zu reagieren**

Dabei beobachten wir hauptsächlich folgende Faktoren:

Marktveränderungen im Bereich Home Entertainment im Segment Film sind insbesondere geprägt von der fortschreitenden Digitalisierung verbunden mit der Zunahme zusätzlicher Angebote und Distributionsflächen, die zu einem sich stetig verändernden Mediennutzungsverhalten führt. Kinofilme treten immer stärker mit medialen Konkurrenzprodukten wie Video-

spielen, dem ansteigenden Konsum von Inhalten auf mobilen Endgeräten oder sozialen Netzwerken sowie Video-on-Demand-Angeboten in Wettbewerb. Veränderte Marktentwicklungen im Home-Entertainment-Bereich können sich negativ auf das Ergebnispotenzial auswirken.

Im Segment Film kann ein Verfehlen des Kundengeschmacks zu einem Rückgang der Besucherzahlen und einem Umsatzeinbruch führen. Ein Verfehlen des Kundengeschmacks bei Auftragsproduktionen und ein damit verbundener Einbruch der Zuschauerquoten kann aufgrund fehlender Folgebeauftragung durch den Sender zu einem Umsatzeinbruch und einer negativen Ergebnisentwicklung im Bereich TV-Auftragsproduktion führen.

Das Auslaufen klassischer Auswertungskanäle und geringere Margen bei digitalen Vertriebsmodellen können zu einem Ergebnisrückgang im Bereich Home Entertainment führen.

Aufgrund der technischen Möglichkeiten zur Herstellung illegaler Filmkopien und des fehlenden gesetzlichen Schutzes gegen Urheberrechtsverletzungen drohen Umsatzverluste aufgrund von Verletzungen von Urheberrechtsbestimmungen. Zwar hat der EuGH im sog. „kino.to-Verfahren“ (Musterprozess) entschieden, dass der Bereitsteller eines Internetanschlusses (Internet Access Provider) kraft Gerichtsurteil dazu verpflichtet werden kann, seinen Kunden den Zugang zu einer (offensichtlich) illegalen Portalseite zu sperren. Es bleibt abzuwarten, wie die nationalen Gerichte diese Entscheidung umsetzen.

Dieser Wandel des Medienkonsums und des Nutzungsverhaltens könnte dazu führen, dass Konsumenten das Produktportfolio der Constantin Medien-Gruppe weniger nutzen, so dass dieses an Attraktivität, Reichweite oder Relevanz verliert und dementsprechend der geplante Umsatz nicht mehr erreicht wird.

Durch gezielte Marktforschung und Nutzungsanalysen versucht die Constantin Medien-Gruppe zukünftige Trends zu antizipieren, was sich auch in der aktuellen Digitalisierungsstrategie im Segment Sport niederschlägt. Sowohl im Sportbereich als auch im Bereich Film wird durch die Erarbeitung konsumentenfreundlicher Programme und Stoffe die Attraktivität der Produkte erhöht. Die Auswirkung der Piraterie wird aufgrund von Lobbyarbeit, Sensibilisierungskampagnen und einer konsequenten Verfolgung von Verstößen verringert.

Insgesamt ist dieses Risiko weiterhin auf einer mittleren Stufe einzuordnen.

### **Rechtsrisiken**

#### **Die Constantin Medien-Gruppe unterliegt Risiken aus Vertragsstrafen und Schadensersatzpflichten**

Im Segment Sport hat die Constantin Medien-Gruppe gegenüber verschiedenen Kunden und Geschäftspartnern die Verpflichtung zur Sendekontinuität bzw. zur zeitnahen Lieferung von Programminhalten übernommen. Die Nichteinhaltung von vertraglich vereinbarten Verpflichtungen durch die Constantin Medien-Gruppe gegenüber ihren Vertragspartnern, insbesondere im Hinblick auf die vorgenannten Verpflichtungen zur Sendekontinuität bzw. zur zeitnahen Lieferung von Programminhalten, führt zu Vertragsstrafen oder Schadensersatzpflichten.

Durch technische Maßnahmen, Weiterentwicklungen und Redundanzen sowie regelmäßige Überwachung der Projektfortschritte werden mögliche qualitative und zeitliche Abweichungen zeitnah erkannt bzw. deren Auswirkung minimiert. Dies wird durch die langjährige Erfahrung der Mitarbeiter und etablierte Prozesse in den einzelnen Organisationen unterstützt. Im Weiteren werden in einer Kosten- und Nutzenanalyse die möglichen Risiken versichert.

Risiken aus Vertragsstrafen und Schadensersatzleistungen können das Ergebnis negativ beeinflussen. Unter Berücksichtigung der getroffenen überwiegend technischen Gegenmaßnahmen ist das Risiko weiterhin auf einer mittleren Stufe einzuordnen.

#### **Die Constantin Medien-Gruppe unterliegt Risiken aus Rechtsstreitigkeiten**

Als international tätiges Unternehmen ist die Constantin Medien-Gruppe einer Vielzahl von rechtlichen Risiken ausgesetzt. Hierzu zählen insbesondere Risiken aus den Bereichen Urheberrecht, Gesellschaftsrecht, Wertpapierhandelsrecht sowie Wett- und Glücksspielrecht. Die Ergebnisse von gegenwärtig anhängigen bzw. künftigen Verfahren können oft nicht mit Sicherheit vorausgesagt werden, so dass aufgrund von gerichtlichen oder behördlichen Entscheidungen oder der Vereinbarung von Vergleichsaufwendungen entstehen können, die nicht oder nicht in vollem Umfang durch Versicherungsleistungen gedeckt sind und sich nachteilig auswirken könnten.

Im Rahmen der juristischen Unterstützung der operativen Geschäftstätigkeit werden rechtliche Risiken identifiziert und bezüglich ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit und potenziellen Auswirkung qualitativ und quantitativ bewertet. Derzeit stellen folgende Verfahren einen Risikofaktor dar:

- Gegen die Constantin Medien AG ist ein aktienrechtliches Spruchverfahren anhängig, mit dem verschiedene Antragsteller im Jahr 2004 die Unangemessenheit des Umtauschverhältnisses im Rahmen der Restrukturierung der EM.TV & Merchandising AG geltend gemacht und die Festsetzung einer baren Zuzahlung durch die Constantin Medien AG beantragt haben. Bisher ist dieses Verfahren noch nicht rechtskräftig abgeschlossen.
- Gegen die Constantin Medien AG als Rechtsnachfolgerin der EM.TV & Merchandising AG sind Klagen von Aktionären anhängig. Hintergrund ist der Kursrückgang der EM.TV-Aktie in den Jahren 2000/2001. Die Gesellschaft hatte den Aktionären der letzten noch anhängigen Verfahren am 26. Juni 2014 eine Vereinbarung zur vergleichsweisen Erledigung dieser Verfahren unterbreitet, welchem die ordentliche Hauptversammlung der Constantin Medien AG am 30. Juli 2014 zugestimmt hat. Nachdem der vorgenannten Vergleichsvereinbarung mit Ausnahme eines Aktionärs sämtliche Aktionäre der letzten noch anhängigen Verfahren beigetreten sind, hat das Oberlandesgericht München durch Beschluss vom 7. November 2014 festgestellt, dass diese Vergleichsvereinbarung wirksam zustande gekommen und das anhängige Verfahren nach dem Kapitalanleger-Musterverfahrens-Gesetz (KapMuG) gemäß § 23 Abs. 2 KapMuG beendet ist.

Aufgrund der getroffenen Einschätzungen und Maßnahmen wird das Risiko unverändert als klein eingestuft.

#### **Betriebsrisiken**

##### **Im Segment Film ist die Herstellung eines Kino- oder Fernsehfilms ein kostenintensives sowie langfristiges Projekt**

Die Produktionskosten eines deutschen Kinofilms mit durchschnittlichem Budget liegen zwischen drei und sieben Mio. Euro, während sie bei internationalen Großproduktionen ein Vielfaches davon betragen. Der Zeitraum von der ersten Idee bis zur letzten Vermarktungsstufe kann mehrere Jahre betragen. Im Verlauf einer Produktion kann es zu Budgetüberschreitungen kommen, die sich negativ auf den geplanten Deckungsbeitrag eines Films und damit auf das Ergebnis auswirken kann.

Bei TV-Auftragsproduktionen kann das Kostenrisiko aufgrund der Entwicklungskosten hoch sein. Im Fall einer Nichtbeauftragung werden diese Kosten oft nur teilweise vom jeweiligen Sender übernommen. Auch im Fall einer Beauftragung können diese Kosten bei dem jeweiligen TV-Anbieter nicht zwingend als Vorkosten im Budget geltend gemacht werden. Darüber hinaus sind für die TV-Sender – sowohl beim Einkauf als auch bei der Produktion von Programminhalten – mehr denn je erfolgreiche Reichweiten- und Marktanteilsentwicklungen maßgeblich, um zahlungskräftige Werbepartner auch weiterhin an sich binden zu können. Daher behalten sich die Programmanbieter in ihren Verträgen mit Produzenten verstärkt die Möglichkeit zum Ausstieg aus einem beauftragten Format vor, falls es die Quotenerwartungen nicht erfüllen sollte. Somit besteht für Produzenten in zunehmendem Maße das Risiko, dass Produktionen kurzfristig abgesetzt werden. Dieses Risiko kann sich unmittelbar negativ auf den Deckungsbeitrag eines Films und damit das Ergebnis auswirken.

Im unwahrscheinlichen Fall einer Verschiebung oder eines Abbruchs einer Kino- oder TV-Auftragsproduktion aufgrund von unvorhersehbaren Markt- oder Projektentwicklungen ist es möglich, dass bereits gelieferte bzw. beauftragte Leistungen nicht mehr verwendet werden können und zusätzliche Kosten aus einer erneuten Beauftragung der Leistungen entstehen.

Mangelnde Budgetdisziplin bei den Herausbringungskosten kann zu einer Überschreitung der filmbezogenen Marketingkosten führen und den Deckungsbeitrag eines Films senken.

Aus der internationalen Tätigkeit der Constantin Film-Gruppe können trotz intensiver Recherche zu Rechtslage und Marktbedingungen unter Zuhilfenahme von lokalen Know-how-Trägern landesspezifische Ergebnisrisiken entstehen. Im Geschäftsjahr 2014 hat die Constantin Film-Gruppe ihre internationalen Tätigkeiten u. a. durch die Gründung zweier Auslandstöchter verstärkt.

Eine Änderung der Bestimmungen oder Auslegungen zur Filmförderung in einem Produktionsland eines internationalen Projekts kann zu einem im Vergleich zur Planung niedrigeren Tax Credit führen. Dies kann den Deckungsbeitrag eines Projekts reduzieren.

Um Budgetüberschreitungen und außerplanmäßige Kosten bei Kino- und Fernsehproduktionen zu verhindern, werden Tools

zum Projektcontrolling verwendet. Zusätzlich zur regelmäßigen Überwachung der Herstellungskosten werden Filmversicherungen und insbesondere Completion Bonds abgeschlossen, die die Fertigstellung eines Films absichern sollen. Des Weiteren wird eine Überschreitungsreserve eingeplant, die nicht vorhersehbare Kosten im Budget berücksichtigt.

Die Constantin Film AG bewirbt sich bei diversen Sendern im In- und Ausland um Formate und hat Entwicklungsverträge für serielle und nicht-serielle Formate abgeschlossen. Aufgrund ihrer langjährigen Erfahrung in der Filmproduktion ist es der Constantin Film AG in der Vergangenheit meistens gelungen, die entstandenen Produktionskosten aus den Verwertungserlösen voll abzudecken. Außerdem konnte sie die Filmproduktionen im festgelegten zeitlichen und finanziellen Rahmen realisieren und die Entstehung außerplanmäßiger Kosten weitestgehend verhindern bzw. versichern.

Insgesamt wird das Risiko weiterhin als erheblich eingestuft.

**Die Constantin Medien-Gruppe ist von einer sicheren und gut funktionierenden Infrastruktur abhängig**

Um einen reibungslosen Geschäftsbetrieb zu gewährleisten, ist die Constantin Medien-Gruppe im Segment Sport und auf Ebene der Constantin Medien AG auf das reibungslose Funktionieren ihrer IT-Systeme angewiesen. Es kann dabei nicht ausgeschlossen werden, dass trotz Sicherheitsmaßnahmen wie Zutritts-Kontrollsysteme, Notfallpläne und unterbrechungsfreie Stromversorgung kritischer Systeme, Backup-Systeme sowie regelmäßige Datenspiegelung kein hinreichender Schutz vor Schäden aus dem Ausfall ihrer IT-Systeme besteht.

Sollte es zu einem Ausfall von IT-Systemen oder einem Entwerden von Unternehmensdaten oder einer Manipulation der Unternehmens-IT kommen, könnte dies negative Auswirkungen auf den Geschäftsbetrieb und damit auf das Ergebnis haben.

Im Segment Sport ist ein Großteil der Programmverteilung und Sendeabwicklung ebenfalls von einer reibungslos funktionierenden technischen Infrastruktur abhängig. Eine technische Störung könnte den Sendebetrieb unterbrechen.

Die Risiken bezüglich unberechtigter Zugriffe auf Unternehmensdaten werden durch den Einsatz von Virenschaltern- und Firewall-Systemen weitestgehend unterbunden. Darüber hinaus

werden im Konzern Maßnahmen ergriffen, um die vorhandene IT-Service-Landschaft auf aktuellem technologischen Stand zu halten und dem Überalterungsprozess der Geräte- und Programmtechnik entgegenzuwirken. Senderelevante Technik ist häufig redundant vorhanden und die Funktionsweise wird zeitnah überwacht.

Unter Berücksichtigung der Effekte der Gegenmaßnahmen ist dieses Risiko weiterhin auf einer mittleren Stufe einzuordnen.

**Die Constantin Medien-Gruppe ist von der Kreativität, dem Engagement und der Kompetenz ihres Personals abhängig**

Der zukünftige Erfolg der Constantin Medien-Gruppe hängt in erheblichem Umfang von der Leistung ihrer Führungskräfte und ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ab. Es besteht ein starker und zunehmender Wettbewerb um Personal, das über die entsprechenden Qualifikationen und Branchenkenntnisse verfügt.

Die Constantin Medien-Gruppe kann daher nicht gewährleisten, dass sie zukünftig in der Lage sein wird, ihr gut ausgebildetes und engagiertes Personal zu halten bzw. neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit entsprechenden Qualifikationen zu gewinnen.

Die Abwanderung von qualifiziertem Personal oder Personen in Schlüsselpositionen könnte zum Verlust von Know-how führen und ungeplante Kosten für die Rekrutierung sowie die Einarbeitung von neuem Personal erzeugen und damit negative Auswirkungen auf das Ergebnis haben.

Um dieses Risiko zu minimieren, werden regelmäßig Zielvereinbarungs- und Feedback-Gespräche geführt. Zudem bietet der Constantin Medien-Konzern ein attraktives Arbeitsumfeld, eine leistungsgerechte Kompensation und Möglichkeiten zur Weiterentwicklung an. Um die Attraktivität als Arbeitgeber im Bewerbermarkt zu erhöhen, wurde verstärkt in soziale Netzwerke und Bewerberportale investiert.

Insgesamt ist dieses Risiko weiterhin auf einer kleinen Stufe einzuordnen.

**Die Constantin Medien-Gruppe könnte nicht ausreichend gegen Schäden und Ansprüche versichert sein**

Die Constantin Medien-Gruppe entscheidet über Art und Umfang des Versicherungsschutzes auf der Grundlage einer kaufmännischen Kosten-Nutzen-Analyse, um so die aus ihrer Sicht

wesentlichen Risiken abzudecken. Die Constantin Medien-Gruppe kann jedoch nicht gewährleisten, dass ihr keine Verluste entstehen oder dass keine Ansprüche erhoben werden, die über den Umfang des bestehenden Versicherungsschutzes hinausgehen.

Sollten der Constantin Medien-Gruppe materielle Schäden entstehen, gegen die kein oder nur ein unzureichender Versicherungsschutz besteht, könnte dies negative Auswirkungen auf das Ergebnis haben. Im Schadensfall müssten Ansprüche Dritter oder Ersatzinvestitionen aus eigenen Mitteln finanziert werden.

Insgesamt ist dieses Risiko weiterhin auf einer kleinen Stufe einzuordnen.

#### **Compliance-Risiken**

**Trotz bestehender Kontroll- und Überwachungssysteme der Constantin Medien-Gruppe kann es sein, dass diese möglicherweise nicht ausreichen, um Gesetzesverletzungen von Mitarbeitern, Vertretern, externen Servicedienstleistern oder Partnern zu verhindern bzw. erfolgte Gesetzesverletzungen aufzudecken**

Die Constantin Medien-Gruppe hat grundsätzlich keine Möglichkeit, die Tätigkeiten von Mitarbeitern, Vertretern und Partnern bei der Geschäftsanbahnung mit Kunden umfassend zu überwachen. Sollte sich herausstellen, dass Personen, deren Handeln der Constantin Medien-Gruppe zuzurechnen ist, unlautere Vorteile im Zusammenhang mit der Geschäftsanbahnung entgegennehmen oder gewähren oder sonstige korrupte Geschäftspraktiken anwenden, könnte dies zu rechtlichen Sanktionen nach deutschem Recht sowie nach dem Recht anderer Staaten führen, in denen die Constantin Medien-Gruppe geschäftlich aktiv ist. Als mögliche Sanktionen können dabei unter anderem erhebliche Geldbußen verhängt werden, aber auch der Verlust von Aufträgen drohen.

Dies könnte sich nachteilig auf das Ergebnis auswirken und zu Reputationsschäden der Constantin Medien-Gruppe führen.

Entsprechend ist das Risiko weiterhin auf einer kleinen Stufe einzuordnen.

#### **Finanz-, Rechnungswesen- und Steuer-Risiken**

**Die Constantin Medien-Gruppe unterliegt Risiken in der Bewertung finanzieller und nicht finanzieller Vermögenswerte**

Die Constantin Medien-Gruppe hält zum Stichtag wesentliche

finanzielle und nicht finanzielle Vermögenswerte, wie beispielsweise Filmvermögen, sonstige immaterielle Vermögenswerte sowie Geschäfts- oder Firmenwerte, festverzinsliche kurzfristige Wertpapiere, Vorzugsaktien sowie sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte.

Für die Geschäfts- oder Firmenwerte sowie das Filmvermögen der Constantin Medien-Gruppe werden jährlich, und sofern unterjährig Anhaltspunkte für eine Wertminderung vorliegen, Impairment-Tests durchgeführt.

Die Berechnung des Bewertungsansatzes beinhaltet dort, wo kein Marktwert vorhanden ist, Schätzungen und Annahmen des Managements, denen Prämissen zugrunde liegen. Diese beruhen auf dem jeweils aktuell verfügbaren Kenntnisstand. Die tatsächliche Entwicklung, die häufig außerhalb des Einflussbereichs der Gesellschaft liegt, kann die getroffenen Annahmen überholen und eine Anpassung der Buchwerte erfordern. Dies kann sich negativ auf das Ergebnis auswirken.

Insgesamt ist dieses Risiko weiterhin auf einer mittleren Stufe einzuordnen.

**Die Constantin Medien-Gruppe kann trotz ordnungsmäßiger Prozesse und sorgfältiger Kontrollen Risiken im Rahmen von zukünftigen Steuer- oder Sozialversicherungsprüfungen nicht ausschließen**

Die Constantin Medien AG ist der Ansicht, dass die innerhalb der Constantin Medien-Gruppe erstellten Steuererklärungen und Angaben bei den Sozialversicherungsträgern vollständig und korrekt abgegeben wurden. Dennoch besteht das Risiko, dass es aufgrund abweichender Betrachtungsweisen von Sachverhalten durch die Steuerbehörden zu Steuernachforderungen kommen könnte. Im Falle einer Sozialversicherungsprüfung innerhalb der Constantin Medien-Gruppe ist zudem grundsätzlich nicht auszuschließen, dass der Sozialversicherungsträger eine andere Betrachtung bzgl. der Sozialabgaben vornimmt und es dann zu Nachforderungen gegen die Constantin Medien-Gruppe kommt.

Sollte es zu abweichenden Steuerfestsetzungen oder Sozialversicherungsnachforderungen kommen, könnte sich dies negativ auf das Ergebnis auswirken.

Insgesamt ist dieses Risiko weiterhin auf einer kleinen Stufe einzuordnen.

### **Risiken aus der Verwendung von Finanzinstrumenten**

Der Konzern ist verschiedenen finanziellen Risiken ausgesetzt, die sich aus den betrieblichen Geschäftstätigkeiten und den Finanzierungstätigkeiten des Konzerns ergeben. Die Finanzrisiken lassen sich nach den Kategorien Liquiditätsrisiken, Kreditrisiken und Marktrisiken (einschließlich Währungsrisiken, Zinsrisiken) untergliedern. Die im Zusammenhang mit der Finanzierung stehenden Risiken werden ausführlich im Konzernanhang in Kapitel 8, „Management der finanziellen Risiken“ umschrieben. Währungs- und Zinsrisiken werden im Konzern – soweit sinnvoll – durch entsprechende Sicherungsgeschäfte abgesichert.

### **Die Constantin Medien-Gruppe ist im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit Währungsrisiken ausgesetzt**

Diese Währungsrisiken bestehen vor allem gegenüber dem Euro und dem US-Dollar, dem Kanadischen Dollar und dem Schweizer Franken.

Im Rahmen der Budgetierung für das nächste Geschäftsjahr wurde berücksichtigt, dass die Schweizer Notenbank (SNB) ihre Stützungskäufe zur Einhaltung der Euro-Kursuntergrenze von 1,20 Euro aufgegeben hat und in der Folge den Schweizer Franken gegenüber dem Euro aufgewertet hat.

Bei wesentlichen Transaktionen ist die Constantin Medien-Gruppe bestrebt, das Währungsrisiko durch den Einsatz von geeigneten derivativen Finanzinstrumenten zu reduzieren. Es ist jedoch nicht sichergestellt, dass die Währungssicherungsmaßnahmen der Constantin Medien-Gruppe ausreichend sind, und die Constantin Medien-Gruppe kann nicht gewährleisten, dass Schwankungen der Wechselkurse sich nicht nachteilig auf das Ergebnis auswirken.

Für eine umfassende Darstellung der Währungsrisiken der Constantin Medien AG verweisen wir auf das Kapitel 8, Währungsrisiko, im Konzernanhang.

Unter Berücksichtigung der Effekte der Gegenmaßnahmen war dieses Risiko in Vorperioden als kleines Risiko eingeordnet. Aufgrund der veränderten Währungspolitik der Schweizer Nationalbank ist dieses Risiko unter Berücksichtigung der Effekte der Gegenmaßnahmen nun als mittel einzuordnen.

### **Die Constantin Medien-Gruppe unterliegt Liquiditätsrisiken**

Liquiditätsrisiken ergeben sich, wenn die Auszahlungsver-

pflichtungen des Konzerns nicht aus vorhandener Liquidität oder durch entsprechende Kreditlinien gedeckt werden können. Zum Bilanzstichtag verfügte der Constantin Medien-Konzern unter Berücksichtigung freier kurzfristiger Kreditlinien über Liquiditätsreserven. Dennoch kann nicht ausgeschlossen werden, dass bestehende Aval- oder Kreditrahmenvereinbarungen von einzelnen Kreditinstituten oder Investoren gekündigt oder nicht mehr verlängert werden, sodass der Constantin Medien-Konzern, auch unter der Berücksichtigung von freien Betriebsmittellinien, kurz- bis mittelfristig zur weiteren Aufnahme von Fremdkapital über den Kapitalmarkt oder über Kreditinstitute zur Finanzierung neuer Projekte oder zur Refinanzierung bestehender Finanzverbindlichkeiten gezwungen ist.

Daher besteht das Risiko, dass bei einer Verschlechterung der wirtschaftlichen Situation des Konzerns weitere Finanzierungsmittel nicht oder nicht in ausreichendem Umfang oder nur zu unvorteilhafteren Konditionen zur Verfügung stehen könnten. Sollte die Constantin Medien-Gruppe die jeweiligen Darlehen nicht fristgemäß bedienen bzw. nach einer Kündigung oder am Ende der Laufzeit nicht zurückzahlen, besteht das Risiko, dass der jeweilige Darlehensgeber die zur Sicherheit übertragenen Vermögensgegenstände der Constantin Medien-Gruppe verwertet, was sich erheblich negativ auf das Ergebnis auswirkt.

Insgesamt ist dieses Risiko unverändert auf einer kleinen Stufe einzuordnen.

### **Die Constantin Medien-Gruppe unterliegt dem Risiko von Zinsänderungen**

Das Zinsänderungsrisiko liegt dabei in erster Linie im Bereich von kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten. Darüber hinaus entsteht aus der Inkongruenz von Fristen ein Zinsänderungsrisiko.

Gegenwärtig bestehen bei der Constantin Medien-Gruppe fest und variabel verzinsliche kurzfristige Finanzverbindlichkeiten und festverzinsliche langfristige Finanzverbindlichkeiten.

Risiken aus der Änderung der Zinssätze für Finanzverbindlichkeiten können sich nachteilig auf das Ergebnis auswirken.

Insgesamt ist dieses Risiko unverändert auf einer kleinen Stufe einzuordnen.

### **Die Constantin-Gruppe unterliegt dem Risiko des Ausfalls von Forderungen gegen Kunden**

Ein Kreditrisiko besteht, wenn ein Schuldner eine Forderung nicht bzw. nicht fristgerecht begleichen kann. Das Kreditrisiko umfasst das unmittelbare Adressenausfallrisiko als auch die Gefahr einer Bonitätsverschlechterung.

Potenziellen Ausfallrisiken auf Kundenforderungen wird durch regelmäßige Bewertung und bei Bedarf durch Bildung von Wertberichtigungen kontinuierlich Rechnung getragen. Ferner sichert der Konzern das Risiko eines Ausfalls durch Insolvenz eines Schuldners auch durch Einholung von Bonitätsauskünften ab. Daher beurteilt der Konzern die Kreditqualität für Forderungen, die weder überfällig noch wertgemindert sind, als überwiegend gut.

Der Ausfall von Forderungen gegen Kunden könnte sich nachteilig auf das Ergebnis auswirken.

Unter Berücksichtigung der getroffenen Maßnahmen ist dieses Risiko wie im Vorjahr als klein einzustufen.

### **Vereinbarung einer wesentlichen Transaktion im Segment Sport**

Im zusammengefassten Konzernlage- und Lagebericht des Geschäftsberichts 2013 wurde das Risiko „Die Constantin Medien-Gruppe hat im Segment Sport eine wesentliche Transaktion vereinbart, deren Vollzug unter diversen Vorbehalten steht“ gemeldet und als mittleres Risiko klassifiziert. Da die Verhandlungen zwischen der Constantin Sport Holding GmbH und der Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG beendet wurden und die Transaktion nicht vollzogen wurde, ist dieses Risiko eingetreten. Daraufhin wurde – wie im Wege der Ad-Hoc-Mitteilung vom 19. Mai 2014 berichtet – die Ergebnisplanung 2014 entsprechend angepasst und dies auch in der Prognose für das Geschäftsjahr 2014 berücksichtigt.

## **8.2. Chancenbericht**

### **8.2.1 Merkmale des Chancen-Managementsystems**

Analog zum Risikomanagement verfolgt der Constantin Medien-Konzern mit dem Chancen-Management das Ziel, die strategischen und operativen Ziele rasch und effizient durch konkrete Aktivitäten umzusetzen. Chancen können sich in allen Bereichen ergeben. Deren Identifikation und zielgerichtete Nutzung ist eine Management-Aufgabe, die in die alltäglichen Entscheidungen einfließt.

Zur besseren Strukturierung und Kommunikation des Chancen-Portfolios wurde das bestehende Risikomanagementsystem (RMS) um die Erfassung und Bewertung von Chancen ergänzt.

### **8.2.2 Angaben zu einzelnen Chancen**

Entsprechend der Definition des Risikobegriffs definiert der Constantin Medien-Konzern eine Chance als eine mögliche künftige Entwicklung oder ein Ereignis, das zu einer für das Unternehmen positiven Prognose- bzw. Zielabweichung führen kann. Das bedeutet, dass Ereignisse, die bereits in die Budget- oder Mittelfristplanung eingegangen sind, nach dieser Definition keine Chance darstellen und über diese im Folgenden nicht berichtet wird. Analog zu den Risiken werden Chancen in die vier Kategorien klein, mittel, erheblich und groß eingeordnet.

### **Die Constantin Medien-Gruppe sieht Chancen durch die Umsetzung der Strategie zur digitalen Transformation**

Durch die fortschreitende Digitalisierung verändert sich auch das Mediennutzungsverhalten der Menschen. Der Constantin Medien-Konzern entwickelt bereits seit geraumer Zeit die Geschäftsmodelle konsequent weiter und treibt damit die digitale Transformation innerhalb des Konzerns aktiv voran. Dabei sind die breite operative Aufstellung mit der Klammer Sport und Entertainment, die exzellenten und nicht selten führenden Marktpositionen der Geschäfte des Konzerns und dessen bekannte starke Marken in der sich im massiven Umbruch befindenden Medienwelt klare Pluspunkte. Dabei verfolgt das Management im Segment Sport folgende Faktoren:

Um an dem stark steigenden mobilen Mediennutzungsverhalten zu partizipieren, liegen Chancen im Aus- und Aufbau von bestehenden und neuen mobilen Angeboten im Sport- und Entertainment Bereich. Dies betrifft sowohl die Erlöse für Abonnements, als auch werbefinanzierte Medienprodukte. Dabei besteht bei sehr hohen Reichweiten auf allen mobilen Produkten die Möglichkeit steigender Erlöse durch neue Mobile-konforme Vermarktungsprodukte.

- SPORT1 hat seine technische Infrastruktur um standardisierte Schnittstellen erweitert, die es externen Partnern ermöglichen, auf Basis von SPORT1-Content- und Sportdaten neue Angebote und Produkte zu erstellen. Dies kann zu neuen Reichweiten- und Erlösmöglichkeiten führen.
- Mit dem Aufbau neuer Themenkanäle im Videobereich (Mobile



und Online) und bei gleichzeitiger Ansprache neuer Zielgruppen können sowohl im Bereich Abonnements, als auch bei der Werbevermarktung neue Erlöse erzielt werden.

- Generell liegen Chancen im weiteren Ausbau von bezahlten Video- und Games-Inhalten.
- Ebenfalls bestehen Chancen bei der Ausweitung der bisherigen YouTube-Multi-Channel-Network-Aktivitäten um neue Themenkanäle und weitere eigene und fremde Inhalte, sowie die Erweiterung um weitere Vermarktungsformen. Dies kann die Erlöse in diesem Bereich positiv beeinflussen.
- Das Produkt SPORT1.fm kann durch die Erweiterung um kostenpflichtige Endkonsumenten-Mehrwertdienste neue Erlösmöglichkeiten schaffen.

Die Planung der erzielbaren Umsätze dieser Geschäftsmodelle basiert auf vorsichtigen Annahmen. Es besteht die Chance, dass die tatsächliche Entwicklung die getroffenen Annahmen weit übersteigt und die digitale Transformation schneller zu mehr Umsatz führt, als erwartet.

Die Chance wird weiterhin als mittel eingeordnet.

#### **Die Constantin Medien-Gruppe sieht Chancen in der Auswertung und Entwicklung von bereits gesicherten Lizenzen, Formaten und Stoffen sowie der Einbindung in ein ausgeprägtes Netzwerk**

Der Constantin Medien-Konzern verfügt bereits über eine Vielzahl an Verwertungs- und/oder Vermarktungs-Rechten an den für seine operativen Aktivitäten in den verschiedenen Segmenten wichtigen Sport- und Entertainment-Veranstaltungen sowie an Filmrechten und Stoffen, teilweise deutlich über den Planungszeitraum hinaus. Damit wurde die Basis gelegt, um auch über den Planungszeitraum hinaus Umsätze generieren zu können. Das Image des Konzerns sowie die Aufrechterhaltung und Pflege eines ausgeprägten Netzwerkes fördern den Zugang zu diesen Rechten auch in der Zukunft.

Die Auswertung dieser Rechte kann die Attraktivität und damit die Reichweite der Sender und Plattformen stärker als erwartet erhöhen, was zu zukünftigen Umsätzen führen würde, die höher als geplant ausfallen. Attraktive Stoffe und Filmrechte können den Kundengeschmack übermäßig antizipieren, was über die gesamte Verwertungskette hinweg zu Umsätzen führen könnte, die höher als geplant ausfallen würden.

Die Chance wird weiterhin als mittel eingeordnet.

#### **Die Constantin Medien-Gruppe sieht Chancen in der Zusammenarbeit mit der UEFA**

Aufgrund des TEAM-Mandats zur Vermarktung der kommerziellen Rechte für die UEFA Champions League, die UEFA Europa League und den UEFA Super Cup (jeweils für die Spielzeiten 2015/16 bis 2017/18) ergeben sich sehr gute Perspektiven zur Fortsetzung der engen Zusammenarbeit mit dem Europäischen Fußballverband. Wenn im Rahmen dieses Vermarktungsprozesses vertraglich vereinbarte Leistungsziele erreicht werden, verlängert sich der Vertrag zwischen TEAM und der UEFA automatisch um drei weitere Spielzeiten (2018/19 bis 2020/21). Die enge Verbindung mit der UEFA wird darüber hinaus durch die Tatsache dokumentiert, dass zwei ihrer Vertreter seit Anfang Dezember 2012 dem TEAM-Verwaltungsrat angehören.

Die Chance wird weiterhin als mittel eingeordnet.

#### **Die Constantin Medien-Gruppe sieht Chancen aus dem Wachstum in neuen Geschäftsfeldern im Segment Übrige Geschäftsaktivitäten**

Die mehrsprachige FunPoker-Software kann für weitere Pokerspielformen und Kooperationen angepasst werden, was die Werthaltigkeit der Gesamapplikation vergrößert und Chancen für weitere Unterlizenzierungen bietet.

Insbesondere mit dem Eurovision Young Musicians-Projekt konnten die bestehenden Aktivitäten im Bereich der klassischen Musik mit denen der Europäische Rundfunkunion (EBU) verbunden werden, mit der eine langjährige erfolgreiche Partnerschaft besteht. Im Hinblick auf die bereits neu hinzugekommenen Projekte (Merchandising des Eurovision Song Contest und Eurovision Young Musicians) ergeben sich gute strategische Möglichkeiten, die bestehenden Geschäftsfelder noch weiter auszubauen.

Insgesamt wird diese Chance weiterhin als mittel eingestuft.

#### **Die Constantin Medien-Gruppe sieht für das Segment Sport Chancen in einer möglichen weiteren Deregulierung von Sportwetten und anderen Glücksspielarten**

Die im Glücksspielstaatsvertrag vorgesehene und nach wie vor nicht erfolgte Erteilung von Konzessionen/Lizenzen an private Veranstalter von Sportwetten verhindert derzeit zusätzliche

Werbevolumina in dem Bereich Sportwetten. Zudem ist eine bundesweite Deregulierung zur Veranstaltung und Bewerbung von sonstigen Glücksspielarten (unter anderem Poker und Casino) bislang nicht erfolgt.

Die Erteilung von Lizenzen an private Veranstalter von Sportwetten und eine vollständige Deregulierung im Bereich des Glücksspielwesens könnten sich positiv auf die Umsätze auswirken.

Die Chance wird unverändert als klein eingestuft.

#### **Die Constantin Medien-Gruppe sieht Chancen im Segment Sport in einer möglichen Neuen Medienordnung**

Das Inkrafttreten der derzeit diskutierten künftigen „Neuen Medienordnung“ bzw. „Konvergenten Regulierung TV“, z.B. durch einen neuen Rundfunk(änderungs)staatsvertrag der Länder, und damit eines neuen Regulierungsmodells für lineare sowie non-lineare Mediendienste könnte zu Deregulierungen, insbesondere im Bereich des Rundfunkwerberechts, führen. Dadurch könnten neue Umsatzchancen im Rahmen der Werbevermarktung der SPORT1-TV-Programme sowie des Radio-Angebots SPORT1.fm entstehen.

Insgesamt wird diese Chance als klein eingestuft.

#### **Die Constantin Medien-Gruppe sieht Chancen in der Hebung von Synergien durch die Optimierung interner Abläufe**

In den letzten Jahren hat der Vorstand wesentliche interne Abläufe konsequent optimiert, indem die Transparenz sichergestellt, die Fehleranfälligkeit reduziert und die Effizienz der einzelnen Abläufe erhöht wurden. Im Fokus standen dabei die Abläufe innerhalb einzelner Konzerngesellschaften. Da sich die Constantin Medien-Gruppe aus voneinander relativ unabhängig agierenden Gesellschaften zusammensetzt, sieht der Vorstand Synergie-Potentiale in der weiteren Optimierung der Zusammenarbeit einzelner Konzerngesellschaften. Aktuell werden mögliche Synergien aus der Übertragung von konzerninternen Best-Practice-Ansätzen, aus Agglomerationseffekten besonders an den Standorten in und um München sowie aus der Vereinfachung, Standardisierung und Automatisierung von Prozessen über die Grenzen einzelner Konzerngesellschaften hinweg untersucht und bewertet.

Neben der Steigerung von Qualität, Effektivität und Effizienz der Abläufe könnte die Hebung dieser Synergien nach einer

anfänglich notwendigen Investition zu Kosteneinsparungen und Erlössteigerungen in nachfolgenden Perioden führen.

Die Identifikations- und Bewertungsphase war zum Zeitpunkt der Berichterstellung noch nicht abgeschlossen, sodass die Einstufung dieser neuen Chance derzeit noch nicht möglich ist.

#### **Die Constantin Medien-Gruppe sieht Chancen im Segment Sport durch gute Positionierung im Wachstumsmarkt Pay-TV**

Die im Vorjahr berichteten Chancen aus der guten Positionierung im Pay-TV Bereich sind mittlerweile in die Planung mit aufgenommen und stellen damit formell keine Chancen mehr dar.

#### **8.3 Zusammengefasste Darstellung der Chancen- und Risikolage**

Entsprechend der vom Finanzvorstand erlassenen Richtlinie werden die von den einzelnen Risikoverantwortlichen gemeldeten Chancen und Risiken zusammengefasst, aggregiert und eine Bewertung auf Ebene des Konzerns durchgeführt. Dabei wird der dezentralen Konzernstruktur Rechnung getragen. Die Verantwortung für die vollständige und richtige Erfassung, Bewertung und Kommunikation der Chancen und Risiken liegt bei den Verantwortlichen der jeweils betroffenen Gesellschaft.

Auf Basis der vorliegenden Informationen und der Einschätzungen, insbesondere der Eintrittswahrscheinlichkeiten, der maximalen Schadenshöhe und der Wirkung der getroffenen Gegenmaßnahmen kommt der Vorstand der Constantin Medien AG zu der Überzeugung, dass diese Risiken keine den Bestand des Konzerns gefährdenden Charakter aufweisen. Dies gilt für die Risiken im Einzelnen, als auch in deren Gesamtheit, sofern sich die Auswirkung der Gesamtheit sinnvoll simulieren oder anderweitig abschätzen lässt. Für den Umgang mit den nicht durch Gegenmaßnahmen reduzierten Restrisiken sieht der Vorstand den Konzern ausreichend gerüstet.

Den größten Einfluss sieht der Vorstand auch in diesem Jahr wieder in möglichen oder faktischen regulatorischen Eingriffen der Aufsichtsbehörden und der Gesetzgebung sowie in der Aufrechterhaltung der Reichweite der Sender und Plattformen. Diese Faktoren haben einen unmittelbaren Einfluss auf die geplanten Werbeerlöse, Pay-TV-Entgelte und beeinflussen mittelbar die Verbreitungskosten. Ähnlich stark ist die Gruppe davon abhängig, attraktive Lizenzen und Stoffe zu kaufen und unter Einbeziehung technischer und kreativer Expertise gewinn-

bringend weiterzuentwickeln. Dabei muss die Gesellschaft die aktuelle und künftige Mediennutzung antizipieren und den Kundengeschmack erkennen und durch attraktive Produkte bedienen. Die größten Chancen sieht der Vorstand weiterhin im konsequenten Ausbau der digitalen Strategie und in den Möglichkeiten, die eine Umgestaltung der Medienwelt mit sich bringen kann.

Die Konzerngesellschaften sind allesamt in ihren jeweiligen Bereichen etabliert und können auf ein breites Netzwerk an technischer und kreativer Energie zugreifen und rasch auf Änderungen reagieren. Entsprechend ist der Vorstand der Überzeugung, dass die getroffenen Maßnahmen das Risiko in einem wirtschaftlich vertretbaren Ausmaß halten und erachtet die Risikotragfähigkeit des Konzerns als ausreichend. Gleichzeitig verfolgt er die bestehenden Chancen konsequent weiter. Die Diversifikation der Geschäfte in verschiedene Felder begünstigt auch eine Verteilung der Risiken.

Im Vergleich zu den bisherigen Berichten, insbesondere dem Konzernlagebericht des Geschäftsjahres 2013, wurden keine nennenswerten Abweichungen bei der Verteilung der einzelnen Faktoren in die verschiedenen Klassen festgestellt.

#### 8.4 Risiken und Chancen der Constantin Medien AG

Der Einzelabschluss der Constantin Medien AG ist im Wesentlichen durch die Risiken und Chancen der Tochtergesellschaften beeinflusst, da sie als Finanzierungsholding und Organträgerin unmittelbar eingebunden ist. Entsprechend gelten die oben genannten Chancen und Risiken auch für die Constantin Medien AG.

Besondere und relevante Chancen für die Constantin Medien AG existieren nach derzeitigem Kenntnisstand nicht.

### 9. Internes Kontrollsystem und Risikomanagementsystem bezogen auf den Konzernrechnungslegungsprozess

Das rechnungslegungsbezogene Interne Kontrollsystem (IKS) der Constantin Medien-Gruppe umfasst im Hinblick auf den Abschluss diejenigen Maßnahmen, die eine vollständige, korrekte und zeitnahe Übermittlung von relevanten Informationen sicherstellen, die für die Aufstellung des Jahres- und Konzernabschlusses sowie des Konzernlageberichts notwendig

sind. Hierdurch sollen Risiken der fehlerhaften Darstellung in der Buchführung und der externen Berichterstattung minimiert werden.

Analog zum Risikomanagementsystem folgt das IKS ebenfalls den Grundzügen des übergreifenden Rahmenwerks für „Unternehmensweites Risikomanagement“, wie es vom „Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission“ (COSO) entwickelt wurde.

Das Rechnungswesen innerhalb des Constantin Medien-Konzerns ist dezentral organisiert. Während auf den Ebenen der Teilkonzerne jeweils eigene Abteilungen bestehen, unterstützt die Constantin Medien AG ihre direkten Tochtergesellschaften bei spezifischen rechnungslegungsbezogenen Themen. Die Aufstellung der Einzelabschlüsse der Constantin Medien AG und deren Tochtergesellschaften erfolgt nach den einzelnen landesrechtlichen Regelungen. Für die Erfordernisse zur Erstellung eines Konzernabschlusses nach den Vorschriften der IFRS werden für alle in den Konzern einbezogenen Gesellschaften Überleitungsrechnungen erstellt und an das Konzernrechnungswesen gemeldet. Die Bilanzierungsvorschriften im Constantin Medien-Konzern regeln einheitliche Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden in Übereinstimmung mit den für das Mutterunternehmen geltenden IFRS-Vorschriften. Gesetze, Rechnungslegungsstandards und andere Verlautbarungen werden kontinuierlich analysiert, ob und wieweit sie relevant sind und wie sie sich auf die Rechnungslegung auswirken. Relevante Anforderungen werden z.B. in der Konzern-Bilanzierungsrichtlinie festgehalten, kommuniziert und sind zusammen mit dem konzernweit gültigen Abschlusskalender die Basis für den Abschlusserstellungsprozess. Darüber hinaus unterstützen ergänzende Verfahrensanweisungen, standardisierte Meldeformulare, IT-Systeme sowie IT-unterstützte Reporting- und Konsolidierungsprozesse den Prozess der einheitlichen und ordnungsgemäßen Konzernrechnungslegung. Wenn nötig, setzen wir auch externe Dienstleister ein, z.B. für die Bewertung von Pensionsverpflichtungen. Die in den Rechnungslegungsprozess einbezogenen Mitarbeiter werden regelmäßig geschult.

Auf Konzernebene umfassen die spezifischen Kontrollaktivitäten zur Sicherstellung der Ordnungsmäßigkeit und Verlässlichkeit der Konzernrechnungslegung die Analyse und ggf. Korrektur der durch die Konzerngesellschaften vorgelegten Einzelabschlüsse. Klare Abgrenzungen von Verantwortlichkeiten sowie prozessintegrierte Kontrollen, wie die Anwendung des

„Vier-Augen-Prinzips“ stellen weitere Kontrollmaßnahmen dar. Die Ordnungsmäßigkeit und Wirksamkeit des internen Überwachungssystems wird jährlich durch prozessunabhängige Prüfungstätigkeiten der Konzernrevision sichergestellt und regelmäßig an den Vorstand sowie den Aufsichtsrat berichtet.

Durch einen Auswahlprozess werden diejenigen Gesellschaften und Prozesse ausgewählt, die einen wesentlichen Einfluss auf einzelne Abschlussposten haben. Für diese werden wesentliche Kontrollziele identifiziert und Schlüsselkontrollen definiert, die zum besseren Verständnis verbal beschrieben und grafisch in die Prozesskette eingefügt und somit dokumentiert werden. Die Beschreibung der Kontrollen umfasst den Kontrolltyp (automatisch oder manuell), die Kontrollkraft (Schlüsselkontrolle, kompensierende Kontrolle, Kontrollaktivität), die Wirkung der Kontrolle (verhindernd, aufdeckend, überwachend) sowie deren Ausführungsfrequenz. Bei der Auswahl der Schlüsselkontrollen werden automatische Kontrollen mit einer präventiven Wirkung bevorzugt.

Die Effektivität und Effizienz dieser Kontrollen gehen in den risikoorientierten Prüfungsansatz der Internen Revision ein und werden periodisch von ihr geprüft. Die für die Geschäftsbereiche verantwortlichen Stellen sind angehalten, die Einhaltung dieser Kontrollen zu überwachen.

In einem Accounting Manual sind die wesentlichen Vorgaben zur Buchführung, zur Rechnungslegung und zum Reporting festgehalten. Es gilt für alle vollkonsolidierten Gruppengesellschaften verbindlich. Abweichungen von dieser Richtlinie sind nur mit der Zustimmung des Konzernrechnungswesens zulässig. Die wesentlichen Bilanzierungs- und Rechnungslegungsprozesse werden auf EDV-Systemen abgebildet und unterstützt. Ein wesentliches Kontrollinstrument ist hierbei die Funktionstrennung, die nicht nur organisatorisch sondern auch durch entsprechende Zugriffsrechte auf die betroffenen EDV-Systeme sichergestellt wird. Dabei wird nach dem Prinzip der „minimal notwendigen Rechte“ verfahren. Das bedeutet, dass einem Benutzerkonto nur die Zugriffsrechte eingeräumt werden, die für die Ausführung der entsprechenden Tätigkeiten minimal notwendig sind. Ein Großteil der operativen Prozesse wird ebenfalls durch EDV-Systeme unterstützt, die über automatische Kontrollmechanismen verfügen. Neben der Funktionstrennung spielen die Definition von Pflichtfeldern, Eingabekontrollen, automatische Kontenfindungen und elektronische Freigabeverfahren eine wesentliche Rolle. Auf Konzernebene umfassen die

spezifischen Kontrollaktivitäten zur Sicherstellung der Ordnungsmäßigkeit und Verlässlichkeit der Konzernrechnungslegung die Analyse und ggf. Korrektur der durch die Konzerngesellschaften vorgelegten Einzelabschlüsse. Daneben unterstützen Vorstandssitzungen, Abteilungsleiter-Meetings, Jahres- und Investitionsplanungen, Monats- und Quartalsberichterstattungen sowie die Einbindung der Rechtsabteilung das Überwachungs- und Steuerungssystem der Constantin Medien-Gruppe. Für wesentliche Aufgabenbereiche werden Richtlinien, Geschäftsordnungen sowie Arbeitsanweisungen erlassen und kommuniziert.

## 10. Prognosebericht

### 10.1 Konjunkturelles Umfeld

Die Aussichten für die Entwicklung der weltweiten Wirtschaft im Jahr 2015 sind verhalten. Der Internationale Währungsfonds (IWF) rechnet zwar mit einem globalen Wachstum von 3,5 Prozent und damit mit einem leicht höheren Wert als für 2014. Jedoch haben der Organisation zufolge die negativen Einflussfaktoren deutlich zugenommen. Zu nennen sind insbesondere geopolitische Krisen wie der weiterhin ungelöste Ukraine/Russland-Konflikt, Befürchtungen, dass die wirtschaftliche Erholung in der Euro-Zone stagniere oder dass die sehr niedrige Inflation in Europa in eine Deflation umschlage. Darüber hinaus sei eine Überhitzung der Finanzmärkte möglich: Die in den vergangenen Jahren stark gestiegenen Börsenkurse spiegeln demnach die wachsenden gesamtwirtschaftlichen Risikofaktoren nicht angemessen wider.

Für die USA wird ein Anstieg der Wirtschaftsleistung von 3,6 Prozent und damit die Fortsetzung der insgesamt guten Konjunktur prognostiziert. Für die Euro-Zone rechnet der IWF mit einem Wirtschaftswachstum von 1,2 Prozent. Positive Einflussfaktoren seien der gesunkene Ölpreis oder die Abwertung des Euro im Vergleich zum US-Dollar, womit sich die Wettbewerbsfähigkeit der Produkte aus dem europäischen Währungsraum verbessere. Negativ werde sich dagegen die geringe Investitionstätigkeit der Wirtschaft auswirken.

Die deutsche Wirtschaft wird im Jahr 2015 moderat wachsen. Der IWF geht von einer Zunahme der Wirtschaftsleistung um 1,3 Prozent aus. Das ifo Institut ist etwas optimistischer und erwartet ein Plus von 1,5 Prozent. Motor dieser Entwicklung werde vor allem die Binnenwirtschaft sein, die vom Rückgang

der Rohölpreise profitiere. Zugleich rechnet das ifo Institut mit einem gegenüber den Vorjahren stärkeren Zuwachs der Exporte aufgrund der Abwertung des Euro.

Quellen: Internationaler Währungsfonds (IWF): World Economic Outlook, Update Oktober 2014 und Januar 2015; ifo Institut, München: ifo Konjunkturprognose 2014/2015, 11. Dezember 2014

### **Marktumfeld Medien und Unterhaltung in Deutschland**

PricewaterhouseCoopers (PwC) geht davon aus, dass sich die Medien- und Unterhaltungsbranche in Deutschland in den kommenden Jahren aufgrund der bereits erreichten hohen Marktsättigung unter dem westeuropäischen Durchschnitt entwickeln werde. Nach wie vor sehen die Experten die Digitalisierung als zentralen Entwicklungstreiber der Branche. Von besonderer Bedeutung sei dabei die rasante Verbreitung von Smartphones, Tablets, Smart-TVs und anderen Unterhaltungsgeräten mit Internet-Anbindung. So rechnet PwC damit, dass im Jahr 2018 bereits rund 57 Prozent der Bevölkerung in Deutschland mit einem Tablet ausgestattet sein werde.

Die Konvergenz der Medienformen, Veränderungen in der Nutzung von Endgeräten und die permanente Anbindung der Nutzer an das Internet hätten einen starken Einfluss auf die künftigen Geschäftsmodelle der Branche. Die Personalisierung des Medienangebots, also die Anpassung der Inhalte an die individuellen Bedürfnisse der Nutzer, sowie die Nutzung mehrerer Endgeräte zur gleichen Zeit seien dabei Megatrends, die an die werbetreibende Wirtschaft hohe Anforderungen mit Blick auf eine effiziente Planung ihrer Mediabudgets stellten.

Insgesamt wird für die Branche in Deutschland für den Zeitraum 2014 bis 2018 ein robustes Umsatzwachstum von im Schnitt 1,8 Prozent im Jahr vorausgesagt. Auf Basis einer positiven Entwicklung sowohl des Werbevolumens als auch der Konsumentenausgaben würde die Branche am Ende dieses Prognosezeitraums gut 71 Mrd. Euro umsetzen.

Quelle: PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, „German Entertainment and Media Outlook: 2014 – 2018“, Dezember 2014

## **10.2 Schwerpunkte im Geschäftsjahr 2015**

### **10.2.1 Segment Sport**

#### **Branchenspezifische Rahmenbedingungen**

Einen der wichtigsten Wachstumstreiber für den weltweiten Werbemarkt in den nächsten drei Jahren sieht die Mediaagenturgruppe ZenithOptimedia laut ihres aktuellen vierteljähr-

lichen Advertising Expenditure Forecast weiterhin in der Werbung auf mobilen Endgeräten und in Sozialen Medien. Nach einem Wachstum um 5,1 Prozent in 2014 werden sich die Ausgaben in 2015 um 4,9 Prozent und in 2016 um 5,6 Prozent steigern. In 2017 werde sich das Wachstum leicht auf 5,2 Prozent abschwächen. Maßgeblich für das Wachstum 2016 seien die drei zyklischen Großereignisse, die den Werbemarkt besonders beflügeln: UEFA Euro 2016, die Olympischen Spiele und die Präsidentschaftswahlen in den USA.

Mobile werde laut ZenithOptimedia zwischen 2014 und 2017 über die Hälfte der zusätzlichen Werbespendings auf sich vereinen, wobei die Investitionen in die mobile Werbung im selben Zeitraum im Schnitt jährlich um 38 Prozent anstiegen. Gründe hierfür seien die weiterhin zunehmende Verbreitung mobiler Endgeräte, Verbesserungen der Werbeformen und -vielfalt sowie technische Innovationen bei der Aussteuerung von geräteübergreifenden Kampagnen. Die Sozialen Medien werden dabei die Entwicklung der mobilen Display-Werbung begünstigen. Mobile Werbung in Deutschland findet hauptsächlich auf Facebook statt. Nationale Anbieter sollten ebenfalls Mobile-First-Strategien entwickeln, um an den Werbe-Budgets teilzuhaben. Aufgrund der fortschreitenden Automatisierung der Werbebuchungen über sogenannte Programmatic-Buying-Plattformen steigere die traditionelle Display-Werbung im Jahr 2014 weltweit ihr Wachstum mit 26 Prozent – so stark wie seit 2007 nicht mehr.

In Europa werde die Entwicklung von der Krise im Osten und der Erholung im Süden beeinflusst. Zwischen 2007 und 2013 hat die südliche Euro-Zone rund 15 Prozent ihrer Werbeeinnahmen verloren. In 2014 habe sich die Lage erholt und in den kommenden Jahren werde diese Region mit 5,4 Prozent über dem Durchschnitt in der Euro-Zone wachsen, der bei 2,0 Prozent liegt.

Quelle: ZenithOptimedia, Pressemitteilung, 8. Dezember 2014 zur Studie „Advertising Expenditure Forecast“

Für den Deutschen Werbemarkt prognostiziert die Hamburger Agentur JOM Jäschke Operational Media für das Jahr 2015 ein Wachstum der Netto-Werbeausgaben um ca. 1,2 Prozent und damit leicht unter dem Niveau des vergangenen Jahres (Plus ca. 1,5 Prozent). Das Wachstum werde dabei insbesondere durch Werbung bei Online-Videos auf Kanälen wie YouTube oder in Mediatheken beflügelt. JOM geht hier für das Jahr 2015 wie auch schon für das Jahr 2014 von einer Verdopplung

der Werbeausgaben aus, die damit dann auf deutlich über 200 Mio. Euro anstiegen. Auch Mobile werde der Agentur zu Folge weiter wachsen und aller Voraussicht nach erstmals die 200 Millionen-Euro-Grenze überschreiten.

Weniger zuversichtlich äußert sich JOM zur Entwicklung der klassischen Medien. Hier werden weiter leicht sinkende Werbe-spendings, in erster Linie im Print-Bereich (Tageszeitungen, Zeitschriften und Werbesendungen) erwartet. Nach wie vor bleibe TV das stärkste Werbemedium in Deutschland, da es seine Stellung 2015 auf hohem Niveau stabil halten könne.

Die Hamburger Agentur prognostiziert für das Jahr 2015 auch einen Anstieg der Investitionen in den Bereichen Content-Marketing und Social-Media, der bei etwa 20 Prozent liegen werde. Maßgeblich hierfür sei, dass Markenkommunikation und der Dialog mit dem Verbraucher im digitalen Zeitalter verstärkt über eigene Plattformen und hochwertige relevante Inhalte erfolgen würden. Daher erfolge eine verstärkte Verlagerung der Investitionen in Social-Media und Content-Marketing. Eine realistische Abbildung des Werbemarktes sei daher in der heutigen Zeit ohne die Bewertung dieser Geschäftsfelder kaum mehr möglich.

Quelle: JOM Jäschke Operational Media, Pressemitteilung „Deutscher Werbemarkt 2015: Online-Videos- und Mobile-Marketing sorgen für Wachstum.“, 7. Januar 2015

In seinem „German Entertainment and Media Outlook: 2014 – 2018“ erwartet PwC für den deutschen TV-Werbemarkt Nettoeinnahmen in Höhe von etwa 4,2 Mrd. Euro. Für den Zeitraum 2014 bis 2018 geht das Unternehmen von einem durchschnittlichen jährlichen Netto-Wachstum von 1,8 Prozent aus, welches im Jahr 2018 dann fast 4,5 Mrd. Euro erreicht. Für den Bereich Hörfunk prognostiziert PwC für das Jahr 2014 Nettowerbeerlöse von knapp 770 Mio. Euro. Bis zum Jahr 2018 wird ein Wachstum der Nettowerbeerlöse pro Jahr um durchschnittlich 2,5 Prozent auf dann knapp 850 Mio. Euro prognostiziert. PwC sieht in dieser Gattung Online-Radio als relevanten Treiber, der im Jahr 2014 seine Nutzerschaft um 2 Mio. auf 29 Mio. erhöhen konnte.

Im Bereich Pay-TV geht PwC davon aus, dass in Deutschland der Anteil der Abonnenten-Haushalte gemessen an der Gesamtzahl der Fernsehhaushalte leicht steigen wird: von 52,6 Prozent im Jahr 2012 auf 54,8 Prozent im Jahr 2018. Diese positive Tendenz sei insbesondere auf die zunehmende Nach-

frage nach IPTV- und Pay-TV-Inhalten zurückzuführen. Darüber hinaus sind auch die Nutzer kostenpflichtiger HD-Sender via Satellit und die Abonnenten von 3D-Programm in den Abonnentenzahlen enthalten. Die in Deutschland erwirtschafteten Erlöse aus Abonnement-Angeboten werden laut der PwC-Prognose bis 2018 um durchschnittlich 4,2 Prozent pro Jahr auf knapp unter 4,9 Mrd. Euro steigen.

Quelle: PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, „German Entertainment and Media Outlook: 2014 – 2018“, Dezember 2014

Die fortschreitende Digitalisierung des Medien- und Unterhaltungsmarktes wird auch für den Produktionssektor weiterhin wichtiger Wachstumsmotor bleiben. Das damit einhergehende veränderte Nutzungsverhalten führt zu einer stetig steigenden Anzahl von digitalen und mobilen Plattformen. Produktionsdienstleister werden zunehmend gefordert, kosteneffiziente Services und Lösungen am Markt zu offerieren, die ein Distributions-Management von Content über alle digitalen Plattformen hinweg ermöglichen. Diese Anforderungen lassen sich immer weniger mit herkömmlichen Produktionstechnologien realisieren. In Zukunft werden zur Umsetzung innovative Infrastruktur-Technologien zum Einsatz kommen müssen. Um als Produktionsdienstleister vor diesem Hintergrund wettbewerbsfähig bleiben zu können, müssen klassische Übertragungsverfahren vor allem durch Netzwerk- und IP-basierte Lösungen ersetzt werden.

Der Produktionssektor wird auch weiterhin von der nach wie vor starken Nachfrage nach Programmangeboten in High Definition und der im Zuge der Digitalisierung weiterhin steigenden Anzahl von Kanälen profitieren. Laut des „German Entertainment and Media Outlook: 2014 – 2018“ werden mittlerweile 119 Programme in Deutschland in HD-Qualität ausgestrahlt. Ultra-HD soll voraussichtlich 2016 auf den Markt kommen.

Darüber hinaus nutzen Unternehmen für ihre Markenkommunikation zunehmend Bewegtbild in Form von „Branded Content“ oder „Branded Entertainment“. Damit werden Marken zunehmend zu Content-Anbietern, was auch mit einer steigenden Nachfrage nach entsprechenden Produktionslösungen einhergehen wird.

Quellen: Medien Bulletin, 6/2014, „Neue Infrastruktur für die TV-Zukunft“, PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, „German Entertainment and Media Outlook: 2014 – 2018“, Dezember 2014

### Schwerpunkte im Geschäftsjahr 2015

Im Geschäftsjahr 2015 liegt der Fokus bei SPORT1 weiterhin auf der konsequenten multimedialen Content-Nutzung und -Verbreitung. Neben der Auswertung etablierter Programmsäulen wie der Fußball-Bundesliga und 2. Bundesliga, Handball und Basketball, bildet die plattformübergreifende Inszenierung von neuen Top-Rechten wie unter anderem den European Games in Baku, im Motorsport, dem ADAC GT Masters und insbesondere des neu akquirierten Premiumrechts, der UEFA Europa League einen Schwerpunkt. Vor dem Hintergrund der nach wie vor weiter zunehmenden digitalen und plattformübergreifenden Nutzung von Medienangeboten wird die Sport1 GmbH auch im Geschäftsjahr 2015 die digitale Diversifizierung der Marke SPORT1 weiter vorantreiben und gleichzeitig neue Vermarktungsumfelder schaffen. Im Rahmen des 2014 gestarteten Relaunch der SPORT1.de und der SPORT1-Applikationen wurden unter anderem die gesamte technische Infrastruktur neu aufgesetzt und auch die auf eine konvergente Mediennutzung hin ausgerichteten Benutzeroberflächen implementiert. Damit wurde die Basis geschaffen, um im laufenden Geschäftsjahr im Zusammenhang mit der rasant zunehmenden Verbreitung von Smartphones und Tablets neue mobile Angebote zu entwickeln, die Social-Media-Aktivitäten weiter zu intensivieren und insbesondere den Video-Bereich über eigene Apps, eigene Video-Brand-Channels bzw. zusätzliche Sub-Markenwelten auszubauen.

Im Geschäftsjahr 2015 liegen die Schwerpunkte der PLAZA-MEDIA weiterhin auf der Sicherung und dem Ausbau der bestehenden Kundenbeziehungen im In- und Ausland. Ziel ist es darüber hinaus, bestehende Geschäftsmodelle weiterzuentwickeln und neue Geschäftsfelder zu erschließen. Hierbei bilden die Kompetenzen und Ressourcen der PLAZAMEDIA bei der Entwicklung und Implementierung von Softwarelösungen zur produktionstechnischen Steuerung von Medien- und Distributionsplattformen die Basis. Zur Intensivierung der Vertriebsaktivitäten wurde im Dezember 2014 der neue Geschäftsbereich Sales & Marketing eingeführt. Ein weiterer Fokus liegt 2015 darauf, das anerkannte Know-how der Produktionsgruppe auf gänzlich neue Kundengruppen transferieren zu können. Daher hat PLAZAMEDIA ebenfalls im Dezember 2014 den neuen Geschäftsbereich Content & Creations installiert und damit sein Leistungsportfolio um die Kreation und Produktion von Corporate Media und Branded Entertainment Content erweitert.

### 10.2.2 Segment Film

#### Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Der Bundesrat tritt der Entscheidung, den DFFF im Bundeshaushalt für das Jahr 2015 auf 50 Mio. Euro zu kürzen, entgegen und fordert eine Aufstockung für das Haushaltsjahr 2016 auf mindesten 60 Mio. Euro. Der Bundesrat erklärt darüber hinaus, dass er von der Absicherung des DFFF über 2017 hinaus grundsätzlich ausgeht.

Quelle: Pressemitteilung Produzentenallianz, 19. Dezember 2014

Eine gesicherte Fortführung des DFFF über 2017 hinaus leistet einen wichtigen Beitrag zur Finanzierung geplanter Filme, der Produktionsunternehmen wie die Constantin Film-Gruppe zu einem kreativen und ambitionierten Produktionsgeschäft in Deutschland anregen wird. Eine potenzielle Aufstockung für das Haushaltsjahr 2016 gibt darüber hinaus wichtige Impulse für eine nachhaltige Wachstumsperspektive der gesamten Branche.

Der Kinomarkt in Deutschland könnte sich im Jahr 2015 im Hinblick auf zahlreiche Blockbuster wie „Star Wars: Das Erwachen der Macht“, dem neuen James Bond-Abenteuer „Spectre“, „Fack Ju Göthe 2“, „Die Tribute von Panem – Mockingjay, Teil 2“, „Alles steht Kopf“, „Minions“, „Fast and Furious 7“, „The Avengers - Age of Ultron“, „Ted 2“, „Jurassic World“, „Der Nanny“, „Kingsman: The Secret Service“, „Fifty Shades of Grey“, „Traumfrauen“, „Kung Fu Panda 3“ sowie „Die Peanuts – Der Film“ extrem vielversprechend entwickeln. Attraktive Filme, gute Stories und bekannte Hauptdarsteller werden auch in Zukunft die Hauptgründe für einen Kinobesuch sein. Der Kinobesuch wird zum Event und löst eine höhere Zahlungsbereitschaft aus. Daher geht PwC von einem leichten Wachstum der Umsätze aus Kinokartenverkäufen aus, die vor allem aus höheren Ticketpreisen resultieren.

Quelle: PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, „German Entertainment and Media Outlook: 2014 – 2018“, Dezember 2014

Auf dem deutschen Home-Entertainment-Markt werden die digitalen Auswertungsformen (Electronic-Sell-Through, Video-on-Demand und Pay-per-View) weiterhin an Bedeutung gewinnen. So rechnet beispielsweise die Constantin Film AG damit, dass Video-on-Demand in den nächsten Jahren einen Marktanteil bei der Home-Entertainment-Nutzung im mittleren zweistelligen Prozentbereich erreichen wird.

Die meisten Sender verfügen über ausreichend Programmvermögen, sodass die Verhandlungen über den Verkauf von Lizenzprodukten/Library-Titeln, insbesondere bei Titeln, die älter als 10 bis 15 Jahre sind, immer schwerer werden. Darüber hinaus sind die Lizenzpreise in den letzten Jahren, sowohl bei den öffentlich-rechtlichen als auch bei den privaten TV-Sendern, stark gesunken. Der zum Teil noch geringe Bedarf der neuen Nischensender und die gestiegene Bedeutung von Abo- und Streaming-Modellen kann – bei gleichzeitig niedrigen Lizenzpreisen – diese Entwicklung noch nicht auffangen.

Im Bereich TV-Auftragsproduktion spielen Video-on-Demand-Angebote heute eine immer größere Rolle. So prognostiziert eine Studie von PwC für die hiesigen Online-Anbieter einen Umsatz von über 500 Mio. Euro im Jahr 2017. Darauf müssen sich der Markt und insbesondere die Produzenten einstellen. Neben den traditionellen Free-TV-Sendern gewinnen für die Produzenten zunehmend Pay-TV, Spartensender und IP-basierte Auswertungsplattformen als potenzielle Auftraggeber an Bedeutung. Fans von Filmen und anspruchsvollen Serien wenden sich stärker dem Bezahlfernsehen zu. Auch Internet-Plattformen werden als mögliche Konkurrenz für das kommerzielle Fernsehen und damit als eventueller neuer Partner genau zu beobachten sein. Allerdings müssen Plattformen wie Netflix zuerst eine entsprechend große Anzahl an Abonnenten rekrutieren, um in Deutschland selbst als Auftraggeber für TV-Produktionen zu fungieren.

Aus dieser Marktentwicklung lässt sich jedoch auch in der nahen Zukunft nicht auf negative Auswirkungen auf die klassischen Fernsehsender schließen. Eine Studie des VPRT prognostiziert eine positive Entwicklung der Einnahmen aus der TV-Werbung bis zum Jahr 2019, sodass ein drastischer Einbruch der Werbeeinnahmen und eine damit verbundene erhebliche Kürzung der Produktionsbudgets analog zur Finanzkrise des Jahres 2009 derzeit nicht erwartet werden. Die TV-Sender können insbesondere von einem älter werdenden Publikum profitieren, das das traditionelle TV ausgiebig nutzt, während sich die jüngeren Zuschauer nur langsam davon abwenden.

Quelle: VPRT-Publikation: Umsätze der audiovisuellen Medien in Deutschland, 21. Oktober 2014

### Schwerpunkte im Geschäftsjahr 2015

Im Geschäftsfeld Kinoproduktion/Rechteerwerb konzentriert sich die Constantin Film AG weiterhin auf die kontinuierliche Optimierung der anhaltend hohen Qualität ihrer nationalen und

internationalen Eigenproduktionen. Ziel ist es, vor allem Titel zu produzieren, die emotional stark auf die Bedürfnisse des Publikums ausgerichtet sind, idealerweise auf bekannten Marken basieren und/oder Event-Charakter haben. Doch auch Produktionen mit kleineren Budgets und demzufolge auch einem überschaubaren Besucherrisiko sind interessant, wenn sie konzeptionell überzeugend sind. Jedes Projekt muss sich dabei an hohen kreativen und wirtschaftlichen Maßstäben messen lassen.

Da Qualität vor Quantität geht, kann die Produktionsstaffel der Constantin Film-Gruppe in Zukunft tendenziell weniger Einzeltitel aufweisen. Nach wie vor bleibt der Fokus darauf ausgerichtet, ein Portfolio von Marken zu kreieren, die – nach dem Vorbild der „Resident Evil“-Reihe – auf allen relevanten Kinomärkten weltweit erfolgreich ausgewertet werden können. Zu diesem Zweck hat sich die Constantin Film-Gruppe in letzter Zeit die Verfilmungsrechte für eine Vielzahl von attraktiven Stoffen gesichert.

Es gilt, mehr originäre Ideen und eigenständige Marken für zukünftige Film- und Serienproduktionen zu entwickeln. Insgesamt muss das Kreativitätslevel des Konzerns weiter gesteigert werden.

Für das Jahr 2015 sind nach der aktuellen Planung 13 vielversprechende Filmprojekte in der Pipeline. Einige der geplanten Kinoproduktionen sind englischsprachige Titel, die auf den internationalen Markt zugeschnitten sind. Dazu zählen im Jahr 2015 insbesondere „Resident Evil 6“, „The Secret“, „The Fantastic Four“ und „Polar“.

Bereits im Dezember 2014 haben die Dreharbeiten zu „Fack Ju Göhte 2“ begonnen und im ersten Quartal 2015 beginnen die Dreharbeiten zu der Rat Pack-Produktion „Die Lochis – Bruder von Luder“. Darüber hinaus sind „Schweinskopf al Dente“, „Fünf Freunde 5“ und „Timm Thaler“ für 2015 geplant. Und zudem ist bei der Olga Film GmbH das Projekt „Flaschentreffen“ (aka „Klassefesten“) in Vorbereitung.

Auch im laufenden Jahr wird der grundlegende Baustein die Akquisition und Entwicklung von erfolgversprechenden Literaturvorlagen und originären Eigenstoffen sein.

Im Kinoverleih setzt die Constantin Film AG auch weiterhin auf die bewährte Strategie, ihre nationalen und internationalen Eigen- und Koproduktionen in Kombination mit wenigen hoch-



wertigen Fremdtiteln zu kombinieren und sie mit einer adäquaten Presse- und Marketingstrategie zu strategisch günstigen Zeitpunkten ins Kino zu bringen. Vor dem Hintergrund, dass vor allem die amerikanischen Studios bei den Starts ihrer großen Event-Filme mit sehr hohem Marketing-Einsatz um die Aufmerksamkeit des Publikums werben, wird die Constantin Film-Gruppe weiterhin genauestens analysieren, wann und wie sie ihre Filme im deutschen Kinomarkt positioniert.

In der Kinostaffel 2015 sind nach derzeitigem Stand insgesamt 13 Neustarts vorgesehen. Sie beinhaltet bis auf zwei Titel ausschließlich Eigen- und Koproduktionen. Dazu zählen die nationalen Eigen- und Koproduktionen „Frau Müller muss weg“, „Fünf Freunde 4“, „Mara und der Feuerbringer“, „Ostwind 2“, „Abschussfahrt“, „Fack Ju Göhte 2“, „Er ist wieder da“ und „Flaschentreffen“. Darüber hinaus sind die beiden Lizenztitel „Afrika – Das magische Königsreich“ und „Light Between the Oceans“ sowie die internationale Koproduktion „The Fantastic Four“ geplant.

Der Bereich Home Entertainment wird den sehr guten Marktanteil des Jahres 2014, der im Wesentlichen aus der außerordentlich guten Performance von „Fack Ju Göhte“ resultierte, im laufenden Geschäftsjahr nicht halten können. Im Jahr 2015 wird er insbesondere von den Neuveröffentlichungen der Kinoerfolge „Männerhort“ und „Step Up: All In“ profitieren. Weitere signifikante Umsatzerlöse werden von der Koproduktion „The Fantastic Four“ sowie von den Jugendfilmen „Fünf Freunde 4“ und „Ostwind 2“ erwartet.

Im Bereich Lizenzhandel/TV-Auswertung wird die Free-TV-Auswertung zu Beginn des Jahres 2015 im Wesentlichen von den Umsätzen der Filme „Das Hochzeitsvideo“, „LOL“ und „Freelancers“ geprägt werden. In der Pay-TV-Auswertung werden unter anderem „Da geht noch was“, „Fack Ju Göhte“ und „Pompeii“ Umsatzerlöse in diesem Bereich erwirtschaften.

Im Geschäftsfeld TV-Auftragsproduktion arbeiten die Tochterfirmen der Constantin Film AG kontinuierlich an der Entwicklung innovativer TV-Formate und dem Ausbau ihrer Kontakte zu den großen TV-Sendern. Vor allem kreative Neuentwicklungen sind gefragt. So werden konsequent erzählte TV-Serien entwickelt, sowohl für nationale als auch für internationale Formate. Bestehende Marken (z.B. „Chroniken der Unterwelt“ aka „Shadowhunters“) sollen bereits im nächsten Jahr im TV-Bereich etabliert werden.

Für das laufende Jahr erwartet die Constantin Film AG eine weitere Verbesserung der Auftragslage in diesem Geschäftsfeld, die auch durch die zunehmend aggressive Einkaufspolitik der großen Online-Portale positiv beeinflusst werden könnte.

Zahlreiche Produktionen für 2015 sind bereits beauftragt oder in Entwicklung. Die Moovie GmbH plant die TV-Filme „Ein verhängnisvolles Angebot“ (ZDF), „Die Schweigeminute“ (ZDF), „Club der singenden Metzger“ (SWR), „Die Hebamme 2“ (SAT.1) und „Die Familie“ (ZDF). Die Constantin Television GmbH plant „Branka Maric“ als Reihe für die Degeto und „Kombi“ als Fernsehfilm. Die Olga Film GmbH plant, neben zwei weiteren Folgen von „Kommissarin Lucas“ (ZDF), die beiden TV-Filme „Prenzlberg“ (ZDF) und „Hodscha und die Piepenkötter“ (WDR) zu realisieren. Die Rat Pack Filmproduktion GmbH wird „Old Shatterhand“ (aka „Winnetou“) als Dreiteiler für RTL produzieren.

Insgesamt wird in diesem Bereich eine ähnlich gute Performance wie im Jahr 2014 erwartet.

Mit ihren TV-Auftragsproduktionen sowie der TV-Auswertung ihrer Kinoproduktionen wird die Constantin Film-Gruppe auch im laufenden Jahr wieder erfolgreiche Einschaltquoten erzielen, die im zweistelligen Prozentbereich liegen werden.

### **10.2.3 Segment Sport- und Event-Marketing Branchenspezifische Rahmenbedingungen**

Für das Jahr 2015 erwartet das Beratungsunternehmen für Sponsoringmessung IEG einen erneuten Anstieg der weltweiten Sponsoring-Ausgaben um 4,1 Prozent (2014: 4,1 Prozent) auf 57,5 Mrd. US-Dollar. Den größten prozentualen Zuwachs sieht IEG mit 5,2 Prozent (Vorjahr: 5,6 Prozent) einmal mehr in der Region Asien/Pazifik, während Europa mit einer Wachstumsrate von 3,3 Prozent weiterhin am unteren Ende der Erwartungen rangiert. Im Vergleich zur Vorjahresprognose von 2,1 Prozent bedeutet das dennoch eine deutliche Verbesserung. Für den weltweit größten Sponsoring-Markt Nordamerika prognostiziert IEG einen Anstieg um 4,0 Prozent (Vorjahr: 4,2 Prozent) auf 21,4 Mrd. US-Dollar, während das Wachstum im mittel- und südamerikanischen Raum sogar 4,8 Prozent (Vorjahr: 5,0 Prozent) betragen soll.

Quelle: IEG, Sponsorship Forecast 2015, 6. Januar 2015

### Schwerpunkte im Geschäftsjahr 2015

Der primäre Schwerpunkt der TEAM-Gruppe liegt im laufenden Geschäftsjahr weiterhin auf der bestmöglichen Vermarktung der verbliebenen TV- und Sponsorenrechte für die UEFA Champions League und die UEFA Europa League (jeweils für den Spielzyklus 2015/16 bis 2017/18). Dabei wird eine möglichst frühzeitige Realisierung der mit der UEFA vereinbarten Leistungsziele angestrebt, um eine automatische Vertragsverlängerung für den Spielzyklus 2018/19 bis 2020/21 zu erreichen. Im Anschluss daran wird der Fokus von TEAM auf die Vorbereitungen für diesen neuen Vermarktungszyklus ausgerichtet sein.

#### 10.2.4 Segment Übrige Geschäftsaktivitäten Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Laut einer Studie, die das auf Spiele spezialisierte Marktforschungsunternehmen Newzoo in Zusammenarbeit mit der Mobile-Games-Vermarktungsplattform AppLift erstellte, soll der Markt für Mobile Games auch zukünftig weiterhin kräftig wachsen. Ausgehend von einem erwarteten weltweiten Umsatzvolumen von 21,7 Mrd. US-Dollar im Jahr 2014 prognostiziert die Studie einen Anstieg dieses Wertes auf 35,4 Mrd. US-Dollar im Jahr 2017. Dies würde einem Zuwachs um insgesamt 63,1 Prozent entsprechen. Als Motor dieses Wachstums nennt Newzoo den Tablet-Games-Markt, der sich in diesem Zeitraum von 6,5 Mrd. US-Dollar auf 12,8 Mrd. US-Dollar nahezu verdoppeln soll.

Quelle: Newzoo- und AppLift-Studie „Global Mobile Games Landscape Reloaded“, 23. Juli 2014

### Schwerpunkte im Geschäftsjahr 2015

Im Event- und Entertainment-Geschäft werden die Aktivitäten der Highlight Event AG insbesondere auf die Wiener Philharmoniker ausgerichtet sein, da bei diesem Projekt teilweise auch die Erneuerung von TV- und Sponsorenverträgen für den Zeitraum 2018 bis 2022 ansteht. Im Rahmen dessen wird auch eine sehr große Anzahl an Vereinbarungen neu verhandelt werden. Aus operativer Sicht liegt der Schwerpunkt auf der erfolgreichen Umsetzung der Veranstaltungen in Wien (Eurovision Song Contest und Sommernachtskonzert) sowie der Special Events des Orchesters in Helsinki, Seoul und Singapur.

Online-Gaming bietet – insbesondere im weltweit schnell wachsenden Bereich der Mobile Games – die große Chance, mit den Benutzern in Interaktion zu treten. Dementsprechend werden die bereits umgesetzten Aktivitäten verstärkt weiter ausgebaut.

### 10.3 Finanzielle Ziele des Konzerns

Es wird darauf hingewiesen, dass die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den Erwartungen über voraussichtliche Entwicklungen abweichen können, wenn sich die den zukunftsbezogenen Aussagen zugrundeliegenden Annahmen als unzutreffend erweisen sollten.

#### Segment Sport

Auf Basis des qualitativ hochwertigen Programmportfolios von SPORT1 und vor dem Hintergrund, dass 2015 ein Sportjahr ohne internationale Großereignisse ist, die medial bei den öffentlich-rechtlichen Sendern verwertet werden, ist im Free-TV von einer spürbaren Steigerung der Marktanteile im Vergleich zu 2014 auszugehen. Im Online-Bereich wird 2015 mit einem leichten Rückgang der Reichweiten (Page Impressions und Visits) gerechnet, während bei der Mobile-Nutzung und auch im Bereich Soziale Netzwerke von einem weiterhin starken Reichweiten-Zuwachs auszugehen ist. Das stärkste Wachstum im digitalen Bereich wird bei den Video-Abfragen erwartet. Auf Basis der Entwicklung der einzelnen SPORT1-Angebote ist für das Geschäftsjahr 2015 insgesamt von einer deutlichen Steigerung der Umsatzerlöse, insbesondere in den Bereichen Free-TV, Online, Mobile und Video, und unter Berücksichtigung einer Optimierung der Kostenstrukturen von einer deutlichen Ergebnisverbesserung auszugehen.

Im Produktionsbereich ist bei den großen Bestandskunden der PLAZAMEDIA von einem Produktionsvolumen auszugehen, das in etwa auf Vorjahresniveau liegen wird. Durch die Aktivitäten der beiden neuen Geschäftsbereiche „Sales & Marketing“ sowie „Content & Creations“ wird ein Ausbau des Neukundengeschäfts erwartet. In Summe ist von einer moderaten Umsatzsteigerung auszugehen. Durch höhere Kosten vor allem für den Aufbau des Neukundengeschäfts sowie neue Produktionstechnologien ist ein Rückgang des EBIT zu erwarten.

Im Segment Sport geht der Vorstand für das Geschäftsjahr 2015 im Vergleich zum Vorjahr insgesamt von einer deutlichen Umsatz- und Ergebnissteigerung aus.

#### Segment Film

Im Segment Film ist davon auszugehen, dass auch im Geschäftsjahr 2015 mindestens zwei Filme der Constantin Film-Gruppe unter den Besuchermillionären vertreten sein werden. Allerdings bestehen vor allem im Hinblick auf die Performance der Kinostarts 2015 noch Unsicherheiten. Da im Jahr 2015

keine internationale Eigenproduktion in den Kinos gestartet wird, werden die Erlöse aus dem Weltvertrieb, die auf die Kinoauswertung allokiert werden, ausbleiben. Auch die Erlöse aus der deutschen Kinoauswertung werden aufgrund einer geringen Anzahl an Starts im Jahr 2015 leicht sinken. Insgesamt werden deshalb die Kinoumsätze deutlich unter denen des Jahres 2014 liegen. Im Bereich Home Entertainment wird das Fehlen der überproportional guten Performance von „Fack Ju Göhte“ im Jahr 2014 zu einem deutlichen Rückgang der Umsätze im Jahr 2015 führen. Auch werden die auf den Home-Entertainment-Bereich allokierten Weltvertriebs Erlöse sinken, da 2015 keine Home-Entertainment-Starts von internationalen Eigenproduktionen geplant sind. Auch im Bereich Lizenzhandel/TV-Auswertung wird der Umsatz insgesamt deutlich unter den Vorjahreswerten liegen. Dies ist auf den Beginn der Lizenzzeiten sowie die Vertragsvolumina der Kinostaffeln der Vergangenheit zurückzuführen. Da auch in diesem Bereich die Erlöse aus dem Weltvertrieb von internationalen Eigenproduktionen fehlen werden, werden die Umsätze deutlich unter dem Vorjahresniveau bleiben. Im Bereich TV-Auftragsproduktion ist die Beauftragungssituation derzeit noch nicht abschließend zu beurteilen. Obwohl viele Marktentwicklungen zunächst genau beobachtet werden müssen, rechnet der Vorstand für das Jahr 2015 in diesem Bereich mit leicht über den Vorjahreswerten liegenden Umsätzen.

Insgesamt geht der Vorstand für das Segment Film im Geschäftsjahr 2015 im Vergleich zum Vorjahr von niedrigeren Umsatzerlösen und einem niedrigeren Ergebnis aus.

#### **Segment Sport- und Event-Marketing**

Im Segment Sport- und Event-Marketing sind innerhalb der aktuellen Vertragsvereinbarung für die Vermarktung der UEFA Champions League und der UEFA Europa League die erwarteten Umsatz- und Ergebnisziele auf Euro-Basis auf unverändertem Niveau.

#### **Segment Übrige Geschäftsaktivitäten**

Im Segment Übrige Geschäftsaktivitäten wird die bestehende vertragliche Zusammenarbeit mit der EBU und den Wiener Philharmonikern auch im Geschäftsjahr 2015 im gleichen Umfang fortgesetzt. Die erwarteten Umsatz- und Ergebnisziele bleiben auf dem Niveau des Vorjahres. Der Bereich Online-/Social-Gaming wird auch 2015 weiterhin investitionsintensiv bleiben. Daher geht der Vorstand von keinen nennenswerten Umsätzen und einem weiterhin negativen Ergebnis aus.

Insgesamt geht der Vorstand für das Segment Übrige Geschäftsaktivitäten im Geschäftsjahr 2015 von einem Umsatz und einem Ergebnis auf Vorjahresniveau aus.

Auf Basis der Entwicklung in den Segmenten geht der Vorstand der Constantin Medien AG für das Geschäftsjahr 2015 gegenwärtig von einem Konzernumsatz von 450 Mio. Euro bis 490 Mio. Euro aus. Unter Berücksichtigung der Holding-Kosten sowie der Finanzierungsaufwendungen und Steuern erwartet der Vorstand ein auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis von 0 Mio. Euro bis 2 Mio. Euro.

Die **Constantin Medien AG** ist als Holding von der Entwicklung der operativen Beteiligungsunternehmen abhängig, welche sich durch die Ergebnisabführungsverträge bzw. Dividendenausschüttungen niederschlagen. Daneben beeinflussen Finanzierungskosten das Jahresergebnis der Gesellschaft. Insgesamt ist eine Prognose der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage nur auf Basis der Constantin Medien-Gruppe sinnvoll. Dennoch erwartet der Vorstand unter Berücksichtigung der Segmentplanungen und der originären Finanzierungskosten aus heutiger Sicht ein negatives Ergebnis auf dem Niveau des Vorjahres.

Ismaning, 23. März 2015

**Constantin Medien AG**

**Bernhard Burgener**

Vorsitzender des Vorstands

**Antonio Arrigoni**

Vorstand Finanzen

**Fred Kogel**

Vorstand Produktion, Prozessmanagement, Integration

# KONZERNABSCHLUSS

# Sport1





## Aktiva

### Konzernbilanz zum 31. Dezember 2014 in TEUR

	Anhang	31.12.2014	31.12.2013*
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>			
Filmvermögen	6.1	133.332	172.154
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	6.2	32.882	32.138
Geschäfts- oder Firmenwerte	6.2	43.969	43.295
Sachanlagen	6.3	11.613	12.484
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	6.4	3.242	0
Anteile an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	6.6	407	328
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	6.7	3.306	1.761
Forderungen gegen assoziierte Unternehmen und Joint Ventures	11	2.470	2.512
Latente Steueransprüche	6.13	3.928	2.439
		<b>235.149</b>	<b>267.111</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>			
Vorräte	6.8	4.542	3.612
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	6.9/6.10/6.20	106.394	131.332
Forderungen gegen assoziierte Unternehmen und Joint Ventures	11	2.802	1.862
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	6.11	1.350	1.850
Forderungen aus Ertragsteuern		708	1.593
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	6.12	73.748	82.918
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte	6.4	0	3.181
		<b>189.544</b>	<b>226.348</b>
<b>Summe Aktiva</b>		<b>424.693</b>	<b>493.459</b>

\*Die Vorjahreszahlen sind angepasst worden (siehe Anhangangaben Kapitel 2.1, Änderung in der Rechnungslegung und Bilanzierung)

## Passiva

### Konzernbilanz zum 31. Dezember 2014 in TEUR

	Anhang	31.12.2014	31.12.2013*
<b>Eigenkapital</b>	6.14		
Gezeichnetes Kapital		93.600	85.131
Eigene Anteile		-7.422	-7.422
Kapitalrücklage		105.384	103.605
Andere Rücklagen		13.220	12.718
Verlustvortrag		-179.988	-170.054
Ergebnisanteil Anteilseigner		-4.844	-9.934
Auf die Anteilseigner entfallendes Eigenkapital		19.950	14.044
Anteile ohne beherrschenden Einfluss	6.5	42.556	40.843
		<b>62.506</b>	54.887
<b>Langfristige Schulden</b>			
Finanzverbindlichkeiten	6.18	97.591	109.640
Sonstige Verbindlichkeiten		117	137
Pensionsverpflichtungen	6.21	8.873	4.907
Rückstellungen	6.22	337	4.653
Latente Steuerschulden	6.24	13.289	17.433
		<b>120.207</b>	136.770
<b>Kurzfristige Schulden</b>			
Finanzverbindlichkeiten	6.18	67.569	123.988
Erhaltene Anzahlungen	6.19	45.015	48.031
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	6.17/6.20	109.124	119.615
Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	11	582	21
Rückstellungen	6.22	12.691	9.123
Ertragsteuerschulden	6.23	6.999	1.024
		<b>241.980</b>	301.802
<b>Summe Passiva</b>		<b>424.693</b>	493.459

\*Die Vorjahreszahlen sind angepasst worden (siehe Anhangangaben Kapitel 2.1, Änderung in der Rechnungslegung und Bilanzierung)

## Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

1. Januar bis 31. Dezember 2014 in TEUR

	Anhang	1.1. bis 31.12.2014	1.1. bis 31.12.2013*
<b>Umsatzerlöse</b>	7.1	<b>487.832</b>	458.298
<b>Aktiviere Filmproduktionen und andere aktivierte Eigenleistungen</b>	7.2	<b>32.860</b>	74.179
<b>Gesamtleistung</b>		<b>520.692</b>	532.477
<b>Sonstige betriebliche Erträge</b>	7.3	<b>23.791</b>	31.382
Aufwendungen für Lizenzen, Provisionen und Material		-47.919	-56.025
Aufwendungen für bezogene Leistungen		-172.107	-200.495
<b>Material- und Lizenzaufwand</b>	7.4	<b>-220.026</b>	-256.520
Gehälter		-104.705	-112.968
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung		-15.420	-14.557
<b>Personalaufwand</b>		<b>-120.125</b>	-127.525
Abschreibungen und Wertminderungen auf Filmvermögen	6.1	-94.713	-75.258
Abschreibungen und Wertminderungen auf immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens und Sachanlagen	6.2/6.3	-7.260	-10.913
Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte	6.2	0	-5
<b>Abschreibungen und Wertminderungen</b>		<b>-101.973</b>	-86.176
<b>Sonstige betriebliche Aufwendungen</b>	7.5	<b>-80.946</b>	-85.774
<b>Betriebsergebnis</b>		<b>21.413</b>	7.864
<b>Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures</b>	6.6	<b>225</b>	46
Finanzerträge	7.6	11.022	9.343
Finanzaufwendungen	7.7	-24.214	-20.393
<b>Finanzergebnis</b>		<b>-13.192</b>	-11.050
<b>Ergebnis vor Steuern</b>		<b>8.446</b>	-3.140
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		-9.632	-3.381
Latente Steuern		5.130	118
<b>Steuern</b>	7.8	<b>-4.502</b>	-3.263
<b>Konzernjahresergebnis</b>		<b>3.944</b>	-6.403
davon Ergebnisanteil Anteile ohne beherrschenden Einfluss	6.5	7.249	4.577
davon Ergebnisanteil Anteilseigner		-3.305	-10.980

\*Die Vorjahreszahlen sind angepasst worden (siehe Anhangsangaben Kapitel 2.1, Änderung in der Rechnungslegung und Bilanzierung)



**1. Januar bis 31. Dezember 2014**

	1.1. bis 31.12.2014	1.1. bis 31.12.2013*
<b>Ergebnis je Aktie</b>		
Ergebnisanteil Anteilseigner je Aktie unverwässert, in EUR	-0,04	-0,14
Ergebnisanteil Anteilseigner je Aktie verwässert, in EUR	-0,04	-0,14
Durchschnittliche im Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	<b>81.513.635</b>	77.707.717
Durchschnittliche im Umlauf befindliche Aktien (verwässert)	<b>81.513.635</b>	77.707.717

\*Die Vorjahreszahlen sind angepasst worden (siehe Anhangangaben Kapitel 2.1, Änderung in der Rechnungslegung und Bilanzierung)

**Konzern-Gesamtergebnisrechnung****1. Januar bis 31. Dezember 2014 in TEUR**

	1.1. bis 31.12.2014	1.1. bis 31.12.2013*
<b>Konzernjahresergebnis</b>	<b>3.944</b>	-6.403
Unterschiede Währungsumrechnung	<b>512</b>	-506
<b>Posten, die zukünftig möglicherweise in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden</b>	<b>512</b>	-506
Versicherungsmathematische Verluste und Gewinne von leistungsorientierten Vorsorgeplänen	<b>-2.910</b>	2.054
<b>Posten, die zukünftig nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden</b>	<b>-2.910</b>	2.054
<b>Direkt im Eigenkapital erfasste Aufwendungen/Erträge nach Steuern</b>	<b>-2.398</b>	1.548
<b>Gesamtjahresergebnis</b>	<b>1.546</b>	-4.855
davon Ergebnisanteil Anteile ohne beherrschenden Einfluss	<b>5.888</b>	6.338
davon Ergebnisanteil Anteilseigner	<b>-4.342</b>	-11.193

\*Die Vorjahreszahlen sind angepasst worden (siehe Anhangangaben Kapitel 2.1, Änderung in der Rechnungslegung und Bilanzierung)

## Konzern-Kapitalflussrechnung

### 1. Januar bis 31. Dezember 2014 in TEUR

	1.1. bis 31.12.2014	1.1. bis 31.12.2013*
<b>Konzernjahresergebnis</b>	<b>3.944</b>	-6.403
Latente Steuern	-5.130	-118
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	9.632	3.381
Finanzergebnis	12.122	13.892
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	-225	-46
Abschreibungen und Zuschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	101.973	86.176
Gewinn (-) / Verlust (+) aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	-4	52
Übrige nicht zahlungswirksame Posten	-888	-11.589
Zunahme (-) / Abnahme (+) der Vorräte, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	25.052	-2.755
Abnahme (-) / Zunahme (+) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-11.563	7.418
Erhaltene Dividenden von assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	247	206
Gezahlte Zinsen	-10.856	-7.031
Erhaltene Zinsen	523	531
Gezahlte Ertragsteuern	-4.933	-9.092
Erhaltene Ertragsteuern	2.361	4.434
<b>Cash-Flow aus betrieblicher Geschäftstätigkeit</b>	<b>122.255</b>	79.056
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente durch Erwerbe von Unternehmen/Unternehmensanteilen, netto	0	0
Auszahlungen für immaterielle Vermögenswerte	-2.755	-2.777
Auszahlungen für Filmvermögen	-58.103	-110.632
Auszahlungen für Sachanlagen	-4.454	-5.256
Auszahlungen für Finanzanlagen	-2.944	-2.389
Ein-/Auszahlung durch Veräußerung von Unternehmen/Unternehmensanteilen, netto	0	0
Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten und Filmvermögen	62	6
Einzahlungen aus Abgängen von Sachanlagen	129	56
Einzahlungen aus Abgängen von Finanzanlagen	66	821
<b>Cash-Flow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-67.999</b>	-120.171

\*Die Vorjahreszahlen sind angepasst worden (siehe Anhangsangaben Kapitel 2.1, Änderung in der Rechnungslegung und Bilanzierung)

## 1. Januar bis 31. Dezember 2014 in TEUR

	1.1. bis 31.12.2014	1.1. bis 31.12.2013*
Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen und aus der Ausgabe von Eigenkapitalinstrumenten	10.325	0
Auszahlungen durch Kauf eigene Anteile	0	0
Einzahlungen durch Verkauf eigene Anteile	0	0
Auszahlungen durch Kauf Anteile ohne beherrschenden Einfluss	-403	-17.368
Einzahlungen durch Verkauf Anteile ohne beherrschenden Einfluss	0	0
Auszahlungen durch Tilgung und Rückkauf von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	0	0
Auszahlungen durch Tilgung und Rückkauf von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	-107.165	-140.098
Einzahlungen durch Aufnahme von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	15.999	63.190
Einzahlungen durch Aufnahme von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	20.929	132.257
Ausschüttungen	-3.849	-4.552
<b>Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-64.164</b>	<b>33.429</b>
<b>Cash-Flow der Berichtsperiode</b>	<b>-9.908</b>	<b>-7.686</b>
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres	82.918	91.113
Auswirkungen Währungsdifferenzen	738	-509
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende des Geschäftsjahres	73.748	82.918
<b>Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</b>	<b>-9.908</b>	<b>-7.686</b>

\* Die Vorjahreszahlen sind angepasst worden (siehe Anhangsangaben Kapitel 2.1, Änderung in der Rechnungslegung und Bilanzierung)

## Konzern-Eigenkapital-Veränderungsrechnung\*

1. Januar bis 31. Dezember 2014 in TEUR

	Gezeichnetes Kapital	Eigene Anteile	Kapital- rücklage	Andere Rücklagen
<b>Stand 1. Januar 2014</b>	85.131	-7.422	103.605	12.718
IAS 8 Anpassung aufgrund Umklassifizierung der Veräußerungsgruppe				
<b>Angepasster Stand 1. Januar 2014</b>	85.131	-7.422	103.605	12.718
Unterschiede Währungsumrechnung				502
<b>Posten, die zukünftig möglicherweise in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden</b>	0	0	0	502
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste von leistungsorientierten Vorsorgeplänen				
<b>Posten, die zukünftig nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden</b>	0	0	0	0
<b>Summe der erfolgsneutral im Eigenkapital erfassten Posten</b>	0	0	0	502
Konzernjahresergebnis				
<b>Gesamtjahresergebnis</b>	0	0	0	502
Umgliederung Jahresergebnis Vorjahr				
Kapitalerhöhung	8.469		1.856	
Veränderung eigene Anteile				
Dividendenausschüttung				
Sonstige Veränderungen			-77	
<b>Stand 31. Dezember 2014</b>	93.600	-7.422	105.384	13.220
<b>Stand 1. Januar 2013</b>	85.131	-7.424	110.195	14.788
Rückwirkende Änderung der Bilanzierungsmethode aufgrund Anwendung von IAS 19R				-888
<b>Angepasster Stand 1. Januar 2013</b>	85.131	-7.424	110.195	13.900
Unterschiede Währungsumrechnung				-1.301
<b>Posten, die zukünftig möglicherweise in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden</b>	0	0	0	-1.301
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste von leistungsorientierten Vorsorgeplänen			42	
<b>Posten, die zukünftig nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden</b>	0	0	42	0
<b>Summe der erfolgsneutral im Eigenkapital erfassten Posten</b>	0	0	42	-1.301
Konzernjahresergebnis				
<b>Gesamtjahresergebnis</b>	0	0	42	-1.301
Umgliederung Jahresergebnis Vorjahr				
Kapitalerhöhung				
Veränderung eigene Anteile		2	9	
Dividendenausschüttung				
Sonstige Veränderungen			-6.641	119
<b>Stand 31. Dezember 2013</b>	85.131	-7.422	103.605	12.718

\*Die Vorjahreszahlen sind angepasst worden (siehe Anhangsangaben Kapitel 2.1, Änderung in der Rechnungslegung und Bilanzierung)

Verlustvortrag	Ergebnisanteil Anteilseigner	Auf die Anteils- eigner entfallen- des Eigenkapital	Anteile ohne beherrschenden Einfluss	Summe
-170.054	-9.625	14.353	40.843	55.196
	-309	-309		-309
-170.054	-9.934	14.044	40.843	54.887
		502	10	512
0	0	502	10	512
	-1.539	-1.539	-1.371	-2.910
0	-1.539	-1.539	-1.371	-2.910
0	-1.539	-1.037	-1.361	-2.398
	-3.305	-3.305	7.249	3.944
0	-4.844	-4.342	5.888	1.546
-9.934	9.934	0		0
		10.325		10.325
		0		0
		0	-3.849	-3.849
		-77	-326	-403
-179.988	-4.844	19.950	42.556	62.506
-174.886	4.962	32.766	50.959	83.725
	-11	-899	-1.175	-2.074
-174.886	4.951	31.867	49.784	81.651
		-1.301	795	-506
0	0	-1.301	795	-506
	1.046	1.088	966	2.054
0	1.046	1.088	966	2.054
0	1.046	-213	1.761	1.548
	-10.980	-10.980	4.577	-6.403
0	-9.934	-11.193	6.338	-4.855
4.951	-4.951	0		0
		0		0
		11		11
		0	-4.552	-4.552
-119		-6.641	-10.727	-17.368
-170.054	-9.934	14.044	40.843	54.887

## Anhangsangaben

### 1. Allgemeine Erläuterungen

Am 23. März 2015 genehmigte der Vorstand die Freigabe des Abschlusses an den Aufsichtsrat.

#### 1.1 Allgemeine Angaben zum Konzern

Die Constantin Medien AG als Konzernobergesellschaft hat ihren Sitz in der Münchener Straße 101g, Ismaning/Deutschland.

Die Gesellschaft ist im geregelten Markt (Prime Standard) der Frankfurter Wertpapierbörse notiert.

Das operative Geschäft des Constantin Medien-Konzerns umfasst die operativen Segmente Sport, Film, Sport- und Event-Marketing sowie Übrige Geschäftsaktivitäten (siehe Kapitel 9).

#### 1.2 Grundlagen der Darstellung

Der Konzernabschluss der Constantin Medien AG wurde nach § 315a Abs. 1 HGB in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften aufgestellt. Es wurden alle zum 31. Dezember 2014 verpflichtend anzuwendenden IFRS/IAS sowie IFRIC/SIC beachtet.

Eine Aufstellung der in den Konzernabschluss einbezogenen Tochtergesellschaften, Joint Ventures und assoziierten Unternehmen befindet sich in diesem Anhang. Die Auswirkungen der Erst- und Entkonsolidierung von Tochterunternehmen, Joint Ventures sowie assoziierten Unternehmen werden im Abschnitt Angaben zum Konsolidierungskreis (siehe Kapitel 3) dargestellt.

Die Gewinn- und Verlustrechnung wurde nach dem Gesamtkostenverfahren erstellt. Den Jahresabschlüssen der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen liegen den jeweiligen Geschäftstätigkeiten entsprechende einheitliche Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden zugrunde. Die Aufstellung des Konzernabschlusses erfolgte auf Basis der historischen Anschaffungs-/Herstellungskosten; Ausnahmen davon sind in den Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätzen beschrieben (siehe Kapitel 4).

Die Erstellung des Konzernabschlusses in Übereinstimmung mit IFRS verlangt vom Management, Einschätzungen und

Annahmen zu treffen, welche die ausgewiesenen Erträge, Aufwendungen, Vermögenswerte, Verbindlichkeiten, Eventualverbindlichkeiten und Eventualforderungen zum Zeitpunkt der Bilanzierung beeinflussen. Diese Schätzungen und Annahmen basieren auf der bestmöglichen Beurteilung durch das Management aufgrund von Erfahrungen aus der Vergangenheit und weiteren Faktoren, einschließlich der Einschätzungen künftiger Ereignisse. Die Einschätzungen und Annahmen werden laufend überprüft. Änderungen der Einschätzungen sind notwendig, sofern sich die Gegebenheiten, auf denen die Einschätzungen basieren, geändert haben oder neue Informationen und zusätzliche Erkenntnisse vorliegen. Solche Änderungen werden in jener Berichtsperiode erfasst, in der die Einschätzung angepasst wurde. Nähere Angaben zu den Grundlagen der Schätzungen sind unter dem jeweiligen Bilanzposten separat erläutert (siehe Kapitel 5).

Der Abschluss ist in Euro aufgestellt, der die funktionale und die Berichtswährung der Konzernobergesellschaft darstellt. Die Betragsangaben erfolgen grundsätzlich in tausend Euro (TEUR), sofern nichts anderes vermerkt ist.

### 2. Rechnungslegung

#### 2.1 Änderung in der Rechnungslegung und Bilanzierung

Die Constantin Medien AG hat sich am 19. Mai 2014 entschieden, die Verhandlungen mit der Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG im Zusammenhang mit der am 5. Dezember 2013 vereinbarten Transaktion nicht weiterzuführen. Die Vereinbarung sah unter anderem den Verkauf von 100 Prozent der Anteile an der PLAZAMEDIA GmbH TV- und Film-Produktion (einschließlich ihrer Tochtergesellschaften in Österreich und der Schweiz) vor (siehe auch Kapitel 1.1 im Lagebericht).

Aufgrund des nicht Zustandekommens des Verkaufs der PLAZAMEDIA-Gesellschaften liegt eine Änderung des Veräußerungsplans vor. Dementsprechend dürfen die Vermögenswerte und Schulden der PLAZAMEDIA GmbH TV- und Film-Produktion, PLAZAMEDIA Austria Ges.m.b.H und PLAZAMEDIA Swiss AG nicht mehr als zur Veräußerung eingestuft werden. Da es sich bei der Veräußerungsgruppe um Tochtergesellschaften handelt, sind die Abschlüsse für die Berichtsperiode seit der Einstufung als zur Veräußerung gehalten zu ändern. Die nachfolgende Tabelle stellt die Auswirkungen der Entscheidung, die Verkaufs

absicht zu beenden, auf die Konzernbilanz zum 31. Dezember 2013 bzw. auf die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung 2013 sowie die Konzern-Gesamtergebnisrechnung 2013 dar:

#### Konzernbilanz zum 31. Dezember 2013 in TEUR

Aktiva	Vor Anpassung	Anpassung	Nach Anpassung
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>			
Filmvermögen	172.154	0	172.154
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	31.558	580	32.138
Geschäfts- oder Firmenwerte	43.295	0	43.295
Sachanlagen	5.455	7.029	12.484
Anteile an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	328	0	328
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	1.072	689	1.761
Forderungen gegen assoziierte Unternehmen und Joint Ventures	2.512	0	2.512
Latente Steueransprüche	2.422	17	2.439
	258.796	8.315	267.111
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>			
Vorräte	3.178	434	3.612
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	118.505	12.827	131.332
Forderungen gegen assoziierte Unternehmen und Joint Ventures	1.862	0	1.862
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	1.850	0	1.850
Forderungen aus Ertragsteuern	1.593	0	1.593
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	67.851	15.067	82.918
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und Veräußerungsgruppe	41.954	-38.773	3.181
	236.793	-10.445	226.348
<b>Summe Aktiva</b>	495.589	-2.130	493.459

**Konzernbilanz zum 31. Dezember 2013 in TEUR**

Passiva	Vor Anpassung	Anpassung	Nach Anpassung
<b>Eigenkapital</b>			
Gezeichnetes Kapital	85.131	0	85.131
Eigene Anteile	-7.422	0	-7.422
Kapitalrücklage	103.605	0	103.605
Andere Rücklagen	12.718	0	12.718
Verlustvortrag	-170.054	0	-170.054
Ergebnisanteil Anteilseigner	-9.625	-309	-9.934
Auf die Anteilseigner entfallendes Eigenkapital	14.353	-309	14.044
Anteile ohne beherrschenden Einfluss	40.843	0	40.843
	55.196	-309	54.887
<b>Langfristige Schulden</b>			
Finanzverbindlichkeiten	109.640	0	109.640
Sonstige Verbindlichkeiten	137	0	137
Pensionsverpflichtungen	4.907	0	4.907
Rückstellungen	4.653	0	4.653
Latente Steuerschulden	19.138	-1.705	17.433
	138.475	-1.705	136.770
<b>Kurzfristige Schulden</b>			
Finanzverbindlichkeiten	123.988	0	123.988
Erhaltene Anzahlungen	48.031	0	48.031
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	107.446	12.169	119.615
Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	21	0	21
Rückstellungen	8.674	449	9.123
Ertragsteuerschulden	949	75	1.024
Schulden der Veräußerungsgruppe	12.809	-12.809	0
	301.918	-116	301.802
<b>Summe Passiva</b>	495.589	-2.130	493.459



## Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung in TEUR

	1.1. bis 31.12.2013		
	Vor Anpassung	Anpassung	Nach Anpassung
Abschreibung und Wertminderung auf immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens und Sachanlagen	-10.488	-425	-10.913
Latente Steuern	2	116	118
<b>Konzernjahresergebnis</b>	-6.094	-309	-6.403
davon Ergebnisanteil Anteilseigner	-10.671	-309	-10.980
<b>Ergebnis je Aktie</b>			
Ergebnisanteil Anteilseigner je Aktie unverwässert, in EUR	-0,14	0,00	-0,14
Ergebnisanteil Anteilseigner je Aktie verwässert, in EUR	-0,14	0,00	-0,14

## Konzern-Gesamtergebnisrechnung in TEUR

	1.1. bis 31.12.2013		
	Vor Anpassung	Anpassung	Nach Anpassung
<b>Konzernjahresergebnis</b>	-6.094	-309	-6.403
<b>Direkt im Eigenkapital erfasste Erträge/Aufwendungen nach Steuern</b>	1.548	0	1.548
<b>Gesamtjahresergebnis</b>	-4.546	-309	-4.855
davon Ergebnisanteil Anteilseigner	-10.884	-309	-11.193

Bezogen auf die Konzern-Kapitalflussrechnung führte diese rückwirkende Anpassung nur zu Verschiebungen innerhalb des Cash-Flows aus betrieblicher Geschäftstätigkeit.

Des Weiteren wurden zum 31. Dezember 2014 die langfristigen Forderungen und die sonstigen finanziellen Vermögenswerte in einem Posten sonstige finanziellen Vermögenswerte zusam-

mengefasst. Das Vorjahr wurde dementsprechend angepasst.

### 2.2 Erstmalige Standards und Interpretationen

Der Konzern hat die in der nachfolgenden Tabelle in der EU ab 1. Januar 2014 verpflichtend anzuwendende Standards und Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften bereits im Geschäftsjahr 2013 vorzeitig freiwillig angewandt:

### Standards/Änderungen/Interpretationen

	Verpflichtend anzuwenden auf Geschäftsjahre beginnend am oder nach dem:
IFRS 10, Konzernabschlüsse	1.1.2014
IFRS 11, Gemeinsame Vereinbarungen	1.1.2014
IFRS 12, Angaben zu Anteilen an anderen Unternehmen	1.1.2014
Übergangsregelungen (Änderungen an IFRS 10, IFRS 11, IFRS 12)	1.1.2014
IAS 27, Einzelabschlüsse (Änderung)	1.1.2014
IAS 28, Anteile an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen (Änderung)	1.1.2014
IAS 36, Wertminderungen (Änderung)	1.1.2014

Diese Änderungen hatten keinen wesentlichen Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Constantin Medien-Gruppe (vgl. Geschäftsbericht 2013, Konzernanhang, Kapitel 2).

Aus der verpflichtenden Anwendung der folgenden Rechnungslegungsvorschriften und Interpretationen ergaben sich keine wesentlichen Änderungen auf den Konzernjahresabschluss:

### Standards/Änderungen/Interpretationen

	Verpflichtend anzuwenden auf Geschäftsjahre beginnend am oder nach dem:
Investment Entities (Änderungen an IFRS 10, IFRS 12 und IAS 27)	1.1.2014*
IAS 32, Finanzinstrumente: Darstellung – Saldierung von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten (Änderung)	1.1.2014*
IAS 39, Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung – Novation von Derivaten (Änderung)	1.1.2014*
IFRIC 21, Abgaben	17.6.2014*

\* Anerkennung durch die EU (Endorsement) sowie Übernahme in Deutschland erfolgt

### 2.3 Veröffentlichte, noch nicht angewendete Standards, überarbeitete Standards und Interpretationen

Die Constantin Medien-Gruppe hat auf die vorzeitige Anwendung der nachfolgend genannten neuen bzw. überarbeiteten Standards und Interpretationen verzichtet, deren Erstanwendungszeitpunkt für die Constantin Medien AG noch nicht verpflichtend ist:

## Standards/Änderungen/Interpretationen

	Verpflichtend anzuwenden auf Geschäftsjahre beginnend am oder nach dem:
IFRS 9, Finanzinstrumente	1.1.2018 **
IFRS 14, Regulatorische Abgrenzungsposten	1.1.2016 **
IFRS 15, Erlöse aus Verträgen mit Kunden	1.1.2017 **
IFRS 10, Konzernabschlüsse und IAS 28, Anteile an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen – Veräußerung oder Einbringung von Vermögenswerten zwischen einem Investor und einem assoziierten Unternehmen oder Joint Venture (Änderung)	1.1.2016 **
Investment Entities - Anwendung der Konsolidierungsausnahme (Änderungen an IFRS 10, IFRS 12 und IAS 28)	1.1.2016 **
IFRS 11, Gemeinsame Vereinbarungen – Bilanzierung von Erwerben von Anteilen an einer gemeinsamen Geschäftstätigkeit (Änderung)	1.1.2016 **
IAS 1, Darstellung des Abschlusses – Angabeinitiative (Änderung)	1.1.2016 **
IAS 16, Sachanlagen und IAS 38, Immaterielle Vermögenswerte – Klarstellung akzeptabler Abschreibungsmethoden (Änderung)	1.1.2016 **
IAS 16, Sachanlagen und IAS 41, Landwirtschaft – Fruchtttragende Pflanzen (Änderung)	1.1.2016 **
IAS 19, Leistungen an Arbeitnehmer – Bilanzierung von Arbeitnehmerbeiträgen (Änderung)	12.1.2015 *
IAS 27, Einzelabschluss – Equity-Methode im separaten Abschluss	1.1.2016 **
Jährlicher Verbesserungsprozess der IFRS (2010-2012)***	12.1.2015 *
Jährlicher Verbesserungsprozess der IFRS (2011-2013)****	22.12.2014 *
Jährlicher Verbesserungsprozess der IFRS (2012-2014)*****	1.1.2016 **

\* Anerkennung durch die EU (Endorsement) sowie Übernahme in Deutschland erfolgt

\*\* Vorausgesetzt Anerkennung durch die EU ist bis dahin erfolgt

\*\*\* hiervon sind im Einzelnen folgende Standards und Interpretationen betroffen: IFRS 2, IFRS 3, IFRS 8, IFRS 13, IAS 16, IAS 24, IAS 38

\*\*\*\* hiervon sind im Einzelnen folgende Standards und Interpretationen betroffen: IFRS 1, IFRS 3, IFRS 13, IAS 40

\*\*\*\*\* hiervon sind im Einzelnen folgende Standards und Interpretationen betroffen: IFRS 5, IFRS 7, IAS 19, IAS 34

Von Bedeutung für zukünftige Konzernabschlüsse der Constantin Medien AG sind die folgenden neuen Standards bzw. Änderungen:

### **IAS 16, Sachanlagen und IAS 38, Immaterielle Vermögenswerte – Klarstellung akzeptabler Abschreibungsmethoden (Änderung)**

Die Vorschriften in IAS 16 wurden geändert, um klarzustellen, dass eine umsatzbasierte Abschreibungsmethode für das Sachanlagevermögen nicht sachgerecht ist. Der neu eingeführte Paragraph IAS 16.62A stellt klar, dass es sich bei einer Abschreibungsmethode, die auf den unter Einsatz des Vermögenswerts erzielten Umsatz abstellt, nicht um ein angemessenes Verfahren zur Abschreibungsbemessung für das Sachanlagevermögen handelt, da die Umsatzerlöse auch andere Faktoren als den tatsächlichen Verbrauch des wirtschaftlichen Nutzens des Vermögenswerts widerspiegeln. Im Gegensatz zu dem strikten Verbot umsatzbasierter Abschreibungsmethoden

für das Sachanlagevermögen wurden die Vorschriften in IAS 38 um eine widerlegbare Vermutung zum Verbot der umsatzbasierten Abschreibung ergänzt. Begründet wird dies in ähnlicher Weise wie in IAS 16 damit, dass Umsatzerlöse, die unter Einsatz eines immateriellen Vermögenswerts generiert werden, typischerweise auch Faktoren widerspiegeln, die keinen direkten Bezug zum Verbrauch des dem immateriellen Vermögenswert innewohnenden wirtschaftlichen Nutzens aufweisen. Der neu eingeführte Paragraph beschreibt zudem die beiden einzigen Fälle, in denen die Vermutung widerlegt werden kann, sodass die Abschreibung auf Basis von Umsatzerlösen zulässig ist:

- Der immaterielle Vermögenswert wird in Bezug zu Erlösen ausgedrückt (der bestimmende begrenzende Faktor, der den immateriellen Vermögenswert ausmacht, ist das Erreichen einer Erlösschwelle); und
- es ist nachzuweisen, dass Erlöse und der Verbrauch des wirtschaftlichen Nutzens stark korrelieren (der Verbrauch des

immateriellen Vermögenswerts ist direkt mit den Erlösen verknüpft, die aus der Verwendung des Vermögenswerts entstehen).

Die Änderungen treten für Berichtsperioden in Kraft, die am oder nach dem 1. Januar 2016 beginnen. Eine frühere Anwendung ist zulässig. Die Constantin Medien AG prüft gegenwärtig die möglichen Auswirkungen der Umsetzung der Änderungen.

#### **IFRS 9 Finanzinstrumente**

Am 24. Juli 2014 hat das IASB die endgültige Fassung von IFRS 9 Finanzinstrumente veröffentlicht. In dieser Fassung wurden die Ergebnisse der Phasen Klassifizierung und Bewertung, Wertminderung und Bilanzierung von Sicherungsbeziehungen, in denen das Projekt zur Ersetzung von IAS 39 Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung abgearbeitet wurden, zusammengebracht.

Die Regelungen von IFRS 9 sehen im Vergleich zu IAS 39 ein neues Klassifizierungsmodell für finanzielle Vermögenswerte vor:

- Fortgeführte Anschaffungskosten
- Beizulegenden Zeitwert mit Erfassung der Wertänderungen im sonstigen Ergebnis
- Beizulegenden Zeitwert mit Erfassung der Wertänderungen in der Gewinn- und Verlustrechnung

Die Folgebewertung finanzieller Vermögenswerte richtet sich künftig nach diesen drei vorgenannten Kategorien.

Die Festlegung der Kategorie ergibt sich dabei sowohl aus dem Geschäftsmodell, in dem das Instrument gehalten wird als auch aus den vertraglichen Zahlungsströmen des Instruments. Grundsätzlich handelt es sich dabei um Pflichtkategorien, jedoch stehen vereinzelte Wahlrechte zur Verfügung.

Für finanzielle Verbindlichkeiten wurden die bestehenden Vorschriften weitgehend übernommen. Die einzige wesentliche Neuerung betrifft finanzielle Verbindlichkeiten in der Fair Value-Option. Für sie sind Fair Value-Schwankungen aufgrund von Veränderungen des eigenen Ausfallrisikos im sonstigen Ergebnis zu erfassen.

Das neue Wertminderungsmodell verlagert den Fokus auf eine

tendenziell frühere Risikovorsorge. IFRS 9 sieht drei Stufen vor, welche die Höhe der zu erfassenden Verluste und die Zinsvereinnahmung künftig bestimmen:

- Stufe 1: Danach sind bereits bei Zugang erwartete Verluste in Höhe des Barwerts eines erwarteten 12-Monats-Verlusts zu erfassen
- Stufe 2: Liegt eine signifikante Erhöhung des Ausfallrisikos vor, ist die Risikovorsorge bis zur Höhe der erwarteten Verluste der gesamten Restlaufzeit aufzustocken
- Stufe 3: Mit Eintritt eines objektiven Hinweises auf Wertminderung hat zudem die Zinsvereinnahmung auf Grundlage des Nettobuchwerts zu erfolgen

Mit IFRS 9 wird zum einen der Umfang der für eine Bilanzierung von Sicherungsbeziehungen infrage kommenden Grundgeschäfte ausgedehnt. Ein weiterer fundamentaler Unterschied zum in IAS 39 niedergelegten Modell der Bilanzierung von Sicherungsbeziehungen besteht in der Abschaffung des 80 Prozent – 125 Prozent-Intervalls effektiver Sicherungsbeziehungen und der Vorschrift, die Effektivität von Sicherungsbeziehungen quantitativ überprüfen zu müssen. Im IFRS 9-Modell muss ein wirtschaftlicher Zusammenhang zwischen Grundgeschäft und Sicherungsinstrument nachgewiesen werden, ohne dass quantitative Schwellenwerte bestehen. Bei erstmaliger Anwendung von IFRS 9 besteht ein einmaliges Bilanzierungswahlrecht für Sicherungsbeziehungen zwischen IFRS 9 und den bisherigen Leitlinien aus IAS 39. Die gewählte Variante ist für alle aktuellen und zukünftigen Sicherungsbeziehungen auszuüben.

Der Standard ersetzt alle früheren Fassungen von IFRS 9 und tritt für Berichtsperioden in Kraft, die am oder nach dem 1. Januar 2018 beginnen. Eine freiwillige vorzeitige Anwendung ist möglich. Die Constantin Medien AG prüft gegenwärtig die möglichen Auswirkungen der Umsetzung der Änderungen.

#### **IFRS 15 Erlöse aus Verträgen mit Kunden**

Die Zielsetzung von IFRS 15 besteht darin, Prinzipien zu schaffen, die ein Unternehmen bei der Berichterstattung von entscheidungsnützlichen Informationen an Abschlussadressaten über die Art, die Höhe, den zeitlichen Anfall sowie die Unsicherheit von Umsatzerlösen und resultierenden Zahlungsströmen aus einem Vertrag mit einem Kunden anzuwenden hat. Das Kernprinzip wird mit einem fünfstufigen Rahmenmodell umgesetzt:

- Identifizierung des Vertrags mit dem Kunden
- Identifizierung der eigenständigen Leistungsverpflichtungen in dem Vertrag
- Bestimmung des Transaktionspreises
- Verteilung des Transaktionspreises auf die Leistungsverpflichtungen des Vertrags
- Erlöserfassung bei Erfüllung der Leistungsverpflichtungen durch das Unternehmen

Es gibt neue Leitlinien, ob Erlöse zu einem bestimmten Zeitpunkt oder über einen Zeitraum hinweg zu erfassen sind. Zudem bietet der Standard Regelungen zu Sachverhalten wie beispielsweise der Identifizierung eigenständiger Leistungsverpflichtungen, der Bilanzierung von Vertragsänderungen, der Bilanzierung des Zeitwerts des Geldes, Kosten zur Erfüllung und Erlangung eines Vertrages sowie Veräußerungen mit Rückgaberechten. Der Standard erfordert umfangreiche zusätzliche Angaben, die zu den Erlösen im Abschluss offenzulegen sind. IFRS 15 muss in den ersten Jahresabschlüssen angewendet werden, die ein Unternehmen für Berichtsperioden erstellt, die am oder nach dem 1. Januar 2017 beginnen. Eine vorzeitige Anwendung ist zulässig. Die Constantin Medien AG prüft gegenwärtig die möglichen Auswirkungen der Umsetzung der Änderungen.

### 3. Angaben zum Konsolidierungskreis

Im Geschäftsjahr 2014 fanden folgende Veränderungen des Konsolidierungskreises statt:

#### Erwerbe, Neugründungen und Erstkonsolidierungen

Am 30. Juni 2014 bzw. am 30. Dezember 2014 hat die Highlight Communications AG ihre Anteile an der bereits vollkonsolidierten Highlight Event & Entertainment AG von 68,634 Prozent auf 68,986 Prozent erhöht. Der Kaufpreis für die neuen Anteile betrug 79 TEUR.

Am 7. Juli 2014 hat sich die Rainbow Home Entertainment AG mit 24,5 Prozent bzw. 101 TEUR an der neu gegründeten Paperflakes AG, Pratteln, Schweiz beteiligt. Die Gesellschaft wird als assoziiertes Unternehmen geführt und anhand der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen.

Am 24. Oktober 2014 wurde die Constantin Entertainment RO SRL, Bukarest, Rumänien gegründet. 99,9 Prozent der

Anteile werden von der Constantin Entertainment GmbH gehalten, 0,01 Prozent von der Constantin Film Produktion GmbH. Die Gesellschaft wird vollkonsolidiert.

Am 4. November 2014 wurde die Constantin Entertainment Bulgarien EOOD, Sofia, Bulgarien gegründet. Sämtliche Anteile werden von der Constantin Entertainment GmbH gehalten. Die Gesellschaft wird vollkonsolidiert.

Die Auswirkungen dieser Transaktionen auf den vorliegenden Konzernabschluss sind unwesentlich.

#### Sonstige Veränderungen

Die Constantin Production Services Inc., USA wurde zum 1. Januar 2014 auf die Constantin Film Development Inc., USA verschmolzen. Aus dieser Transaktion ergibt sich kein Effekt auf den Konzernabschluss.

Am 27. Juni 2014 wurde die vollkonsolidierte Resident Evil Mexico S. DE R.L. DE C.V., Mexiko liquidiert. Am 8. Juli 2014 wurde die nicht konsolidierte Impact Pictures Ltd., UK liquidiert. Am 15. Juli 2014 wurde die vollkonsolidierte DoA Production Ltd., UK liquidiert. Des Weiteren wurde die nicht konsolidierte Gesellschaft Selskabet af 11. April 2013 A/S (vormals Smilla Film A/S), Dänemark am 9. Dezember 2014 liquidiert. Die Auswirkungen dieser Liquidationen auf den vorliegenden Konzernabschluss sind unwesentlich.

Am 30. November 2014 wurden die Anteile an der at Equity bilanzierten Gesellschaft NEF-Production S.A.S zum Buchwert 0 TEUR veräußert.

Zum 31. Dezember 2014 ist im Wege der Anwachsung das Vermögen der EM.TV Beteiligungs GmbH & Co. KG auf die Constantin Medien AG übergegangen. Aus dieser Transaktion ergibt sich kein Effekt auf den Konzernabschluss.

#### Übersicht Vollkonsolidierte Unternehmen

Die Königskinder Music GmbH, an der die Constantin Film AG eine 50-prozentige Beteiligung hält, wird auf Basis de facto Kontrolle vollkonsolidiert. Da es sich bei den beiden Geschäftsführern dieser Gesellschaft um nahestehende Personen der Constantin Film AG handelt, besitzt die Constantin Film AG die gegenwärtige Fähigkeit die maßgeblichen Tätigkeiten des Beteiligungsunternehmens wesentlich zu beeinflussen. Die Constantin Film AG ist außerdem den variablen Rückflüssen

aus dieser Gesellschaft ausgesetzt und kann sie durch die beiden Geschäftsführer in ihrer Höhe maßgeblich beeinflussen.

Die nachfolgende Tabelle zeigt eine Übersicht der vollkonsolidierten Unternehmen:

#### Übersicht Vollkonsolidierte Unternehmen zum 31. Dezember 2014

	Sitz der Gesellschaft	Anteil am Kapital in %	Einbezogener Zeitraum
Constantin Sport Holding GmbH*	Ismaning	100,00	1.1. bis 31.12.
Sport1 GmbH	Ismaning	100,00	1.1. bis 31.12.
Sport1 Gaming GmbH	Ismaning	100,00	1.1. bis 31.12.
Constantin Sport Medien GmbH	Ismaning	100,00	1.1. bis 31.12.
PLAZAMEDIA GmbH TV- und Film-Produktion*	Ismaning	100,00	1.1. bis 31.12.
PLAZAMEDIA Austria Ges.m.b.H.	Wien/Österreich	100,00	1.1. bis 31.12.
PLAZAMEDIA Swiss AG	Pratteln/Schweiz	100,00	1.1. bis 31.12.
Sport1 Media GmbH (vormals Constantin Sport Marketing GmbH)*	Ismaning	100,00	1.1. bis 31.12.
EM.TV Verwaltungs GmbH	Ismaning	100,00	1.1. bis 31.12.
Highlight Communications AG****	Pratteln/Schweiz	52,39	1.1. bis 31.12.
Team Holding AG	Luzern/Schweiz	100,00	1.1. bis 31.12.
Team Football Marketing AG	Luzern/Schweiz	95,27	1.1. bis 31.12.
T.E.A.M. Television Event And Media Marketing AG	Luzern/Schweiz	100,00	1.1. bis 31.12.
Rainbow Home Entertainment AG	Pratteln/Schweiz	100,00	1.1. bis 31.12.
Constantin Film Schweiz AG	Pratteln/Schweiz	100,00	1.1. bis 31.12.
Kontraproduktion AG	Zürich/Schweiz	100,00	1.1. bis 31.12.
Constantin Entertainment AG (CH)	Pratteln/Schweiz	100,00	1.1. bis 31.12.
Mood Factory AG	Pratteln/Schweiz	52,00	1.1. bis 31.12.
Pokermania GmbH	Köln	50,004	1.1. bis 31.12.
Rainbow Home Entertainment Ges.m.b.H.	Wien/Österreich	100,00	1.1. bis 31.12.
Highlight Event & Entertainment AG	Luzern/Schweiz	68,986	1.1. bis 31.12.
Highlight Event AG	Luzern/Schweiz	100,00	1.1. bis 31.12.
Escor Automaten AG	Düdingen/Schweiz	100,00	1.1. bis 31.12.
Highlight Communications (Deutschland) GmbH	München	100,00	1.1. bis 31.12.

## Übersicht Vollkonsolidierte Unternehmen zum 31. Dezember 2014

	Sitz der Gesellschaft	Anteil am Kapital in %	Einbezogener Zeitraum
Constantin Film AG	München	100,00	1.1. bis 31.12.
Constantin Media GmbH audiovisuelle Produktionen*	München	100,00	1.1. bis 31.12.
Constantin Film Produktion GmbH*	München	100,00	1.1. bis 31.12.
Constantin Television GmbH*	München	100,00	1.1. bis 31.12.
Constantin Film Services GmbH*	München	100,00	1.1. bis 31.12.
Constantin Film Development Inc.	Los Angeles/USA	100,00	1.1. bis 31.12.
Constantin Film International GmbH *	München	100,00	1.1. bis 31.12.
Constantin Pictures GmbH*	München	100,00	1.1. bis 31.12.
Constantin Entertainment GmbH*	Ismaning	100,00	1.1. bis 31.12.
Constantin Entertainment Polska Sp. z o.o.	Warschau/Polen	75,00	1.1. bis 31.12.
Constantin Entertainment U.K. Ltd.	Reading/UK	100,00	1.1. bis 31.12.
Constantin Entertainment Croatia d.o.o.	Zagreb/Kroatien	100,00	1.1. bis 31.12.
Constantin Entertainment Turkey TV Prodüksiyon Limited Sirketi***	Istanbul/Turkei	100,00	1.1. bis 31.12.
Constantin Entertainment Hellas EPE*****	Athen/Griechenland	100,00	1.1. bis 31.12.
Constantin Entertainment SRB d.o.o.	Belgrad/Serbien	100,00	1.1. bis 31.12.
Constantin Entertainment Israel Ltd.	Tel Aviv/Israel	75,00	1.1. bis 31.12.
Constantin Entertainment Hungary Kft	Budapest/Ungarn	100,00	1.1. bis 31.12.
Constantin Entertainment Bulgaria EOOD	Sofia/Bulgarien	100,00	4.11. bis 31.12.
Constantin Entertainment RO SRL**	Bukarest/Rumänien	100,00	24.10. bis 31.12.
Olga Film GmbH	München	95,52	1.1. bis 31.12.
Moovie GmbH (vormals Moovie – the art of entertainment GmbH)	Berlin	75,50	1.1. bis 31.12.
Rat Pack Filmproduktion GmbH	München	51,00	1.1. bis 31.12.
Westside Filmproduktion GmbH	Krefeld	51,00	1.1. bis 31.12.
Constantin Film Verleih GmbH*	München	100,00	1.1. bis 31.12.
Constantin International B.V.	Amsterdam/Niederlande	100,00	1.1. bis 31.12.
Constantin Music Verlags-GmbH*	München	100,00	1.1. bis 31.12.
Constantin Music GmbH*	München	90,00	1.1. bis 31.12.
Constantin Family GmbH*	München	100,00	1.1. bis 31.12.
Königskinder Music GmbH	München	50,00	1.1. bis 31.12.
Nadcon Film GmbH	Köln	51,00	1.1. bis 31.12.

\* Unternehmen, die das Wahlrecht nach § 264 Abs. 3 HGB bezüglich Offenlegung in Anspruch nehmen.

\*\* Die Gesellschaft wird zu 0,1% durch die Constantin Film Produktion GmbH gehalten.

\*\*\* Die Gesellschaft wird zu 0,03% durch die Constantin Film Produktion GmbH gehalten.

\*\*\*\* Unter Berücksichtigung der von Highlight Communications AG gehaltenen eigenen Aktien ergibt sich ein Kapitalanteil von 55,71%. Die Gesellschaften, an denen die Highlight Communications AG beteiligt ist, sind mit dem Anteil von 52,39% durchzurechnen.

\*\*\*\*\* Die Gesellschaft wird zu 0,2% durch die Constantin Film Produktion GmbH gehalten.

### Übersicht nicht konsolidierte Unternehmen

Aufgrund fehlender Geschäftsaktivitäten sind die nachfolgend genannten Tochterunternehmen einzeln und insgesamt von untergeordneter Bedeutung für die Vermittlung eines den tatsächlichen Verhältnissen entsprechenden Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Infolgedessen

sind diese Gesellschaften nicht im Konsolidierungskreis der Constantin Medien AG enthalten. Die nicht konsolidierten Beteiligungen werden mit einem Buchwert von 0 TEUR ausgewiesen. Die Gesellschaften sind zurzeit inaktiv und betreiben kein Geschäft. Der angenommene Marktwert entspricht dem Buchwert.

### Nicht konsolidierte Unternehmen zum 31. Dezember 2014

	Land	Währung	Grundkapital in '000	Anteil am Kapital in %
Impact Pictures LLC*	Delaware/USA	USD	1	51,00
T.E.A.M. UK**	Reading/UK	GBP	0	100,00

\* Beteiligung der Constantin Pictures GmbH

\*\* Beteiligung der T.E.A.M. Television Event and Media Marketing AG

### Übersicht Gemeinschaftsunternehmen (Joint Ventures)

Folgende Gemeinschaftsunternehmen werden anhand der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen: Eine

Darstellung über die Finanzinformationen der Joint Venture-Unternehmen findet sich unter Kapitel 6.6.

### Gemeinschaftsunternehmen zum 31. Dezember 2014

	Sitz	Anteil am Kapital in %	Einbezogener Zeitraum	Währung
PolyScreen Produktionsgesellschaft für Film und Fernsehen mbH	München	50,00	1.1. bis 31.12.	EUR
Mister Smith Entertainment Ltd.	London/UK	50,00	1.1. bis 31.12.	GBP

### Übersicht assoziierte Unternehmen

Die folgenden assoziierten Unternehmen werden anhand der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen:

Eine Darstellung über die Finanzinformationen der assoziierten Unternehmen findet sich unter Kapitel 6.6.

### Assoziierte Unternehmen zum 31. Dezember 2014

	Sitz	Anteil am Kapital in %	Einbezogener Zeitraum	Währung
BECO Musikverlag GmbH*	Hamburg	50,00	1.1. bis 31.12.	EUR
Kuuluu Interactive Entertainment AG	Pratteln/Schweiz	41,50	1.1. bis 31.12.	CHF
Kuuluu Services GmbH	Hamburg	100,00	1.1. bis 31.12.	EUR
Kuuluu Playground GmbH	Hamburg	51,00	1.1. bis 31.12.	EUR
Paperflakes AG	Pratteln/Schweiz	24,50	7.7. bis 31.12.	CHF

\* Es handelt sich um die Daten vom 31. Dezember 2013, da der Jahresabschluss 2014 noch nicht vorliegt.



## 4. Beschreibung der angewendeten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

### 4.1 Konsolidierungsmethoden

Alle wesentlichen Tochterunternehmen werden im Konzernabschluss vollkonsolidiert. Tochtergesellschaften sind Gesellschaften, die die Constantin Medien AG direkt oder indirekt kontrolliert. Die Constantin Medien AG kontrolliert ein Beteiligungsunternehmen, wenn sie alle nachfolgenden Eigenschaften besitzt:

- die Verfügungsgewalt über das Beteiligungsunternehmen,
- eine Risikobelastung durch oder Anrechte auf schwankende Renditen aus ihrem Engagement in dem Beteiligungsunternehmen und
- die Fähigkeit, ihre Verfügungsgewalt über das Beteiligungsunternehmen derart zu nutzen, dass dadurch die Höhe der Rendite des Beteiligungsunternehmens beeinflusst wird.

Die Constantin Medien AG beurteilt laufend, ob es ein Beteiligungsunternehmen beherrscht, wenn Tatsachen und Umstände darauf hindeuten, dass sich eines oder mehrere der drei Beherrschungselemente verändert haben.

Wenn die Constantin Medien AG weniger als die Mehrheit der stimmberechtigten oder ähnlichen Rechte des Beteiligungsunternehmens hat, berücksichtigt die Constantin Medien AG alle relevanten Tatsachen und Umstände bei der Beurteilung, ob sie ein Beteiligungsunternehmen beherrscht, einschließlich:

- eine vertragliche Vereinbarung mit anderen Stimmberechtigten,
- Rechte die aus anderen vertraglichen Vereinbarungen resultieren,
- potenzielle Stimmrechte gehalten von der Constantin Medien AG, anderen Stimmberechtigten oder anderen Parteien und
- alle zusätzlichen Tatsachen und Umstände, die darauf hinweisen, dass die Constantin Medien AG aktuell die Möglichkeit hat die relevanten Geschäftsaktivitäten zu bestimmen, einschließlich Abstimmungsverhalten bei den früheren Hauptversammlungen bzw. Generalversammlungen.

Strukturierte Unternehmen werden in den Konzernabschluss einbezogen, sofern der Konzern aufgrund der Art der Beziehung die strukturierten Unternehmen kontrolliert.

Die erstmalige Kapitalkonsolidierung erfolgt durch Verrechnung der Anschaffungskosten (erbrachte Gegenleistung) der Beteiligung mit dem neu bewerteten anteiligen Eigenkapital der Tochterunternehmen zum Zeitpunkt ihres Erwerbs. Dabei werden Vermögenswerte und Schulden (einschließlich Eventualverbindlichkeiten) mit ihrem beizulegenden Zeitwert angesetzt, unabhängig vom Umfang etwaiger Anteile ohne beherrschenden Einfluss am Eigenkapital. Anschaffungsnebenkosten sind als Aufwand zu erfassen. Bei einem Erwerb in Stufen sind bereits vor der Erlangung der Beherrschung gehaltene Anteile zum beizulegenden Zeitwert zum Erwerbszeitpunkt zu bewerten und die erbrachte Gegenleistung hinzuzurechnen. Die sich aus der Neubewertung ergebenden Gewinne oder Verluste sind erfolgswirksam zu erfassen. Verbleibende aktivische Unterschiedsbeträge werden als Geschäfts- oder Firmenwert aktiviert, welcher jährlich oder bei Hinweisen auf eine Wertminderung einer Überprüfung der Werthaltigkeit unterzogen werden muss. Eine daraus resultierende Wertminderung wird ergebniswirksam als Aufwand erfasst. Ein aus der Kapitalkonsolidierung resultierender passivischer Unterschiedsbetrag wird nach erneuter Beurteilung vollständig im Jahr des Entstehens als Ertrag ausgewiesen. Für die bilanzielle Behandlung von Anteilen ohne beherrschenden Einfluss besteht für jeden Unternehmenserwerb ein Wahlrecht zur Bewertung zum beizulegenden Zeitwert (Full-Goodwill-Methode) oder dem anteiligen identifizierbaren Nettovermögen (Partial-Goodwill-Methode).

Ein Joint Venture (Gemeinschaftsunternehmen) ist eine gemeinsame Vereinbarung, bei der die Parteien, die gemeinschaftliche Führung über die Vereinbarung ausüben und Rechte am Nettovermögen der Vereinbarung besitzen. Gemeinschaftliche Führung ist die vertraglich vereinbarte, gemeinsam ausgeübte Führung einer Vereinbarung. Sie besteht nur dann, wenn Entscheidungen über die maßgeblichen Tätigkeiten die einstimmige Zustimmung der an der gemeinschaftlichen Führung beteiligten Parteien erfordern.

Ein assoziiertes Unternehmen ist ein Unternehmen, bei dem die Constantin Medien AG über maßgeblichen Einfluss verfügt. Maßgeblicher Einfluss ist die Möglichkeit zur Teilnahme an finanz- und geschäftspolitischen Entscheidungen des Beteiligungsunternehmens, aber keine Kontrolle oder gemeinsame Kontrolle über diese Richtlinien.

Die Bewertung der Joint Ventures und assoziierten Unternehmen erfolgt anhand der Equity-Methode. Die Beteiligungen

werden mit ihren Anschaffungskosten im Erwerbszeitpunkt erfasst. Ein eventuell aufgedeckter Goodwill wird im Beteiligungsansatz erfasst und nicht als eigenständiger Geschäfts- oder Firmenwert bilanziert. Die Ergebnisse der assoziierten Unternehmen werden anteilig in den Konzern übernommen und dem Beteiligungsbuchwert zugerechnet. Gewinnausschüttungen des assoziierten Unternehmens mindern den Beteiligungsansatz. Sofern objektive Hinweise für eine Wertminderung vorliegen, werden diese erfolgswirksam erfasst. Unmittelbar im Eigenkapital des assoziierten Unternehmens ausgewiesene Änderungen werden vom Konzern in der Höhe seines Anteils erfasst und in der Entwicklung des konsolidierten Eigenkapitals dargestellt. Im Abschluss des assoziierten Unternehmens unmittelbar im sonstigen Ergebnis (OCI) erfasste Posten (z.B. Umrechnungsdifferenzen) werden im Konzernabschluss als gesonderter Posten im sonstigen Ergebnis (OCI) dargestellt.

Unternehmen werden entkonsolidiert, wenn keine Beherrschungsmöglichkeit mehr besteht. Die Entkonsolidierung stellt sich als Abgang aller auf das Tochterunternehmen entfallenden Vermögenswerte einschließlich Geschäfts- oder Firmenwert und Schulden sowie Differenzen aus der Währungsumrechnung dar. Die bis zu diesem Zeitpunkt angefallenen Aufwendungen und Erträge bleiben weiterhin im Konzernabschluss berücksichtigt.

Die Auswirkungen konzerninterner Geschäftsvorfälle werden eliminiert. Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen den vollkonsolidierten Gesellschaften werden gegeneinander aufgerechnet, Zwischengewinne werden eliminiert. Konzerninterne Erträge werden mit den korrespondierenden Aufwendungen verrechnet.

Anteile ohne beherrschenden Einfluss stellen den Anteil des Ergebnisses und des Reinvermögens dar, der nicht den Anteilseignern der Muttergesellschaft zuzurechnen ist. Anteile ohne beherrschenden Einfluss werden in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, der Konzern Gesamtergebnisrechnung und in der Konzernbilanz separat ausgewiesen. Der Ausweis in der Konzernbilanz erfolgt innerhalb des Eigenkapitals, getrennt vom auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallenden Eigenkapital.

Die Effekte aus Transaktionen mit Anteilen ohne beherrschenden Einfluss, bei denen es nicht zu einem Verlust der Beherr-

schungsmöglichkeit kommt, werden als Transaktionen mit Eigenkapitalgebern erfolgsneutral im Eigenkapital erfasst. Führen Transaktionen hingegen zu einem Verlust der Beherrschungsmöglichkeit, ist der daraus resultierende Gewinn oder Verlust ergebniswirksam zu erfassen. Der Gewinn oder Verlust beinhaltet auch Effekte aufgrund einer Neubewertung der zurückbehaltenen Anteile zum beizulegenden Zeitwert.

## 4.2 Fremdwährungsumrechnung

### Funktionale Währung

Die funktionale Währung der Constantin Medien AG sowie die Berichtswährung des Konzerns ist der Euro. Für einen Großteil der Konzerngesellschaften ist die lokale Währung die funktionale Währung. Eine von der lokalen Währung abweichende funktionale Währung verwenden solche Konzerngesellschaften, deren lokale Währung nicht die Währung des wirtschaftlichen Umfeldes ist, in dem die Gesellschaft hauptsächlich tätig ist.

### Bewertung von Transaktionen und Beständen in fremder Währung

Transaktionen in Währungen, die nicht der funktionalen Währung des jeweiligen Konzernunternehmens entsprechen, werden von den Gesellschaften unter Anwendung des am Transaktionsdatum gültigen Wechselkurses erfasst.

Monetäre Vermögenswerte und Verbindlichkeiten werden am Bilanzstichtag zum Stichtagskurs umgerechnet.

Gewinne/Verluste aus der Abwicklung dieser Transaktionen sowie Gewinne/Verluste aus der Umrechnung von monetären Vermögenswerten und Verbindlichkeiten werden erfolgswirksam erfasst. Eine Ausnahme hierzu bilden Gewinne/Verluste aus qualifizierten Cash-Flow-Hedges und aus monetären Positionen, die aus betriebswirtschaftlicher Sicht Teil des Net Investment in a Foreign Operation des Konzerns sind. Diese Gewinne/Verluste werden im sonstigen Ergebnis (OCI) abgegrenzt. Umrechnungsdifferenzen aus nicht monetären, als zur Weiterveräußerung gehalten klassifizierten Finanzinstrumenten, werden ebenfalls ergebnisneutral im sonstigen Ergebnis (OCI) erfasst. Bei monetären zur Weiterveräußerung gehaltenen klassifizierten Finanzinstrumenten sind Umrechnungsdifferenzen auf die Fair Value-Anpassungen ergebnisneutral zu erfassen.

### Fremdwährungsumrechnung im Konzern

Die Bilanzposten der ausländischen Tochtergesellschaften mit

einer anderen funktionalen Währung als dem Euro werden nach dem Konzept der funktionalen Währung mit den Mittelkursen am Bilanzstichtag, die Posten der Gewinn- und Verlustrechnung werden zu Jahresdurchschnittskursen umgerechnet. In anderen funktionalen Währungen als dem Euro geführte Geschäfts- oder Firmenwerte und Fair Value-Anpassungen aus der Kaufpreisallokation in einer anderen Währung als dem Euro werden ebenfalls zum Stichtagskurs umgerechnet. Sich hieraus ergebende Umrechnungsdifferenzen sowie Differenzen aus der Währungsumrechnung von Vorjahresvorträgen werden ergebnisneutral im sonstigen Ergebnis (OCI) erfasst. Beim Verkauf

einer ausländischen Konzerngesellschaft werden kumulierte Umrechnungsdifferenzen aus der Umrechnung der Aktiva und Passiva der konsolidierten Gesellschaft, die im sonstigen Ergebnis (OCI) des Konzerns erfasst wurden, als Teil des Gewinns oder Verlusts aus der Veräußerung der Gesellschaft erfolgswirksam erfasst.

#### Wechselkurse

Basis der Stichtagskurse ist der Mittelkurs am letzten Handelstag des Geschäftsjahres.

#### Wechselkurse – 1 Euro

		Stichtagskurs		Durchschnittskurs	
		31.12.2014	31.12.2013	1.1. bis 31.12.2014	1.1. bis 31.12.2013
Schweiz	CHF	1,20290	1,22590	1,21482	1,23091
USA	USD	1,21560	1,37680	1,32925	1,32826
Großbritannien	GBP	0,78260	0,83500	0,80655	0,84928
Kanada	CAD	1,41360	1,47270	1,46722	1,36852
Polen	PLN	4,30600	4,15100	4,18863	4,19866
Kroatien	HRK	7,66270	7,62990	7,63982	7,58924
Mexiko	MXN	17,95440	18,00120	17,67199	16,95867
Türkei	TRY	2,82470	2,94650	2,90688	2,53300
Serbien	RSD	121,42500	115,08300	117,73730	113,62345
Vereinigte Arabische Emirate	AED	4,46600	5,05760	4,88332	4,87974
Israel	ILS	4,75130	4,80100	4,75046	4,80034
Ungarn	HUF	315,08100	296,94700	308,88513	297,19070
Bulgarien	BGN	1,95620	1,95600	1,95920	1,95870
Rumänien	RON	4,48250	4,46850	4,44819	4,42340

#### 4.3 Bemessung des beizulegenden Zeitwerts

Der Konzern beurteilt seine Finanzinstrumente, einschließlich Derivate, und die nicht finanziellen Vermögenswerte bzw. Schulden, die zum beizulegenden Zeitwert bewertet sind, an jedem Bilanzstichtag. Zusätzlich wird der beizulegende Zeitwert von Finanzinstrumenten bewertet zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Kapitel 8 offengelegt.

Der beizulegende Zeitwert ist der Preis, den unabhängige Marktteilnehmer unter marktüblichen Bedingungen zum Bewertungsstichtag bei Verkauf eines Vermögenswerts vereinbaren bzw. bei Übertragung einer Verbindlichkeit zahlen

würden (Exit-Preis). Bei der Bewertung wird unterstellt, dass der Verkauf bzw. die Übertragung auf dem vorrangigen Markt (Markt mit größtem Volumen) für diesen Vermögenswert bzw. diese Verbindlichkeit erfolgt. Falls ein vorrangiger Markt nicht verfügbar ist, wird vorausgesetzt, dass für die Bemessung des beizulegenden Zeitwerts der vorteilhafteste Markt herangezogen wird. Der beizulegende Zeitwert eines Vermögenswerts oder einer Schuld wird bemessen unter der Annahme, dass Marktteilnehmer bei der Preisbildung für den Vermögenswert oder die Schuld in ihrem besten wirtschaftlichen Interesse handeln.

Das Nichterfüllungsrisiko der Kontrahenten wird anhand des Bewertungsschemas von Standard & Poors (AAA – CCC) vorgenommen. Das Ausfallrisiko wird anhand eines Prozentsatzes jeder Ratingkategorie ermittelt. Das eigene Rating wird anhand eines Peer Group-Modellansatzes bestimmt. Das fremde Kreditrisiko wird bei der Bewertung des beizulegenden Zeitwerts von finanziellen Vermögenswerten und derivativen Finanzinstrumenten mit einbezogen. Das eigene Kreditrisiko wird bei der Bewertung von Schuldinstrumenten sowie bei derivativen Finanzinstrumenten berücksichtigt.

Bei der Bemessung des beizulegenden Zeitwerts eines nicht finanziellen Vermögenswerts wird die Fähigkeit des Marktteilnehmers berücksichtigt, durch die höchste und beste Verwendung (highest and best use) des Vermögenswerts oder durch dessen Verkauf an einen anderen Marktteilnehmer, der für den Vermögenswert die höchste und beste Verwendung findet, wirtschaftlichen Nutzen zu erzeugen. Zum 31. Dezember 2014 sind mit Ausnahme der Liegenschaft, welche als Finanzinvestition gehaltene Immobilie bilanziert ist, keine nicht finanziellen Vermögenswerte zum beizulegenden Zeitwert bewertet.

Bei der Bewertung von nicht finanziellen Schulden sowie eigener Eigenkapitalinstrumente ist von einer Übertragung auf einen anderen Marktteilnehmer auszugehen. Es wird hier ein Exit Szenario unterstellt. Wenn Marktpreise für eine Übertragung einer identischen oder ähnlichen Schuld bzw. eines eigenen Eigenkapitalinstruments nicht zur Verfügung stehen, ist die Bewertung der Instrumente aus Sicht eines Marktteilnehmers durchzuführen, der das identische Instrument als Vermögenswert hält. Zum 31. Dezember 2014 sind keine nicht finanziellen Schulden sowie eigene Eigenkapitalinstrumente zum beizulegenden Zeitwert bewertet.

Der Konzern wendet Bewertungstechniken an, die unter den jeweiligen Umständen sachgerecht sind und für die ausreichend Daten zur Bemessung des beizulegenden Zeitwerts zur Verfügung stehen. Dabei ist die Verwendung maßgeblicher, beobachtbarer Inputfaktoren möglichst hoch und jene nicht beobachtbarer Inputfaktoren möglichst gering zu halten.

Alle Vermögenswerte und Schulden, die zum beizulegenden Zeitwert bemessen oder im Anhang ausgewiesen werden, sind folgenden Stufen der Fair Value-Hierarchie zugeordnet, basierend auf dem niedrigsten Inputfaktor, der für die Bemessung insgesamt wesentlich ist:

- Stufe 1: In aktiven, für den Konzern am Bemessungsstichtag zugänglichen Märkten für identische Vermögenswerte oder Schulden notierte (nicht berichtigte) Preise
- Stufe 2: Andere Inputfaktoren als die in Stufe 1 aufgenommenen Marktpreisnotierungen, die für den Vermögenswert oder die Schuld entweder unmittelbar oder mittelbar zu beobachten sind
- Stufe 3: Inputfaktoren, die für den Vermögenswert oder die Schuld nicht beobachtbar sind

Die Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte erfolgt anhand der Fair Value-Hierarchietabelle und deren Einstufungen wird im Anhang unter Kapitel 8 ausgewiesen.

Die Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts von langfristigen Finanzinstrumenten bewertet zu fortgeführten Anschaffungskosten für die Anhangsangaben wird durch Abzinsung der erwarteten künftigen Zahlungsströme mit den für Finanzinstrumente vergleichbaren Konditionen und Restlaufzeiten aktuell geltenden Zinsen bestimmt sofern keine Level 1 Bewertung möglich ist. Die Ermittlung der laufzeitadäquaten Zinssätze erfolgt jährlich zum Abschlussstichtag.

Für Vermögenswerte und Schulden, welche wiederkehrend zum beizulegenden Zeitwert bemessen werden, bestimmt der Konzern jeweils zum Ende der Berichtsperiode, ob es Transfers zwischen den Stufen der Fair Value-Hierarchie gibt und zwar basierend auf dem niedrigsten Inputfaktor, der für die Bemessung insgesamt wesentlich ist.

Informationen über die verwendeten Bewertungstechniken und Inputfaktoren für die Bestimmung des beizulegenden Zeitwerts von Vermögenswerten und Schulden sind in den Kapiteln 6, 7 und 8 offengelegt.

#### 4.4 Segmentberichterstattung

Die Abgrenzung der Segmente und die Segmentberichterstattung erfolgen auf Grundlage der internen Berichterstattung der Organisationseinheiten an die Hauptentscheidungsträger im Hinblick auf die Allokation von Ressourcen und die Bewertung der Ertragskraft. Als Hauptentscheidungsträger wurde der Vorstand der Gesellschaft identifiziert. Die Festlegung der Geschäftssegmente des Konzerns basiert auf den Organisationseinheiten, und die Zuordnung der Organisationseinheiten zu den Geschäftssegmenten beruht auf der internen Berichterstattung an das Management. Der Konzern besteht aus den

Segmenten Sport, Film, Sport- und Event-Marketing sowie Übrige Geschäftsaktivitäten. Die Konzernfunktionen werden unter Sonstiges abgebildet. Diese beinhalten die eigentliche Konzernleitung, Corporate Finance, Investor Relations, Controlling, Recht, Konzernrechnungswesen, Unternehmenskommunikation, Interne Revision und Personal. Das Betriebsergebnis (EBIT) entspricht dem Segmentergebnis, da es intern als Ergebnisgröße zur Performance-Messung verwendet wird.

#### 4.5 Filmvermögen

Unter dem Posten Filmvermögen werden sowohl erworbene Rechte an Fremdproduktionen (d.h. nicht im Konzern erstellte Filme) als auch Herstellungskosten für Filme, die innerhalb des Konzerns produziert wurden (Eigen- und Koproduktionen), sowie Kosten für die Entwicklung neuer Projekte ausgewiesen. Der Erwerb von Rechten an Fremdproduktionen umfasst in der Regel Kino-, Home-Entertainment- und TV-Rechte.

Die Anschaffungskosten für Fremdproduktionen umfassen grundsätzlich die Minimumgarantien. Die einzelnen Raten der Minimumgarantie werden als Anzahlung erfasst und mit Lieferung und Abnahme des Materials im Filmvermögen aktiviert.

Eigenproduktionen werden mit ihren Herstellungskosten angesetzt. Zu den Herstellungskosten gehören auch die der jeweiligen Produktion zurechenbaren Finanzierungskosten. Des Weiteren fallen Kosten für die Herausbringung eines Films an, wie z.B. Presse- und Marketingkosten, die jedoch nicht aktiviert, sondern im sonstigen betrieblichen Aufwand erfasst werden.

Für Filmrechte (sowohl Fremd- als auch Eigenproduktionen) wird eine leistungsabhängige Abschreibungsmethode herangezogen, die den Wertverzehr des Filmvermögens in Abhängigkeit von den erzielbaren Umsatzerlösen darstellt. Gemäß der sogenannten Individual-Film-Forecast-Methode werden die Abschreibungen für einen Filmtitel in einer Periode aus der Formel „Erzielter Erlös des Films in der Periode dividiert durch geschätzte verbleibende Gesamterlöse des Films multipliziert mit dem Restbuchwert des Films“ ermittelt. Die für die Berechnung der Abschreibung verwendeten Umsatzerlöse enthalten alle Einnahmen, die aus einem Film generiert werden. Bei der Ermittlung der Abschreibung im Zusammenhang mit Home-Entertainment-Umsatzerlösen werden diese um die Home-Entertainment-Kosten bereinigt. Für Filme, wie sie im Filmvermögen der Constantin Medien-Gruppe bilanziert sind, beträgt der maximale Zeitraum für die Erlösschätzung zehn Jahre.

Die Schätzung der Gesamterlöse wird zum Ende eines jeden Quartals überprüft und wenn nötig angepasst. Anhand der gegebenenfalls angepassten Gesamterlöse wird der Quotient für die Abschreibung der Periode ermittelt. Für jeden Filmtitel wird zudem in jeder Berichtsperiode sowie wenn Anzeichen für eine Wertminderung vorliegen ein Impairment-Test durchgeführt. Wenn die Anschaffungskosten bzw. der Buchwert durch die geschätzten Gesamterlöse abzüglich noch anfallender Herausbringungskosten eines Films unter Berücksichtigung ihres zeitlichen Anfalls nicht gedeckt sind, wird eine Abschreibung auf den Nutzungswert vorgenommen. Zur Ermittlung des Nutzungswerts werden die geschätzten Cash-Flows mit Abzinsungsfaktoren, die die Laufzeiten der Auswertungsstufen berücksichtigen, abgezinst. Die geschätzten Cash-Flows können sich aufgrund einer Reihe von Faktoren, wie z.B. Marktakzeptanz signifikant verändern. Der Konzern prüft und revidiert die erwarteten Cash-Flows und die Abschreibungsaufwendungen, sobald sich Änderungen bei den bisher erwarteten Daten ergeben.

Aktiviert Kosten für die Entwicklung neuer Projekte (insbesondere Drehbuchrechte) werden regelmäßig daraufhin überprüft, ob sie noch als Basis für eine Filmproduktion verwendet werden können. Wenn drei Jahre nach erstmaliger Aktivierung von Kosten für ein Projekt der Drehbeginn des Films oder der Verkauf der Rechte nicht konkret bestimmt werden kann, werden die Kosten vollständig abgeschrieben. Bei Vorliegen einer vorzeitigen Wertminderung wird diese entsprechend erfasst.

#### 4.6 Sonstige immaterielle Vermögenswerte

In dieser Kategorie werden im Wesentlichen EDV-Programme sowie im Rahmen von Kaufpreisallokationen aufgedeckte immaterielle Werte ausgewiesen, deren Bewertung zu Anschaffungskosten abzüglich planmäßiger linearer Abschreibungen und Wertminderungen erfolgt. Wir verweisen hierzu auf unsere Ausführungen unter dem Abschnitt Wertminderungen nicht finanzieller Vermögenswerte (vgl. Kapitel 4.9). Der Ermittlung der Abschreibungen bei EDV-Programmen liegt in der Regel die Laufzeit bzw. die betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer von drei bis sechs Jahren zugrunde.

Als immaterieller Vermögenswert mit unbestimmter Nutzungsdauer wird der Name „Constantin“ ausgewiesen. Dieser unterliegt keiner planmäßigen Abschreibung, sondern wird einmal jährlich und, falls unterjährig Anhaltspunkte für eine Wertminderung vorliegen, auf Wertminderung getestet.

Die Entwicklungskosten für einzelne Projekte werden als selbsterstellte immaterielle Vermögenswerte aktiviert, wenn die folgenden Aktivierungskriterien kumulativ erfüllt sind:

- Nachweis der technischen Umsetzbarkeit der Fertigstellung
- Absicht der Fertigstellung
- Möglichkeit der künftigen Nutzung
- Künftiger wirtschaftlicher Nutzenzufluss
- Verfügbarkeit adäquater technischer, finanzieller oder sonstiger Ressourcen
- Fähigkeit, die während der Entwicklung anfallenden Kosten, die dem immateriellen Vermögenswert zuzurechnen sind, zuverlässig zu bestimmen

Entwicklungskosten, welche die Bedingungen nicht erfüllen, werden aufwandswirksam erfasst.

Selbsterstellte immaterielle Vermögenswerte werden zu fortgeführten Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten bewertet. Die aktivierten Herstellungskosten werden über ihre Nutzungsdauer abgeschrieben, sobald die Entwicklungsphase abgeschlossen ist und ihre Nutzung möglich ist. Die Abschreibungsdauer bemisst sich nach der wirtschaftlichen Nutzungsdauer und beträgt zwei bis sechs Jahre. Forschungskosten und nicht aktivierungsfähige Entwicklungskosten werden zum Zeitpunkt ihrer Entstehung in der Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesen.

Die im Zuge der Kaufpreisallokation identifizierten Kundenbeziehungen werden ebenfalls unter den immateriellen Vermögenswerten ausgewiesen. Der Buchwert entspricht dem beizulegenden Zeitwert zum Akquisitionszeitpunkt abzüglich der notwendigen Abschreibungen. Die Kundenbeziehungen werden über die erwartete Nutzungsdauer von zehn Jahren abgeschrieben.

#### 4.7 Geschäfts- oder Firmenwerte

Die Geschäfts- oder Firmenwerte werden zu Anschaffungskosten abzüglich kumulierter Wertminderungen angesetzt. Die Anschaffungskosten der Geschäfts- oder Firmenwerte ergeben sich aus der Summe aus

- (i) dem beizulegenden Zeitwert der übertragenen Gegenleistung zum Erwerbszeitpunkt,
- (ii) dem Betrag jeglicher nicht beherrschender Anteile und

- (iii) dem beizulegenden Zeitwert der bei einem sukzessiven Unternehmenszusammenschluss von einem Erwerber vorher gehaltenen Anteile des erworbenen Unternehmens abzüglich des beizulegenden Zeitwerts der identifizierbaren erworbenen Vermögenswerte, übernommenen Schulden und Eventualschulden.

Anteile ohne beherrschenden Einfluss können auf Transaktionsbasis entweder zum beizulegenden Zeitwert (Full Goodwill-Methode) oder mit dem proportionalen Anteil des Nettovermögens des erworbenen Unternehmens (Partial Goodwill-Methode) bewertet werden. Im letzteren Fall wird der Geschäfts- oder Firmenwert nur mit dem prozentualen Anteil des Erwerbers am Geschäfts- oder Firmenwert angesetzt. Die Geschäfts- oder Firmenwerte werden bei Zugang jeweils den Zahlungsmittel generierenden Einheiten zugeordnet, von denen erwartet wird, dass sie aus dem Zusammenschluss Nutzen ziehen. Die Zahlungsmittel generierenden Einheiten, auf die Geschäfts- oder Firmenwerte allokiert werden, sind die Organisationseinheiten unterhalb der Segmente.

Für die Geschäfts- oder Firmenwerte wird einmal jährlich, und falls unterjährig Anhaltspunkte für eine Wertminderung vorliegen, ein Impairment-Test vorgenommen. Eine planmäßige Abschreibung erfolgt nicht.

#### 4.8 Sachanlagen

Sachanlagen beinhalten Mietereinbauten, technische Anlagen und Maschinen, andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung sowie geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau.

Die Anschaffungskosten für Mietereinbauten werden in der Regel über die Dauer des jeweiligen Mietvertrags abgeschrieben (von bis zu 27,5 Jahren). Technische Anlagen sowie Betriebs- und Geschäftsausstattung werden mit ihren Anschaffungskosten abzüglich planmäßiger Abschreibungen bzw. Wertminderungen bewertet. Die planmäßige Abschreibung erfolgt linear über die betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer von 3 bis 23 Jahren. Reparatur- und Instandhaltungsaufwendungen werden zum Zeitpunkt der Entstehung als Aufwand erfasst. Umfangreichere Erneuerungen oder Einbauten werden aktiviert. Erneuerungen werden ebenfalls über die oben genannte erwartete Nutzungsdauer abgeschrieben. Bei Abgang werden die Anschaffungskosten und die dazugehörigen kumulierten Abschreibungen ausgebucht. Die dabei entstehenden

Gewinne oder Verluste werden im Geschäftsjahr ergebniswirksam erfasst. Sind die Anschaffungskosten von bestimmten Komponenten einer Sachanlage wesentlich, dann werden diese Komponenten einzeln bilanziert und abgeschrieben.

#### **4.9 Wertminderungen nicht finanzieller Vermögenswerte**

Für Geschäfts- oder Firmenwerte auf Ebene der Zahlungsmittel generierenden Einheiten und für immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer wird jährlich, und sofern unterjährig Anhaltspunkte für eine Wertminderung vorliegen, ein Impairment-Test durchgeführt. Die jährliche Wertminderungsprüfung erfolgt bei der Constantin Medien AG jeweils zum 31. Dezember des Geschäftsjahres. Für sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen wird ein Impairment-Test vorgenommen, falls Anhaltspunkte für eine etwaige Wertminderung beobachtbar sind. Anhaltspunkte für eine Wertminderung sind beispielsweise eine deutliche Zeitwertminderung des Vermögenswertes, signifikante Veränderungen im Unternehmensumfeld, substantielle Hinweise für eine Überalterung oder veränderte Ertragsersparungen. Grundlage für den Impairment-Test ist die Ermittlung des erzielbaren Betrags, welcher der höhere Wert aus beizulegendem Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten oder Nutzungswert eines Vermögenswertes ist. Sofern die Ermittlung des erzielbaren Betrags in Form des Nutzungswerts erfolgt, werden hierbei erwartete, zukünftige Cash-Flows zugrunde gelegt. Liegt der erzielbare Betrag unter dem Buchwert, ist eine Wertminderung vorzunehmen.

Die Berechnung des erzielbaren Betrags beinhaltet Schätzungen des Managements und Annahmen. Den Schätzungen und Annahmen liegen Prämissen zugrunde, die auf dem jeweils aktuell verfügbaren Kenntnisstand beruhen. Aufgrund von diesen Annahmen abweichenden und außerhalb des Einflussbereichs des Unternehmens liegenden Entwicklungen, können die sich einstellenden Beträge von den ursprünglichen Erwartungen abweichen und zu Anpassungen der Buchwerte führen.

Übersteigt der ermittelte Abwertungsbetrag den der Zahlungsmittel generierenden Einheit zugeordneten Geschäfts- oder Firmenwert, sind die übrigen Vermögenswerte der Einheit im Verhältnis ihrer Buchwerte abzuschreiben. Dies gilt nicht, wenn hierdurch der jeweilige Buchwert den höheren Wert aus beizulegendem Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten oder Nutzungswert unterschreiten würde.

Bei immateriellen Vermögenswerten, ausgenommen Geschäfts- oder Firmenwerte, und Sachanlagen sind Wertaufholungen auf in Vorperioden durchgeführte Wertminderungen zu berücksichtigen, falls die Gründe für die Wertminderung entfallen sind. Diese werden erfolgswirksam vorgenommen, maximal jedoch bis zu den theoretisch bestehenden fortgeführten Anschaffungskosten.

#### **4.10 Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien**

Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien sind Immobilien, die zur Erzielung von Mieteinnahmen und/oder zum Zwecke der Wertsteigerung gehalten werden. Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien werden bei Zugang mit ihren Anschaffungs- oder Herstellungskosten, einschließlich Transaktionskosten, angesetzt. In der Folge werden die als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien mit ihrem beizulegenden Zeitwert bewertet. Gewinne und Verluste, die aus Änderungen des beizulegenden Zeitwertes resultieren, werden erfolgswirksam in der Periode erfasst, in der sie entstehen.

Eine als Finanzinvestition gehaltene Immobilie wird bei Abgang oder dann, wenn sie dauerhaft nicht mehr genutzt werden soll und ein zukünftiger Nutzen aus dem Abgang nicht mehr erwartet wird, ausgebucht. Der sich aus dem Abgang ergebende Gewinn oder Verlust bestimmt sich als Differenz zwischen dem Nettoveräußerungserlös und dem Buchwert des Vermögenswertes und wird in der Periode des Abgangs in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

#### **4.11 Vorräte**

##### **Auftragsproduktionen im Entwicklungsstadium**

In den Vorräten werden Auftragsproduktionen im Entwicklungsstadium, für die noch keine Beauftragung vom Sender vorliegt, ausgewiesen (vgl. Kapitel 4.22).

##### **Waren**

Waren, insbesondere bestehend aus DVDs und Blu-rays, werden nach dem Niederstwertprinzip zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten oder dem niedrigeren realisierbaren Nettoveräußerungserlös bewertet (absatzorientierte, verlustfreie Bewertung). Der realisierbare Nettoveräußerungserlös ist der geschätzte Verkaufspreis bei normalem Geschäftsgang abzüglich Vertriebskosten. Die Anschaffungs-/Herstellungskosten werden nach dem First-in-First-out-Verfahren (FIFO) ermittelt.

Wertberichtigungen auf Waren werden auf Basis von Reichweitenanalysen vorgenommen. Dabei wird vom Management aufgrund der historischen Bewegungen und auf Basis der sich am Lager befindlichen Produkte pro Produkt analysiert, ob die Werthaltigkeit der Waren noch gegeben ist. Zeigt sich aufgrund dieser Analyse, dass die Werthaltigkeit einzelner Produkte nicht mehr gegeben ist, werden diese entsprechend wertberichtigt. Weitere Wertberichtigungen werden auf beschädigte oder defekte Handelswaren vorgenommen.

#### **Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe**

Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe werden zu Anschaffungskosten oder den niedrigeren voraussichtlichen Nettoveräußerungserlösen bewertet. Die Anschaffungs- und Herstellungskosten werden nach der Durchschnittsmethode bewertet. Nicht gängige und schwer verkäufliche Bestände werden vollständig abgewertet.

#### **Unfertige Leistungen**

Die Vorräte enthalten neben den Inventarwerten auch die noch nicht fakturierten Lieferungen und Leistungen.

#### **4.12 Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen**

Eine Klassifizierung als „zur Veräußerung gehalten“ erfordert, dass einzelne langfristige Vermögenswerte oder Gruppen von Vermögenswerten vorliegen, die in ihrem jetzigen Zustand veräußert werden können und deren Veräußerung höchstwahrscheinlich ist. Langfristige Vermögenswerte oder Veräußerungsgruppen, die zur Veräußerung gehalten werden, werden unter dem Umlaufvermögen und den kurzfristigen Schulden separat ausgewiesen. Langfristige Vermögenswerte oder eine Veräußerungsgruppe werden zum niedrigeren Wert aus Buchwert oder beizulegendem Zeitwert abzüglich Verkaufskosten bewertet. Auf langfristige Vermögenswerte werden keine planmäßigen Abschreibungen mehr vorgenommen.

#### **4.13 Vermögen und Schulden des aufzugebenden Geschäftsbereichs**

Bei einem aufzugebenden Geschäftsbereich handelt es sich um einen Geschäftsbereich, der entweder zur Veräußerung bestimmt oder bereits veräußert worden ist und dessen Geschäftsaktivitäten und Cash-Flows operativ und für Zwecke der Rechnungslegung klar von den übrigen Unternehmensaktivitäten abgegrenzt werden können. Der Ausweis als aufzugebender Geschäftsbereich setzt im Wesentlichen voraus, dass der Geschäftsbereich einen wesentlichen Geschäftszweig oder

geographischen Geschäftsbereich darstellt bzw. es sich um ein Tochterunternehmen handelt, das ausschließlich mit Weiterveräußerungsabsicht erworben wurde. Aufgegebene Geschäftsbereiche werden in der Gewinn- und Verlustrechnung und in der Kapitalflussrechnung in gesonderten Zeilen ausgewiesen.

#### **4.14 Finanzinstrumente**

Das Management klassifiziert finanzielle Vermögenswerte jeweils zum Zeitpunkt des Erwerbs und überprüft in regelmäßigen Abständen, ob die Kriterien für die Einstufung eingehalten werden. Die Anschaffungskosten beinhalten grundsätzlich die Transaktionskosten. Bei finanziellen Vermögenswerten, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden, werden die Transaktionskosten sofort aufwandswirksam erfasst. Marktübliche Käufe und Verkäufe von finanziellen Vermögenswerten werden am Erfüllungstag bilanziert.

Finanzielle Vermögenswerte und finanzielle Verbindlichkeiten werden in der Regel unsaldiert ausgewiesen. Sie werden nur dann saldiert, wenn bezüglich der Beträge zum gegenwärtigen Zeitpunkt ein Aufrechnungsrecht besteht und beabsichtigt wird, den Ausgleich auf Nettobasis herbeizuführen.

Derivative Finanzinstrumente sowie trennungspflichtige eingebettete Derivate werden sowohl bei erstmaligem Ansatz als auch im Rahmen der Folgebewertung zum Fair Value am Handelstag bewertet. Diese Instrumente sind zwingend in die Kategorie zu Handelszwecken gehalten zu kategorisieren, soweit sie nicht Teil einer designierten Sicherungsbeziehung sind. Gewinne und Verluste aus Wertschwankungen werden unmittelbar erfolgswirksam erfasst.

Wertberichtigungskonten werden für Posten der Kategorie Kredite und Forderungen (Loans and Receivables) geführt. Eine Ausbuchung von Beträgen des Wertberichtigungskontos gegen den Buchwert wertgeminderter finanzieller Vermögenswerte findet grundsätzlich nur statt, wenn der betreffende Sachverhalt verjährt ist.

#### **Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte (Financial assets available-for-sale)**

Unter dieser Kategorie werden in erster Linie finanzielle Vermögenswerte ausgewiesen, die keiner anderen Kategorie zurechenbar sind sowie Beteiligungen an Mantelgesellschaften, welche keine operative Geschäftstätigkeit entwickelt haben.



Die Bewertung erfolgt zum beizulegenden Zeitwert. Ein Gewinn oder Verlust aus der Bewertung am Bilanzstichtag wird direkt im Eigenkapital erfasst, mit Ausnahme von Wertminderungen und Effekten aus der Währungsumrechnung. Erst bei Ausbuchung derartiger finanzieller Vermögenswerte ergibt sich durch die Auflösung des Eigenkapitalpostens eine Erfolgsauswirkung. Sofern kein aktiver Markt oder ein aktiver Markt nicht mehr besteht, wird der beizulegende Zeitwert des Finanzinstruments anhand von vergleichbaren Markttransaktionen oder mittels anerkannter Bewertungsverfahren ermittelt.

Finanzinvestitionen in Eigenkapitalinstrumente, für die kein auf einem aktiven Markt notierter Preis vorliegt und deren beizulegender Zeitwert nicht verlässlich ermittelt werden kann, werden zu Anschaffungskosten bewertet. Werden Wertberichtigungen auf solche Finanzinstrumente vorgenommen, dürfen die Wertberichtigungen nicht rückgängig gemacht werden.

Zu jedem Bilanzstichtag oder bei Vorliegen objektiver Hinweise (wie etwa die Kreditwürdigkeit des jeweiligen Kunden, aktuelle branchenspezifische Konjunktorentwicklungen, die Analyse von Forderungsausfällen der Vergangenheit und Wegfall eines aktiven Marktes für den finanziellen Vermögenswert) auf eine Wertminderung wird beurteilt, ob eine Wertminderung von finanziellen Vermögenswerten erforderlich ist.

Wertminderungen von zur Veräußerung verfügbaren Schuldinstrumenten werden in den Folgeperioden erfolgswirksam rückgängig gemacht, sofern die Gründe für die Wertminderung entfallen sind. Nachfolgende Änderungen des beizulegenden Zeitwerts werden im Eigenkapital erfasst. Wertminderungen von zur Veräußerung verfügbaren Eigenkapitalinstrumenten werden nicht ergebniswirksam rückgängig gemacht, Erhöhungen des beizulegenden Zeitwerts nach einer Wertminderung werden im Eigenkapital erfasst.

#### **Bis zur Endfälligkeit gehaltene Finanzinvestitionen (Financial assets held to maturity)**

Bis zur Endfälligkeit gehaltene Finanzinvestitionen sind nicht derivative finanzielle Vermögenswerte mit festen oder zumindest ermittelbaren Zahlungsbeträgen und festen Fälligkeitsterminen, die der Konzern bis zur Fälligkeit zu halten beabsichtigt und in der Lage ist, dies zu tun.

#### **Kredite und Forderungen (Loans and receivables)**

Kredite und Forderungen sind nicht derivative finanzielle Ver-

mögenswerte mit festen oder bestimmbareren Zahlungen, die nicht an einem aktiven Markt notiert sind.

Die dieser Kategorie zugeordneten Finanzinstrumente werden zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Anwendung der Effektivzinsmethode bilanziert. Hierzu zählen im Wesentlichen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen sowie Zahlungsmittel- und Zahlungsmitteläquivalente.

Kurzfristige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstige kurzfristige Forderungen sind zu fortgeführten Anschaffungskosten angesetzt. Nicht verzinsliche monetäre Forderungen mit einer Laufzeit von mehr als einem Jahr werden mit dem laufzeitadäquaten Zinssatz abgezinst.

Bestehen an der Einbringlichkeit von Forderungen Zweifel, werden die Kundenforderungen mit dem niedrigeren realisierbaren Betrag angesetzt. Eine Wertminderung wird angenommen, wenn objektive Hinweise, insbesondere die Kreditwürdigkeit des jeweiligen Kunden, aktuelle branchenspezifische Konjunktorentwicklungen und die Analyse von Forderungsausfällen der Vergangenheit darauf schließen lassen, dass die Gesellschaft nicht sämtliche Beträge zu den Fälligkeitsterminen erhalten wird. Die ausgewiesenen Buchwerte der kurzfristigen Forderungen entsprechen annähernd den Zeitwerten.

Gemäß konzerninternen Vorgaben werden Wertberichtigungen auf Forderungen grundsätzlich auf separaten Wertberichtigungskonten erfasst. Sie werden zum selben Zeitpunkt wie die entsprechende wertberichtigte Forderung ausgebucht. Zusätzlich werden teilweise Portfoliowertberichtigungen für Forderungen unterschiedlicher Risikoklassen gebildet. Hierbei werden für diese Klassen historische Ausfallraten ermittelt. Die entsprechenden Forderungen werden dann mit der durchschnittlichen Ausfallrate berichtigt.

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente umfassen Kassenbestände sowie Kontokorrentguthaben, Sicht- und Depositengelder bei Banken und sonstigen Finanzinstituten. Diese werden nur in den liquiden Mitteln ausgewiesen, sofern sie jederzeit im Voraus in bestimmbarere Zahlungsmittelbeträge umgewandelt werden können, nur unwesentlichen Wertschwankungsrisiken unterliegen sowie ab dem Erwerbsdatum eine Restlaufzeit von maximal drei Monaten haben. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente werden zu Anschaffungskosten bewertet.

#### **Finanzielle Vermögenswerte erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet (Financial assets at fair value through profit or loss)**

Die Kategorie der erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewerteten finanziellen Vermögenswerte enthält grundsätzlich die zu Handelszwecken gehaltenen finanziellen Vermögenswerte und finanzielle Vermögenswerte, die beim erstmaligen Ansatz als zum beizulegenden Zeitwert zu bewertende finanzielle Vermögenswerte eingestuft werden. Finanzielle Vermögenswerte werden als zu Handelszwecken gehalten klassifiziert, wenn sie für Zwecke der Veräußerung in der nahen Zukunft erworben werden. Derivative Finanzinstrumente mit einem positiven Marktwert am Bilanzstichtag sind immer dieser Kategorie zuzuordnen, mit Ausnahme von Verträgen, bei denen es sich um eine Finanzgarantie handelt oder die als Sicherungsinstrument designiert wurden und als solche effektiv sind (Hedge Accounting).

Finanzielle Vermögenswerte werden beim erstmaligen Ansatz als erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte designiert, wenn damit Inkongruenzen beseitigt oder erheblich reduziert werden, die sich aus der ansonsten vorzunehmenden Bewertung von Vermögenswerten oder der Erfassung von Gewinnen und Verlusten zu unterschiedlichen Bewertungsmethoden ergeben würden, oder wenn eine Gruppe von finanziellen Vermögenswerten und/oder finanziellen Verbindlichkeiten gemäß einer dokumentierten Risikomanagement- oder Anlagestrategie gesteuert und ihre Wertentwicklung anhand des beizulegenden Zeitwerts beurteilt wird, und die auf dieser Grundlage ermittelten Informationen zu dieser Gruppe intern an Personen in Schlüsselpositionen des Unternehmens weitergereicht werden.

Die Bewertung erfolgt zum beizulegenden Zeitwert. Die realisierten Gewinne und Verluste aus den Veränderungen des Zeitwerts der Finanzinstrumente werden zum Zeitpunkt ihrer Entstehung in der Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesen. Soweit kein beobachtbarer Marktwert vorliegt, wird unter Anwendung von Bewertungsmethoden ein beizulegender Zeitwert ermittelt. Zu den Bewertungsmethoden gehören die Verwendung der jüngsten Geschäftsvorfälle zwischen sachverständigen, vertragswilligen und unabhängigen Geschäftspartnern, der Vergleich mit dem aktuellen beizulegenden Zeitwert eines anderen, im Wesentlichen identischen Finanzinstruments, die Discounted-Cash-Flow-Methode sowie die Verwendung anderer Bewertungsmodelle.

#### **Finanzielle Verbindlichkeiten erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet (Financial liabilities at fair value through profit or loss)**

Derivative Finanzinstrumente mit negativem beizulegendem Zeitwert am Bilanzstichtag werden unter den sonstigen Verbindlichkeiten ausgewiesen. Finanzielle Verbindlichkeiten werden als zu Handelszwecken gehalten klassifiziert, wenn sie für Zwecke der Veräußerung in der nahen Zukunft erworben werden. Derivative Finanzinstrumente mit einem negativen Marktwert am Bilanzstichtag sind immer dieser Kategorie zuzuordnen, mit Ausnahme von Verträgen, bei denen es sich um eine Finanzgarantie handelt oder die als Sicherungsinstrument designiert wurden und als solche effektiv sind (Hedge Accounting).

#### **Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten (Other Liabilities)**

Lang- und kurzfristige Finanzverbindlichkeiten, Liefer- und Leistungsverbindlichkeiten und sonstige Verbindlichkeiten ohne derivative Finanzinstrumente werden jeweils mit den fortgeführten Anschaffungskosten bilanziert. Unterverzinsliche sowie unverzinsliche langfristige Verbindlichkeiten werden bei Anschaffung mit ihrem Barwert angesetzt und bis zur Fälligkeit periodengerecht aufgezinnt. Verbindlichkeiten aus ausstehenden Rechnungen werden unter den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten ausgewiesen. Die langfristigen Verbindlichkeiten werden unter Anwendung der Effektivzinismethode abgezinst.

Bei zusammengesetzten Finanzinstrumenten, wie z.B. Wandschuldverschreibungen, sind die darin enthaltenen Fremd- und Eigenkapitalkomponenten zu trennen und gesondert zu bilanzieren bzw. zu bewerten.

#### **Sicherungsinstrumente (Hedge Accounting)**

Der Konzern ist als international operierendes Unternehmen Währungsschwankungen ausgesetzt. Zur Absicherung gegen Fremdwährungsschwankungen werden derivative sowie originäre Finanzinstrumente eingesetzt. Die Bilanzierung der Sicherungsbeziehungen erfolgt grundsätzlich als Absicherung von Veränderungen des Fair Value von Vermögenswerten, Verbindlichkeiten oder bilanzunwirksamen festen Verpflichtungen aus Ein- und Verkaufsverträgen (Fair Value-Hedges). Als Sicherungsinstrumente werden Devisentermingeschäfte, Devisenswaps und nicht-derivative finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten entweder vollumfänglich oder in Teilen designiert. Nicht-derivative finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten werden zur Sicherung von derzeit noch bilanzunwirk-

samen Verkaufsverträgen bzw. Lizenzverträgen in Fremdwährung eingesetzt.

Bei einem Fair Value-Hedge werden die dem abgesicherten Risiko zuzurechnenden Änderungen des beizulegenden Zeitwerts des Grundgeschäfts und die Änderung des beizulegenden Zeitwerts des Sicherungsderivats in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst und saldiert ausgewiesen. Bei der Absicherung von nicht bilanzierten festen Verpflichtungen aus Ein- und Verkaufsverträgen (Grundgeschäft), wird die kumulierte Änderung des Marktwerts des Grundgeschäfts als separater Vermögenswert oder als Verbindlichkeit erfasst. Zudem wird ein entsprechender Gewinn oder Verlust ausgewiesen, so dass sich dieser ergebnistechnisch mit der Änderung des beizulegenden Zeitwerts des Sicherungsinstruments ausgleicht.

Derartige Sicherungsbeziehungen werden hinsichtlich der Erreichung einer Kompensation der Risiken aus Änderungen des beizulegenden Zeitwerts von Grund- und Sicherungsgeschäft als in hohem Maße wirksam eingeschätzt. Sie werden fortlaufend dahingehend beurteilt, ob sie tatsächlich während der gesamten Berichtsperiode, für die die Sicherungsbeziehung definiert wurde, effektiv waren. Die Wirksamkeit der Sicherungsbeziehung wird auf Basis prospektiver und retrospektiver Effektivitätstests überprüft. Der prospektive Effektivitätstest erfolgt mittels der Critical Term Match-Methode.

Beim retrospektiven Effektivitätstest wird die Dollar Offset-Methode verwendet. Die Effektivität bezeichnet den Grad, zu dem sich die Wertänderungen von Grund- und Sicherungsgeschäft ausgleichen. Sofern ein Ausgleich in einer Bandbreite zwischen 80 Prozent bis 125 Prozent vorliegt, gilt der Hedge als effektiv. Die Sicherungsbeziehungen befinden sich ausnahmslos in diesem Bereich. Zu Beginn der Sicherung werden sowohl die Sicherungsbeziehung als auch die Risikomanagementzielsetzungen und -strategien des Konzerns im Hinblick auf die Absicherung formal festgelegt und dokumentiert.

#### **4.15 Pensionsverpflichtungen**

Leistungen nach Beendigung des Arbeitsverhältnisses umfassen Vorsorgeleistungen für die Mitarbeiter. Diese werden unterteilt in leistungsorientierte Vorsorgepläne (definierte Vorsorgeleistungen) sowie beitragsorientierte Vorsorgepläne.

Ein beitragsorientierter Plan (Defined Contribution Plan) liegt vor, wenn aufgrund von gesetzlichen oder privaten Bestim-

mungen festgelegte Beiträge an einen Fonds oder an einen öffentlichen oder privaten Rentenversicherungsträger gezahlt werden, und mit der Zahlung der Beträge keine weiteren Leistungsverpflichtungen mehr bestehen. Die Beiträge werden bei Fälligkeit aufwandswirksam erfasst.

Bei leistungsorientierten Plänen wird der Barwert der leistungsorientierten Vorsorgeverpflichtungen (Defined Benefit Obligation) jährlich durch einen unabhängigen Aktuar unter Verwendung der Projected Unit Credit-Method ermittelt. Die den Berechnungen zugrunde liegenden versicherungsmathematischen Annahmen richten sich nach den am Abschlussstag bestehenden Erwartungen für den Zeitraum über den die Verpflichtungen zu erfüllen sind. Die Vorsorgepläne werden über einen Fonds finanziert. Die Vermögenswerte der Pläne werden zum Fair Value bilanziert.

Aus Änderungen der getroffenen Annahmen, Abweichungen des effektiven zum erwarteten Ertrag aus dem Planvermögen sowie den Unterschieden zwischen den effektiv erworbenen und den mittels versicherungstechnischer Annahmen berechneten Leistungsansprüchen ergeben sich versicherungsmathematische Gewinne und Verluste. Diese werden sofort im sonstigen Ergebnis (OCI) als erfolgsneutrale Komponente unter „Posten, die zukünftig nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung umgliedert werden“ erfasst. Der laufende Dienstzeitaufwand und die Nettozinsen werden im Personalaufwand erfolgswirksam erfasst. Eine Beitragsreduktion im Sinne von IAS 19 liegt vor, wenn der Arbeitgeber tiefere Beiträge als den Dienstzeitaufwand bezahlen muss. Spezielle Ereignisse, wie Vorsorgeplanänderungen, welche den Anspruch der Mitarbeiter verändern oder Plankürzungen und Planabgeltungen werden sofort erfolgswirksam erfasst.

Des Weiteren besteht in der TEAM-Gruppe eine Vorsorgestiftung für die Kadermitarbeiter. Diese Stiftung führt neben der gesetzlich vorgeschriebenen Vorsorgeeinrichtung auch eine zusätzliche Spareinrichtung. Die Stiftung ist am Kapital der Team Football Marketing AG beteiligt. Mit den Dividendenerträgen der Team Football Marketing AG werden jeweils die zusätzlichen Sparkapitalien der Kadermitarbeiter angehäuft. Beiträge zu Lasten der Gewinn- und Verlustrechnung für diese Zusatzeinrichtung werden keine bezahlt.

#### **4.16 Sonstige Rückstellungen, Eventualverpflichtungen und Eventualforderungen**

Rückstellungen werden für gegenwärtige rechtliche oder fak-

tische Verpflichtungen gegenüber Dritten gebildet, deren Ursprung in der Vergangenheit liegt und bei denen es wahrscheinlich ist, dass die Erfüllung der Verpflichtung zu einem Mittelabfluss bzw. sonstigen Ressourcenabfluss führt. Weitere Voraussetzung für den Ansatz ist eine zuverlässige Schätzung der Verpflichtungshöhe.

Die Bewertung der Rückstellungen erfolgt in Höhe des erwarteten Mittelabflusses mit der höchsten Eintrittswahrscheinlichkeit. Langfristige Rückstellungen werden, sofern der Zinseffekt wesentlich ist, mit dem unter Verwendung des aktuellen Marktzinses berechneten Barwert des erwarteten Mittelabflusses angesetzt.

Rückstellungen für drohende Verluste aus schwebenden Geschäften (Drohverlustrückstellungen) werden gebildet, wenn die unvermeidbaren Kosten zur Erfüllung eines Geschäfts höher als der erwartete wirtschaftliche Nutzen sind. Bevor eine Rückstellungsbildung erfolgt, werden Wertminderungen auf Vermögenswerte, die mit diesem Geschäft zusammenhängen, vorgenommen.

Mögliche Verpflichtungen, deren Existenz (Eintreten, Nichteintreten) durch zukünftige Ereignisse bestätigt werden muss, oder Verpflichtungen, deren Höhe nicht zuverlässig eingeschätzt werden können, werden als Eventualverbindlichkeiten offengelegt. Eventualforderungen werden nicht aktiviert, aber analog den Eventualverbindlichkeiten offengelegt, sofern ein wirtschaftlicher Nutzen für den Konzern wahrscheinlich ist.

#### 4.17 Fremdkapitalkosten

Fremdkapitalkosten für die Herstellung von qualifizierten Vermögenswerten werden im Konzern im Bereich Filmproduktion als Teil der Herstellungskosten dieses Vermögenswerts aktiviert. Für nicht qualifizierte Vermögenswerte werden Fremdkapitalkosten in der Periode als Aufwand erfasst, in der sie angefallen sind.

#### 4.18 Ertragsteuern

Laufende Steuern werden auf Basis des Ergebnisses des Geschäftsjahrs und in Übereinstimmung mit den nationalen Steuergesetzen der jeweiligen Steuerjurisdiktion ermittelt. Erwartete und tatsächlich geleistete Steuernachzahlungen bzw. -erstattungen für Vorjahre werden ebenfalls einbezogen.

Die Ermittlung von latenten Ertragsteueransprüchen und -verpflichtungen erfolgt bilanzorientiert (Verbindlichkeitenmethode). Für den Konzernabschluss werden latente Steuern für

temporäre Differenzen zwischen den Buchwerten und den steuerlichen Wertansätzen der Vermögenswerte und Schulden sowie für steuerliche Verlustvorträge ermittelt. Aktive latente Steuern aus abzugsfähigen temporären Unterschieden und steuerlichen Verlustvorträgen werden nur in dem Umfang ausgewiesen, in dem mit hinreichender Wahrscheinlichkeit angenommen werden kann, dass das jeweilige Unternehmen ausreichend steuerpflichtiges Einkommen zur künftigen steuerlichen Nutzung der Verlustvorträge erzielen kann.

Die latenten Steuern für temporäre Differenzen in den Einzelabschlüssen werden auf der Basis der Steuersätze ermittelt, die in den einzelnen Ländern zum Realisationszeitpunkt gelten bzw. künftig anzuwenden sind.

Soweit die aktiven und passiven latenten Steuern gegenüber demselben Steuerschuldner bzw. -gläubiger bestehen, dieselbe Steuerart betreffen und sich im gleichen Geschäftsjahr wieder ausgleichen, wurde eine Saldierung vorgenommen. Die latenten Steueransprüche und Steuerschulden aus den Organgesellschaften werden saldiert.

Die Bilanzierung von Steuerposten erfordert häufig Schätzungen und Annahmen, die von der späteren tatsächlichen Steuerbelastung abweichen können. Für bilanzierte Ertragsteuerepositionen wird als beste Schätzung die voraussichtlich erwartete Steuerzahlung zugrunde gelegt.

Latente Steuern auf direkt im Eigenkapital erfasste Posten werden nicht in der Gewinn- und Verlustrechnung, sondern ebenfalls über das Eigenkapital erfasst.

Auf temporäre Unterschiede im Zusammenhang mit Anteilen an Tochterunternehmen wurden keine latenten Steuerschulden angesetzt, da es nicht wahrscheinlich ist, dass sich diese temporären Differenzen in absehbarer Zeit umkehren werden und die Constantin Medien AG die Möglichkeit besitzt, den Zeitpunkt der Umkehr der temporären Differenzen zu bestimmen.

#### 4.19 Eigenkapital

In Umlauf befindliche Stammaktien werden als Eigenkapital klassifiziert. Sobald der Konzern eigene Aktien erwirbt, wird der bezahlte Gegenwert einschließlich der zurechenbaren Transaktionskosten der betreffenden Aktien vom Eigenkapital abgezogen. Wenn eigene Aktien verkauft oder ausgegeben werden, wird der erhaltene Gegenwert dem Eigenkapital zugerechnet.

#### 4.20 Anteilsbasierte Vergütungen

Für anteilsbasierte Vergütungen mit Barausgleich (Wertsteigerungsrechte) oder andere Vermögenswerte wird eine Verbindlichkeit für die erhaltenen Güter oder Dienstleistungen erfasst und bei Zugang mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet. Bis zur Begleichung der Schuld wird der beizulegende Zeitwert der Schuld zu jedem Abschlussstichtag und am Erfüllungstag neu bestimmt. Alle Änderungen des beizulegenden Zeitwerts werden erfolgswirksam im Personalaufwand erfasst. Weitere Informationen über die Ermittlung des beizulegenden Zeitwertes der anteilsbasierten Vergütungen mit einem Barausgleich (cash-settled) sind in Kapitel 6.15 dargestellt.

#### 4.21 Umsatzrealisierung

Die Erträge aus Lieferungen und Leistungen werden erfasst, wenn die maßgeblichen Risiken und Chancen, die mit dem Eigentum der verkauften Waren und Leistungen verbunden sind, auf den Käufer übertragen werden. Für zusätzliche Aufwendungen im Zusammenhang mit den Lieferungen und Leistungen, inklusive Aufwendungen für retournierte Produkte, werden angemessene Rückstellungen gebildet.

Im Segment Sport werden die Umsatzerlöse zum Zeitpunkt der Leistungserbringung realisiert. Soweit es sich um Werbeerlöse handelt, erfolgt die Umsatzrealisierung grundsätzlich am Tag der Ausstrahlung bzw. bei Schaltung der Werbung. Rückstellungen für Naturalrabatte werden erlösschmälernd gebildet, wenn bei einer Buchung für Werbezeiten dem Kunden Freispots zugesagt werden und diese zum Stichtag noch nicht vollständig ausgestrahlt wurden. Im Produktionsbereich erfolgt die Realisierung der Umsätze mit Fertigstellung und Abnahme der Produktion durch den Auftraggeber.

Umsatzerlöse aus dem Tausch von Werbedienstleistungen werden nur dann erfolgswirksam realisiert, wenn art- und wertmäßig unterschiedliche Werbedienstleistungen getauscht werden und die Höhe des Umsatzerlöses verlässlich bewertet werden kann.

Im Segment Film wird bei Kinofilmen der Umsatz ab Kinostart des Films realisiert. Die Höhe des Umsatzes hängt direkt von der Anzahl der Kinobesucher ab. Als Verleihanteil an der Gesamtsumme der Kinoerlöse werden branchenüblich die von den Kinobetreibern an den Verleiher abgerechneten Filmmieten verbucht. Die Filmmieten berechnen sich aufgrund eines Prozentsatzes der Erlöse aus dem Verkauf von Kinokarten.

Umsätze aus Auftragsproduktionen werden mittels der Percentage-of-Completion-Methode (PoC) bestimmt, um den Anteil am Gesamtumsatz für die Berichtsperiode zu erfassen (vgl. Kapitel 4.22).

Die Umsatzrealisierung für TV-Rechte (Pay- und Free-TV) erfolgt ab Lizenzbeginn in der Regel 18 bis 32 Monate nach dem Beginn der Kinoauswertung. Bei diesen Formen der Auswertung der Filmrechte wird der Umsatz bei Ablauf der jeweiligen vertraglichen Sperrfrist für die Auswertung realisiert. Die Realisierung erfolgt somit erst ab Beginn der jeweiligen Lizenzverfügbarkeit.

Im Weltvertrieb erhält der Konzern in der Regel Minimumgarantien für die verkauften Auswertungsrechte (Kino-, Home Entertainment-, TV-Rechte). Diese werden auf die verschiedenen Umsatzarten verteilt. Die Allokation erfolgt auf Basis von Erfahrungswerten entsprechend der Unternehmensplanung grundsätzlich im folgenden Verhältnis mit pauschalen Sätzen auf Kino-, Home Entertainment- und TV-Rechte: 25 Prozent auf das Kinorecht, 15 Prozent auf das Home Entertainment-Recht und 60 Prozent auf das TV-Recht. Die entsprechenden Umsatzerlöse werden grundsätzlich wie folgt realisiert: Kinoumsatz bei Kinostart, Home Entertainment-Umsatz sechs Monate nach Kinostart, TV-Umsatz 24 Monate nach Kinostart. Bei Weltvertriebsverkäufen ohne Minimumgarantie basiert die Umsatzrealisierung auf den von den Lizenznehmern erstellten Lizenzabrechnungen.

Bei Home Entertainment-Eigenauswertungen wird der von den verkauften DVDs und Blu-ray Discs abhängige Umsatz ab Veröffentlichung, unter Berücksichtigung der erwarteten Warenretouren, realisiert. Bei digitalen Kauf- und Verleihtransaktionen wird der Umsatz ebenfalls ab Veröffentlichung realisiert und hängt von der Anzahl der digitalen Transaktionen ab. Bei Lizenzierung von Video-/DVD-Rechten an Lizenznehmer erfolgt die Umsatzrealisierung zum Zeitpunkt des Lizenzzeitbeginns.

Im Sport- und Event-Marketing wird die Umsatzrealisierung gemäß der vertraglichen Ausgestaltung der jeweiligen Projekte vorgenommen. Die meisten und wichtigsten Verträge zu den Projekten sehen dabei vor, dass dem Konzern ein Anteil am Ergebnis des entsprechenden Projekts zusteht. Dieses Ergebnis ergibt sich aus den Erlösen des Projekts abzüglich der direkt dem Projekt zurechenbaren Kosten, die durch Dritte in Rechnung gestellt wurden. Das Ergebnis der Projekte wird über eine

Projektbuchhaltung ermittelt. Dabei werden die anteiligen Erlöse den Aufwendungen des Projekts zugeordnet. Diese Projektbuchhaltung wird für jedes Projekt monatlich erstellt. Zeigt sich, dass die bisherigen Erwartungen nicht mehr mit den neuesten Erwartungen deckungsgleich sind, wird der berücksichtigte Ertrag aus diesem Projekt über den restlichen Projektzeitraum entsprechend den neuesten Erwartungen angepasst.

Vereinnahmte Erträge für Dienstleistungen, die über einen gewissen Zeitraum erbracht und den Kunden periodisch in Rechnung gestellt werden, werden über den Zeitraum erfasst, in dem die Dienstleistung erbracht wird.

Die Umsätze werden jeweils ohne die in Rechnung gestellte Umsatzsteuer, gewährte Preisnachlässe und Mengenrabatte erfasst.

Dividendenerträge werden in dem Geschäftsjahr erfasst, in dem das Recht auf den Empfang der Zahlung entsteht. Zinserträge werden zeitanteilig unter Anwendung der Effektivzinsmethode erfasst.

#### 4.22 Langfristige Auftragsfertigung

Auftragsproduktionen werden nach der Percentage-of-Completion-Methode bewertet, wenn die dafür notwendigen Voraussetzungen erfüllt sind. Die gesamten Auftrags Erlöse und die dazugehörenden Kosten werden nach Maßgabe des Grades der Fertigstellung ergebniswirksam erfasst, sofern sich das Ergebnis der Auftragsproduktion zuverlässig ermitteln lässt.

Bei der Ermittlung des Fertigstellungsgrads kommt bei Dailys und Weeklys die Methode der physischen Fertigstellung (outputorientierte Methode), bei TV-Filmen und Event-Shows die Cost-to-Cost-Methode zur Anwendung. Eine hinreichende Sicherheit bezüglich des Ergebnisses einer Auftragsproduktion im Rahmen der Ermittlung des Fertigstellungsgrads mit der Cost-to-Cost-Methode wird, in der Regel, zum Zeitpunkt der Rohschnittabnahme durch den Sender erreicht.

Kann das Ergebnis des Fertigungsauftrags nicht verlässlich geschätzt werden, so wird eine Ertragsrealisation nur in Höhe bereits angefallener Kosten vorgenommen (Zero-Profit-Methode). Entfallen zu einem späteren Zeitpunkt die Unsicherheiten und das Ergebnis des Fertigungsauftrags kann verlässlich geschätzt werden, wird eine anteilige Gewinnrealisierung entsprechend dem Fertigstellungsgrad vorgenommen. Ist es wahrscheinlich, dass die gesamten Auftragskosten die

gesamten Auftrags Erlöse übersteigen werden, wird der erwartete Verlust sofort als Aufwand erfasst.

Laufende Auftragsproduktionen werden in Höhe der Differenz aus realisierten Umsätzen und Rechnungsstellungen als aktiver bzw. passiver Saldo unter den Forderungen bzw. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in der Bilanz ausgewiesen. Auftragsproduktionen im Entwicklungsstadium, für die noch keine Beauftragung vom Sender vorliegt, werden unter den Vorräten erfasst.

#### 4.23 Leasing

Im Konzern bestehen Leasingverhältnisse, bei denen der Konzern Leasingnehmer ist. Soweit das wirtschaftliche Eigentum am Leasingobjekt dem Leasinggeber zuzurechnen ist, erfolgt eine Bilanzierung des Leasingverhältnisses als Operating Lease-Verhältnis. Hierbei werden die zu leistenden Leasingzahlungen linear über die Laufzeit des Leasingverhältnisses als sonstiger betrieblicher Aufwand in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Soweit das wirtschaftliche Eigentum am Leasingobjekt dem Konzern zuzurechnen ist, erfolgt eine Aktivierung des Leasingobjekts und die Passivierung einer betragsgleichen Leasingverbindlichkeit bei Beginn der Laufzeit des Leasingverhältnisses (Finanzierungsleasing). Dies ist der Fall, wenn der Leasingnehmer im Wesentlichen alle mit dem Eigentum verbundenen Chancen und Risiken aus dem Leasingobjekt trägt. Die Aktivierung erfolgt in diesen Fällen zum beizulegenden Zeitwert des Leasinggegenstands zu Beginn des Leasingverhältnisses oder mit dem Barwert der Mindestleasingzahlungen, sofern dieser niedriger ist. Die korrespondierenden Leasingverbindlichkeiten werden unter den lang- bzw. kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten in der Bilanz ausgewiesen. Der Zinsanteil der Leasingverbindlichkeit wird über die Laufzeit des Leasingverhältnisses erfolgswirksam im Finanzergebnis erfasst. Zum 31. Dezember 2014 bestanden im Konzern, wie zum Vorjahresstichtag, keine Finanzierungsleasingverhältnisse.

#### 4.24 Zuwendungen der öffentlichen Hand

##### Projektförderung

Bei den Förderungen wird zwischen Projektförderungen als bedingt rückzahlungspflichtigen Darlehen und Referenzmitteln bzw. Projektfilmförderung nach den Richtlinien des Beauftragten für Kultur und Medien BKM (Deutscher Filmförderfonds, DFFF) als nicht rückzahlbaren Zuschüssen unterschieden.

#### **Projektförderung als bedingt rückzahlungspflichtiges Darlehen**

Projektfilmförderungen werden in Form eines bedingt rückzahlbaren zinslosen Darlehens nach den Bestimmungen des Filmfördergesetzes bzw. der jeweiligen Länderförderungen (z.B. FilmFernsehFonds Bayern „FFF Bayern“ Richtlinien) gewährt. Diese sind zurückzuzahlen, sobald und soweit die Erträge des Herstellers aus der Verwertung des Films eine bestimmte Höhe übersteigen. Es handelt sich um Zuwendungen der öffentlichen Hand für Vermögenswerte. Diese werden in der Bilanz in Höhe des mit hinreichender Sicherheit nicht zurückzuzahlenden Betrags vom Buchwert des Filmvermögens abgesetzt.

Die Zuwendungen werden mittels eines reduzierten Abschreibungsbetrags der aktivierten Herstellungskosten über den Auswertungszyklus eines Films ergebniswirksam erfasst.

Die Höhe des mit hinreichender Sicherheit nicht zurückzuzahlenden Betrags ist in der Regel zum Zeitpunkt des Kinostarts ermittelbar. Sollte zu einem späteren Zeitpunkt festgestellt werden, dass ein weiterer Teil eines Darlehens zurückzuzahlen ist, wird in Höhe dieses Betrags der Buchwert des Filmvermögens erhöht, bei gleichzeitiger Passivierung einer Verpflichtung.

#### **Projektreferenzmittel**

Projektreferenzmittel sind nicht rückzahlbare Zuschüsse, die einem Produzenten in Abhängigkeit der erreichten Besucherzahl bei der Kinoauswertung eines Films (Referenzfilm) zur Finanzierung der Projektkosten eines Folgefilms zustehen. Es handelt sich um Zuwendungen der öffentlichen Hand für Vermögenswerte. Die gewährten Referenzmittel werden in der Bilanz zum Zeitpunkt des Drehbeginns des Folgefilms vom Buchwert des Referenzfilms abgesetzt.

Die Zuwendungen werden mittels eines reduzierten Abschreibungsbetrags der aktivierten Herstellungskosten über den Auswertungszyklus eines Films ergebniswirksam erfasst.

#### **Projektfilmförderung nach den Richtlinien des BKM (DFFF)**

Projektfilmförderungen nach den Richtlinien des BKM (DFFF) stellen nicht rückzahlungspflichtige Zuwendungen dar, die zur Erstattung der Herstellungskosten eines Kinofilms nach Erfüllung von klar definierten Voraussetzungen gewährt werden.

Es handelt sich um Zuwendungen der öffentlichen Hand für Vermögenswerte. Die gewährten Projektfilmförderungen wer-

den in der Bilanz spätestens zum Zeitpunkt des Kinostarts vom Buchwert des Films abgesetzt. Vor Kinostart werden diese als sonstige Forderungen aktiviert. Zugleich wird ein passivischer Rechnungsabgrenzungsposten unter den sonstigen Verbindlichkeiten ausgewiesen.

Die Zuwendungen werden mittels eines reduzierten Abschreibungsbetrags der aktivierten Herstellungskosten über den Auswertungszyklus eines Films ergebniswirksam erfasst.

#### **Verleihförderung**

Bei den Förderungen wird zwischen Verleihförderungen als bedingt rückzahlungspflichtigen Darlehen und Absatzreferenzmitteln als nicht rückzahlungspflichtigen Zuschüssen unterschieden.

#### **Verleihförderung als bedingt rückzahlungspflichtiges Darlehen**

Verleihförderungen werden in Form eines bedingt rückzahlbaren zinslosen Darlehens nach den Bestimmungen des Filmfördergesetzes bzw. der jeweiligen Länderförderungen (z.B. FilmFernsehFonds Bayern „FFF Bayern“ Richtlinien) gewährt. Diese sind zurückzuzahlen, sobald und soweit die Erträge des Verleihers aus der Verwertung des Films eine bestimmte Höhe übersteigen.

Es handelt sich um Zuwendungen der öffentlichen Hand für bereits angefallene Aufwendungen. Diese werden als Reduzierung der Herausbringungskosten in Höhe des mit hinreichender Sicherheit nicht zurückzuzahlenden Betrags erfasst. Die Zuwendungen werden in den Perioden erfasst, in denen die entsprechenden Herausbringungskosten anfallen.

Die Höhe des mit hinreichender Sicherheit nicht zurückzuzahlenden Betrags ist in der Regel zum Zeitpunkt des Kinostarts ermittelbar. Sollte zu einem späteren Zeitpunkt festgestellt werden, dass ein weiterer Teil eines Darlehens zurückzuzahlen ist, wird in Höhe dieses Betrags ein Aufwand gebucht und der entsprechende Betrag passiviert.

#### **Absatzreferenzmittel**

Absatzreferenzmittel sind nicht rückzahlungspflichtige Zuschüsse, die dem Verleiher in Abhängigkeit der erreichten Besucherzahl bei der Kinoauswertung eines Referenzfilms zur Finanzierung der Herausbringungskosten eines Folgefilms zustehen. Es handelt sich um Zuwendungen der öffentlichen Hand für bereits angefallene Aufwendungen. Die gewährten Absatzreferenzmittel werden als Reduzierung der Heraus-

bringungskosten zum Zeitpunkt des Kinostarts des Folgefilms ergebniswirksam erfasst.

Der Umfang der Schweizer Filmförderung ist von untergeordneter Bedeutung. Die oben beschriebenen Bilanzierungsgrundsätze haben sinngemäß auch für die Schweizer Filmförderung Gültigkeit.

## 5. Ermessensausübung/Schätzungsunsicherheiten

Die Erstellung des Konzernabschlusses in Übereinstimmung mit IFRS verlangt vom Management, Einschätzungen und Annahmen zu treffen, welche die ausgewiesenen Erträge, Aufwendungen, Vermögenswerte, Verbindlichkeiten, Eventualverbindlichkeiten und -forderungen zum Zeitpunkt der Bilanzierung beeinflussen. Diese Schätzungen und Annahmen basieren auf der bestmöglichen Beurteilung durch das Management aufgrund von Erfahrungen aus der Vergangenheit und weiteren Faktoren, einschließlich der Einschätzungen künftiger Ereignisse. Die Einschätzungen und Annahmen werden laufend überprüft. Änderungen der Einschätzungen sind notwendig, sofern sich die Gegebenheiten, auf denen die Einschätzungen basieren, geändert haben oder neue Informationen und zusätzliche Erkenntnisse vorliegen. Solche Änderungen werden in jener Berichtsperiode erfasst, in der die Einschätzung angepasst wurde.

Die wichtigsten Annahmen über die zukünftige Entwicklung sowie die wichtigsten Quellen von Unsicherheiten bei den Einschätzungen, die bei den bilanzierten Vermögenswerten und Schulden sowie den ausgewiesenen Erträgen, Aufwendungen und Eventualverbindlichkeiten in den nächsten zwölf Monaten bedeutende Anpassungen erforderlich machen könnten, sind nachfolgend dargestellt:

### Wertminderung von nicht finanziellen Vermögenswerten

Die Geschäfts- oder Firmenwerte und andere immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer werden mindestens einmal jährlich sowie bei Vorliegen entsprechender Anhaltspunkte auf Wertminderung überprüft. Das Filmvermögen und sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte werden auf ihre Werthaltigkeit untersucht, wenn Hinweise vorliegen, dass der Buchwert den erzielbaren Betrag übersteigt. Zur Beurteilung, ob eine Wertminderung vorliegt, werden Einschätzungen der zu erwartenden zukünftigen Geldflüsse je Zahlungsmittel

generierender Einheit aus der Nutzung und eventuellen Veräußerung dieser Vermögenswerte vorgenommen. Die tatsächlichen Geldflüsse können von den auf diesen Einschätzungen basierenden diskontierten zukünftigen Geldflüssen bedeutend abweichen. Veränderungen in den Umsatz- und Cash-Flow-Prognosen können eine Wertminderung zur Folge haben.

### Finanzielle Vermögenswerte

Der beizulegende Zeitwert von finanziellen Vermögenswerten, die auf organisierten Märkten gehandelt werden, wird durch den am Bilanzstichtag notierten Marktpreis bestimmt. Der beizulegende Zeitwert von finanziellen Vermögenswerten, für die kein aktiver Markt besteht, wird unter Anwendung von Bewertungsmethoden ermittelt. Zu den Bewertungsmethoden gehören die Verwendung der jüngsten Geschäftsvorfälle zwischen sachverständigen, vertragswilligen und unabhängigen Geschäftspartnern, der Vergleich mit dem beizulegenden Zeitwert eines anderen, im Wesentlichen identischen Finanzinstruments, die Analyse von diskontierten Cash-Flows sowie die Verwendung anderer Bewertungsmodelle, die auf Annahmen des Managements basieren. Der Konzern ermittelt an jedem Bilanzstichtag sowie bei Vorliegen entsprechender Anhaltspunkte, ob eine Wertminderung eines finanziellen Vermögenswerts oder einer Gruppe von Vermögenswerten vorliegt.

### Fertigungsaufträge

Bei der Ermittlung des Fertigstellungsgrades von Produktionen, bei denen die Percentage-of-Completion-Methode angewandt wird, werden die Cost-to-Cost-Methode (Realisierung des Ergebnisses in Höhe der bis zum Stichtag angefallenen Herstellungskosten im Verhältnis zu den erwarteten Gesamtherstellungskosten) bzw. die Methode der physischen Fertigstellung angewandt. Der Ermittlung der voraussichtlichen Gesamtherstellungskosten bzw. der physischen Fertigstellung liegen Schätzungen zugrunde. Schätzungsänderungen haben unmittelbar Auswirkung auf das realisierte Ergebnis.

### Rückstellungen für erwartete Warenretouren

Die Rückstellungen des Konzerns für erwartete Warenretouren basieren auf der Analyse von vertraglichen oder gesetzlichen Verpflichtungen und historischen Entwicklungen sowie der Erfahrung des Konzerns. Aufgrund der zum jetzigen Zeitpunkt vorliegenden Informationen erachtet das Management die gebildeten Rückstellungen als angemessen. Da diese Abzüge auf den Einschätzungen des Managements basieren, müssen diese möglicherweise angepasst werden, sobald neue Informa-



tionen vorliegen. Solche Anpassungen könnten einen Einfluss auf die bilanzierten Rückstellungen sowie auf die Verkäufe zukünftiger Berichtsperioden haben.

#### **Rückstellungen für Rechtsfälle**

Die Konzerngesellschaften sind verschiedenen Rechtsstreitigkeiten ausgesetzt. Der Konzern geht zum jetzigen Zeitpunkt davon aus, dass die Rückstellungen die Risiken decken. Es könnten jedoch weitere Klagen erhoben werden, deren Kosten durch die bestehenden Rückstellungen nicht gedeckt sind. Zudem kann nicht ausgeschlossen werden, dass das Ausmaß der Rechtsstreitigkeiten zunehmen wird und dass die zukünftigen Rechtsfälle, Klagen, Prozesse und Untersuchungen unbedeutend sein werden. Solche auftretenden Änderungen können Auswirkungen auf die in zukünftigen Berichtsperioden für Rechtsfälle bilanzierten Rückstellungen haben.

#### **Pensionsverpflichtungen**

Verpflichtungen für Pensionen und damit zusammenhängende periodenbezogene Nettovorsorgeaufwände werden durch versicherungsmathematische Bewertungen ermittelt. Die Bewertungen beruhen auf Schlüsselprämissen, darunter Abzinsungsfaktoren, Gehaltstrends und Rententrends. Die angesetzten Abzinsungsfaktoren werden auf Grundlage der Renditen bestimmt, die am Ende des Berichtszeitraums für erstrangige festverzinsliche Industrieanleihen oder Staatsanleihen mit entsprechender Laufzeit und Währungen erzielt werden. Aufgrund einer schwankenden Markt- und Wirtschaftslage können die zugrunde gelegten Prämissen von der tatsächlichen Entwicklung abweichen. Das kann wesentliche Auswirkungen auf die Pensionsverpflichtungen haben. Die hieraus resultierenden Differenzen werden in der Periode ihres Entstehens im sonstigen Ergebnis (OCI) erfasst.

#### **Latente Ertragsteuern**

Für die Bestimmung der Ansprüche und Schulden aus latenten Ertragsteuern müssen weitreichende Einschätzungen vorgenommen werden. Einige dieser Einschätzungen basieren auf der Auslegung der bestehenden Steuergesetze und Verordnungen. Das Management ist der Ansicht, dass die Einschätzungen angemessen sind und die Unsicherheiten bei den Ertragsteuern in den bilanzierten Ansprüchen und Schulden ausreichend berücksichtigt wurden. Insbesondere die latenten Steueransprüche aus verrechenbaren Verlustvorträgen sind davon abhängig, dass künftig entsprechende Gewinne erwirtschaftet werden. Auch die latenten Steueransprüche aus

Bewertungsanpassungen sind von der zukünftigen Gewinnentwicklung abhängig. Zudem verfallen in gewissen Ländern die zu verrechnenden Verluste im Laufe der Jahre. Die tatsächlichen Gewinne können von den erwarteten Gewinnen abweichen. Solche Änderungen können Auswirkungen auf die in den zukünftigen Berichtsperioden bilanzierten Ansprüche und Schulden aus latenten Ertragsteuern haben.

#### **Anteilsbasierte Vergütungen**

Für die Bemessung des beizulegenden Zeitwerts der anteilsbasierten Vergütungen verwendet der Konzern ein Binomialmodell. Die Schätzung des beizulegenden Zeitwerts für die anteilsbasierten Vergütungen erfordert die Bestimmung des am besten geeigneten Bewertungsmodells, welches abhängig ist von den Bedingungen der Vereinbarung. Die Inputfaktoren für das entsprechende Modell beruhen auf Annahmen über die erwartete zukünftige Volatilität, die erwartete Laufzeit der Wertsteigerungsrechte sowie die erwartete Dividendenrendite. Bei anteilsbasierten Vergütungen mit Barausgleich muss die Verbindlichkeit am Ende jedes Berichtszeitraums sowie am Erfüllungstag neu ermittelt werden. Die Änderungen des beizulegenden Zeitwerts werden erfolgswirksam erfasst. Dies erfordert eine Neubeurteilung der Schätzungen am Ende jedes Berichtszeitraums. Die Annahmen und das Modell zur Schätzung des beizulegenden Zeitwerts für anteilsbasierte Vergütungen sind im Kapitel 6.15 offengelegt.

## 6. Erläuterungen zu einzelnen Posten der Bilanz

### 6.1 Filmvermögen

Das Filmvermögen setzt sich wie in untenstehender Tabelle dargestellt zusammen:

#### Filmvermögen 2014 in TEUR

	Fremd- produktionen	Eigen- produktionen	Summe Filmvermögen
<b>Anschaffungs- und Herstellungskosten</b>			
<b>1. Januar 2014</b>	136.196	523.866	<b>660.062</b>
Veränderung Konsolidierungskreis	0	0	<b>0</b>
Währungsunterschiede	19	59	<b>78</b>
Sonstige Zugänge	21.938	33.981	<b>55.919</b>
Abgänge	342	0	<b>342</b>
<b>Summe 31. Dezember 2014</b>	<b>157.811</b>	<b>557.906</b>	<b>715.717</b>
<b>Kumulierte Abschreibungen</b>			
<b>1. Januar 2014</b>	106.957	380.951	<b>487.908</b>
Veränderung Konsolidierungskreis	0	0	<b>0</b>
Währungsunterschiede	9	36	<b>45</b>
Abschreibungen des Geschäftsjahres	15.715	73.134	<b>88.849</b>
Wertminderungen	1.254	4.610	<b>5.864</b>
Zuschreibungen	0	0	<b>0</b>
Abgänge	281	0	<b>281</b>
<b>Stand 31. Dezember 2014</b>	<b>123.654</b>	<b>458.731</b>	<b>582.385</b>
<b>Restbuchwerte 31. Dezember 2014</b>	<b>34.157</b>	<b>99.175</b>	<b>133.332</b>

Im Geschäftsjahr 2014 wurden Wertminderungen in Höhe von 5.864 TEUR (Vj. 10.767 TEUR) vorgenommen, da der Nutzungswert aufgrund fehlender Marktakzeptanz die Anschaffungskosten bzw. den Buchwert des Films nicht mehr deckt. Die herangezogenen Abzinsungsfaktoren vor Steuern für die Ermittlung der Wertminderungen liegen zwischen 0,77 Prozent und 5,36 Prozent (Vj. 2,98 Prozent bis 6,90 Prozent). Bei den Abgängen handelt es sich um Ko- und Fremdproduktionen deren Rechte im Berichtsjahr ausgelaufen sind.

Die Constantin Medien-Gruppe hat während des Geschäftsjahres 2014 6.814 TEUR (Vj. 21.389 TEUR) Projektreferenzmittel und Projektförderdarlehen erhalten, die von den aktivierten Herstellungskosten abgesetzt wurden.

Die abgegrenzten Projektförderdarlehen betragen zum 31. De-

zember 2014 1.895 TEUR (Vj. 1.949 TEUR). Im Geschäftsjahr 2014 wurden Projektförderungen in Höhe von 467 TEUR (Vj. 612 TEUR) zurückgezahlt.

Des Weiteren wurden im Geschäftsjahr 2014 3.520 TEUR (Vj. 4.767 TEUR) Absatzreferenzmittel und Verleihförderungen in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung als Kürzung der Herausbringungskosten erfasst. Die Zuwendungen werden in den Perioden erfasst, in denen die entsprechenden Herausbringungskosten anfallen. Zum 31. Dezember 2014 beliefen sich die abgegrenzten Verleihfördermittel auf 0 TEUR (Vj. 0 TEUR).

Während des Geschäftsjahres 2014 wurden Verleihfördermittel von 1.131 TEUR (Vj. 158 TEUR) zurückgezahlt. Zum 31. Dezember 2014 bestanden Forderungen für Förderungen und Zuschüsse in Höhe von 10.879 TEUR (Vj. 12.527 TEUR).

Im Geschäftsjahr 2014 wurden direkt zurechenbare Finanzierungskosten von 1.012 TEUR (Vj. 1.484 TEUR) aktiviert. Zur Ermittlung der zu aktivierenden Kosten wurden die Zinssätze

aus den speziell für die Finanzierung aufgenommenen Mitteln angesetzt. Der Finanzierungszinssatz variiert von 1,34 Prozent bis 5,00 Prozent (Vj. 1,44 Prozent bis 6,40 Prozent).

#### Filmvermögen 2013 in TEUR

	Fremd- produktionen	Eigen- produktionen	Summe Filmvermögen
<b>Anschaffungs- und Herstellungskosten</b>			
<b>1. Januar 2013</b>	112.379	439.451	<b>551.830</b>
Veränderung Konsolidierungskreis	0	0	<b>0</b>
Währungsunterschiede	-14	-638	<b>-652</b>
Sonstige Zugänge	27.610	85.053	<b>112.663</b>
Abgänge	3.779	0	<b>3.779</b>
<b>Summe 31. Dezember 2013</b>	<b>136.196</b>	<b>523.866</b>	<b>660.062</b>
<b>Kumulierte Abschreibungen</b>			
<b>1. Januar 2013</b>	88.838	327.928	<b>416.766</b>
Veränderung Konsolidierungskreis	0	0	<b>0</b>
Währungsunterschiede	-7	-330	<b>-337</b>
Abschreibungen des Geschäftsjahres	16.386	48.105	<b>64.491</b>
Wertminderungen	5.519	5.248	<b>10.767</b>
Zuschreibungen	0	0	<b>0</b>
Abgänge	3.779	0	<b>3.779</b>
<b>Stand 31. Dezember 2013</b>	<b>106.957</b>	<b>380.951</b>	<b>487.908</b>
<b>Restbuchwerte 31. Dezember 2013</b>	<b>29.239</b>	<b>142.915</b>	<b>172.154</b>

#### 6.2 Sonstige immaterielle Vermögenswerte und Geschäfts- oder Firmenwerte

Unter den sonstigen immateriellen Vermögenswerten wird der erworbene Markenname „Constantin“ als Vermögenswert mit unbestimmter Nutzungsdauer ausgewiesen. Der Buchwert zum 31. Dezember 2014 beträgt 28.000 TEUR (Vj. 28.000 TEUR). Die Nutzungsdauer wird als unbestimmt eingestuft, da die fortwährende Nutzung des Markennamens beabsichtigt ist und eine Nutzungsdauer insofern nicht bestimmt werden kann. Der Markenname wurde zum 31. Dezember 2014 einem jährlichen Impairment-Test unterzogen. Der erzielbare Betrag wurde unter Verwendung des Nutzungswerts ermittelt. Die Bewertung des Markennamens erfolgte unter Anwendung der Lizenzpreisanalysemethode. Dafür wurde ein Zinssatz von 5,58 Prozent (Vj. 6,59 Prozent), ermittelt auf Basis der gewichteten Kapitalkosten (WACC), zugrunde gelegt und mit einer Wachstumsrate

von 2,6 Prozent (Vj. 2,6 Prozent) über einen Planungszeitraum von 10 Jahren gerechnet.

Weiterhin wurde bei der Anwendung der Lizenzpreisanalysemethode um alternative Szenarien ergänzt und auch diese für Zwecke des Impairment-Tests herangezogen. Auch bei Verwendung konservativerer Szenarien in Bezug auf Umsatzwachstum und Diskontierungsfaktor ergab sich keine Notwendigkeit für eine Wertminderung für den Markennamen.

### Sonstige immaterielle Vermögenswerte und Geschäfts- oder Firmenwerte 2014 in TEUR

	Entgeltlich erworbene immaterielle Vermögenswerte	Selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte	Geleistete Anzahlungen	Summe sonstige immaterielle Vermögenswerte	Geschäfts- oder Firmenwerte
<b>Anschaffungs- und Herstellungskosten</b>					
<b>1. Januar 2014</b>	59.729	3.172	0	<b>62.901</b>	<b>148.727</b>
Veränderung Konsolidierungskreis	0	0	0	<b>0</b>	<b>0</b>
Währungsunterschiede	29	0	0	<b>29</b>	<b>1.533</b>
Sonstige Zugänge	694	2.061	0	<b>2.755</b>	<b>0</b>
Abgänge	935	0	0	<b>935</b>	<b>0</b>
<b>Summe 31. Dezember 2014</b>	<b>59.517</b>	<b>5.233</b>	<b>0</b>	<b>64.750</b>	<b>150.260</b>
<b>Kumulierte Abschreibungen</b>					
<b>1. Januar 2014</b>	29.478	1.285	0	<b>30.763</b>	<b>105.432</b>
Veränderung Konsolidierungskreis	0	0	0	<b>0</b>	<b>0</b>
Währungsunterschiede	14	0	0	<b>14</b>	<b>859</b>
Abschreibungen des Geschäftsjahres	1.166	765	0	<b>1.931</b>	<b>0</b>
Wertminderungen	95	0	0	<b>95</b>	<b>0</b>
Zuschreibungen	0	0	0	<b>0</b>	<b>0</b>
Abgänge	935	0	0	<b>935</b>	<b>0</b>
<b>Summe 31. Dezember 2014</b>	<b>29.818</b>	<b>2.050</b>	<b>0</b>	<b>31.868</b>	<b>106.291</b>
<b>Restbuchwerte 31. Dezember 2014</b>	<b>29.699</b>	<b>3.183</b>	<b>0</b>	<b>32.882</b>	<b>43.969</b>

In der Bilanz zum 31. Dezember 2014 sind insgesamt Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 43.969 TEUR (Vj. 43.295 TEUR) erfasst. Auf das Segment Sport- und Event-Marketing wurde ein Geschäfts- oder Firmenwert von 33.909 TEUR (Vj. 33.260 TEUR) zugeordnet. Der auf die Organisationseinheiten unterhalb des Segments Sport zugeordnete Geschäfts- oder Firmenwert entfällt im Wesentlichen auf SPORT1 (8.684 TEUR; Vj. 8.684 TEUR). Auf die Organisationseinheiten unterhalb des Segments Übrige Geschäftsaktivitäten wurde ein Geschäfts- oder Firmenwert von 1.353 TEUR (Vj. 1.328 TEUR) zugeordnet.

Die Überprüfung der Werthaltigkeit der Geschäfts- oder Firmen-

werte erfolgt auf Ebene des Segments Sport- und Event-Marketing bzw. auf Ebene der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten unterhalb des Segments Sport und des Segments Übrige Geschäftsaktivitäten. Im Rahmen des Impairment-Tests für Geschäfts- oder Firmenwerte werden die erzielbaren Beträge unter Verwendung des Nutzungswerts ermittelt. Grundlage des Discounted-Cash-Flow-Verfahrens im Constantin Medien-Konzern sind zukünftige Cash-Flows, die aus einer dreijährigen Ergebnisplanungsrechnung abgeleitet werden, mit Ausnahme des Segments Sport- und Event-Marketing, in dem analog zur ursprünglichen Purchase Price Allokation eine 10-jährige Ergebnisplanungsrechnung zugrunde gelegt wurde. Das über den Detailplanungszeitraum hinausgehende Wachstum wurde

mit 0 Prozent bis 2,0 Prozent (Vorjahr: 0 Prozent bis 2,0 Prozent) festgelegt. Für die Ermittlung der Kapitalkosten wurde die CAPM-Methode (Capital Asset Pricing Model) angewendet und eine Gruppe zum Geschäftsmodell vergleichbarer Unter-

nehmen (Peer-Group) herangezogen. Zum 31. Dezember 2014 belaufen sich die CAPM-basierenden Abzinsungsfaktoren vor Steuern auf 6,39 Prozent bis 7,77 Prozent (Vj. 7,53 Prozent bis 8,92 Prozent).

#### Sonstige immaterielle Vermögenswerte und Geschäfts- oder Firmenwerte 2013 in TEUR

	Entgeltlich erworbene immaterielle Vermögenswerte	Selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte	Geleistete Anzahlungen	Summe sonstige immaterielle Vermögenswerte	Geschäfts- oder Firmenwerte
<b>Anschaffungs- und Herstellungskosten</b>					
<b>1. Januar 2013</b>	60.753	2.077	0	<b>62.830</b>	<b>149.936</b>
Veränderung Konsolidierungskreis	0	0	0	0	0
Währungsunterschiede	-22	-1	0	-23	-1.209
Sonstige Zugänge	835	1.942	0	2.777	0
Abgänge	1.837	846	0	2.683	0
<b>Summe 31. Dezember 2013</b>	<b>59.729</b>	<b>3.172</b>	<b>0</b>	<b>62.901</b>	<b>148.727</b>
<b>Kumulierte Abschreibungen</b>					
<b>1. Januar 2013</b>	28.857	1.238	0	<b>30.095</b>	<b>106.104</b>
Veränderung Konsolidierungskreis	0	0	0	0	0
Währungsunterschiede	-1	-1	0	-2	-677
Abschreibungen des Geschäftsjahres	1.684	894	0	2.578	0
Wertminderungen	768	0	0	768	5
Zuschreibungen	0	0	0	0	0
Abgänge	1.830	846	0	2.676	0
<b>Summe 31. Dezember 2013</b>	<b>29.478</b>	<b>1.285</b>	<b>0</b>	<b>30.763</b>	<b>105.432</b>
<b>Restbuchwerte 31. Dezember 2013</b>	<b>30.251</b>	<b>1.887</b>	<b>0</b>	<b>32.138</b>	<b>43.295</b>

Die Geschäfts- oder Firmenwerte wurden zum 31. Dezember 2014 der jährlichen Überprüfung der Werthaltigkeit unterzogen. Im Berichtsjahr wurden keine Wertminderungen vorgenommen.

Weiterhin wurde die Unternehmensplanung um alternative Szenarien der möglichen Entwicklung des Constantin Medien

Konzerns ergänzt und auch diese für Zwecke des Impairment-Tests herangezogen. Auch bei der Verwendung konservativerer Szenarien in Bezug auf Umsatzwachstum, Diskontierungsfaktor und EBIT-Marge ergab sich keine Notwendigkeit für eine weitere Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte in allen Segmenten.

### 6.3 Sachanlagen

#### Sachanlagen 2014 in TEUR

	Mietereinbauten	Technische Anlagen und Maschinen	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	Summe Sachanlagen
<b>Anschaffungs- und Herstellungskosten</b>					
<b>1. Januar 2014</b>	12.621	50.006	8.983	11	<b>71.621</b>
Veränderung Konsolidierungskreis	0	0	0	0	0
Währungsunterschiede	65	0	-68	1	-2
Sonstige Zugänge	976	1.343	1.964	171	4.454
Abgänge	152	1.149	1.314	11	2.626
<b>Summe 31. Dezember 2014</b>	<b>13.510</b>	<b>50.200</b>	<b>9.565</b>	<b>172</b>	<b>73.447</b>
<b>Kumulierte Abschreibungen</b>					
<b>1. Januar 2014</b>	11.063	42.543	5.531	0	<b>59.137</b>
Veränderung Konsolidierungskreis	0	0	0	0	0
Währungsunterschiede	42	0	-89	0	-47
Abschreibungen des Geschäftsjahres	585	2.805	1.833	0	5.223
Wertminderungen	0	11	0	0	11
Zuschreibungen	0	0	0	0	0
Abgänge	152	1.116	1.222	0	2.490
<b>Summe 31. Dezember 2014</b>	<b>11.538</b>	<b>44.243</b>	<b>6.053</b>	<b>0</b>	<b>61.834</b>
<b>Restbuchwerte 31. Dezember 2014</b>	<b>1.972</b>	<b>5.957</b>	<b>3.512</b>	<b>172</b>	<b>11.613</b>

## Sachanlagen 2013 in TEUR

	Mietereinbauten	Technische Anlagen und Maschinen	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	Summe Sachanlagen
<b>Anschaffungs- und Herstellungskosten</b>					
<b>1. Januar 2013</b>	12.434	47.338	9.363	11	<b>69.146</b>
Veränderung Konsolidierungskreis	0	0	0	0	<b>0</b>
Währungsunterschiede	-50	0	42	0	<b>-8</b>
Sonstige Zugänge	238	3.473	1.545	0	<b>5.256</b>
Abgänge	1	805	1.967	0	<b>2.773</b>
<b>Summe 31. Dezember 2013</b>	<b>12.621</b>	<b>50.006</b>	<b>8.983</b>	<b>11</b>	<b>71.621</b>
<b>Kumulierte Abschreibungen</b>					
<b>1. Januar 2013</b>	9.943	39.073	5.389	0	<b>54.405</b>
Veränderung Konsolidierungskreis	0	0	0	0	<b>0</b>
Währungsunterschiede	-23	0	62	0	<b>39</b>
Abschreibungen des Geschäftsjahres	1.144	4.255	1.942	0	<b>7.341</b>
Wertminderungen	0	18	5	0	<b>23</b>
Zuschreibungen	0	0	0	0	<b>0</b>
Abgänge	1	803	1.867	0	<b>2.671</b>
<b>Summe 31. Dezember 2013</b>	<b>11.063</b>	<b>42.543</b>	<b>5.531</b>	<b>0</b>	<b>59.137</b>
<b>Restbuchwerte 31. Dezember 2013</b>	<b>1.558</b>	<b>7.463</b>	<b>3.452</b>	<b>11</b>	<b>12.484</b>

### 6.4 Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien

Bei der Immobilie handelt es sich um die Liegenschaft der Highlight Event & Entertainment AG in Düdingen, die überwiegend zur Erzielung von Mieteinnahmen genutzt wird. Da ein zeitnaher Verkauf der Liegenschaft vom Management als nicht mehr wahrscheinlich eingestuft wird, führte dies zum 30. Juni 2014 zur Umklassifizierung von als zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte zu als Finanzinvestition gehaltene Immobilien. Infolge der bereits in 2013 erfolgten Einstellung des Vertriebs bestimmter Spielautomaten für Casinos sowie der Sitzverlegung der Highlight Event & Entertainment AG von Düdingen nach Luzern im Mai 2014, ist der selbstgenutzte Teil unbedeutend und die Liegenschaft wird praktisch ausschließlich zur Vermietung gehalten. Die Bewertung erfolgte nach dem Modell des beizulegenden Zeitwerts (vgl. Kapitel 8).

### Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien in TEUR

	2014	2013
Stand 1. Januar	0	0
Umklassifizierung aus zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	3.206	0
Währungsunterschiede	36	0
<b>Stand 31. Dezember</b>	<b>3.242</b>	<b>0</b>

Die Mieteinnahmen für die als Finanzinvestition gehaltene Immobilie betragen 126 TEUR und die damit verbundenen direkten betrieblichen Aufwendungen betragen 69 TEUR.

### 6.5 Finanzinformationen von Tochterunternehmen mit wesentlichen Anteilen ohne beherrschenden Einfluss

Auf Ebene der Constantin Medien AG gibt es wesentliche Anteile ohne beherrschenden Einfluss bei der Highlight Communications AG. Deren Anteil an der Highlight Communications AG beträgt:

### Wesentliche Anteile ohne beherrschenden Einfluss in Prozent

	31.12.2014	31.12.2013
Highlight Communications AG, Pratteln/Schweiz	47,61	47,61

Im Eigenkapital der Constantin Medien AG entfallen auf die Anteile ohne beherrschenden Einfluss die folgenden Beträge:

### Angaben zu den Finanzinformationen (nach Elimination interner Beziehungen) in TEUR

	31.12.2014	31.12.2013
Eigenkapitalanteil der Anteile ohne beherrschenden Einfluss	42.556	40.843
	1.1. bis 31.12.2014	1.1. bis 31.12.2013
Ergebnisanteil der Anteile ohne beherrschenden Einfluss	7.249	4.577
Sonstiger Ergebnisanteil der Anteile ohne beherrschenden Einfluss	-1.361	1.761
Bezahlte Dividenden an die Anteile ohne beherrschenden Einfluss	3.849	4.552

In der folgenden Tabelle werden die konsolidierten Finanzinformationen der Highlight Communications AG in deren funktionaler Währung angegeben.

### Angaben zu den Finanzinformationen (vor Elimination interner Beziehungen) in TCHF

	31.12.2014	31.12.2013
Kurzfristige Vermögenswerte	162.232	199.873
Langfristige Vermögenswerte	199.326	243.456
<b>Summe Vermögenswerte</b>	<b>361.558</b>	<b>443.329</b>
Kurzfristige Schulden	238.509	317.443
Langfristige Schulden	16.169	18.638
<b>Summe Schulden</b>	<b>254.678</b>	<b>336.081</b>
<b>Nettovermögen</b>	<b>106.880</b>	<b>107.248</b>
	1.1. bis 31.12.2014	1.1. bis 31.12.2013
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>412.578</b>	<b>386.197</b>
Ergebnis nach Steuern	18.066	10.297
Sonstiges Ergebnis nach Steuern	-9.051	5.943
<b>Gesamtjahresergebnis</b>	<b>9.015</b>	<b>16.240</b>
Cash-Flow aus betrieblicher Geschäftstätigkeit	156.369	117.499
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-76.527	-140.835
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	-78.914	-5.563
<b>Cash-Flow der Berichtsperiode</b>	<b>928</b>	<b>-28.899</b>



Unter Berücksichtigung der von Highlight Communications AG gehaltenen eigenen Aktien ergibt sich für die Constantin Medien AG eine rechnerische Konsolidierungsquote von 55,71 Prozent (Vj. 55,58 Prozent).

#### 6.6 Anteile an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures

Der Konzern hält Anteile an drei assoziierten Unternehmen

sowie zwei Joint Ventures, welche individuell unwesentlich sind. Sämtliche assoziierten Unternehmen und Joint Ventures werden mittels der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen. Die folgenden Tabellen zeigen in aggregierter Form die Bewegungen der Buchwerte und die Finanzinformationen der assoziierten Unternehmen und Joint Ventures.

#### Joint Ventures und assoziierte Unternehmen in TEUR

	Joint Ventures	Assoziierte Unternehmen	Summe
<b>Bestand 31.12.2012</b>	263	73	<b>336</b>
Zugänge	0	153	<b>153</b>
Abgänge	0	0	<b>0</b>
Dividenden-/Kapitalrückzahlungen	-184	-23	<b>-207</b>
Anteiliges Ergebnis	196	-150	<b>46</b>
Wertminderungen	0	0	<b>0</b>
Währungsumrechnung	0	0	<b>0</b>
<b>Bestand 31.12.2013</b>	275	53	<b>328</b>
Zugänge	0	101	<b>101</b>
Abgänge	0	0	<b>0</b>
Dividenden-/Kapitalrückzahlungen	-249	0	<b>-249</b>
Anteiliges Ergebnis	218	7	<b>225</b>
Wertminderungen	0	0	<b>0</b>
Währungsumrechnung	0	2	<b>2</b>
<b>Bestand 31.12.2014</b>	244	163	<b>407</b>

#### Finanzinformation in TEUR

	Joint Ventures		Assoziierte Unternehmen	
	1.1. bis 31.12.2014	1.1. bis 31.12.2013	1.1. bis 31.12.2014	1.1. bis 31.12.2013
Ergebnis nach Steuern	<b>-505</b>	-260	<b>-1.214</b>	-2.908
Sonstiges Ergebnis (OCI)	<b>0</b>	0	<b>0</b>	2
Gesamtergebnis	<b>-505</b>	-260	<b>-1.214</b>	-2.906
	<b>31.12.2014</b>	31.12.2013	<b>31.12.2014</b>	31.12.2013
Eventualverbindlichkeiten (anteilig)	<b>165</b>	20	<b>0</b>	0

Zum Zwecke der Fortschreibung der assoziierten Gesellschaften wurde bei der BECO Musikverlag GmbH der Jahresabschluss zum 31. Dezember 2013 zugrunde gelegt, da der Jahresabschluss zum 31. Dezember 2014 noch nicht erstellt ist. Im laufenden Geschäftsjahr sind keine Sachverhalte aufgetreten, die eine Anpassung des zugrunde gelegten Jahresabschlusses erforderlich gemacht hätten.

Die NEF-Production S.A.S. wurde am 30. November 2014 zum Buchwert von 0 TEUR veräußert.

Der im Berichtsjahr nicht erfasste anteilige Verlust von nach der Equity-Methode bewerteten Unternehmen beträgt 954 TEUR (Vj. 1.302 TEUR). Der kumulative nicht erfasste anteilige Verlust beträgt 2.704 TEUR (Vj. 2.193 TEUR). Bei den nicht erfassten anteiligen Verlusten handelt es sich um Verluste, die den Wert des Beteiligungsanteils des Konzerns an einem assoziierten Unternehmen bzw. Joint Venture übersteigen.

#### 6.7 Sonstige finanzielle Vermögenswerte

Die sonstigen langfristigen finanziellen Vermögenswerte in Höhe von insgesamt 1.507 TEUR (Vj. 201 TEUR) beinhalten zum 31. Dezember 2014 im Wesentlichen Wertpapiere des Anlagevermögens in der Höhe von 75 TEUR (Vj. 185 TEUR) sowie Anteile an der Pulse Evolution Corporation, Port St. Lucie, USA in der Höhe von 1.423 TEUR (Vj. 0 TEUR).

Die Wertpapiere des Anlagevermögens wurden in früheren Geschäftsjahren mit dem Ziel erworben, thesaurierte Unternehmensgewinne einer Tochtergesellschaft gewinnbringend anzulegen und bei einem Liquiditätsbedarf abzurufen. Dahingehend erfolgt eine permanente Überwachung ihres beizulegenden Zeitwerts durch die Geschäftsführung der Olga Film GmbH, um im Falle von Wertschwankungen schnell reagieren zu können. Der Abruf erfolgt im Bedarfsfall. Die Constantin Medien-Gruppe ordnet diese Wertpapiere in die Kategorie erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert ein. Die Bewertung erfolgt anhand der Börsennotierung. Diese Marktbewertung fällt dementsprechend in die Level 1 Kategorie der Fair Value-Hierarchie. Die Wertveränderungen werden erfolgswirksam in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung verbucht. Im Berichtsjahr wurde ein Teil dieser Wertpapiere verkauft.

Die Rainbow Home Entertainment AG hat im zweiten Quartal 2014 6,2 Prozent der Anteile an der Pulse Entertainment Cor-

poration, Delaware, USA zu einem Kaufpreis von 1.249 TEUR erworben. Im Oktober 2014 hat Pulse Entertainment Corporation ein Aktientausch mit der Gesellschaft Pulse Evolution Corporation abgeschlossen. Aus dieser Transaktion resultiert neu eine Beteiligung an dem Unternehmen Pulse Evolution Corporation, USA, in Höhe von 4,03%. Aus dem Aktientausch ergibt sich kein Effekt auf den vorliegenden Konzernabschluss. Die Pulse Evolution Corporation ist seit dem 10. Oktober 2014 an der OTCQB-Börse in den USA notiert. Aufgrund des geringen Handels besteht zur Zeit kein liquider, aktiver Markt und ein beizulegender Zeitwert kann nicht verlässlich ermittelt werden. Daher werden diese Aktien zu Anschaffungskosten bewertet. Zum 31. Dezember 2014 ist die Veräußerung dieser Anteile nicht geplant.

Darüber hinaus sind langfristige Forderungen in der Höhe von 1.799 TEUR (Vj. 1.560 TEUR) enthalten. Diese betreffen im Wesentlichen den Umsatzsteueranteil für nach IFRS noch nicht zu realisierende Umsatzerlöse. Die Forderungen werden entsprechend ihrer Laufzeit abgezinst.

#### 6.8 Vorräte

Die Vorräte setzen sich zum 31. Dezember 2014 wie folgt zusammen:

##### Vorräte in TEUR

<u>Bestand Netto</u>	<u>31.12.2014</u>	<u>31.12.2013</u>
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	259	434
Unfertige Erzeugnisse, unfertige Leistungen	2.149	1.122
Fertige Erzeugnisse und Waren	37	77
Blu-rays/DVDs	2.097	1.979
<b>Summe</b>	<b>4.542</b>	<b>3.612</b>

Die unfertigen Erzeugnisse und Leistungen betreffen im Wesentlichen Auftragsproduktionen im Entwicklungsstadium, für die noch keine Beauftragung vom Sender vorliegt.

Im Geschäftsjahr 2014 wurden Wertberichtigungen von 141 TEUR (Vj. 33 TEUR) gebildet und Wertberichtigungen von 4 TEUR aufgelöst (Vj. 22 TEUR).

## 6.9 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

### Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in TEUR

	31.12.2014	31.12.2013
Bruttobestand	59.064	70.479
Einzelwertberichtigungen	-6.064	-5.855
<b>Summe</b>	<b>53.000</b>	<b>64.624</b>

In den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind Forderungen aus PoC in Höhe von 7.834 TEUR (Vj. 10.780 TEUR) enthalten. Bei noch nicht fälligen Forderungen sowie Forderungen, welche bis zu 90 Tage überfällig sind, entspricht der Buchwert näherungsweise dem beizulegenden Zeitwert. Bei älteren Forderungen oder, sofern ein konkreter Anlass besteht, werden zur Anpassung des Buchwerts an den beizulegenden Zeitwert Einzelwertberichtigungen vorgenommen.

Wertberichtigungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden aufgrund der unterschiedlichen Kundenstruktur in den verschiedenen Geschäftsbereichen sowohl nach einer individuellen Beurteilung als auch basierend auf aktuellen Erfahrungswerten vorgenommen.

Im Aufwand aus Wertberichtigungen sind neben der Zuführung zur Wertberichtigung auch der Ertrag aus der Auflösung von Wertberichtigungen sowie der Aufwand aus der Ausbuchung von Forderungen enthalten.

Die Wertberichtigungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen haben sich im Jahre 2014 bzw. 2013 wie folgt entwickelt:

### Wertberichtigungen in TEUR

<b>Stand 1. Januar 2014</b>	<b>5.855</b>
Veränderung Konsolidierungskreis	0
Währungsunterschiede	4
Zuführungen	1.573
Verbrauch	-948
Auflösungen	-420
<b>Stand 31. Dezember 2014</b>	<b>6.064</b>
<b>Stand 1. Januar 2013</b>	<b>6.977</b>
Veränderung Konsolidierungskreis	0
Währungsunterschiede	-1
Zuführungen	372
Verbrauch	-633
Auflösungen	-860
<b>Stand 31. Dezember 2013</b>	<b>5.855</b>

Die folgende Tabelle zeigt eine Fälligkeitsübersicht der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen:

### Fälligkeitsübersicht in TEUR

	Buchwert	davon zum Abschlussstichtag weder wertgemindert noch überfällig	Überfälligkeit in Tagen				
			weniger als 90	zwischen 91 und 180	zwischen 181 und 270	zwischen 271 und 365	mehr als 365
<b>31.12.2014</b>							
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	53.000	48.563	3.399	350	387	18	283
<b>31.12.2013</b>							
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	64.624	59.664	3.754	655	61	49	441

## 6.10 Sonstige Forderungen

### Sonstige Forderungen in TEUR

	31.12.2014	31.12.2013
Rechnungsabgrenzungsposten	9.421	5.781
Vorsteuer	1.691	484
Sonstige Steuern	62	306
Geleistete Anzahlungen	6.021	4.375
Debitorische Kreditoren	672	734
Darlehen	16.874	35.623
Forderungen aus Fördermitteln	10.879	12.527
Derivative Finanzinstrumente	3.022	543
Übrige Vermögenswerte	4.752	6.335
<b>Summe</b>	<b>53.394</b>	<b>66.708</b>

Der Buchwert sämtlicher kurzfristiger finanzieller Vermögenswerte entspricht nahezu dem beizulegenden Zeitwert.

Die Forderungen aus Darlehen enthalten u.a. kurzfristige Darlehen im Zusammenhang mit den Produktionen „Resident Evil Retribution“, „The Mortal Instruments“ und „Pompeii“ an die Koproduzenten Davis Film/Impact Pictures, Unique Features und Impact Pictures in Höhe von 1.126 TEUR (Vj. 2.729 TEUR), 0 TEUR (Vj. 8.390 TEUR) und 14.192 TEUR (Vj. 16.203 TEUR).

Die geleisteten Anzahlungen beinhalten Anzahlungen für diverse zukünftige Projekte im Segment Film.

Die Fälligkeitsübersicht der sonstigen Forderungen ist in der folgenden Tabelle dargestellt:

### Fälligkeitsübersicht in TEUR

	Buchwert	davon zum Abschlussstichtag weder wertgemindert noch überfällig	Überfälligkeit in Tagen				
			weniger als 90	zwischen 91 und 180	zwischen 181 und 270	zwischen 271 und 365	mehr als 365
<b>31.12.2014</b>							
Sonstige Forderungen	53.394						
davon nicht IFRS 7 relevant	17.416						
davon IFRS 7 relevant	35.978	35.966	10	0	0	0	2
<b>31.12.2013</b>							
Sonstige Forderungen	66.708						
davon nicht IFRS 7 relevant	11.497						
davon IFRS 7 relevant	55.211	55.112	48	3	15	16	17

## 6.11 Sonstige finanzielle Vermögenswerte

Die sonstigen kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte in Höhe von 1.350 TEUR (Vj. 1.850 TEUR) beinhalten die Vorzugsaktien an einem kanadischen Geschäftspartner. Die Vorzugsaktien wurden im Zusammenhang mit den Produktionen der Filme „Resident Evil: Afterlife“ und „Resident Evil: Retribution“ erworben. Im Berichtsjahr wurden Vorzugsaktien in

Höhe von 556 TEUR (Vj. 29 TEUR) zum Buchwert verkauft. Auch in den kommenden Geschäftsjahren ist ein sukzessiver Rückkauf der Vorzugsaktien durch den Emittenten geplant. Da für diese Vorzugsaktien kein aktiver Markt besteht und ein beizulegender Zeitwert nicht verlässlich ermittelbar ist, werden die Vorzugsaktien zu Anschaffungskosten bewertet.

## 6.12 Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

### Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in TEUR

	31.12.2014	31.12.2013
Bankguthaben und Kassenbestände	67.748	72.918
Terminguthaben	6.000	10.000
<b>Summe</b>	<b>73.748</b>	<b>82.918</b>

Der Posten enthält Kassenbestände und Guthaben bei Kreditinstituten. Soweit es sich um Tagesgelder oder kurzfristige Sichteinlagen handelt, werden diese Gelder verzinst. Die Verzinsung beträgt zwischen 0 Prozent und 0,3 Prozent (Vj. 0 Prozent bis 0,5 Prozent).

Die Constantin Medien AG hat zum 31. Dezember 2014 als Sicherheit für Avale in wechselnder Höhe insgesamt Zahlungsmittel von 6.318 TEUR verpfändet (Vj. 0 TEUR). Die PLAZA-MEDIA GmbH TV- und Film-Produktion hat als Sicherheit für Avale ebenfalls Zahlungsmittel von 1.200 TEUR (Vj. 0 TEUR) verpfändet.

## 6.13 Latente Steueransprüche

### Aktive latente Steuern nach Fristigkeit in TEUR

	31.12.2014	31.12.2013
Kurzfr. latente Steueransprüche	305	235
Langfr. latente Steueransprüche	3.623	2.204
<b>Summe</b>	<b>3.928</b>	<b>2.439</b>

Insgesamt liegen im Konzern körperschaftsteuerliche Verlustvorträge von 623.114 TEUR (Vj. 218.161 TEUR), gewerbesteuerliche Verlustvorträge von 372.817 TEUR (Vj. 39.811 TEUR) sowie ausländische Verlustvorträge von 17.201 TEUR (Vj. 18.275 TEUR) vor, für die keine aktiven latenten Steuern gebildet wurden.

## Zusammensetzung aktive latente Steuern in TEUR

	31.12.2014	31.12.2013
Verlustvorträge	3.398	3.018
Immaterielle Vermögenswerte/ Filmvermögen	319	4.878
Sachanlagen	1.365	1.714
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	157	9.726
Vorräte	6.604	6.338
Pensionsverpflichtungen	1.246	698
Erhaltene Anzahlungen	20.614	7.831
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	1.883	1.424
Sonstige temporäre Differenzen	231	304
<b>Summe</b>	<b>35.817</b>	<b>35.931</b>
Saldierung mit passiven latenten Steuern	-31.889	-33.492
<b>Aktive latente Steuern saldiert</b>	<b>3.928</b>	<b>2.439</b>

Die Bewertung der latenten Steuern erfolgte zu den Steuersätzen, die in den einzelnen Ländern zum Realisationszeitpunkt gelten bzw. künftig anzuwenden sind.

Bei den ausländischen Gesellschaften verfallen die Verlustvorträge wie folgt:

### Verfall Verlustvorträge ausländischer Gesellschaften in TEUR

	31.12.2014	31.12.2013
Verfall innerhalb eines Jahres	438	567
Verfall innerhalb von ein bis fünf Jahren	7.325	7.798
Verfall nach fünf Jahren	9.438	9.910
<b>Summe</b>	<b>17.201</b>	<b>18.275</b>

### 6.14 Eigenkapital

Die Entwicklung des Eigenkapitals ist in der Konzern-Eigenkapital-Veränderungsrechnung dargestellt.

#### Grundkapital

Das Grundkapital der Konzernobergesellschaft Constantin Medien AG betrug zum 31. Dezember 2014 insgesamt 93.600.000 EUR (Vj. 85.130.780 EUR), eingeteilt in 93.600.000 (Vj. 85.130.780) auf den Inhaber lautende Stückaktien mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von 1,00 Euro je Aktie.

Der Vorstand der Constantin Medien AG hat am 4. Juli 2014 mit Zustimmung des Aufsichtsrats beschlossen, auf Grundlage der durch die Hauptversammlung vom 4. Juli 2013 erteilten Ermächtigung und unter teilweiser Ausnutzung des bestehenden Genehmigten Kapitals 2013/I eine Kapitalerhöhung gegen Bareinlagen unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre gemäß § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG durchzuführen. Noch am selben Tag hat die Constantin Medien AG erfolgreich 8.469.220 neue Aktien aus dem Genehmigten Kapital 2013/I unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre bei ausgewählten Investoren platziert. Die Zahl der Aktien der Constantin Medien AG beläuft sich nach Abschluss der Kapitalerhöhung auf 93.600.000 Aktien. Der Platzierungspreis der neuen Aktien betrug 1,25 Euro je Aktie. Die Eintragung der Kapitalerhöhung in das Handelsregister des Amtsgerichts München erfolgte am 16. Juli 2014. Durch die Transaktion ist der Gesellschaft ein Netto-Emissionserlös von rund 10,3 Mio. Euro zugeflossen.

#### Kapitalrücklage

Die Erhöhung der Kapitalrücklage resultiert im Wesentlichen aus dem, den Nennbetrag der Anteile übersteigenden Betrag aus der im Berichtsjahr durchgeführten Kapitalerhöhung (0,25 Euro je Aktie) im Umfang von 2.117 TEUR. Die direkt in der Kapitalrücklage erfassten Transaktionskosten aus der Kapitalerhöhung belaufen sich auf 261 TEUR.

#### Genehmigtes Kapital

##### Genehmigtes Kapital 2013/I

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 4. Juli 2013 wurde das genehmigte Kapital 2009/I (20.000.000 EUR) zugunsten der Schaffung des genehmigten Kapitals 2013/I im selben Umfang aufgehoben. Nach teilweiser Verwendung des genehmigten Kapitals 2013/I im Rahmen der Kapitalerhöhung im Juli 2014, ist der Vorstand ermächtigt, bis zum 4. Juli 2018 mit

Zustimmung des Aufsichtsrats, das Grundkapital um insgesamt bis zu 11.530.780 EUR durch ein- oder mehrmalige Ausgabe neuer auf den Inhaber lautender Stückaktien gegen Bar- oder Sacheinlage zu erhöhen. Das genehmigte Kapitel zum 31. Dezember 2014 beträgt 11.530.780 EUR (Vj. 20.000.000 EUR).

#### Bedingtes Kapital

##### Bedingtes Kapital 2011/I

Die Hauptversammlung hat am 19. Juli 2011 beschlossen, das Grundkapital der Gesellschaft um bis zu 20.000.000 EUR bedingt zu erhöhen. Das bedingte Kapital 2011/I dient ausschließlich der Gewährung von Aktienrechten an die Inhaber bzw. Gläubiger von Finanzinstrumenten (Wandelschuldverschreibungen und/oder Optionsschuldverschreibungen und/oder Wandelgenussrechte und/oder Optionsgenussrechte), die bis zum 19. Juli 2016 von der Gesellschaft oder unmittelbaren oder mittelbaren Mehrheitsbeteiligungsgesellschaften der Gesellschaft begeben werden. Das bedingte Kapital 2011/I dient nach Maßgabe der Wandelanleihebedingungen bzw. Wandelgenussrechtsbedingungen auch der Ausgabe von Aktien an Inhaber bzw. Gläubiger von Wandelschuldverschreibungen bzw. Wandelgenussrechten, die mit Wandlungspflichten ausgestattet sind. Die Ermächtigung bezieht sich auf die Ausgabe von Instrumenten im Gesamtnennbetrag von bis zu 150.000.000 EUR. Diese bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie von den Options- oder Wandlungsrechten aus den vorgenannten Finanzinstrumenten Gebrauch gemacht wird oder wie die zur Wandlung verpflichteten Inhaber bzw. Gläubiger ihre Pflicht zur Wandlung erfüllen.

##### Bedingtes Kapital 2011/II

Durch Beschluss der Hauptversammlung am 19. Juli 2011 wurde das Grundkapital um bis zu 15.000.000 EUR bedingt erhöht. Die bedingte Kapitalerhöhung bezieht sich auf die Ausgabe von Finanzinstrumenten (siehe bedingtes Kapital 2011/I) bis zum 19. Juli 2016 im Gesamtnennbetrag von bis zu 112.500.000 EUR.

#### Eigene Anteile

Zum 31. Dezember 2014 belief sich der Bestand der direkt und indirekt selbst gehaltenen stimmrechtslosen eigenen Aktien unter Berücksichtigung der von der Highlight Communications AG gehaltenen Position auf 7.422.493 Constantin Medien-Aktien zu einem beizulegenden Zeitwert von 9.649 TEUR (Vj. 7.422.493 Stück, 12.544 TEUR beizulegender Zeitwert). Aus eigenen Aktien stehen der Gesellschaft keinerlei Rechte zu.

Durch Beschluss der Hauptversammlung vom 30. Juli 2014 ist die Gesellschaft ermächtigt, eigene Aktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von insgesamt bis zu 10 Prozent des Grundkapitals der Gesellschaft zu erwerben. Die Ermächtigung kann ganz oder in Teilbeträgen, einmal oder mehrmals ausgeübt werden. Die Ermächtigung gilt bis zum 30. Juli 2019. Der Erwerb der Aktien erfolgt über die Börse oder im Rahmen eines öffentlichen Rückkaufangebots. Das Volumen des Angebots kann begrenzt werden. Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats, die so erworbenen Aktien u.a. neben der Veräußerung über die Börse oder im Rahmen eines öffentlichen Verkaufsangebots an alle Aktionäre, zur Bedienung von Options- und Wandlungsrechten auf Aktien der Gesellschaft zu verwenden; das Bezugsrecht der Aktionäre auf die eigenen Aktien wird insoweit ausgeschlossen. Außerdem ist der Aufsichtsrat ermächtigt, eigene Aktien, die aufgrund dieses

Beschlusses erworben wurden, an Mitglieder des Vorstandes als Bestandteil der Vergütung zu gewähren; das Bezugsrecht der Aktionäre auf die eigenen Aktien wird insoweit ausgeschlossen.

#### Andere Rücklagen

Die anderen Rücklagen belaufen sich zum Bilanzstichtag auf insgesamt 13.220 TEUR (Vj. 12.718 TEUR). In dem Posten sind per 31. Dezember 2014 die Rücklage aus der Währungsumrechnung von nicht in Euro bilanzierenden Konzerngesellschaften von 8.852 TEUR (Vj. 8.350 TEUR) und sonstige Gewinnrücklagen in Höhe von 4.368 TEUR (Vj. 4.368 TEUR) enthalten.

Die Veränderungen der sonstigen Bestandteile des Eigenkapitals setzen sich in den Geschäftsjahren 2014 und 2013 wie folgt zusammen:

#### Direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen in TEUR

	vor Steuern	Steuereffekt	nach Steuern
<b>1. Januar bis 31. Dezember 2014</b>			
Unrealisierte Gewinne/Verluste aus Währungsumrechnung	512	0	512
Ergebniswirksame Umbuchung realisierter Gewinne/Verluste	0	0	0
<b>Posten, die zukünftig möglicherweise in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden</b>	<b>512</b>	<b>0</b>	<b>512</b>
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste von leistungsorientierten Vorsorgeplänen	-3.391	481	-2.910
<b>Posten, die zukünftig nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden</b>	<b>-3.391</b>	<b>481</b>	<b>-2.910</b>
<b>Direkt im Eigenkapital erfasste Erträge/Aufwendungen</b>	<b>-2.879</b>	<b>481</b>	<b>-2.398</b>
<b>1. Januar bis 31. Dezember 2013</b>			
Unrealisierte Gewinne/Verluste aus Währungsumrechnung	-506	0	-506
Ergebniswirksame Umbuchung realisierter Gewinne/Verluste	0	0	0
<b>Posten, die zukünftig möglicherweise in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden</b>	<b>-506</b>	<b>0</b>	<b>-506</b>
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste von leistungsorientierten Vorsorgeplänen	2.236	-182	2.054
<b>Posten, die zukünftig nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden</b>	<b>2.236</b>	<b>-182</b>	<b>2.054</b>
<b>Direkt im Eigenkapital erfasste Erträge/Aufwendungen</b>	<b>1.730</b>	<b>-182</b>	<b>1.548</b>

Die Zeile Sonstige Veränderungen in der Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung beinhaltet im Berichtsjahr die folgenden Veränderungen:

Aus der Erhöhung der Anteile an der Highlight Event & Entertainment AG ergab sich eine Verminderung der Kapitalrücklage um 7 TEUR und eine Verminderung der Anteile ohne beherrschenden Einfluss um 72 TEUR (siehe Kapitel 3).

Im Oktober 2014 hat die Highlight Communications AG insgesamt 100.000 eigene Aktien zu einem Kaufpreis von 324 TEUR zurückgekauft. Diese werden im Konzernabschluss der Constantin Medien AG als Kauf von Anteilen ohne beherrschenden Einfluss ausgewiesen. Dadurch hat sich die Konsolidierungsquote auf 55,71 Prozent (Vj. 55,58 Prozent) erhöht. Dadurch ergab sich eine Verminderung der Kapitalrücklage um 70 TEUR und eine Verminderung der Anteile ohne beherrschenden Einfluss um 254 TEUR.

#### Angaben zum Kapitalmanagement

Ziel der Constantin Medien AG ist es, das der Gesellschaft vom Kapitalmarkt zur Verfügung gestellte Kapital zu vermehren und eine angemessene Rendite für die Aktionäre zu erzielen. Zu diesem Zweck setzt die Muttergesellschaft das Eigenkapital ein, indem sie Beteiligungen erwirbt und deren sowie eigenes operatives Geschäft finanziert. Ferner kann die Constantin Medien-Gruppe eine Dividendenauszahlung beschließen, Kapital an die Aktionäre zurückzahlen, neue Aktien ausgeben oder Vermögenswerte veräußern mit dem Zweck Schulden abzubauen. Dabei ist das Ziel des Managements, die eigenen und fremden Kapitalien effizient einzusetzen, um die finanzielle Flexibilität auf Grundlage einer soliden Kapitalstruktur sicherzustellen und für eine ausreichende Liquiditätsausstattung zu sorgen. Die Liquidität setzt sich dabei aus Zuflüssen aus laufender Geschäftstätigkeit, vorhandenen Barmitteln und verfügbaren Fremdmitteln zusammen.

In der Konzernfinanzierung wird neben dem Eigenkapital zusätzlich Fremdkapital eingesetzt, um die Rentabilität des Eigenkapitals zu erhöhen. Zur Sicherung dieses Ziels wird grundsätzlich bei jeder größeren Investition eine Rentabilitätsrechnung erstellt. Die hierbei zugrunde gelegte Vorgehensweise basiert regelmäßig auf einem Barwertverfahren (DCF), bei dem in den meisten Fällen die Methode der gewichteten Kapitalkosten (WACC) zum Einsatz kommt. So soll methodisch unterstützt werden, dass der Kapitaleinsatz werterhöhend wirkt.

Die Liquidität der Constantin Medien-Gruppe wird für das Segment Sport und den Bereich Sonstiges zentral über die Constantin Medien AG gesteuert. Die Highlight Communications-Gruppe steuert ihre Liquidität eigenständig und unab-

hängig von der Constantin Medien AG. Zur Überwachung der Liquiditätsausstattung verwendet die Constantin Medien AG neben einem Liquiditätsbericht und einer Liquiditätsplanung zur Beurteilung des Liquiditätsstatus im Wesentlichen die Kenngröße Nettoverschuldung, definiert aus kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten abzüglich der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente.

Das Eigenkapitalmanagement der Constantin Medien AG umfasst sämtliche Bilanzposten des Eigenkapitals, wobei die gehaltenen eigenen Anteile abzuziehen sind. Die Constantin Medien AG überwacht im Rahmen der Konzernsteuerung zudem sämtliche Posten des Fremdkapitals des Segments Sport und Sonstiges. Die Fremdmittel der Gesellschaften der Highlight Communications-Gruppe, werden über die Highlight Communications AG, die Constantin Film AG und die Highlight Event & Entertainment AG dezentral gesteuert.

Die Fremdkapitalmittel der Constantin Medien AG bestehen im Wesentlichen aus der Unternehmensanleihe 2013/2018 und mehreren Darlehen eines Privatinvestors. Mit Datum vom 15. September 2014 wurde die bis dato bestehende Betriebsmittellinie von 4,0 Mio. Euro in eine Avallinie umgewandelt. Die bereits bestehende Avallinie hat sich dadurch um 4,0 Mio. Euro auf 10,0 Mio. Euro erhöht. Die Darlehen des Privatinvestors sind mit 24.752.780 Inhaberaktien der Highlight Communications AG besichert. Zur Absicherung der Avallinie wurden insgesamt rund 7,5 Mio. Euro verpfändet (vgl. Kapitel 6.12).

Für die Fremdmittel müssen Finanzrelationen und weitere Bedingungen eingehalten sowie Informationen bereitgestellt werden.

In Kreditverträgen der Highlight Communications AG und der Constantin Film AG wurde die Einhaltung von bestimmten Finanzkennzahlen (Financial Covenants) vereinbart. Die Finanzkennzahlen beziehen sich auf EBIT, EBIT-Marge, Zinsdeckungsgrad, Verschuldungsgrad, wirtschaftliche Eigenkapitalquote sowie auf das Verhältnis von Nettofinanzschulden zum Betriebsergebnis. Bei Verletzung der Financial Covenants kann sich die Verzinsung erhöhen. Zudem hat der Kreditgeber das Recht eine Kündigungsoption auszuüben. Zum 31. Dezember 2014 besteht keine Verletzung der Finanzkennzahlen.



### 6.15 Anteilsbasierte Vergütungen

Der variable Vergütungsbestandteil des Vorstandsmitglieds Fred Kogel besteht neben einer nach billigem pflichtgemäßen Ermessen festzulegenden variablen Vergütung insbesondere aus vertraglichen Zahlungsansprüchen aus Wertsteigerungsrechten (nachfolgend „Wertsteigerungsrechte“ genannt). Die Wertsteigerungsrechte beziehen sich auf Aktien der ConstantinMedien AG und der Highlight Communications AG und sind wie folgt gestaffelt:

#### Aktien Constantin Medien AG

	Stückzahl	Ausgabepreis
	333.334	EUR 1,80
	333.333	EUR 2,10
	333.333	EUR 2,50

#### Aktien Highlight Communications AG

	Stückzahl	Ausgabepreis
	500.000	EUR 5,00

Die Wertsteigerungsrechte stellen das Vorstandsmitglied Fred Kogel schuldrechtlich so, als ob er Optionen auf Aktien der vorgenannten Gesellschaften tatsächlich besäße, indem er einen Anspruch auf Zahlung der Differenz zwischen dem jeweiligen Ausgabepreis und dem Ausübungspreis hat. Der Ausübungspreis ist der durchschnittliche Börsenkurs der jeweiligen Aktie in der täglichen Schlussauktion des XETRA-Handels über einen Zeitraum von drei Monaten vor dem Ausübungstag. Die Ausübung der Wertsteigerungsrechte kann erstmals nach einer Wartezeit von drei Jahren, welche am 1. Oktober 2014 beginnt, jeweils am 15. eines jeden Kalendermonats erfolgen. Nach Ablauf dieser Wartezeit können die Wertsteigerungsrechte innerhalb eines Zeitraums von zwei Jahren ausgeübt werden. Der Constantin Medien AG bleibt es vorbehalten an Stelle der Auszahlung der vorgenannten Differenzbeträge eine diesen entsprechende Anzahl Inhaber-Stammaktien der Constantin Medien AG, bewertet zu dem Börsenkurs der Inhaber-Stammaktie in der Schlussauktion des XETRA-Handels an der Frankfurter Wertpapierbörse am letzten Börsenhandelstag vor dem jeweiligen Ausübungstag, zu liefern. Die Wertsteigerungsrechte sind nicht übertragbar. Die variable Vergütung des Vorstandsmitglieds Fred Kogel, bestehend aus Tantieme und Wertsteigerungsrechten, ist insgesamt der Höhe nach vertraglich begrenzt.

#### Anzahl und gewichteter Durchschnitt der Ausübungspreise der Wertsteigerungsrechte

	Constantin Medien AG Wertsteigerungsrechte		Highlight Communications AG Wertsteigerungsrechte	
	Anzahl der Wertsteigerungsrechte	Gewichtete durchschnittliche Ausübungspreise in EUR	Anzahl der Wertsteigerungsrechte	Gewichtete durchschnittliche Ausübungspreise in EUR
<b>2014</b>				
Ausstehend zum 1. Januar	0	0,00	0	0,00
Ausgegeben	1.000.000	2,13	500.000	5,00
Ausgeübt	0	0,00	0	0,00
Verfallen	0	0,00	0	0,00
Verwirkt	0	0,00	0	0,00
<b>Ausstehend zum 31. Dezember</b>	<b>1.000.000</b>	<b>2,13</b>	<b>500.000</b>	<b>5,00</b>

Davon ausübbar am Stichtag: keine. Die durchschnittliche Restlaufzeit beträgt 2 ¾ Jahre.

Der beizulegende Zeitwert der gewährten Wertsteigerungsrechte in der Berichtsperiode wurde mit den nachfolgenden Faktoren bestimmt:

### Angaben zur Bewertung der Wertsteigerungsrechte zum 31. Dezember 2014

	Constantin Medien AG Wertsteigerungs- rechte	Highlight Com- munications AG Wertsteigerungs- rechte
Bewertungsmodell	Binomialmodell	Binomialmodell
Erwartete Volatilität	31,56%	25,58%
Erwartete Dividendenrendite	0,00%	4,24%
Erwartete Laufzeit der Option	3 Jahre	3 Jahre
Risikoloser Zinssatz	-0,10%	-0,10%
Ausübungspreis in EUR	1,80/2,10/2,50	5,00
Gewichteter durchschnittlicher Anteilspreis in EUR	2,13	5,00

Die erwartete Restlaufzeit der Wertsteigerungsrechte spiegelt die vertragliche Laufzeit wider. Die erwartete Volatilität basiert auf der historischen Volatilität des jeweiligen Aktienkurses mit der gleichen erwarteten Laufzeit wie die gewährten Wertsteigerungsrechte. Die Dividendenrendite basiert auf den erwarteten künftigen Dividenden der jeweiligen Gesellschaften.

Im Berichtsjahr sind 12 TEUR (Vj. 0 TEUR) Aufwand aus anteilsbasierter Vergütung erfasst worden. Der Buchwert der Schulden aus anteilsbasierten Vergütungen beträgt zum 31. Dezember 2014 12 TEUR (Vj. 0 TEUR).

### 6.16 Übersicht der Rückstellungen und Verbindlichkeiten

#### Fristigkeit der Rückstellungen und Verbindlichkeiten zum 31. Dezember 2014 in TEUR

	bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	Summe
<b>Langfristige Schulden</b>				
Finanzverbindlichkeiten	–	97.591	0	<b>97.591</b>
Sonstige Verbindlichkeiten	–	117	0	<b>117</b>
Pensionsverpflichtungen	–	0	8.873	<b>8.873</b>
Rückstellungen	–	337	0	<b>337</b>
Latente Steuerschulden	309	12.980	0	<b>13.289</b>
<b>Summe</b>	<b>309</b>	<b>111.025</b>	<b>8.873</b>	<b>120.207</b>
<b>Kurzfristige Schulden</b>				
Finanzverbindlichkeiten	67.569	–	–	<b>67.569</b>
Erhaltene Anzahlungen	45.015	–	–	<b>45.015</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	41.896	–	–	<b>41.896</b>
Sonstige Verbindlichkeiten	67.228	–	–	<b>67.228</b>
Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	582	–	–	<b>582</b>
Rückstellungen	12.691	–	–	<b>12.691</b>
Ertragsteuerschulden	6.999	–	–	<b>6.999</b>
<b>Summe</b>	<b>241.980</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>241.980</b>

### Fristigkeit der Rückstellungen und Verbindlichkeiten zum 31. Dezember 2013 in TEUR

	bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	Summe
<b>Langfristige Schulden</b>				
Finanzverbindlichkeiten	–	109.640	0	<b>109.640</b>
Sonstige Verbindlichkeiten	–	137	0	<b>137</b>
Pensionsverpflichtungen	–	0	4.907	<b>4.907</b>
Rückstellungen	–	4.653	0	<b>4.653</b>
Latente Steuerschulden	307	17.126	0	<b>17.433</b>
<b>Summe</b>	<b>307</b>	<b>131.556</b>	<b>4.907</b>	<b>136.770</b>
<b>Kurzfristige Schulden</b>				
Finanzverbindlichkeiten	123.988	–	–	<b>123.988</b>
Erhaltene Anzahlungen	48.031	–	–	<b>48.031</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	51.175	–	–	<b>51.175</b>
Sonstige Verbindlichkeiten	68.440	–	–	<b>68.440</b>
Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	21	–	–	<b>21</b>
Rückstellungen	9.123	–	–	<b>9.123</b>
Ertragsteuerschulden	1.024	–	–	<b>1.024</b>
<b>Summe</b>	<b>301.802</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>301.802</b>

### **6.17 Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten**

#### Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten in TEUR

	31.12.2014	31.12.2013
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	<b>41.896</b>	51.175
Sonstige Verbindlichkeiten	<b>67.228</b>	68.440
<b>Summe</b>	<b>109.124</b>	119.615

#### **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen**

Die ausgewiesenen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind, abgesehen von den branchenüblichen Eigentumsvorbehalten, nicht weiter besichert. Sie stehen im Wesentlichen im Zusammenhang mit Lizenzierungen und Dienstleistungen.

Insgesamt sind die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen nicht verzinslich und in ihrer Fälligkeit kurzfristig, so dass der Buchwert der IFRS 7 relevanten Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen dem beizulegenden Zeitwert nahezu entspricht. In den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind 1.605 TEUR (Vj. 3.496 TEUR) Verbindlichkeiten aus PoC enthalten.

#### **Sonstige Verbindlichkeiten**

Die Personalverbindlichkeiten betreffen im Wesentlichen Verpflichtungen aus Prämien, geleisteten Überstunden, Resturlaub und Vorstandstantien.

In den übrigen kurzfristigen Verbindlichkeiten sind 0 TEUR (Vj. 46 TEUR) gegenüber nahestehenden Unternehmen und Personen enthalten (vgl. auch Kapitel 11).

Die sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten setzen sich wie in der nachfolgenden Tabelle zusammen:

### Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten in TEUR

	31.12.2014	31.12.2013
Verbindlichkeiten aus bedingt rückzahlungspflichtigen Darlehen (Fördermittel)	10.458	12.897
Personalverbindlichkeiten	13.255	13.174
Kurzfristige Zinsverbindlichkeiten	3.154	3.719
Verbindlichkeiten aus Umsatzsteuer	3.294	3.979
Sonstige Steuern und Sozialabgaben	3.511	4.586
Rechnungsabgrenzungsposten	10.485	6.591
Kreditorische Debitoren	222	46
Provisionen, Lizenzen und Übergarantien	18.280	19.057
Derivative Finanzinstrumente	208	1.224
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	4.361	3.167
<b>Summe</b>	<b>67.228</b>	<b>68.440</b>

### 6.18 Finanzverbindlichkeiten

#### Langfristige Finanzverbindlichkeiten

#### Langfristige Finanzverbindlichkeiten in TEUR

	31.12.2014	31.12.2013
Unternehmensanleihe 2013/2018	63.727	63.401
Unternehmensanleihe 2010/2015	0	28.700
Darlehen Privatinvestor	33.864	17.539
<b>Summe</b>	<b>97.591</b>	<b>109.640</b>

Am 15. April 2013 hat die Constantin Medien AG eine Unternehmensanleihe im Volumen von 65,0 Mio. Euro, einem Zinssatz von 7,0 Prozent p.a. und einer Laufzeit von fünf Jahren erfolgreich bei Privatanlegern und institutionellen Investoren platziert. Der Handel der Anleihe wurde am 17. April 2013 im Open Market der Deutschen Börse AG (Freiverkehr der Frankfurter Wertpapierbörse) im Segment Entry Standard für Anleihen eröffnet. Ausgabe- und Valutadatum war der 23. April 2013.

Zum 31. Dezember 2014 bestehen Darlehen gegenüber einem Privatinvestor im Umfang von 12.250 TEUR sowie 26.000 TCHF (Vj. 7.750 TEUR sowie 12.000 TCHF). Im Geschäftsjahr 2014 wurden zur Refinanzierung der Unternehmensanleihe 2010/2015 zusätzliche Darlehen des Privatinvestors mit einem Volumen von 4.500 TEUR sowie 14.000 TCHF aufge-

nommen. Analog dem bisher bestehenden Darlehen haben die neuen Darlehen eine Laufzeit bis zum 30. Juni 2016 und einen Zinssatz von 5,0 Prozent p.a. Insgesamt sind zum 31. Dezember 2014 24.752.780 Inhaberaktien der Highlight Communications AG als Sicherheit für die einzelnen Darlehenstranchen verpfändet.

Am 24. Juli 2014 beschloss der Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrats, die Unternehmensanleihe 2010/2015 gemäß den Anleihebedingungen vorzeitig vollständig zu kündigen. Die Unternehmensanleihe hatte ein Volumen von 30,0 Mio. Euro, wovon die Constantin Medien AG 1,0 Mio. Euro gehalten hatte, eine Laufzeit von fünf Jahren bis Oktober 2015 und einen Zinssatz von 9,0 Prozent p.a. Die Rückzahlung erfolgte mit Wirkung zum 28. August 2014. An diesem Tag wurden die Schuldverschreibungen vollständig zum Nennbetrag zuzüglich der bis zu diesem Tag aufgelaufenen Zinsen (2.360 TEUR) zurückerstattet.

#### Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten

Die kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten beinhalten kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten von 67.569 TEUR (Vj. 123.988 TEUR), wovon 26.003 TEUR (Vj. 79.123 TEUR) auf die Finanzierung von Filmprojekten entfallen.

#### Kurzfristige Kreditlinien

Im Constantin Medien-Konzern bestehen zum Bilanzstichtag die folgenden freien kurzfristigen Kreditlinien:

Der Highlight Communications-Konzern verfügt zum Bilanzstichtag über freie kurzfristige Kreditlinien in Höhe von insgesamt rund 167.022 TEUR (Vj. 136.525 TEUR). Die in Anspruch genommenen Kreditlinien des Constantin Film-Konzerns (Produktionsfinanzierung und Lizenzhandelslinie) sind durch die im Filmvermögen ausgewiesenen Filmrechte im Umfang von 131.597 TEUR (Vj. 170.493 TEUR) und die daraus resultierenden Auswertungserlöse sowie durch Forderungen im Umfang von 24.392 TEUR (Vj. 29.486 TEUR) besichert. Die Sicherungsrechte der Banken dienen zur Sicherung aller bestehenden und künftigen Forderungen der Banken gegen die Constantin Film AG. Die Bank ist zur Verwertung dieser Sicherheiten im Verwertungsfall berechtigt. Sie werden nach Befriedigung aller gesicherten Ansprüche von den Banken an die Constantin Film AG zurück übertragen. Die Kreditlinie der Highlight Communications AG in der Höhe von 41.566 TEUR (Vj. 44.865 TEUR) ist durch die Aktien an der Constantin Film AG, die von der Highlight Communications AG gehaltenen Constantin Medien-Aktien sowie den gehaltenen eigenen Anteilen besichert. Die gezogenen Beträge sind alle nach Aufforderungen im Jahr 2015 fällig. Für gewisse kurzfristige Kontokorrent-Bankverbindlichkeiten besteht ein Zins-Pooling.

#### **6.19 Erhaltene Anzahlungen**

Die erhaltenen Anzahlungen in Höhe von 45.015 TEUR (Vj. 48.031 TEUR) beinhalten im Wesentlichen Geldeingänge aus dem Weltvertrieb, für die noch keine Umsatzrealisierung erfolgt ist.

#### **6.20 Langfristige Auftragsfertigung**

Die Fertigungsaufträge mit aktivischem Saldo gegenüber Kunden belaufen sich auf 7.834 TEUR (Vj. 10.780 TEUR). Die Fertigungsaufträge mit passivischem Saldo gegenüber Kunden betragen 1.605 TEUR (Vj. 3.496 TEUR). Diese sind jeweils in den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen bzw. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen enthalten.

Die Auftragslöhne der Periode betragen 123.123 TEUR (Vj. 111.873 TEUR). Die Summe der angefallenen Kosten für noch nicht fertig gestellte Aufträge und ausgewiesene Gewinne (abzüglich etwaiger ausgewiesener Verluste) beträgt 10.166 TEUR (Vj. 11.101 TEUR).

#### **6.21 Pensionsverpflichtungen**

Die bestehenden leistungsorientierten Vorsorgepläne betreffen

die Schweizer Unternehmen der Highlight Communications-Gruppe. Praktisch alle Angestellten und Rentenbezieher dieser Unternehmen sind in verschiedenen Vorsorgewerken versichert. Diese Vorsorgewerke sind an verschiedene Sammeleinrichtungen angeschlossen. Diese sind eigene Rechtspersönlichkeiten in der Form von Stiftungen und bezwecken die Vorsorge der Mitarbeiter im Alter und bei Invalidität sowie für die Hinterlassenen dieser Mitarbeiter nach dem Tod.

Die Vorsorgepläne gewähren mehr als die vom Gesetz geforderten Mindestleistungen im Falle von Invalidität, Tod, Alter und Austritt. Die Risikoleistungen werden in Abhängigkeit des versicherten Lohns definiert. Die Altersrente wird auf der Basis des projizierten verzinsten Sparkapitals und eines Umwandlungssatzes ermittelt.

Das oberste Organ der Stiftung ist der Stiftungsrat. Der Stiftungsrat beschließt unter anderem über die Vorsorgeleistungen, deren Finanzierung sowie die Vermögenslage. Er übt die Leitung sowie die Aufsicht und Kontrolle über die Geschäftsführung der jeweiligen Sammelstiftungen aus. Er besteht aus gleich vielen Arbeitnehmer- und Arbeitgebervertretern aus dem Kreis der angeschlossenen Unternehmungen.

Durch diese leistungsorientierten Vorsorgepläne ist der Konzern aktuariellen Risiken wie Langlebigkeit, Zinsrisiko und Markt-/Investmentrisiko ausgesetzt.

#### **Finanzierungsvereinbarungen zu künftigen Beiträgen**

Die berufliche Vorsorge (BVG Bundesgesetz über die berufliche Alters-, Hinterlassenen- und Invalidenvorsorge und Verordnungen dazu) sieht Mindestvorsorgeleistungen bei der Pensionierung vor. Die Gesetzgebung schreibt für den Arbeitgeber jährliche Mindestbeiträge vor. Ein Arbeitgeber kann allerdings auch höhere Beiträge als vom Gesetz vorgeschrieben leisten. Diese Beiträge sind im Vorsorgeplan/-reglement festgehalten. Zusätzlich darf ein Arbeitgeber auch Einmaleinlagen oder Vorschüsse in das Vorsorgewerk einzahlen. Diese Beiträge dürfen nicht an den Arbeitgeber zurückbezahlt werden. Sie sind aber für den Arbeitgeber verfügbar, um damit zukünftige Arbeitgeberbeiträge zu begleichen (Arbeitgeberbeitragsreserve).

Auch wenn das Vorsorgewerk eine statutarische Überdeckung besitzt, fordert das Gesetz weiterhin jährliche minimale Beiträge. Für aktive Versicherte muss sowohl der Arbeitgeber als

auch der Arbeitnehmer Beiträge leisten. Der Arbeitgeberbeitrag muss mindestens gleich hoch wie die Arbeitnehmerbeiträge sein. Die minimalen jährlichen Beiträge sind abhängig vom Alter und versicherten Lohn des Versicherten. Sie sind im Vorsorgeplan/-reglement festgehalten.

Im Falle, dass ein Versicherter den Arbeitgeber wechselt bevor er das Pensionierungsalter erreicht hat, wird eine Austrittsleistung (angesammeltes Sparkapital) fällig. Diese wird vom Vorsorgewerk an die Vorsorgeeinrichtung des neuen Arbeitgebers überwiesen.

Wie oben ausgeführt, schreiben die Vorsorgepläne/-reglemente minimale Anforderungen für die Beiträge vor. Die Vorsorge-

pläne/-reglemente sehen keine zusätzlichen Finanzierungsanforderungen vor, solange das Vorsorgewerk eine statutarische Überdeckung besitzt. Wenn hingegen eine Unterdeckung existiert, werden von den Versicherten und dem Arbeitgeber zusätzliche Beiträge (Sanierungsbeiträge) gefordert, bis wieder eine ausgeglichene Deckung resultiert. Einzelne Vorsorgeleistungen der Highlight Communications-Gruppe sind Vollversicherungslösungen und können deshalb statutarisch nie in eine Unterdeckung geraten, bei der Sanierungsbeiträge fällig werden.

Die erwarteten Arbeitgeberbeiträge für das Geschäftsjahr 2015 betragen 1.295 TEUR (Vj. 1.375 TEUR).

Fälligkeitsprofil der Vorsorgeverpflichtung:

#### Fälligkeitsprofil der Vorsorgeverpflichtung in TEUR

	31.12.2014	31.12.2013
Kleiner als 1 Jahr	1.614	1.316
Durchschnittlich gewichtete Laufzeit der Vorsorgeverpflichtung (in Jahren)	10,6	10,4

#### Veränderung der Verpflichtung aus leistungsorientierten Vorsorgeplänen

Die in der konsolidierten Bilanz erfasste Verpflichtung aus den leistungsorientierten Vorsorgeplänen ermittelt sich gemäß nebenstehender Tabelle:

Die Pensionsverpflichtung stieg vor allem aufgrund einer marktkonformen Reduzierung des Diskontierungssatzes auf 1,00 Prozent (Vj. 2,00 Prozent).

#### Pensionsverpflichtung in TEUR

	31.12.2014	31.12.2013
Barwert der Vorsorgeverpflichtung	36.328	31.473
Marktwert des Planvermögens	27.455	26.566
<b>Bilanzansatz</b>	<b>8.873</b>	4.907

Der Verpflichtungsumfang hat sich wie folgt entwickelt:

#### Entwicklung des Verpflichtungsumfangs in TEUR

	2014	2013
<b>Barwert der Vorsorgeverpflichtung zum 1. Januar</b>	<b>31.473</b>	34.055
Laufender Dienstzeitaufwand (ohne Arbeitnehmerbeiträge und Verwaltungskosten)	1.634	1.977
Arbeitnehmerbeiträge	767	746
Zinsaufwand	645	593
Plankürzung, Planabgeltung	0	-1.583
Ausbezahlte Leistungen	-2.586	-1.574
Währungsunterschiede	643	-514
Versicherungsmathematische Verluste/(Gewinne) aus erfahrungsbedingten Anpassungen	229	-1.464
Versicherungsmathematische Verluste/(Gewinne) aus Veränderung finanzieller Annahmen	3.523	-763
<b>Barwert der Vorsorgeverpflichtung zum 31. Dezember</b>	<b>36.328</b>	31.473
davon Anteil Aktivversicherte	31.043	26.673
davon Anteil Rentner	5.285	4.800

Das Planvermögen hat sich wie folgt entwickelt:

#### Entwicklung des Planvermögens in TEUR

	2014	2013
<b>Fair Value des Planvermögens zum 1. Januar</b>	<b>26.566</b>	26.043
Zinsertrag	546	455
Arbeitnehmerbeiträge	767	746
Arbeitgeberbeiträge	1.347	1.327
Verwaltungskosten der Stiftung	-58	-57
Ausbezahlte Leistungen	-2.586	-1.574
Währungsunterschiede	512	-383
Versicherungsmathematische (Verluste)/Gewinne aus erfahrungsbedingten Anpassungen	361	9
<b>Fair Value des Planvermögens zum 31. Dezember</b>	<b>27.455</b>	26.566

Der tatsächliche Ertrag aus dem Vermögen betrug im Berichtsjahr 907 TEUR (Vj. 464 TEUR).

Die Vorsorgeaufwendungen setzen sich wie in folgender Tabelle zusammen:

#### Pensionsaufwand über Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung in TEUR

	1.1. bis 31.12.2014	1.1. bis 31.12.2013
Laufender Dienstzeitaufwand (ohne Arbeitnehmerbeiträge und Verwaltungskosten)	1.634	1.977
Verwaltungskosten der Stiftung	58	57
Effekte aus Plankürzungen und Planabgeltungen	0	-1.583
Nettozinsaufwand (Ertrag)	99	138
<b>Summe</b>	<b>1.791</b>	<b>589</b>

Die Reduktion des Umwandlungssatzes bei zwei Vorsorgeplänen sowie der als Planabgeltung beurteilte Personalabbau bei einer der Tochtergesellschaften führte im Vorjahr zu einer ergebniswirksam erfassten Abnahme der Vorsorgeverpflichtung in Höhe von 1.583 TEUR.

Die ergebniswirksam erfassten Aufwendungen für beitragsorientierte Pläne (inklusive staatlicher Pläne) beliefen sich im Geschäftsjahr 2014 auf 5.882 TEUR gegenüber 5.670 TEUR im Vorjahr.

Das Planvermögen teilt sich wie folgt auf die einzelnen Anlagekategorien auf:

#### Aufteilung des Planvermögens in TEUR

	31.12.2014	31.12.2013
Flüssige Mittel	1.220	2.170
Obligationen mit Marktpreisnotierung in aktivem Markt	10.552	10.967
Obligationen ohne Marktpreisnotierung	363	844
Aktien mit Marktpreisnotierung in aktivem Markt	2.946	339
Immobilien	7.910	7.723
Rückkaufswerte Versicherung	4.012	3.903
Andere	452	620
<b>Summe</b>	<b>27.455</b>	<b>26.566</b>

#### Versicherungsmathematische Annahmen

Bei der Berechnung der Pensionsrückstellung wurden folgende Annahmen zugrunde gelegt: Im Zusammenhang mit den ver-

sicherungstechnischen Annahmen für die Sterblichkeit, Invalidität und Fluktuation wurde analog dem Vorjahr die aktuellste Rechnungsgrundlage BVG 2010 Generationentafel verwendet.

#### Versicherungsmathematische Annahmen in Prozent

	2014	2013
Diskontierungssatz	1,00	2,00
Rententrend	0,50	0,50
Gehaltstrend	1,50	1,50
Durchschnittliche Lebenserwartung nach Pensionierung Männer (in Jahren)	21,43	21,33
Durchschnittliche Lebenserwartung nach Pensionierung Frauen (in Jahren)	24,88	24,78



### Sensitivitätsanalyse

Veränderungen bei einer der maßgeblichen versicherungsmathematischen Annahmen, die bei vernünftiger Betrachtungs-

weise per Abschlusstag möglich wären, würde die Vorsorgeverpflichtung wie folgt beeinflussen:

#### Sensitivitätsanalyse für versicherungsmathematische Annahmen zum 31. Dezember 2014 in TEUR

	Auswirkung auf Vorsorgeverpflichtung		
	+25 BP	-25 BP	+1 Jahr
Diskontierungssatz (inkl. Veränderung Projektionszinssatz)	-934	990	-
Rententrend	700	-667	-
Gehaltstrend	238	-231	-
Durchschnittliche Lebenserwartung	-	-	867

#### Sensitivitätsanalyse für versicherungsmathematische Annahmen zum 31. Dezember 2013 in TEUR

	Auswirkung auf Vorsorgeverpflichtung		
	+25 BP	-25 BP	+1 Jahr
Diskontierungssatz (inkl. Veränderung Projektionszinssatz)	-697	737	-
Rententrend	520	-495	-
Gehaltstrend	192	-187	-
Durchschnittliche Lebenserwartung	-	-	693

Obwohl die Analyse den erwarteten Cash-Abfluss aus den Vorsorgeplänen nicht vollständig abbildet, so zeigt sie doch annäherungsweise die Sensitivität der Annahmen auf. Dabei wurde dieselbe Methode (Barwert der leistungsorientierten Vor-

sorgeverpflichtungen berechnet mit der Projected-Unit-Credit-Method zum Abschlusstag) angewendet wie bei der Berechnung der in der konsolidierten Bilanz erfassten Pensionsverpflichtung.

## 6.22 Rückstellungen

### Rückstellungen in TEUR

	Lizenzen und Retouren	Rückstellungen für Prozessrisiken	Rückstellungen für Personal	Rückstellungen für Garantien und Leistungsverpflichtungen	Übrige Rückstellungen	Summe
<b>Stand 1. Januar 2014</b>	3.031	5.103	2.119	1.511	2.012	<b>13.776</b>
Währungsunterschiede	11	7	4	0	4	<b>26</b>
Inanspruchnahme	1.794	538	641	531	130	<b>3.634</b>
Auflösung	1.220	1.175	1.116	540	121	<b>4.172</b>
Aufzinsung/Zinssatzänderung	0	223	5	0	0	<b>228</b>
Umgliederung	0	0	0	0	0	<b>0</b>
Zuführungen	3.487	674	749	996	898	<b>6.804</b>
<b>Stand 31. Dezember 2014</b>	<b>3.515</b>	<b>4.294</b>	<b>1.120</b>	<b>1.436</b>	<b>2.663</b>	<b>13.028</b>
davon langfristig	0	325	12	0	0	<b>337</b>

Die Rückstellungen für Lizenzen und Retouren wurden für nicht abgerechnete Lizenzen von Lizenzgebern und für Risiken von erwarteten Waren-Retouren aus Blu-ray- und DVD Verkäufen gebildet. Die Rückstellung für Retouren basiert auf der Analyse von vertraglichen oder gesetzlichen Verpflichtungen und historischen Entwicklungen sowie der Erfahrung des Konzerns.

Die Rückstellungen für Prozessrisiken wurden gebildet, um für

verschiedene anhängige und drohende Prozesse (u.a. für das seit 2004 anhängige Spruchverfahren sowie für Aktionärsklagen) Vorsorge zu treffen. Zum aktuellen Stand der wesentlichen Verfahren verweisen wir auf den Risikobericht im Lagebericht (Seite 72).

Die Rückstellungen für Personal umfassen wahrscheinliche künftige Verpflichtungen aus Anlass der Beendigung von Arbeitsverträgen von 482 TEUR (Vj. 1.484 TEUR).

### 6.23 Ertragsteuerschulden

#### Ertragsteuerschulden in TEUR

	Inländische Ertragsteuern	davon Gewerbesteuer	davon Körperschaftsteuer	Ausländische Ertragsteuern	Summe
<b>Stand 1. Januar 2014</b>	514	358	156	510	<b>1.024</b>
Währungsunterschiede	0	0	0	17	<b>17</b>
Inanspruchnahme	2.598	1.226	1.372	2.195	<b>4.793</b>
Auflösung	0	0	0	1	<b>1</b>
Umgliederung	-346	0	-346	937	<b>591</b>
Zuführungen	7.893	3.694	4.199	2.268	<b>10.161</b>
<b>Stand 31. Dezember 2014</b>	5.463	2.826	2.637	1.536	<b>6.999</b>

### 6.24 Latente Steuerschulden

#### Zusammensetzung passive latente Steuern in TEUR

	31.12.2014	31.12.2013
Immaterielle Vermögenswerte/Filmvermögen	37.666	43.927
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	2.779	2.420
Finanzverbindlichkeiten	349	529
Erhaltene Anzahlungen	3.322	2.280
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	582	1.400
Sonstige temporäre Differenzen	480	369
<b>Summe</b>	<b>45.178</b>	50.925
Saldierung mit aktiven latenten Steuern	-31.889	-33.492
<b>Passive latente Steuern saldiert</b>	<b>13.289</b>	17.433

#### Passive latente Steuern nach Fristigkeit in TEUR

	31.12.2014	31.12.2013
Kurzfristige latente Steuerschulden	309	307
Langfristige latente Steuerschulden	12.980	17.126
<b>Summe</b>	<b>13.289</b>	<b>17.433</b>

### 7. Erläuterungen zu einzelnen Posten der Gewinn- und Verlustrechnung

#### 7.1 Umsatzerlöse

Zur Aufgliederung der Umsatzerlöse wird auf die Segmentberichterstattung in Kapitel 9 des Konzernanhangs verwiesen. Umsatzerlöse aus dem Tausch von art- und wertmäßig unterschiedlichen Werbedienstleistungen betragen im Berichtsjahr 5.054 TEUR (Vj. 3.512 TEUR).

#### 7.2 Aktivierte Filmproduktionen und andere aktivierte Eigenleistungen

Die aktivierten Filmproduktionen betragen 30.985 TEUR (Vj. 71.887 TEUR). Die anderen aktivierten Eigenleistungen in Höhe von 1.875 TEUR (Vj. 2.292 TEUR) betreffen selbst erstellte immaterielle und materielle Vermögenswerte.

#### 7.3 Sonstige betriebliche Erträge

Erträge aus Schadenersatzleistungen und Vergleichsvereinbarungen beinhalten im Wesentlichen Erträge aus den Kompensationen für Urheberrechtsverletzungen.

Die Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen und abgegrenzten Schulden begründen sich in erster Linie aus dem Wegfall von Verpflichtungen für Lizenzen sowie aus der Auflösung weiterer Rückstellungen und abgegrenzter Schulden.

Die übrigen betrieblichen Erträge enthalten eine Vielzahl von Posten, die sich keiner der separat genannten Positionen zuordnen lassen.

#### Sonstige betriebliche Erträge in TEUR

	1.1. bis 31.12.2014	1.1. bis 31.12.2013
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen und abgegrenzten Schulden	9.525	15.338
Periodenfremde Erträge	620	334
Auflösung von Wertberichtigungen	2.021	924
Weiterbelastungen	1.500	1.245
Kursgewinne	2.707	1.807
Erträge aus Vermietung und Verpachtung	134	130
Ausbuchung von Verbindlichkeiten	108	3
Erträge aus dem Abgang von Anlagevermögen	45	23
Erträge aus Schadenersatzleistungen und Vergleichsvereinbarungen	3.933	5.901
Übrige betriebliche Erträge	3.198	5.677
<b>Summe</b>	<b>23.791</b>	<b>31.382</b>

## 7.4 Material- und Lizenzaufwand

### Material- und Lizenzaufwand in TEUR

	1.1 bis 31.12.2014	1.1 bis 31.12.2013
Lizenzen und Provisionen	28.091	30.759
Sonstiger Materialaufwand	19.828	25.266
<b>Summe Lizenzen, Provisionen und Material</b>	<b>47.919</b>	<b>56.025</b>
Produktionskosten	159.835	186.216
Dienstleistungen	3.581	2.740
Übergarantien im Segment Film	8.340	10.967
Sonstige bezogene Leistungen	351	572
<b>Summe bezogene Leistungen</b>	<b>172.107</b>	<b>200.495</b>
<b>Summe</b>	<b>220.026</b>	<b>256.520</b>

## 7.5 Sonstige betriebliche Aufwendungen

### Sonstige betriebliche Aufwendungen in TEUR

	1.1. bis 31.12.2014	1.1. bis 31.12.2013
Miete, Reparaturen und Instandhaltung	12.884	12.365
Herausbringungskosten Werbeaufwand	23.481	21.661
Werbe- und Reisekosten	8.461	8.010
Rechts-, Beratungs- und Abschlusskosten	12.770	17.004
Aufwendungen aus Zuführungen von Wertberichtigungen und Ausbuchung von Forderungen	1.845	2.090
IT Kosten	7.760	5.969
Administrative Aufwendungen	2.548	2.689
Sonstige Aufwendungen des Personalbereichs	1.794	1.918
Versicherungen, Beiträge und Abgaben	1.156	1.174
Periodenfremde Aufwendungen	332	392
Kursverluste	1.386	4.394
Fahrzeugkosten	1.215	1.182
Bankgebühren	200	240
Aufwand aus dem Abgang von Anlagevermögen	41	75
Übrige Aufwendungen	5.073	6.611
<b>Summe</b>	<b>80.946</b>	<b>85.774</b>

Die Rechts-, Beratungs- und Abschlusskosten enthalten unter anderem die Kosten für die Prüfung des Konzernabschlusses sowie der Einzelabschlüsse, Steuerberatungsgebühren sowie

Kosten aus anwaltlicher Beratung, unter anderem für laufende Prozesse und Urheberrechtsverletzungen.

Die Herausbringungskosten Werbeaufwand beinhalten die Kosten der Bewerbung und des Verleihs von Kinofilmen sowie die Kosten der Herausbringung von Home-Entertainment-Titeln.

Die übrigen Aufwendungen beinhalten eine Vielzahl von Posten, die sich keiner der gesondert genannten Positionen zuordnen lassen.

## 7.6 Finanzerträge

### Finanzerträge in TEUR

	1.1 bis 31.12.2014	1.1 bis 31.12.2013
Währungsgewinne	9.789	8.051
Gewinne aus Änderung des beizulegenden Zeitwerts von Finanzinstrumenten	155	544
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	1.078	748
<b>Summe</b>	<b>11.022</b>	9.343

In den Gewinnen aus Änderungen des beizulegenden Zeitwerts von Finanzinstrumenten sind sonstige Fair Value-Anpassungen in Höhe von 155 TEUR (Vj. 231 TEUR) enthalten. In der Vergleichsperiode wurde zudem ein Gewinn aus der Veräußerung

des zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Finanzinstruments aus einer Equity Swap-Transaktion in Höhe von 313 TEUR realisiert.

## 7.7 Finanzaufwendungen

### Finanzaufwendungen in TEUR

	1.1. bis 31.12.2014	1.1. bis 31.12.2013
Zinsaufwand aus Unternehmensanleihen (Vj. inkl. Wandelschuldverschreibungen)	6.892	6.161
Währungsverluste	10.859	5.520
Verluste aus Änderung des beizulegenden Zeitwerts von Finanzinstrumenten	298	461
Wertberichtigung von Finanzanlagen und Wertpapiere des Anlagevermögens	1.683	2.415
Aufzinsung von Verbindlichkeiten und Rückstellungen	230	75
Sonstige Zinsen und ähnliche Aufwendungen	4.252	5.761
<b>Summe</b>	<b>24.214</b>	20.393

Die Wertberichtigungen von Finanzanlagen und Wertpapieren des Anlagevermögens beinhalten im Wesentlichen eine im Berichtsjahr vorgenommene Wertminderung auf langfristige Forderungen gegen das assoziierte Unternehmen Kuuluu

Interactive Entertainment AG in Höhe von 1.683 TEUR (Vj. 2.405 TEUR). Insgesamt sind zum Stichtag 5.175 TEUR der Forderung wertberichtigt (Vj. 3.475 TEUR).

### 7.8 Steuern

Als Steuern sind die in den einzelnen Ländern gezahlten oder geschuldeten Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sowie die latenten Steuern erfasst. Die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag setzen sich dabei aus Gewerbesteuer, Körperschaftsteuer, Solidaritätszuschlag und den entsprechenden ausländischen Einkommen- bzw. Ertragsteuern zusammen.

Die Wertberichtigungen erfolgen nicht aufgrund der Verfallbarkeit der steuerlichen Verlustvorträge, sondern aufgrund zu niedriger zukünftiger steuerbarer Einkünfte

#### Steuerüberleitungsrechnung in TEUR

	1.1. bis 31.12.2014	1.1. bis 31.12.2013
Ergebnis vor Steuern	8.446	-3.140
Erwartete Steuern bei Steuersatz 27,375% (Vj. 27,375%)	-2.312	859
Abweichende Steuersätze	1.867	2.482
Wertaufholung/Wertberichtigung		
aktiver latenter Steuern	62	-1.296
Steuerfreie Erträge	0	7
Permanente Differenzen	-144	-27
Steuersatzänderungen (Tochtergesellschaften)	-1	63
Nicht abziehbare Aufwendungen	-3.093	-2.783
Aperiodische Ertragsteuern	702	100
Übrige Effekte	226	-76
Nichtansatz latenter Steuern	-1.809	-2.591
Wertminderung Geschäfts- oder Firmenwerte	0	-1
<b>Tatsächliche Steuern</b>	<b>-4.502</b>	<b>-3.263</b>
<b>Effektiver Steuersatz in Prozent</b>	<b>53,3</b>	<b>103,9</b>

## 8. Angaben zum finanziellen Risikomanagement

Die nachfolgende Tabelle stellt die Buchwerte sowie die beizu-

legenden Zeitwerte für Finanzinstrumente nach den jeweiligen Klassen sowie eine Aufgliederung in die verschiedenen Kategorien von Finanzinstrumenten gemäß IAS 39 dar.

### Angaben IFRS 7: Klassen zum 31. Dezember 2014 in TEUR

	Bewertungskategorie nach IAS 39	Buchwert 31.12.2014	Davon nicht IFRS 7 relevant	(Fortgef.) Anschaffungskosten	Fair Value erfolgswirksam	Fair Value 31.12.2014
<b>Aktiva</b>						
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	LaR	73.680		73.680		<b>73.680</b>
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente mit Sicherungszusammenhang	ohne Kategorie	68			68	<b>68</b>
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	LaR	53.000	-2.185	50.815		<b>50.815</b>
Forderungen gegen assoziierte Unternehmen und Joint Ventures (kurz- und langfristig)	LaR	5.272		5.272		<b>5.272</b>
Sonstige finanzielle Vermögenswerte (kurzfristig)						
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	AfS	1.350		1.350		-
Sonstige Forderungen (kurzfristig)						
Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhängen	ohne Kategorie	3.022			3.022	<b>3.022</b>
Sonstige Vermögenswerte (Grundgeschäfte aus Sicherungszusammenhängen)	ohne Kategorie	154	-154			
Übrige sonstige Forderungen (kurzfristig)	LaR	50.218	-17.262	32.956		<b>32.956</b>
Langfristige Forderungen	LaR	1.799		1.799		<b>1.799</b>
Sonstige finanzielle Vermögenswerte (langfristig)						
Finanzielle Vermögenswerte, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden	FVPL	75			75	<b>75</b>
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	AfS	1.432		1.432		-
<b>Passiva</b>						
Finanzverbindlichkeiten (kurz- und langfristig)	OL	165.160		165.160		<b>170.469</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	OL	41.896	-1.362	40.534		<b>40.534</b>
Verbindlichkeiten gegen assoziierte Unternehmen und Joint Ventures (kurz- und langfristig)	OL	582		582		<b>582</b>
Sonstige Verbindlichkeiten (kurz- und langfristig)						
Finanzielle Verbindlichkeiten bewertet zu fortgeführten Anschaffungskosten	OL	65.280	-18.710	46.570		<b>46.570</b>
Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhängen	ohne Kategorie	208			208	<b>208</b>
Sonstige Verbindlichkeiten (Grundgeschäfte aus Sicherungszusammenhängen)	ohne Kategorie	1.857	-1.857			

**Angaben IFRS 7: Klassen zum 31. Dezember 2013 in TEUR**

	Bewertungskategorie nach IAS 39	Buchwert 31.12.2013	Davon nicht IFRS 7 relevant	(Fortgef.) Anschaffungskosten	Fair Value erfolgswirksam	Fair Value 31.12.2013
<b>Aktiva</b>						
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	LaR	82.918		82.918		<b>82.918</b>
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	LaR	64.624	-1.990	62.634		<b>62.634</b>
Forderungen gegen assoziierte Unternehmen und Joint Ventures (kurz- und langfristig)	LaR	4.374		4.374		<b>4.374</b>
Sonstige finanzielle Vermögenswerte (kurzfristig)						
Finanzielle Vermögenswerte bewertet zu fortgeführten Anschaffungskosten	LaR					
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	AfS	1.850		1.850		-
Sonstige Forderungen (kurzfristig)						
Finanzielle Vermögenswerte, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden	FVPL	230			230	<b>230</b>
Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhängen	ohne Kategorie	313			313	<b>313</b>
Sonstige Vermögenswerte (Grundgeschäfte aus Sicherungszusammenhängen)	ohne Kategorie	461	-461			
Übrige sonstige Forderungen (kurzfristig)	LaR	65.704	-11.036	54.668		<b>54.668</b>
Langfristige Forderungen	LaR	1.560		1.560		<b>1.554</b>
Sonstige finanzielle Vermögenswerte (langfristig)						
Finanzielle Vermögenswerte, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden	FVPL	185			185	<b>185</b>
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	AfS	16		16		-
<b>Passiva</b>						
Finanzverbindlichkeiten (kurz- und langfristig)	OL	233.215		233.215		<b>238.261</b>
Finanzverbindlichkeiten (kurz- und langfristig) mit Sicherungszusammenhang	ohne Kategorie	413			413	<b>413</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	OL	51.175	-1.287	49.888		<b>49.888</b>
Verbindlichkeiten gegen assoziierte Unternehmen und Joint Ventures (kurz- und langfristig)	OL	21		21		<b>21</b>
Sonstige Verbindlichkeiten (kurz- und langfristig)						
Finanzielle Verbindlichkeiten bewertet zu fortgeführten Anschaffungskosten	OL	66.609	-16.751	49.858		<b>49.858</b>
Finanzielle Verbindlichkeiten, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden	FLPL	520			520	<b>520</b>
Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhängen	ohne Kategorie	704			704	<b>704</b>
Sonstige Verbindlichkeiten (Grundgeschäfte aus Sicherungszusammenhängen)	ohne Kategorie	744	-744			



Die Klasse der langfristigen finanziellen Vermögenswerte, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden, enthalten ausschließlich Wertpapiere, die in früheren

Geschäftsjahren aufgrund der Risikomanagementstrategie gemäß IAS 39.9b)ii) als erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert designiert wurden.

#### Angaben IFRS 7: Kategorien in TEUR

	Bewertungskategorie nach IAS 39	Davon nicht IFRS 7 relevant		(Fortgef.) Anschaffungskosten	Fair Value erfolgswirksam	Fair Value
		Buchwert				
<b>31. Dezember 2014</b>						
<b>Aggregiert nach Kategorien</b>						
Darlehen und Forderungen	LaR	183.969	-19.447	164.522		<b>164.522</b>
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	AfS	2.782		2.782		-
Finanzielle Vermögenswerte, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden	FVPL	75			75	<b>75</b>
Finanzielle Verbindlichkeiten bewertet zu fortgeführten Anschaffungskosten	OL	272.918	-20.072	252.846		<b>258.155</b>
<b>31. Dezember 2013</b>						
<b>Aggregiert nach Kategorien</b>						
Darlehen und Forderungen	LaR	219.180	-13.026	206.154		<b>206.148</b>
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	AfS	1.866		1.866		-
Finanzielle Vermögenswerte, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden	FVPL	415			415	<b>415</b>
Finanzielle Verbindlichkeiten bewertet zu fortgeführten Anschaffungskosten	OL	351.020	-18.038	332.982		<b>338.028</b>
Finanzielle Verbindlichkeiten, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden	FLPL	520			520	<b>520</b>

#### Saldierungen

Im Falle von derivativen Finanzinstrumenten werden gemäß der vertraglichen Vereinbarungen im Insolvenzfall sämtliche mit dem betreffenden Kontrahenten bestehende Derivate mit positivem bzw. negativem beizulegenden Zeitwert aufgerechnet und es verbleibt lediglich in Höhe des Saldos eine Forderung bzw. Verbindlichkeit. Da eine Aufrechnung nur im Insolvenzfall rechtlich durchsetzbar ist und der Konzern zum gegenwärtigen Zeitpunkt weder einen Rechtsanspruch auf die Verrechnung der Beträge hat, noch beabsichtigt einen Ausgleich auf Nettobasis herbeizuführen, werden die derivativen Finanzinstrumente in der Konzernbilanz brutto ausgewiesen.

Angaben zu Forderungen und Verbindlichkeiten gegenüber Joint Ventures und assoziierten Unternehmen werden zum Teil als Nettobetrag in der Bilanz angegeben, da ein unbedingtes und rechtlich durchsetzbares Recht zur Aufrechnung vorliegt und die Absicht besteht, einen Ausgleich auf Nettobasis durchzuführen.

Zahlungsmittel und Finanzverbindlichkeiten werden per 31. Dezember 2014, wie auch im Vorjahr, netto ausgewiesen, sofern ein unbedingtes und rechtlich durchsetzbares Recht zur Aufrechnung vorliegt und die Absicht besteht, einen Ausgleich auf Nettobasis durchzuführen.

Die nachfolgenden Tabellen zeigen eine Übersicht der vorgenommenen oder vertraglich vorgesehenen Saldierungen:

**Saldierungen zum 31. Dezember 2014 in TEUR**

Saldierungen von finanziellen Vermögenswerten	Bruttobeträge angesetzter finanzieller Vermögenswerte	Bruttobeträge angesetzter finanzieller Schulden, die in der Bilanz saldiert werden	Nettobeträge finanzieller Vermögens- werte, die in der Bilanz ausgewiesen werden	Zugehörige Beträge, die in der Bilanz nicht saldiert werden	Nettobetrag
Finanzielle Vermögenswerte, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden	0	0	0	0	0
Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhängen	3.013	0	3.013	-208	2.805
Forderungen gegen assoziierte Unternehmen und Joint Ventures (kurz- und langfristig)	7.282	-2.010	5.272	0	5.272
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	37.338	-117	37.221	0	37.221
<b>Summe</b>	<b>47.633</b>	<b>-2.127</b>	<b>45.506</b>	<b>-208</b>	<b>45.298</b>
Saldierungen von finanziellen Schulden	Bruttobeträge angesetzter finanzieller Schulden	Bruttobeträge angesetzter finanzieller Vermögens- werte, die in der Bilanz saldiert werden	Nettobeträge finanzieller Schulden, die in der Bilanz ausgewiesen werden	Zugehörige Beträge, die in der Bilanz nicht saldiert werden	Nettobetrag
Finanzielle Verbindlichkeiten, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden	0	0	0	0	0
Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhängen	208	0	208	-208	0
Verbindlichkeiten gegen assoziierte Unternehmen und Joint Ventures (kurz- und langfristig)	2.592	-2.010	582	0	582
Finanzverbindlichkeiten (kurz- und langfristig)	67.686	-117	67.569	0	67.569
<b>Summe</b>	<b>70.486</b>	<b>-2.127</b>	<b>68.359</b>	<b>-208</b>	<b>68.151</b>

### Saldierungen zum 31. Dezember 2013 in TEUR

Saldierungen von finanziellen Vermögenswerten	Bruttobeträge angesetzter finanzieller Vermögenswerte	Bruttobeträge angesetzter finanzieller Schulden, die in der Bilanz saldiert werden	Nettobeträge finanzieller Vermögens- werte, die in der Bilanz ausgewiesen werden	Zugehörige Beträge, die in der Bilanz nicht saldiert werden	Nettobetrag
Finanzielle Vermögenswerte, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden	230		230		230
Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhängen	313		313	-299	14
Forderungen gegen assoziierte Unternehmen und Joint Ventures (kurz- und langfristig)	3.404	-1.542	1.862		1.862
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	17.154	-6.353	10.801		10.801
<b>Summe</b>	<b>21.101</b>	<b>-7.895</b>	<b>13.206</b>	<b>-299</b>	<b>12.907</b>
Saldierungen von finanziellen Schulden	Bruttobeträge angesetzter finanzieller Schulden	Bruttobeträge angesetzter finanzieller Vermögens- werte, die in der Bilanz saldiert werden	Nettobeträge finanzieller Schulden, die in der Bilanz ausgewiesen werden	Zugehörige Beträge, die in der Bilanz nicht saldiert werden	Nettobetrag
Finanzielle Verbindlichkeiten, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden	520		520		520
Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhängen	704		704	-299	405
Verbindlichkeiten gegen assoziierte Unternehmen und Joint Ventures (kurz- und langfristig)	1.542	-1.542	0		0
Finanzverbindlichkeiten (kurz- und langfristig)	85.063	-6.353	78.710		78.710
<b>Summe</b>	<b>87.829</b>	<b>-7.895</b>	<b>79.934</b>	<b>-299</b>	<b>79.635</b>

### Nettoergebnisse

Die Nettoergebnisse der jeweiligen Kategorien von Finanzinstrumenten werden in der nachfolgenden Übersicht gezeigt:

#### Nettoergebnisse der Kategorien gemäß IFRS 7 in TEUR

	Aus Zinsen	Aus der Folgebewertung			Sonstige	Nettoergebnis
		Änderung des beizulegenden Zeitwerts	Währungsumrechnung	Wertberichtigung		
<b>2014</b>						
Darlehen und Forderungen (LaR)	940	867	-1.507		<b>300</b>	
Finanzielle Vermögenswerte, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden (FVPL)						
Designiert						
Zu Handelszwecken gehalten		155	156	-52	<b>259</b>	
Finanzverbindlichkeiten (OL)	-11.104	-773		6.744	<b>-5.133</b>	
Finanzielle Verbindlichkeiten, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden (FLPL)		-246			<b>-246</b>	
<b>2013</b>						
Darlehen und Forderungen (LaR)	730	-2.146	-3.571		<b>-4.987</b>	
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte (AfS)				-11	<b>-11</b>	
Finanzielle Vermögenswerte, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden (FVPL)						
Designiert						
Zu Handelszwecken gehalten	-64	544	-21		<b>459</b>	
Finanzverbindlichkeiten (OL)	-11.820	2.090		7.116	<b>-2.614</b>	
Finanzielle Verbindlichkeiten, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden (FLPL)		-440			<b>-440</b>	

Die Aufwendungen aus Wertberichtigungen auf Darlehen und Forderungen (LaR) enthalten auch Erträge aus Zuschreibungen.

Unter dem Posten Sonstige bei den Finanzverbindlichkeiten sind im Wesentlichen Effekte aus der Auflösung abgegrenzter Schulden aufgeführt.

### **Management der finanziellen Risiken**

Der Konzern ist verschiedenen finanziellen Risiken ausgesetzt, die sich aus den betrieblichen Geschäftstätigkeiten und den Finanzierungstätigkeiten des Konzerns ergeben. Die Finanzrisiken lassen sich nach den Kategorien Liquiditätsrisiken, Kreditrisiken und Marktrisiken (einschließlich Währungsrisiken, Zinsrisiken) untergliedern. Diese Risiken werden innerhalb des Constantin Medien Konzerns zentral überprüft. Die Risikolage wird auf Basis einer für den gesamten Konzern geltenden Risikomanagement-Richtlinie vom Risikomanager mittels standardisierter Risikoberichte erfasst und an den Vorstand der Constantin Medien AG berichtet. Darüber hinaus verweisen wir zu diesem Thema auf die Risikodarstellung im Konzernlagebericht (Kapitel 8).

### **Liquiditätsrisiken**

Ein Liquiditätsrisiko besteht darin, dass die zukünftigen Auszahlungsverpflichtungen im Konzern nicht aus vorhandener Liquidität oder entsprechenden Kreditlinien gedeckt werden können. Um dieses Risiko zu begrenzen, bestehen innerhalb der Constantin Medien-Gruppe geeignete Prozesse, bei denen die Mittelzu- und -abflüsse sowie Fälligkeiten fortlaufend überwacht und gesteuert werden. Zum Bilanzstichtag verfügten die Constantin Medien AG und die Constantin Medien-Gruppe unter Berücksichtigung der freien kurzfristigen Kreditlinien über ausreichende Liquiditätsreserven.

Die Tabellen zu den Liquiditätsrisiken zeigen die Fälligkeitsstruktur originärer finanzieller Verbindlichkeiten und eine Analyse der Zahlungsmittelabflüsse aus derivativen finanziellen Verbindlichkeiten und Vermögenswerten. Es handelt sich um undiskontierte Cash-Flows.

Im Allgemeinen sind die Konzerngesellschaften für die Disposition der liquiden Mittel selbst verantwortlich, einschließlich der kurzfristigen Anlage von Liquiditätsüberschüssen sowie der Beschaffung von Darlehen für die Überbrückung von Liquiditätsengpässen. Die Constantin Medien AG unterstützt teilweise die Tochtergesellschaften und fungiert teilweise als Koordinator bei den Banken, um eine möglichst kostengünstige Deckung

des Finanzbedarfs zu erhalten. Darüber hinaus ermöglicht die Kreditwürdigkeit des Konzerns eine effiziente Nutzung der Kreditmärkte für Finanzierungstätigkeiten. Dies schließt auch die Fähigkeit zur Emission von Eigen- und Fremdkapitalinstrumenten am Kapitalmarkt ein. Dabei ist zu beachten, dass verschiedene Projekte, vor allem im Filmbereich, sowie andere Finanzierungstätigkeiten, wie der Erwerb von Anteilen ohne beherrschenden Einfluss und der Erwerb eigener Aktien, die Liquidität im Zeitablauf unterschiedlich beeinflussen können.

Trotz freier Betriebsmittellinien kann die Aufnahme von Fremdkapital über den Kapitalmarkt oder über Kreditinstitute sowohl zur Refinanzierung bestehender Verbindlichkeiten als auch zur Finanzierung neuer Projekte notwendig sein. Daher besteht das Risiko, dass bei einer Verschlechterung der wirtschaftlichen Situation, Finanzierungsmittel nicht oder in nicht ausreichendem Umfang oder nur zu deutlich unvorteilhafteren Konditionen zur Verfügung stehen könnten. Aus heutiger Sicht ist nicht gesichert, in welchem Umfang und zu welchen Konditionen fremde Finanzierungsquellen zur Verfügung stehen.

**Liquiditätsrisiko zum 31. Dezember 2014 in TEUR**

31. Dezember 2014	Buchwert	Cash-Flow 2015			Cash-Flow 2016		
		Zins fix	Zins variabel	Tilgung	Zins fix	Zins variabel	Tilgung
<b>Originäre finanzielle Verbindlichkeiten</b>							
Finanzverbindlichkeiten	165.160	6.243	528	67.569	5.397		33.864
Sonstige unverzinsliche Verbindlichkeiten	87.686			87.646			20
<b>Derivative finanzielle Verbindlichkeiten und Vermögenswerte</b>							
<b>Derivative finanzielle Verbindlichkeiten</b>							
Derivate ohne Hedge-Beziehung							
Devisenderivate in Verbindung mit Fair Value-Hedges	208			4.727			
Sonstige Derivate							
<b>Derivative finanzielle Vermögenswerte</b>							
Derivate ohne Hedge-Beziehung							
Devisenderivate in Hedge-Beziehung	3.022			31.218			
		Cash-Flow 2017-2019			Cash-Flow 2020-2024		
31. Dezember 2014	Buchwert	Zins fix	Zins variabel	Tilgung	Zins fix	Zins variabel	Tilgung
<b>Originäre finanzielle Verbindlichkeiten</b>							
Finanzverbindlichkeiten	165.160	9.100		65.000			
Sonstige unverzinsliche Verbindlichkeiten	87.686			20			
<b>Derivative finanzielle Verbindlichkeiten und Vermögenswerte</b>							
<b>Derivative finanzielle Verbindlichkeiten</b>							
Derivate ohne Hedge-Beziehung							
Devisenderivate in Verbindung mit Fair Value-Hedges	208						
Sonstige Derivate							
<b>Derivative finanzielle Vermögenswerte</b>							
Derivate ohne Hedge-Beziehung							
Devisenderivate in Hedge-Beziehung	3.022						

## Liquiditätsrisiko zum 31. Dezember 2013 in TEUR

31. Dezember 2013	Buchwert	Cash-Flow 2014			Cash-Flow 2015		
		Zins fix	Zins variabel	Tilgung	Zins fix	Zins variabel	Tilgung
<b>Originäre finanzielle Verbindlichkeiten</b>							
Finanzverbindlichkeiten	233.628	8.035	1.051	123.988	8.035		29.000
Sonstige unverzinsliche Verbindlichkeiten	99.767			99.709			20
<b>Derivative finanzielle Verbindlichkeiten und Vermögenswerte</b>							
<b>Derivative finanzielle Verbindlichkeiten</b>							
Derivate ohne Hedge-Beziehung	365			9.643			
Devisenderivate in Verbindung mit Fair Value-Hedges	704			24.882			
Sonstige Derivate	0			0			
<b>Derivative finanzielle Vermögenswerte</b>							
Derivate ohne Hedge-Beziehung	230			7.785			
Devisenderivate in Hedge-Beziehung	313			14.848			
31. Dezember 2013	Buchwert	Cash-Flow 2016-2018			Cash-Flow 2019-2023		
		Zins fix	Zins variabel	Tilgung	Zins fix	Zins variabel	Tilgung
<b>Originäre finanzielle Verbindlichkeiten</b>							
Finanzverbindlichkeiten	233.628	14.088		82.539			
Sonstige unverzinsliche Verbindlichkeiten	99.767			40			
<b>Derivative finanzielle Verbindlichkeiten und Vermögenswerte</b>							
<b>Derivative finanzielle Verbindlichkeiten</b>							
Derivate ohne Hedge-Beziehung	365						
Devisenderivate in Verbindung mit Fair Value-Hedges	704						
Sonstige Derivate	0						
<b>Derivative finanzielle Vermögenswerte</b>							
Derivate ohne Hedge-Beziehung	230						
Devisenderivate in Hedge-Beziehung	313						

### Kreditrisiken

Ein Kreditrisiko besteht, wenn ein Schuldner eine Forderung nicht bzw. nicht fristgerecht begleichen kann oder als Sicherheit erhaltene Vermögenswerte an Wert verlieren und damit einen finanziellen Verlust verursachen. Das Kreditrisiko umfasst sowohl das unmittelbare Adressenausfallrisiko als auch die Gefahr einer Bonitätsverschlechterung.

Finanzinstitute, mit denen die Constantin Medien-Gruppe Geschäfte tätigt, müssen eine gute Bonität aufweisen. Außerdem werden etwaige Risiken auf flüssige Mittel durch Verteilung von Geldanlagen auf mehrere Finanzinstitute weiter minimiert. Darüber hinaus wird den potenziellen Ausfallrisiken auf Kundenforderungen durch regelmäßige Bewertung und bei Bedarf durch Bildung von Wertberichtigungen kontinuierlich Rechnung getragen. Auch die Ausfallrisiken der für die Constantin Medien-Gruppe wichtigen Kunden werden fortlaufend überwacht. Darüber hinaus sichert die Gesellschaft das Risiko eines Ausfalls durch Insolvenz eines Gläubigers in wesentlichen Fällen durch Einholung einer Bonitätsauskunft. Daher

beurteilt die Gesellschaft die Kreditqualität für Forderungen, die weder überfällig noch wertgemindert sind, als gut.

Die Risiken aus dem internationalen Vertrieb von Filmlicenzen werden dadurch minimiert, dass Geschäfte nur mit Vertragspartnern verlässlicher Bonität abgeschlossen werden, Rechte nur bei Zahlung auf den Vertragspartner übergehen oder Geschäfte gegen entsprechende Sicherheiten (z.B. Letters of Credit) getätigt werden.

Das maximale Kreditrisiko der Constantin Medien-Gruppe besteht in der Höhe der Buchwerte der finanziellen Vermögenswerte.

### Beizulegender Zeitwert

Die nachfolgende Tabelle stellt eine Zuordnung der zum beizulegenden Zeitwert bewerteten finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten bzw. im Anhang offenzulegende beizulegende Zeitwerte zu den drei Stufen der Fair Value-Hierarchie dar:

### Fair Value-Hierarchie zum 31. Dezember 2014 in TEUR

	Buchwert	Fair Value			Gesamt
		Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	
<b>Finanzielle Vermögenswerte</b>					
Derivative Finanzinstrumente	3.022		3.022		3.022
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente mit Sicherungszusammenhang	68		68		68
Finanzielle Vermögenswerte, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden	75	75			75
Langfristige Forderungen	414		414		414
<b>Finanzielle Verbindlichkeiten</b>					
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	97.591	66.625	36.275		102.900
Derivative Finanzinstrumente	208		208		208



## Fair Value-Hierarchie zum 31. Dezember 2013 in TEUR

	Buchwert	Fair Value			Gesamt
		Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	
<b>Finanzielle Vermögenswerte</b>					
Derivative Finanzinstrumente	543		543		543
Finanzielle Vermögenswerte, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden	185	185			185
Langfristige Forderungen	689		683		683
<b>Finanzielle Verbindlichkeiten</b>					
Finanzielle Verbindlichkeiten, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden	520		520		520
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	109.640	94.870	19.816		114.686
Finanzverbindlichkeiten mit Sicherungszusammenhängen	413		413		413
Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhängen	704		704		704

Das eigene Ausfallrisiko und das Kreditrisiko der Gegenpartei wurden entsprechend der Bilanzierungsmethoden des Konzerns bei der Bestimmung des beizulegenden Zeitwerts berücksichtigt (siehe Kapitel 4.3).

Umgliederungen zwischen den einzelnen Stufen der Fair Value-Hierarchie wurden mit Ausnahme bei der als Finanzinvestition gehaltene Immobilie nicht vorgenommen. Wenn Umstände eintreten, die eine andere Einstufung erfordern, werden diese quartalsweise umgegliedert.

### Beizulegender Zeitwert von finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten

Die finanziellen Vermögenswerte, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden, die in Stufe 1 enthalten sind, werden über Börsenpreise ermittelt. Die in Stufe 2 enthaltenen derivativen Finanzinstrumente werden zu aktuellen Marktwerten bewertet. Zur Bestimmung des beizulegenden Zeitwerts der Finanzinstrumente der Stufe 2 wurde ein Discounted-Cash-Flow-Verfahren verwendet.

### Zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanzierte finanzielle Vermögenswerte und Schulden

Aufgrund der kurzen Restlaufzeit entsprechen die Buchwerte von kurzfristigen finanziellen Forderungen bzw. Schulden zum Stichtag näherungsweise dem beizulegenden Zeitwert. Eine Dif-

ferenz zwischen den fortgeführten Anschaffungskosten und dem beizulegenden Zeitwert besteht bei einer langfristigen finanziellen Forderung sowie bei den langfristigen finanziellen Schulden.

Der beizulegende Zeitwert der zu fortgeführten Anschaffungskosten langfristig bilanzierten Unternehmensanleihe 2013/2018 entspricht dem XETRA-Stichtagskurs und ist somit in Stufe 1 enthalten.

Der beizulegende Zeitwert der zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanzierten Darlehen eines Privatinvestors wurde mittels der Discounted-Cash-Flow-Methode ermittelt. Die dabei angenommenen Diskontierungssätze entsprechen der Marktstrukturkurve einer deutschen Bundesanleihe zum Bilanzstichtag. Da der Marktzinssatz der wesentlichste Inputfaktor ist und somit als beobachtbar gilt, erfolgt die Einstufung des beizulegenden Zeitwerts der Darlehen in Stufe 2.

Der beizulegende Zeitwert einer zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanzierten langfristigen Forderung gegen einen Dritten wurde mittels der Discounted-Cash-Flow-Methode ermittelt. Die dabei angenommenen Diskontierungssätze entsprechen der Marktstrukturkurve einer deutschen Bundesanleihe zum Bilanzstichtag. Da der Marktzinssatz der wesentlichste Inputfaktor ist und somit als beobachtbar gilt, erfolgt die Einstufung dieses beizulegenden Zeitwerts in Stufe 2. Die

restlichen langfristigen Forderungen werden entsprechend ihrer Laufzeit abgezinst.

#### **Beizulegender Zeitwert von nicht finanziellen Vermögenswerten und Schulden**

Zum 31. Dezember 2014 sind, mit Ausnahme der als Finanzinvestition gehaltenen Immobilie (vgl. Kapitel 6.4), die zum beizulegenden Zeitwert bewertet ist, keine nicht finanziellen Vermögenswerte und nicht finanziellen Schulden zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Zum 31. Dezember 2014 fand ein Wechsel in der Fair Value-Hierarchie von Stufe 2 zu Stufe 3 statt. Der beizulegende Zeitwert der Liegenschaft wurde zum 31. Dezember 2014 durch das Management der Gesellschaft mit Unterstützung eines unabhängigen Bewertungsspezialisten mittels einer Discounted Cash-Flow Methode ermittelt. Dabei wurde ein Diskontierungssatz von 5,0 Prozent verwendet und Planmieten und -aufwendungen sowie entsprechende Leerstände geschätzt. Somit ist die Liegenschaft der Stufe 3 der Fair Value-Hierarchie zuzuordnen. Der beizulegende Zeitwert wird durch ein separates Drittgutachten gestützt. Bis dato war der beizulegende Zeitwert der Stufe 2 zugeordnet. Die von einem Gutachter bei der Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts verwendeten Inputfaktoren waren marktbeobachtbare Parameter auf Basis vergleichbarer Transaktionen. Der zum 31. Dezember 2014 ermittelte beizulegende Zeitwert entspricht dem bisherigen Buchwert.

#### **Marktrisiken**

Unter Marktrisiken werden die Risiken aus Wechselkurs- und Zinsschwankungen sowie sonstige Risiken aus der Veränderung einer Preisbasis verstanden.

#### **Währungsrisiko**

Die Constantin Medien-Gruppe ist im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit Währungsrisiken ausgesetzt. Dies vor allem gegenüber dem US-Dollar, dem Kanadischen Dollar, dem Schweizer Franken und durch die Tochtergesellschaften mit funktionaler Währung Schweizer Franken gegenüber dem Euro. Wechselkursschwankungen können zu unerwünschten und unvorhersehbaren Ergebnis- und Cash-Flow-Volatilitäten führen.

Jede Tochtergesellschaft ist Risiken im Zusammenhang mit Wechselkursänderungen ausgesetzt, wenn sie Geschäfte mit internationalen Vertragspartnern abschließt und daraus in der Zukunft Zahlungsströme entstehen, die nicht der funktionalen Währung der jeweiligen Tochter entsprechen. Die Constantin

Medien-Gruppe geht keine Geschäftstätigkeiten in Währungen ein, die als besonders risikoreich eingestuft werden müssen.

Im Geschäftsjahr 2014 wurden Währungsumrechnungsdifferenzen in Höhe von 250 TEUR (Vj. -56 TEUR) erfolgswirksam erfasst.

Bei wesentlichen Transaktionen, insbesondere in US-Dollar, Kanadischen Dollar und Schweizer Franken, ist der Konzern bestrebt das Währungsrisiko durch den Einsatz von geeigneten derivativen und nicht-derivativen Finanzinstrumenten zu minimieren. Die derivativen Finanzinstrumente werden mit Kreditinstituten abgeschlossen. Die Finanzinstrumente stehen überwiegend in Beziehung zu zukünftigen Fremdwährungszahlungsströmen aus Filmprojekten und Darlehen. Im Konzern wird dabei eine mögliche Übersicherung geprüft.

Im laufenden Geschäftsjahr ist die Constantin Medien-Gruppe eine Reihe von Devisentermingeschäften und Devisenswaps zu Sicherungszwecken eingegangen. Soweit dies möglich war, sind diese Sicherungsbeziehungen als Fair Value-Hedges bilanziert. Die Grundgeschäfte betreffen im Wesentlichen noch schwebende Rechteinkäufe und Verkäufe (firm commitments) in US-Dollar.

Des Weiteren wurden Devisentermingeschäfte zur ökonomischen Sicherung von bilanzierten Fremdwährungsforderungen und -verbindlichkeiten sowie zur Sicherung der Ergebnisausschüttung von ausländischen Tochtergesellschaften der Constantin Entertainment GmbH gekauft.

Zum 31. Dezember 2014 wurden Devisentermingeschäfte in Höhe von nominal 37.272 TEUR (Vj. 39.729 TEUR) als Sicherungsinstrumente im Rahmen von Fair Value-Hedges designiert. Die beizulegenden Zeitwerte der Termingeschäfte betragen 3.022 TEUR (Vj. 313 TEUR) bzw. -208 TEUR (Vj. -704 TEUR) und ergeben sich aus der Differenz zwischen dem Terminkurs bei Abschluss des Geschäfts und dem Marktwert des Termingeschäfts zum Bilanzstichtag. Die Marktwertveränderungen der Devisentermingeschäfte sowie der schwebenden bzw. bilanzierten Grundgeschäfte werden gegenläufig in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. Die Ergebniswirkung der Veränderungen der beizulegenden Zeitwerte von Grund- und Sicherungsgeschäften wurden bei einer effektiven Sicherungsbeziehung in der Gewinn- und Verlustrechnung saldiert ausgewiesen.

Der im Geschäftsjahr 2014 im operativen Ergebnis erfasste

Gewinn und Verlust aus der Buchwertanpassung der Grundgeschäfte betrug 208 TEUR bzw. -3.022 TEUR (Vj. 704 TEUR bzw. -313 TEUR). Aus den Veränderungen der beizulegenden Zeitwerte der Sicherungsgeschäfte wurden Gewinne und Verluste von 3.022 TEUR bzw. -208 TEUR (Vj. 313 TEUR bzw. -704 TEUR) im operativen Ergebnis erfasst.

Gewinne/Verluste aus Cash-Flow-Hedges sowie aus Hedges of Net Investments in a Foreign Operation ergaben sich nicht.

Der Posten Finanzverbindlichkeiten mit Sicherungszusammenhang umfasste im Vorjahr Folgendes: Zur Absicherung von Währungsrisiken wurden Fremdwährungsverbindlichkeiten als Sicherungsinstrumente eingesetzt. Sie dienen der Sicherung von noch bilanzunwirksamen festen Ansprüchen in US-Dollar. Die Sicherungsbeziehungen wurden als Fair Value-Hedge abgebildet. Der beizulegende Zeitwert der Fremdwährungsverbindlichkeiten betrug 413 TEUR. Aus der Veränderung des beizulegenden Zeitwerts des Grundgeschäftes wurden Aufwendungen 413 TEUR und aus der Veränderung des beizulegenden Zeitwerts des Sicherungsgeschäftes wurden Erträge von 413 TEUR im Finanzergebnis erfasst. Die Ergebniswirkung der Veränderungen der beizulegenden Zeitwerte des Grund- und Sicherungsgeschäftes wurden, da es sich um eine effektive

Sicherungsbeziehung handelt, im selben Gewinn- und Verlustrechnung-Posten ausgewiesen.

Der Posten Zahlungsmittel mit Sicherungszusammenhang umfasst Folgendes: Zur Absicherung von Währungsrisiken werden Zahlungsmittel in Fremdwährung als Sicherungsinstrumente eingesetzt. Sie dienen der Sicherung von noch bilanzunwirksamen festen Verpflichtungen in US-Dollar. Die Sicherungsbeziehungen werden als Fair Value-Hedge abgebildet. Der beizulegende Zeitwert der Zahlungsmittel in Fremdwährung beträgt 68 TEUR (Vj. 0 TEUR). Aus der Veränderung des beizulegenden Zeitwerts des Grundgeschäftes wurden Aufwendungen von 68 TEUR (Vj. 0 TEUR) und aus der Veränderung des beizulegenden Zeitwerts des Sicherungsgeschäftes wurden Erträge von 68 TEUR (Vj. 0 TEUR) im Finanzergebnis erfasst. Die Ergebniswirkung der Veränderungen der beizulegenden Zeitwerte des Grund- und Sicherungsgeschäftes wurden, da es sich um eine effektive Sicherungsbeziehung handelt, im selben Gewinn- und Verlustrechnung-Posten ausgewiesen.

Im Folgenden sind die Nominalwerte und die beizulegenden Zeitwerte von zum 31. Dezember 2014 und 2013 gehaltenen Derivate, die nicht im Rahmen von Sicherungsbeziehungen designiert sind, dargestellt:

#### Derivate Finanzinstrumente zum 31. Dezember 2014 in TEUR

	31.12.2014		31.12.2013	
	Nominalwert	Fair Value	Nominalwert	Fair Value
<b>Devisentermingeschäfte Verkauf</b>				
CAD	-	-	1.806	104
USD/CAD-Swap	-	-	3.499	-152
<b>Devisentermingeschäfte Kauf</b>				
USD	-	-	2.412	-17
CAD	-	-	1.830	-131
CAD/USD-Swap	-	-	7.880	60

#### Zinsrisiko

Ein Zinsrisiko besteht grundsätzlich dann, wenn sich Marktzinssätze ändern und sich dadurch Einzahlungen bei der Geldanlage bzw. Auszahlungen bei der Geldaufnahme verbessern oder verschlechtern können. Darüber hinaus entsteht aus der Inkongruenz von Fristen ein Zinsänderungsrisiko, welches im Konzern aktiv kontrolliert wird, insbesondere durch Beobach-

tung der Entwicklung der Zinsstrukturkurve.

Das Zinsänderungsrisiko im Konzern bezieht sich in erster Linie auf Finanzverbindlichkeiten. Gegenwärtig verfügt der Constantin Medien-Konzern über variabel verzinsliche kurzfristige Finanzverbindlichkeiten und festverzinsliche langfristige Finanzverbindlichkeiten. Der Konzern setzt derzeit keine Finanz-

instrumente zur Absicherung des Zinsänderungsrisikos ein, wobei für die Kontokorrent-Bankverbindlichkeiten teilweise ein Zins-Pooling besteht.

Feste Zinsabreden bieten in Phasen steigender Zinsen eine entsprechende Absicherung, mit dem Nachteil in Phasen fallender Zinsen nicht von dieser Entwicklung zu profitieren. Bei Finanzverbindlichkeiten ohne flexible Regelungen hinsichtlich Inanspruchnahme und Rückzahlung sorgt eine Festzinsvereinbarung für ausreichend Planungssicherheit. Bei Kreditverträgen mit hoher Flexibilität tragen variable Zinsvereinbarungen dagegen den zukünftigen Schwankungen in der Kreditausnutzung Rechnung (nähere Erläuterungen zu den Finanzverbindlichkeiten siehe Kapitel 6.18). Darüber hinaus besteht die Möglichkeit über Zinssicherungsinstrumente bei Bedarf eine feste Verzinsungsgrundlage zu schaffen.

#### Sonstige Preisrisiken

Sonstige Preisrisiken werden definiert als das Risiko, dass der beizulegende Zeitwert oder künftige Zahlungen eines Finanzinstruments aufgrund von Änderungen der Marktpreise schwanken können und das sich nicht bereits aus dem Zinsrisiko oder dem Währungsrisiko ergibt. Sonstige Preisrisiken bestehen bei finanziellen Vermögenswerten, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden und bei zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten. Eine Absicherung dieser finanziellen Vermögenswerte findet nicht statt.

#### Sensitivitäten

Die Sensitivitätsanalyse stellt die Auswirkungen möglicher Änderungen der Marktzinsen auf das Ergebnis oder das Eigenkapital dar. Änderungen der Marktzinssätze wirken sich auf die Zinserträge und Zinsaufwendungen variabel verzinslicher Finanzinstrumente aus. Die Zinssensitivitätsanalyse wurde unter der

#### Sensitivitätsanalyse in TEUR

	Wechselkursrisiko												Sonstige Preisrisiken		
	Zinssatzrisiko		EUR/USD		CHF/EUR		EUR/CHF		EUR/CAD		Summe				
	-1%	+1%	-10%	+10%	-10%	+10%	-10%	+10%	-10%	+10%	-10%	+10%	-10%	+10%	
<b>31. Dezember 2014</b>															
<b>Finanzielle Vermögenswerte</b>															
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-221	737	194	-159	-1.550	1.268	2.026	-1.657	5	-4	675	-552			
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen			7	-6	-510	417			2	-2	-501	409			
Forderungen gegen assoziierte Unternehmen und Joint Ventures					-274	224					-274	224			
Sonstige finanzielle Vermögenswerte			142	-142					150	-123	292	-265	-7	7	
Sonstige Forderungen ohne Devisentermingeschäfte			81	-66					1.707	-1.397	1.788	-1.463			
Devisentermingeschäfte			3.322	-2.718							3.322	-2.718			
<b>Finanzielle Verbindlichkeiten</b>															
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen			-118	96	156	-128	-3	3			35	-29			
Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Unternehmen und Joint Ventures															
Sonstige Verbindlichkeiten ohne Devisentermingeschäfte			-1.207	988	96	-79					-1.111	909			
Finanzverbindlichkeiten	676	-676	-164	134			-2.402	1.965	-1.513	1.238	-4.079	3.337			
Devisentermingeschäfte			-264	216					-283	232	-547	448			
<b>Summe Anstieg/Verminderung</b>	<b>455</b>	<b>61</b>	<b>1.993</b>	<b>-1.657</b>	<b>-2.082</b>	<b>1.702</b>	<b>-379</b>	<b>311</b>	<b>68</b>	<b>-56</b>	<b>-400</b>	<b>300</b>	<b>-7</b>	<b>7</b>	

Annahme einer Änderung des Marktzinssatzes um 100 Basispunkte nach oben bzw. 100 Basispunkte nach unten erstellt. Bei den Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten wurde bei der Veränderung der variablen Zinssätze nach unten nur mit Basispunkten von 30 gerechnet, da die Zinsen nicht negativ sind.

Eine Erhöhung hätte einen zusätzlichen Ertrag vor Steuern von 61 TEUR (Vj. zusätzlicher Aufwand 411 TEUR) zur Folge. Bei einer Zinsreduktion gleichen Ausmaßes würde sich das Ergebnis vor Steuern um 455 TEUR (Vj. zusätzlicher Ertrag 966 TEUR) erhöhen.

Die Ermittlung der Währungssensitivitäten erfolgte aus Konzernsicht für die wesentlichen Währungspaare EUR-USD, CHF-EUR, EUR-CHF und EUR-CAD unter der Annahme, dass sich der dem Währungspaar zugrundeliegende Wechselkurs um 10 Prozent nach unten bzw. nach oben verändert und alle übrigen

Parameter unverändert bleiben. Translationsrisiken werden nicht in die Sensitivitätsanalyse einbezogen. Die obige Tabelle stellt die Auswirkungen einer Änderung des Wechselkurses um 10 Prozent auf das Ergebnis vor Steuern dar. Für die Sensitivitätsanalyse wurde der Stichtagskurs verwendet.

Die sonstigen Preisrisiken der sonstigen finanziellen Vermögenswerte beziehen sich zum 31. Dezember 2014 auf zum Fair Value designierte Wertpapiere. Aus einer Schwankung von +/-10 Prozent des Marktwerts der Wertpapiere ergibt sich eine Ergebnisauswirkung von +/-7 TEUR (Vj. +/-19 TEUR).

Sonstige Preisrisiken im Zusammenhang mit der Veränderung des Marktwertes von zur Veräußerung stehenden Vermögenswerten um 10 Prozent, die zu einer Verminderung oder Erhöhung des Eigenkapitals (andere Rücklagen) führen würden, bestanden zum 31. Dezember 2014 nicht (Vj. 0 TEUR).

## Sensitivitätsanalyse in TEUR

	Wechselkursrisiko										Sonstige Preisrisiken			
	Zinssatzrisiko		EUR/USD		CHF/EUR		EUR/CHF		EUR/CAD		Summe		-10%	+10%
31. Dezember 2013	-1%	+1%	-10%	+10%	-10%	+10%	-10%	+10%	-10%	+10%	-10%	+10%	-10%	+10%
<b>Finanzielle Vermögenswerte</b>														
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-274	829	1.332	-1.089	-1.076	882	1.023	-837	37	-30	1.316	-1.074		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen			467	-382	-509	417					-42	35		
Forderungen gegen assoziierte Unternehmen und Joint Ventures					-279	228					-279	228		
Sonstige finanzielle Vermögenswerte									206	-168	206	-168	-19	19
Sonstige Forderungen ohne Devisentermingeschäfte														
Devisentermingeschäfte			2.045	-1.673	-33	27			4.256	-3.483	6.268	-5.129		
Devisentermingeschäfte			-956	782					-839	687	-1.795	1.469		
Langfristige Forderungen					-4	3					-4	3		
<b>Finanzielle Verbindlichkeiten</b>														
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen			-286	235	191	-156	-2	2			-97	81		
Sonstige Verbindlichkeiten ohne Devisentermingeschäfte														
Devisentermingeschäfte			-1.287	1.052	315	-258					-972	794		
Finanzverbindlichkeiten	1.240	-1.240	-1.183	968			-1.088	890	-2.765	2.262	-5.036	4.120		
Devisentermingeschäfte			3.662	-2.997					1.045	-855	4.707	-3.852		
<b>Summe Anstieg/Verminderung</b>	<b>966</b>	<b>-411</b>	<b>3.794</b>	<b>-3.104</b>	<b>-1.395</b>	<b>1.143</b>	<b>-67</b>	<b>55</b>	<b>1.940</b>	<b>-1.587</b>	<b>4.272</b>	<b>-3.493</b>	<b>-19</b>	<b>19</b>

## 9. Segmentberichterstattung

Die nachfolgenden Segmentinformationen basieren auf dem sogenannten Management Approach.

Der Vorstand der Gesellschaft als Hauptentscheidungsträger (Chief Operating Decision Maker) entscheidet über die Ressourcenzuteilung auf die Segmente und beurteilt deren Erfolg unverändert anhand der Kennzahlen Umsatzerlöse und Segmentergebnis. Der Vorstand nimmt keine Bewertung der Segmente auf Basis von Vermögenswerten und Schulden vor.

Auf Basis des internen Management-Berichtssystems und der dem internen Berichtswesen zugrundeliegenden Organisationsstruktur ist der Konzern unverändert in die vier operativen Segmente Sport, Film, Sport- und Event-Marketing sowie Übrige Geschäftsaktivitäten gegliedert.

Das **Segment Sport** beinhaltet im Wesentlichen die Aktivitäten in den Bereichen Fernsehen, Online/Mobile und digitales Sportradio mit der Dachmarke SPORT1 und im Bereich Produktion mit der PLAZAMEDIA-Gruppe. Die Vermarktung erfolgt über die Sport1 Media GmbH (vormals Constantin Sport Marketing GmbH).

Im **Segment Film** sind die Aktivitäten der Constantin Film AG und deren Tochtergesellschaften sowie der Highlight Communications-Beteiligungen Rainbow Home Entertainment (ohne Pokermania GmbH) zusammengefasst. Das Tätigkeitsfeld umfasst die Herstellung von Filmen, die Auswertung der eigenproduzierten und erworbenen Filmrechte sowie den Verleih von Kino-, DVD-/Blu-ray- und Fernsehfilmen.

Das **Segment Sport- und Event-Marketing** umfasst die Aktivitäten der Team Holding AG, die über ihre Tochtergesellschaften als Hauptprojekt die UEFA Champions League vermarktet. Weitere Vermarktungsprojekte sind die UEFA Europa League und der UEFA Super Cup.

Unter **Übrige Geschäftsaktivitäten** werden derzeit ausschließlich die Aktivitäten der Highlight Event & Entertainment AG sowie der Pokermania GmbH ausgewiesen. Das Tätigkeitsfeld umfasst im Wesentlichen das Eventmarketing für den Eurovision Song Contest und die Wiener Philharmoniker sowie die

Erbringung von Dienstleistungen im Bereich Social-Gaming und Spielautomaten. Die Highlight Event & Entertainment AG und die Pokermania GmbH stellen auf Ebene der Constantin Medien AG kein eigenständiges berichtspflichtiges Segment dar, da die Finanzinformationen der beiden Gesellschaften nicht durch den Hauptentscheidungsträger überprüft und im Hinblick auf den Geschäftserfolg beurteilt werden. Deshalb werden die Aktivitäten der Highlight Event & Entertainment AG und der Pokermania GmbH als Übrige Geschäftsaktivitäten ausgewiesen.

**Sonstiges** umfasst die administrativen Funktionen der Holding-Gesellschaft Constantin Medien AG.

Das Segmentergebnis ist definiert als Ergebnis vor Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures, vor Finanzergebnis und vor Steuern.

Verkäufe und Leistungen zwischen den Geschäftsfeldern werden grundsätzlich zu Preisen erbracht, wie sie auch mit Dritten vereinbart werden würden.

In der nachfolgenden Tabelle sind in der Überleitungsspalte die Eliminationen der Intersegmentbeziehungen ausgewiesen.

## Segmentinformationen 2014 in TEUR

	Sport	Film	Sport- und Event- Marketing	Übrige Geschäfts- aktivitäten	Sonstiges	Überleitung	Konzern
Außenumsätze	148.248	295.618	41.092	2.874	0	0	<b>487.832</b>
Konzerninnenumsätze	211	0	0	36	0	-247	<b>0</b>
Umsatzerlöse gesamt	148.459	295.618	41.092	2.910	0	-247	<b>487.832</b>
Übrige Segmenterträge	7.025	47.683	1.614	458	4.516	-4.645	<b>56.651</b>
Segmentaufwendungen	-151.793	-334.179	-26.380	-4.930	-10.680	4.892	<b>-523.070</b>
davon planmäßige Abschreibungen	-4.007	-90.380	-656	-745	-215	0	<b>-96.003</b>
davon Wertminderungen	-106	-5.864	0	0	0	0	<b>-5.970</b>
<b>Segmentergebnis</b>	<b>3.691</b>	<b>9.122</b>	<b>16.326</b>	<b>-1.562</b>	<b>-6.164</b>	<b>0</b>	<b>21.413</b>
<b>Nicht zugeordnete Ergebniselemente</b>							
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures							<b>225</b>
Finanzerträge							<b>11.022</b>
Finanzaufwendungen							<b>-24.214</b>
<b>Ergebnis vor Steuern</b>							<b>8.446</b>

## Segmentinformationen 2013\* in TEUR

Außenumsätze	147.400	268.334	39.687	2.877	0	0	<b>458.298</b>
Konzerninnenumsätze	251	2.707	0	144	0	-3.102	<b>0</b>
Umsatzerlöse gesamt	147.651	271.041	39.687	3.021	0	-3.102	<b>458.298</b>
Übrige Segmenterträge	9.896	89.235	291	927	10.673	-5.461	<b>105.561</b>
Segmentaufwendungen	-160.750	-355.590	-25.811	-7.226	-15.181	8.563	<b>-555.995</b>
davon planmäßige Abschreibungen	-5.968	-66.242	-782	-1.173	-245	0	<b>-74.410</b>
davon Wertminderungen	-58	-10.767	0	-941	0	0	<b>-11.766</b>
<b>Segmentergebnis</b>	<b>-3.203</b>	<b>4.686</b>	<b>14.167</b>	<b>-3.278</b>	<b>-4.508</b>	<b>0</b>	<b>7.864</b>
<b>Nicht zugeordnete Ergebniselemente</b>							
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures							<b>46</b>
Finanzerträge							<b>9.343</b>
Finanzaufwendungen							<b>-20.393</b>
<b>Ergebnis vor Steuern</b>							<b>-3.140</b>

\*Die Vorjahreszahlen sind angepasst worden (siehe Anhangangaben Kapitel 2.1, Änderung in der Rechnungslegung und Bilanzierung)

**Segmentinformationen nach Regionen 2014** in TEUR

	Deutschland	Restliches Europa	Restliche Welt	Summe
Außenumsätze	277.329	169.491	41.012	<b>487.832</b>
Langfristige Vermögenswerte	172.220	53.225	0	<b>225.445</b>

**Segmentinformationen nach Regionen 2013** in TEUR

	Deutschland	Restliches Europa	Restliche Welt	Summe
Außenumsätze	273.364	158.122	26.812	<b>458.298</b>
Langfristige Vermögenswerte	210.726	49.449	224	<b>260.399</b>

Der Constantin Medien-Konzern erzielte im Berichtsjahr mit einem Kunden (Vj. einem Kunden) jeweils mehr als 10 Prozent der Gesamtumsatzerlöse.

**Umsatzerlöse nach Kunden**

	1.1. bis 31.12.2014		1.1. bis 31.12.2013	
	in TEUR	in Prozent	in TEUR	in Prozent
Umsatzerlöse mit Kunde A (Segment Film/Segment Sport)	51.673	10,6	49.998	10,9
Umsatzerlöse mit übrigen Kunden	436.159	89,4	408.300	89,1
<b>Summe Umsatzerlöse</b>	<b>487.832</b>	<b>100,0</b>	<b>458.298</b>	<b>100,0</b>

**10. Haftungsverhältnisse, Eventualverbindlichkeiten und sonstige finanzielle Verpflichtungen****10.1 Überblick**

Eine Übersicht über die Haftungsverhältnisse, Eventualverbindlichkeiten und sonstigen finanziellen Verpflichtungen zeigt die folgende Tabelle.

**10.2 Haftungsverhältnisse**

Zum 31. Dezember 2014 bestehen Bürgschaften gegenüber

verschiedenen TV-Sendern für die Fertigstellung von Auftragsproduktionen von insgesamt 9.000 TEUR (Vj. 9.000 TEUR). Da keine Anhaltspunkte vorliegen, die gegen eine vertragsgemäße Fertigstellung der besicherten Auftragsproduktionen sprechen, ist nicht zu erwarten, dass aus den Haftungsverhältnissen wesentliche tatsächliche Verbindlichkeiten entstehen werden.



### Haftungsverhältnisse, Eventualverbindlichkeiten und sonstige finanzielle Verpflichtungen in TEUR

	Haftungs- verhältnisse	Eventualver- bindlichkeiten	Abnahmever- pflichtungen für Lizenzen	Sonstige finanzielle Ver- pflichtungen	Miet- und Leasingver- pflichtungen	Summe
<b>Stand 31.12.2014</b>						
Fällig innerhalb eines Jahres	9.000	0	28.723	18.152	8.619	64.494
Fällig innerhalb von ein bis fünf Jahren	0	0	39.452	25.146	11.402	76.000
Fällig nach fünf Jahren	0	0	0	89	0	89
<b>Summe</b>	9.000	0	68.175	43.387	20.021	140.583
<b>Stand 31.12.2013</b>						
Fällig innerhalb eines Jahres	9.000	0	45.767	19.267	8.030	82.064
Fällig innerhalb von ein bis fünf Jahren	0	0	60.992	27.380	13.980	102.352
Fällig nach fünf Jahren	0	0	0	1.208	0	1.208
<b>Summe</b>	9.000	0	106.759	47.855	22.010	185.624

#### 10.3 Abnahmeverpflichtungen für Lizenzen

Die Abnahmeverpflichtungen für Lizenzen beinhalten 42.795 TEUR (Vj. 65.153 TEUR) für Ausstrahlungs- und Übertragungsrechte der Sport1 GmbH.

Des Weiteren sichert sich der Konzern durch den Abschluss von Lizenzverträgen den Zugang zu künftigen Filmrechten. Aus dem Filmeinkauf bzw. aus den Produktionen in Vorbereitung ergeben sich finanzielle Verpflichtungen für die Zukunft, welche sich auf 25.380 TEUR (Vj. 41.606 TEUR) belaufen.

#### 10.4 Sonstige finanzielle Verpflichtungen

In den sonstigen finanziellen Verpflichtungen sind 11.206

TEUR (Vj. 7.386 TEUR) Verpflichtungen aus der Entwicklung von Eigenproduktionen enthalten.

#### 10.5 Miet- und Leasingverpflichtungen

Der Constantin Medien-Konzern mietet, pachtet und least Büros, Lagerräume, Fahrzeuge und Einrichtungen. Der gesamte Mietaufwand belief sich für das Geschäftsjahr 2014 auf 8.939 TEUR (Vj. 8.350 TEUR).

Zum 31. Dezember 2014 bestehen Mindest-Leasingverpflichtungen gemäß der nachfolgenden Tabelle. Die Ermittlung der Mindest-Leasingverpflichtungen basiert auf den jeweils unkündbaren Vertragslaufzeiten.

### Verpflichtungen aus Operating Lease in TEUR

	Mieten für Räume und Gebäude	Fahrzeug- leasing	Sonstige	31.12.2014	31.12.2013
Fällig innerhalb eines Jahres	7.976	332	311	8.619	8.030
Fällig innerhalb von ein bis fünf Jahren	10.694	266	442	11.402	13.980
Fällig nach fünf Jahren	0	0	0	0	0
<b>Summe</b>	18.670	598	753	20.021	22.010

## 11. Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen

Die Gesellschaft unterhält mit assoziierten Unternehmen und Joint Ventures sowie Unternehmen, die von Aufsichtsratsmitgliedern kontrolliert werden, Beziehungen im Rahmen der ge-

wöhnlichen Geschäftstätigkeit. Die Forderungen gegen assoziierte Gesellschaften und Joint Ventures beinhalten teilweise auch Darlehen, welche aus nicht verpflichtenden Finanzierungen von operativen Projekten entstanden sind (siehe auch Kapitel 7.7). Der Umfang der im Berichtszeitraum getätigten Transaktionen ist aus der nachfolgenden Tabelle ersichtlich:

### Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen in TEUR

	31.12.2014	31.12.2013
<b>Joint Ventures</b>		
Forderungen	2.802	1.862
Verbindlichkeiten	582	0
	<b>1.1. bis 31.12.2014</b>	<b>1.1. bis 31.12.2013</b>
Umsatzerlöse und sonstige Erträge	8.716	9.829
Material- und Lizenzaufwand und sonstige Aufwendungen	8.213	10.147
<b>Assoziierte Unternehmen</b>		
Forderungen	2.470	2.512
Verbindlichkeiten	0	21
	<b>1.1. bis 31.12.2014</b>	<b>1.1. bis 31.12.2013</b>
Umsatzerlöse und sonstige Erträge	117	6
Material- und Lizenzaufwand und sonstige Aufwendungen	69	139
<b>Sonstige nahestehende Unternehmen und Personen</b>		
Forderungen	0	0
Verbindlichkeiten	0	46
Rückstellungen	25	200
	<b>1.1. bis 31.12.2014</b>	<b>1.1. bis 31.12.2013</b>
Umsatzerlöse und sonstige Erträge	0	0
Rechts- und Beratungsaufwendungen	283	513

Zwischen der Constantin Medien AG und assoziierten Unternehmen sowie Joint Ventures bestanden im Geschäftsjahr 2014 sowie im Vorjahr keine Geschäftsbeziehungen. Die Transaktionen mit den assoziierten Unternehmen und Joint Ventures wurden von der Highlight Communications-Gruppe getätigt. Die Transaktionen mit den sonstigen nahestehenden Personen und Unternehmen beinhalten im Wesentlichen die folgenden Beziehungen:

Zwischen der Constantin Film-Gruppe und der Fred Kogel GmbH bestand ein Beratervertrag in den Bereichen Lizenzhandel, TV-/Auftragsproduktion und Filmverleih, der zum 30. September 2014 aufgehoben wurde. Im Geschäftsjahr 2014 sind Aufwendungen von 258 TEUR (Vj. 300 TEUR) angefallen. Die Verbindlichkeiten zum 31. Dezember 2014 betragen 0 TEUR (Vj. 25 TEUR).

Zudem bestand im Vorjahr eine Verbindlichkeit gegenüber Herrn Fred Kogel von 21 TEUR in Zusammenhang mit seiner damaligen Tätigkeit als Aufsichtsrat der Constantin Film AG.

Zwischen der Constantin Medien AG und der Sozietät Kuhn Rechtsanwälte besteht ein Rechtsberatungsvertrag. Im Geschäftsjahr sind Aufwendungen von 25 TEUR (Vj. 213 TEUR) angefallen. Die Verbindlichkeiten zum 31. Dezember 2014 betragen 0 TEUR (Vj. 0 TEUR). Für noch nicht abgerechnete Leistungen besteht eine Rückstellung von 25 TEUR (Vj. 200 TEUR). Mitte Januar 2015 wurde die Vereinbarung rückwirkend zum 1. Dezember 2014 geändert. Die neue Vereinbarung mit unbestimmter Laufzeit sieht vor, dass für die anwaltliche Tätigkeit und Beratung durch die Rechtsanwälte der Kanzlei ab dem 1. Dezember 2014 – an Stelle der gesetzlichen Gebühren – eine fixe Vergütung in Höhe von pauschal 25.000 Euro pro Monat anfällt. Die Pauschalvergütung kann die gesetzliche Vergütung gemäß den Regelungen des Gesetzes über die Vergütung der Rechtsanwältinnen und Rechtsanwälte (RVG) übersteigen. Sollten die gesetzlichen Gebühren nach den Regelungen des RVG hinsichtlich des Beratungsgegenstands jedoch über der Pauschalvergütung liegen, sind die gesetzlichen Gebühren gemäß den Regelungen des RVG maßgebend und zu zahlen.

Der zwischen der Sport1 Media GmbH (vormals Constantin Sport Marketing GmbH), der Sport1 GmbH, der Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG und Herrn Dr. Dieter Hahn im Geschäftsjahr 2013 abgeschlossene Beratungsvertrag wurde aufgrund der Absage der Transaktion (siehe Kapitel 2.1) gekündigt. Beratungsdienstleistungen aus diesem Vertrag wurden nicht erbracht.

Die Constantin Medien AG macht die sich, aus einem im Zusammenhang mit dem Abschluss einer Vereinbarung vom 17. Februar 2003 über den Verkauf und die Abtretung der – Beteiligung an der Speed Investments Ltd. an die BayernLB Motorsport Ltd. erteilten Besserungsschein, ergebenden Ansprüche durch eine Rechtsverfolgungsgemeinschaft ehemaliger Gesellschafter der Formel Eins – Gesellschaft bürgerlichen Rechts außergerichtlich und/oder gerichtlich geltend. Für den Fall einer erfolgreichen Beitreibung der Ansprüche wurde zwischen den Gesellschaftern der Rechtsverfolgungsgemeinschaft ehemaliger Gesellschafter der Formel Eins –

Gesellschaft bürgerlichen Rechts eine Regelung zur Verteilung der nach Abzug der entstandenen Rechtsverfolgungskosten verbleibenden Erlöse getroffen.

Am 20. Februar 2014 hat der High Court of Justice in London die Klage der Constantin Medien AG gegen Bernard Ecclestone und andere als unbegründet abgewiesen und die Berufung am 27. März 2014 nicht zugelassen. Am 5. November 2014 gab der Court of Appeal in London bekannt, dass nach mündlicher Anhörung, der Rechtsbehelf der Constantin Medien AG gegen die Nichtzulassung der Berufung abgewiesen wurde. Im Zuge dieser Abweisung hat sich die Constantin Medien AG mit den anderen Gesellschaftern der Rechtsverfolgungsgemeinschaft im Formel 1-Verfahren auf eine Kostenverteilung geeinigt, die im Dezember 2014 abgeschlossen wurde. Das Verfahren im Vereinigten Königreich ist beendet. Die Constantin Medien wird ihre Ansprüche jedoch weiter verfolgen und prüft die hierfür notwendigen Schritte.

Nahestehende Personen umfassen die Vorstände und Aufsichtsräte sowie deren Angehörige. Alle Geschäfte mit nahestehenden Unternehmen und Personen werden zu Bedingungen ausgeführt, wie sie auch mit fremden Dritten üblich sind. Erläuterungen über die Bezüge der Vorstände und Aufsichtsräte siehe Kapitel 13.4.

## 12. Angaben zu Ereignissen nach dem Bilanzstichtag

Am 23. und 30 Januar 2015 hat die Highlight Communications AG ihre Anteile an der bereits vollkonsolidierten Highlight Event & Entertainment AG schrittweise von 68,986 Prozent auf 71,93 Prozent erhöht. Der Kaufpreis für die neuen Anteile betrug 808 TEUR.

Am 13. Februar 2015 wurden 90 Prozent der bisher gehaltenen Anteile an dem zum 31. Dezember 2014 at Equity bilanzierten Joint Venture Mister Smith Entertainment Ltd., London, veräußert. Der Käufer übernimmt anteilsgemäß auch Vermögenswerte und Verbindlichkeiten an diesem Unternehmen. Es verbleibt weiterhin eine Beteiligung in der Höhe von 5 Prozent an dem Unternehmen.

## 13. Sonstige Pflichtangaben

### 13.1 Aufwendungen für den Abschlussprüfer

In den sonstigen betrieblichen Aufwendungen wird ein Aufwand gegenüber der PricewaterhouseCoopers Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, dem Konzernabschlussprüfer, gemäß nachfolgender Tabelle ausgewiesen:

#### Aufwendungen für den Abschlussprüfer in TEUR

	2014	2013
Abschlussprüfungen	502	557
Sonstige Bestätigungsleistungen	5	35
Gebühren für Steuerberatungsleistungen	25	56
<b>Summe</b>	<b>532</b>	<b>648</b>

Für Auslagen werden schätzungsweise zusätzlich 29 TEUR (Vj. 30 TEUR) anfallen.

### 13.2 Deutscher Corporate Governance Kodex

Vorstand und Aufsichtsrat der Constantin Medien AG haben sich darauf verständigt, den Deutschen Corporate Governance Kodex für börsennotierte Gesellschaften anzuwenden. Dem Empfehlungskatalog wurde nur in wenigen Fällen nicht gefolgt. Die nach § 161 AktG vorgeschriebene Entsprechenserklärung ist auf der Homepage unter [www.constantin-medien.de](http://www.constantin-medien.de) veröffentlicht.

### 13.3 Anzahl der Mitarbeiter

Die Anzahl der Mitarbeiter hat sich konzernweit im Jahresdurchschnitt wie in der nachfolgenden Tabelle entwickelt.

#### Anzahl der Mitarbeiter

	2014	2013
Angestellte	1.229	1.174
Freie Mitarbeiter	317	369
<b>Summe</b>	<b>1.546</b>	<b>1.543</b>

### 13.4 Gesellschaftsorgane

#### Vorstand

- Bernhard Burgener, Zeiningen/Schweiz (Vorsitzender des Vorstands)
- Antonio Arrigoni, Feldkirchen (Vorstand Finanzen)
- Fred Kogel, Straßlach-Dingharting (seit 1. Oktober 2014; Vorstand Produktion, Prozessmanagement, Integration)

Herr Bernhard Burgener ist Mitglied in den folgenden Kontrollgremien, Aufsichts- und Verwaltungsräten:

- Vorsitzender des Aufsichtsrats der Constantin Film AG, München (seit 1. Januar 2014 Mitglied; seit 7. Januar 2014 Vorsitzender des Aufsichtsrats)
- Präsident und Delegierter des Verwaltungsrats der Highlight Communications AG, Pratteln/Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats der Highlight Event & Entertainment AG, Luzern/Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats der Highlight Event AG, Luzern/Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats der Team Holding AG, Luzern/Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats der Team Football Marketing AG, Luzern/Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats der T.E.A.M. Television Event And Media Marketing AG, Luzern/Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats der Rainbow Home Entertainment AG, Pratteln/Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats der Constantin Film Schweiz AG, Pratteln/Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats der Constantin Entertainment AG, Pratteln/Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats der KONTRAPRODUKTION AG, Zürich/Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats der Mood Factory AG, Pratteln/Schweiz
- Präsident des Stiftungsrats der T.E.A.M. Vorsorgestiftung, Luzern/Schweiz
- Verwaltungsrat der Escor Automaten AG, Düringen/Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats der PLAZAMEDIA Swiss AG, Pratteln/Schweiz
- Delegierter des Verwaltungsrats der Paperflakes AG, Pratteln/Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats der Lechner Marmor AG, Laas/Italien

- Verwaltungsrat der CBE Marmor & Handels AG Ibach/Schweiz
- Verwaltungsrat des Club de Bâle SA, Basel/Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats der Inside World Football IWF AG, Pratteln/Schweiz

Herr Antonio Arrigoni ist Mitglied im folgenden Aufsichts- bzw. Verwaltungsrat:

- Verwaltungsrat der Highlight Communications AG, Pratteln/Schweiz

Herr Fred Kogel ist Mitglied im folgenden Aufsichts- bzw. Verwaltungsrat:

- Vorsitzender des Beirats der Constantin Entertainment GmbH, Ismaning

#### Bezüge des Vorstands

Die im Berichtsjahr dem Vorstand gewährten Gesamtbezüge betragen 2.082.701 Euro (Vj. 1.422.148 Euro).

#### Zufluss im Jahr 2014 in EUR

	Fixe Vergütung	Nebenleistungen	Mehrfährige variable Vergütung	Sonstige Bezüge	Gesamtvergütung
Bernhard Burgener	450.000	0	0	1.212.454	<b>1.662.454</b>
Antonio Arrigoni	800.000	20.506	0	8.232	<b>828.738</b>
Fred Kogel (seit 1. Oktober 2014)	175.000	0	0	53.751	<b>228.751</b>

Für die Vorstandsmitglieder Bernhard Burgener und Antonio Arrigoni wurden im Berichtsjahr anteilige Rückstellungen von EUR 225.000 bzw. EUR 400.000 für die mehrjährige variable Vergütung gebildet, deren Auszahlung von künftigen Ereignissen abhängig ist und im Ermessen des Aufsichtsrats steht. Der erfasste Rückstellungsbetrag berücksichtigt die Höhe der Maximalanteile.

Des Weiteren entfallen auf Herrn Fred Kogel im Zusammenhang mit seiner variablen Vergütung in Form vertraglicher Zahlungsansprüche aus Wertsteigerungsrechten für das Geschäftsjahr 2014 Zuwendungen von 12.195 Euro (vgl. Kapitel 6.15).

#### Zufluss im Jahr 2013 in EUR

	Fixe Vergütung	Nebenleistungen	Einjährige variable Vergütung	Sonstige Bezüge	Gesamtvergütung
Bernhard Burgener	450.000	0	0	1.396.924	<b>1.846.924</b>
Antonio Arrigoni	600.000	22.148	200.000	8.124	<b>830.272</b>

Die sonstigen Bezüge von Herrn Bernhard Burgener betreffen seine Tätigkeit als Vorsitzender des Aufsichtsrats der Constantin Film AG sowie als Präsident des Verwaltungsrats bzw. Delegierter des Verwaltungsrats bzw. Mitglied des Verwaltungsrats verschiedener Unternehmen der Highlight Communications-Gruppe. Die sonstigen Bezüge von Herrn Antonio Arrigoni betreffen die Vergütung für seine Tätigkeit als Mitglied des Verwaltungsrats der Highlight Communications AG. Die sonstigen Bezüge von Herrn Fred Kogel betreffen die Vergütung für

die seit 1. Oktober 2014 ausgeübte Tätigkeit als Vorstand TV, Personal, Prozessmanagement und Integration der Constantin Film AG.

Die Mitglieder des Vorstands haben von der Constantin Medien AG weder Kredite noch Vorschüsse erhalten. Haftungsverhältnisse zugunsten der Mitglieder des Vorstands wurden von der Constantin Medien AG nicht eingegangen.

**Aufsichtsrat**

- Dr. Dieter Hahn, Geschäftsführer, KF 15 GmbH, München (seit 30. Juli 2014 Vorsitzender)
- Fred Kogel, Produzent, Straßlach-Dingharting (bis 30. Juli 2014 Vorsitzender)
- Dr. Bernd Kuhn, Rechtsanwalt, Kanzlei KUHN Rechtsanwälte, München (seit 30. Juli 2014 stellvertretender Vorsitzender)
- Werner E. Klatten, Rechtsanwalt, Hamburg (bis 30. Juli 2014 stellvertretender Vorsitzender)
- Jan P. Weidner, Unternehmensberater, Leonardo & Co. GmbH, Frankfurt am Main

- Andrea Laub, Geschäftsführerin, STARnetONE und Director Finance & Operations Burda Style Group, München
- René Camenzind, Kaufmann und Verwaltungsrat, Brunnen/Schweiz (seit 30. Juli 2014)
- Jean-Baptiste Felten, Geschäftsführer, Felten & Cie AG, Berlingen/Schweiz (seit 30. Juli 2014)

**Bezüge des Aufsichtsrats**

Die Gesamtbezüge des Aufsichtsrats im Berichtsjahr betragen 281.745 Euro (Vj. 311.066 Euro).

**Bezüge des Aufsichtsrats in EUR**

	Fixe Vergütung	Mehrfährige variable Vergütung	Sonstige Bezüge	Gesamtvergütung
<b>2014</b>				
Dr. Dieter Hahn (seit 30. Juli 2014 Vorsitzender)	48.986	0	54.596	<b>103.582</b>
Fred Kogel (bis 30. Juli 2014)	40.466	0	0	<b>40.466</b>
Dr. Bernd Kuhn (seit 30. Juli 2014 stellvertretender Vorsitzender)	31.329	0	0	<b>31.329</b>
Werner E. Klatten (bis 30. Juli 2014)	20.233	0	0	<b>20.233</b>
Jan P. Weidner	30.000	0	0	<b>30.000</b>
Andrea Laub	22.110	0	0	<b>22.110</b>
René Camenzind (seit 30. Juli 2014)	8.438	0	17.149	<b>25.587</b>
Jean-Baptiste Felten (seit 30. Juli 2014)	8.438	0	0	<b>8.438</b>
<b>2013</b>				
Fred Kogel	72.534	0	30.000	<b>102.534</b>
Werner E. Klatten	37.534	0	0	<b>37.534</b>
Jan P. Weidner	30.000	0	0	<b>30.000</b>
Dr. Erwin Conradi (bis 4. Juli 2013)	12.671	0	20.310	<b>32.981</b>
Dr. Dieter Hahn	30.000	0	40.620	<b>70.620</b>
Dr. Bernd Kuhn	27.534	0	0	<b>27.534</b>
Andrea Laub (seit 4. Juli 2013)	9.863	0	0	<b>9.863</b>

Die sonstigen Bezüge im Vorjahr von Herrn Fred Kogel betreffen seine Tätigkeit als Vorsitzender des Aufsichtsrats der Constantin Film AG. Die sonstigen Bezüge von Herrn Dr. Dieter Hahn betreffen seine Tätigkeiten im Aufsichtsrat der Constantin Film AG sowie im Verwaltungsrat der Highlight Communications AG. Die sonstigen Bezüge von Herrn René Camenzind betreffen seine Tätigkeit im Verwaltungsrat der Highlight Communications AG.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats haben von der Constantin Medien AG weder Kredite noch Vorschüsse erhalten. Haftungsverhältnisse zugunsten der Mitglieder des Aufsichtsrats wurden von der Constantin Medien AG nicht eingegangen.

Bezugsrechte, aktienbasierte Vergütungen und Optionsrechte, die zum Bezug von Aktien der Constantin Medien AG berechtigen, bestanden wie im Vorjahr für Mitglieder des Aufsichtsrats nicht.

Ismaning, 23. März 2015

**Constantin Medien AG**

**Bernhard Burgener**

Vorsitzender des Vorstands

**Antonio Arrigoni**

Vorstand Finanzen

**Fred Kogel**

Vorstand Produktion, Prozessmanagement, Integration

## Versicherung der gesetzlichen Vertreter

### Versicherung der gesetzlichen Vertreter

„Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung beschrieben sind.“

Ismaning, 23. März 2015

**Constantin Medien AG**

**Bernhard Burgener**

Vorsitzender des Vorstands

**Antonio Arrigoni**

Vorstand Finanzen

**Fred Kogel**

Vorstand Produktion, Prozessmanagement, Integration



## Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

### „Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den von der Constantin Medien AG, Ismaning, aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Gesamtergebnisrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang – sowie den Konzernlagebericht der Constantin Medien AG, Ismaning, der mit dem Lagebericht der Gesellschaft zusammengefasst ist, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2014 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und zusammengefasstem Lagebericht nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den zusammengefassten Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den zusammengefassten Lagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und im zusammengefassten Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen des Vorstands sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der zusammengefasste Lagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.“

München, 23. März 2015

**PricewaterhouseCoopers**  
**Aktiengesellschaft**  
**Wirtschaftsprüfungsgesellschaft**

**Petra Justenhoven**  
Wirtschaftsprüferin

**Katharina Deni**  
Wirtschaftsprüfer

## Aktiva (HGB)

### Bilanz zum 31. Dezember 2014 in TEUR

	31.12.2014	31.12.2013
<b>Anlagevermögen</b>		
EDV-Programme, Namensrecht	204	346
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	81	110
Anteile an verbundenen Unternehmen	176.537	192.538
Beteiligungen	0	7
	<b>176.822</b>	193.001
<b>Umlaufvermögen</b>		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		
davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr 0 TEUR (Vj. 0 TEUR)	7	12
Forderungen gegen verbundene Unternehmen		
davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr 0 TEUR (Vj. 0 TEUR)	8.175	5.740
Sonstige Vermögensgegenstände		
davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr 18 TEUR (Vj. 26 TEUR)	1.070	289
Sonstige Wertpapiere	0	965
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	20.462	25.625
	<b>29.714</b>	32.631
<b>Rechnungsabgrenzungsposten</b>	<b>228</b>	110
<b>Aktive latente Steuern</b>	<b>3.228</b>	3.238
<b>Summe Aktiva</b>	<b>209.992</b>	228.980

## Passiva (HGB)

### Bilanz zum 31. Dezember 2014 in TEUR

	Vorspalte	31.12.2014	31.12.2013
<b>Eigenkapital</b>			
Gezeichnetes Kapital			
Bedingtes Kapital 35.000 TEUR	93.600		
Abzüglich Nennbetrag eigene Anteile	0	93.600	85.131
Kapitalrücklage		185.836	183.718
Andere Gewinnrücklagen		5.910	5.910
Bilanzverlust		-185.547	-183.049
		99.799	91.710
<b>Rückstellungen</b>			
Steuerrückstellungen		0	118
Sonstige Rückstellungen		7.809	7.400
		7.809	7.518
<b>Verbindlichkeiten</b>			
Anleihen			
davon konvertibel 0 TEUR (Vj. 0 TEUR)			
davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr 3.154 TEUR (Vj. 3.738 TEUR)		68.154	98.738
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen			
davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr 172 TEUR (Vj. 275 TEUR)		172	275
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen			
davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr 1 TEUR (Vj. 11.590 TEUR)		1	11.590
Sonstige Verbindlichkeiten			
davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr 139 TEUR (Vj. 1.498 TEUR)			
davon aus Steuern 116 TEUR (Vj. 1.474 TEUR)		34.043	19.097
		102.370	129.700
<b>Rechnungsabgrenzungsposten</b>			
		14	52
<b>Summe Passiva</b>		<b>209.992</b>	<b>228.980</b>

## Gewinn- und Verlustrechnung (HGB)

1. Januar bis 31. Dezember 2014 in TEUR

	1.1. bis 31.12.2014	1.1. bis 31.12.2013
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>1.916</b>	2.393
<b>Sonstige betriebliche Erträge</b>	<b>2.940</b>	16.123
Löhne und Gehälter	-4.372	-4.151
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung davon für Altersversorgung 1 TEUR (Vj. 0 TEUR)	-334	-371
<b>Personalaufwand</b>	<b>-4.706</b>	4.522
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-232	-262
<b>Abschreibungen</b>	<b>-232</b>	-262
<b>Sonstige betriebliche Aufwendungen</b>	<b>-6.402</b>	-12.171
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>-6.484</b>	1.561
Erträge aus Beteiligungen	3.454	3.084
Erträge aus Gewinnabführungsverträgen	7.863	0
Zuschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens	0	472
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		
davon aus verbundenen Unternehmen 134 TEUR (Vj. 71 TEUR)		
davon Erträge aus Abzinsung 19 TEUR (Vj. 5 TEUR)	346	626
Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens	0	-12
Zinsen und ähnliche Aufwendungen		
davon an verbundene Unternehmen 18 TEUR (Vj. 733 TEUR)		
davon Aufwendungen aus Aufzinsung 230 TEUR (Vj. 75 TEUR)	-7.931	-8.175
Aufwendungen aus Verlustübernahme	0	-8.368
<b>Finanzergebnis</b>	<b>3.732</b>	-12.373
<b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>	<b>-2.752</b>	-10.812
Außerordentliche Erträge	49	0
<b>Außerordentliches Ergebnis</b>	<b>49</b>	0
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	208	-113
Sonstige Steuern	-2	-1
<b>Jahresfehlbetrag</b>	<b>-2.497</b>	-10.926
Verlustvortrag aus dem Vorjahr	-183.049	-172.123
<b>Bilanzverlust</b>	<b>-185.546</b>	-183.049

## Finanzkalender 2015

### 24. März 2015

Jahresabschluss 2014

### Mai 2015

Bericht zum 1. Quartal 2015

### 10. Juni 2015

Ordentliche Hauptversammlung zum Geschäftsjahr 2014

### August 2015

Halbjahresfinanzbericht 2015

### November 2015

Bericht zum 3. Quartal 2015

## Impressum

### Herausgeber

Constantin Medien AG  
Münchener Straße 101g, 85737 Ismaning, Germany  
Tel. +49 (0) 89 99 500-0, Fax +49 (0) 89 99 500-111  
E-Mail [info@constantin-medien.de](mailto:info@constantin-medien.de)  
[www.constantin-medien.de](http://www.constantin-medien.de)  
HRB 148 760 AG München

### Redaktion

Constantin Medien AG Kommunikation/Rechnungswesen/  
Investor Relations  
Frank Elsner Kommunikation für Unternehmen GmbH,  
Westerkappeln

### Bildnachweis/Copyright

© Sport1 GmbH (Seiten 1, 32, 33, 35, 36, 37, 38, 88, 89)  
© Constantin Film Verleih GmbH (Titelseite und Seiten 1, 22,  
23, 41, 42, 44)  
© ARD/Constantin Television GmbH (Seite 45)  
© TEAM-Gruppe (Seiten 4, 47)  
© Highlight Event & Entertainment AG (Titelseite und Seiten 1,  
48, 49)  
© Getty Images (Seiten 1, 31, 32, 34, 46)  
© ZDF/Moovie GmbH (Seite 45)  
© imago sportfotodienst GmbH (Titelseite)

Alle in diesem Bericht veröffentlichten Fotografien sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nur nach schriftlicher Genehmigung der Urheber verwendet werden.

# CONSTANTIN MEDIEN AG

CONSTANTIN MEDIEN AG  
Münchener Straße 101g  
85737 Ismaning, Germany  
Tel. +49 (0) 89 99 500-0  
Fax +49 (0) 89 99 500-111  
E-Mail [info@constantin-medien.de](mailto:info@constantin-medien.de)  
[www.constantin-medien.de](http://www.constantin-medien.de)  
HRB 148 760 Amtsgericht München

