

# Q3

**Quartalsbericht 2015**

## Inhalt

---

2	Kennzahlen
3	Das dritte Quartal 2015
4	Vorwort des Vorstandsvorsitzenden
5	Die Aktie der Constantin Medien AG
8	Konzernzwischenlagebericht
20	Konzernzwischenabschluss
28	Konzernzwischenabschluss   Anhangsangaben
40	Finanzkalender   Impressum

---

### Zukunftsbezogene Aussagen

Dieser Bericht enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf Einschätzungen und Erwartungen seitens des Vorstands basieren. Diese Aussagen sind zu erkennen an Formulierungen wie antizipieren, beabsichtigen, erwarten, können/könnte, planen, vorgesehen, weitere Verbesserung, Ziel ist es und ähnlichen Formulierungen.

Zukunftsbezogene Aussagen sind keine historischen Fakten. Sie unterliegen Risiken, Ungewissheiten und Faktoren, von denen die meisten schwierig einzuschätzen sind, und die im Allgemeinen außerhalb der Kontrolle des Vorstands liegen. Sollten sich eines oder mehrere dieser Risiken oder Ungewissheiten realisieren oder sollte es sich erweisen, dass die zugrundeliegenden Erwartungen nicht eintreten bzw. Annah-

men nicht korrekt waren, können die tatsächlichen Ergebnisse, Leistungen und Erfolge des Constantin Medien-Konzerns wesentlich von denjenigen Ergebnissen abweichen, die ausdrücklich oder implizit in den zukunftsbezogenen Aussagen genannt worden sind. Die Constantin Medien AG beabsichtigt nicht, die in diesem Bericht enthaltenen Aussagen fortlaufend zu aktualisieren.

Obwohl mit größtmöglicher Sorgfalt überprüft wird, dass die in diesem Bericht bereitgestellten Informationen und Fakten zutreffend sowie die Meinungen und Erwartungen angemessen sind, wird keine Haftung oder Garantie auf Vollständigkeit, Richtigkeit, Angemessenheit und/oder Genauigkeit jeglicher in diesem Bericht enthaltenen zukunftsbezogenen Aussagen übernommen.

## Kennzahlen

in Mio. Euro

	30.9.2015	31.12.2014
Langfristige Vermögenswerte	283,6	235,1
Filmvermögen	174,9	133,3
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	32,7	32,9
Bilanzsumme	537,7	424,7
Gezeichnetes Kapital	93,6	93,6
Eigenkapital	59,8	62,5
Eigenkapitalquote (in Prozent)	11,1%	14,7%
Nettoverschuldung	-62,2	-91,4
	<b>1.1. bis 30.9.2015</b>	<b>1.1. bis 30.9.2014</b>
Umsatzerlöse	329,0	361,6
Sport	111,6	105,4
Film	179,7	223,6
Sport- und Event-Marketing	35,1	30,4
Übrige Geschäftsaktivitäten	2,6	2,2
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	71,2	98,6
Abschreibungen und Wertminderungen	-46,6	-87,6
Betriebsergebnis (EBIT)	24,6	11,0
Konzernperiodenergebnis	8,6	-3,9
Ergebnisanteil Anteilseigner	3,9	-8,0
Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit	130,7	87,6
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-87,1	-53,2
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	10,1	-43,3
	<b>30.9.2015</b>	<b>31.12.2014</b>
Anzahl Aktien in Umlauf in Mio.	86,2	86,2
Aktienkurs in Euro	1,90	1,30
Marktkapitalisierung (bezogen auf Aktien in Umlauf)	163,8	112,1
	<b>1.1. bis 30.9.2015</b>	<b>1.1. bis 30.9.2014</b>
Durchschnittliche Aktienzahl (unverwässert) in Mio.	86,2	79,9
Ergebnis je Aktie (unverwässert) in Euro	0,05	-0,10
Ergebnis je Aktie (verwässert) in Euro	0,05	-0,10
Mitarbeiter (Stichtag)	1.765	1.585

## Das dritte Quartal 2015

### Juli

Mit der Liveübertragung des Qualifikationsspiels zur UEFA Europa League zwischen dem AC Wolfsburg und Borussia Dortmund erzielt SPORT1 mit durchschnittlich 2,4 Mio. Zuschauern einen Marktanteil von 9,4 Prozent (Z3+) und in der Kernzielgruppe (M14-49) 14,6 Prozent. Insgesamt erreicht SPORT1 einen Tagesmarktanteil von 5,4 Prozent in der Kernzielgruppe und damit den besten Wert seit über fünf Jahren.

### August

Zum Start der neuen Bundesliga-Saison 2015/16 verlängern SPORT1 MEDIA und Volkswagen ihre Partnerschaft rund um ausgewählte SPORT1-Fußballformate, darunter „Der Volkswagen Doppelpass“ oder „Volkswagen Pokalfieber“, um zwei weitere Jahre.

Die Highlight Communications AG und Paramount Home Media Distribution setzen ihre langjährige und erfolgreiche Zusammenarbeit fort und unterzeichnen einen Fünf-Jahres-Vertrag zur gemeinsamen Distribution von DVDs und Blu-ray-Discs im deutschsprachigen Raum ab 2016.

### September

SPORT1 verlängert die Partnerschaft mit dem ADAC und überträgt bis einschließlich der Saison 2017 die Rennen des ADAC GT Masters und der ADAC Formel 4 live auf SPORT1, SPORT1+ sowie im SPORT1 Online- und Mobile-Livestream.

Am 10. September läuft „Fack Ju Göhte 2“ in den deutschen Kinos an und begeistert bereits am Startwochenende mehr als zwei Mio. Besucher. Ende September liegt die Constantin Film-Komödie bereits bei knapp 5,5 Mio. Besuchern.

Von der UEFA erwirbt SPORT1 exklusive plattformneutrale Übertragungsrechte an der UEFA Youth League für die Spielzeiten 2015/16, 2016/17 und 2017/18.

Als erstes deutsches Medienunternehmen schließt SPORT1 MEDIA eine Videopartnerschaft mit Twitter, im Rahmen derer Werbekunden in den Bewegtbild-Tweets von SPORT1 Werbung schalten können.

## Vorwort des Vorstandsvorsitzenden

### Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

Constantin Medien blickt auf eine erfolgreiche Geschäftsentwicklung in den ersten neun Monaten dieses Jahres zurück, was in erster Linie auf die Performance der Segmente Sport und Film zurückzuführen ist.

Das Segment Sport konnte im dritten Quartal den positiven operativen Trend des ersten Halbjahres fortsetzen. Der Umsatz nahm in den ersten neun Monaten um 5,9 Prozent auf 111,6 Mio. Euro zu. Grundlage dafür waren weiter steigende Marktanteile und Zugriffszahlen auf den Plattformen der Dachmarke SPORT1 als Folge des in den vergangenen Jahren konsequent vorangetriebenen Ausbaus zu Deutschlands führender 360°-Multimedia-Sportplattform. Das Neun-Monats-Segmentergebnis machte, auch aufgrund geringerer Material- und Lizenzkosten, einen erfreulichen Sprung von 2,7 Mio. Euro auf 7,9 Mio. Euro.

Einen weiteren wichtigen Beitrag zu dieser positiven Entwicklung leistete im dritten Quartal der überaus erfolgreiche Kinostart von „Fack Ju Göhte 2“, der am 10. September in den deutschen Kinos anlief. Gleich am ersten Wochenende lockte die Constantin Film-Eigenproduktion mehr als zwei Millionen Zuschauer in die Kinos, was zuvor nur acht anderen Filmen gelungen war. Damit verzeichnete der Film nicht nur den bis dahin mit Abstand besten Kinostart des Jahres, sondern nach Umsatz auch den erfolgreichsten Start eines deutschen Films aller Zeiten. Mit rund 7,4 Mio. Besuchern hat „Fack Ju Göhte 2“ bereits die Zuschauermarke des ersten Teils übertroffen.

Dieser Kinoerfolg trug wesentlich dazu bei, dass das Segment Film das dritte Quartal mit einem Ergebnis von 9,2 Mio. Euro abschloss. In den ersten neun Monaten erhöhte sich das Segmentergebnis im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 2,8 Mio. Euro auf 8,8 Mio. Euro. Der Segmentumsatz blieb zwar nach neun Monaten mit 179,7 Mio. Euro plangemäß unter dem Vorjahreswert von 223,6 Mio. Euro. Im dritten Quartal legten die Erlöse jedoch um 21,3 Prozent auf 82,6 Mio. Euro zu. Dazu trug auch eine lebhaftere Umsatzentwicklung im Bereich Lizenzhandel bei.

Plangemäß und auf hohem Niveau entwickelte sich das Segment Sport- und Event-Marketing in den ersten drei Quartalen. Bei einem Umsatzanstieg um 15,5 Prozent auf 35,1 Mio. Euro legte das Segmentergebnis um 2,3 Mio. Euro auf 13,5 Mio. Euro zu.

Insgesamt stieg das Konzernbetriebsergebnis (EBIT) von Januar bis September um 13,6 Mio. Euro auf 24,6 Mio. Euro an. Die ersten drei Quartale schloss unser Unternehmen mit einem auf die Anteilseigner entfallenden Konzernergebnis von 3,9 Mio.

Euro ab. Damit haben wir bereits Ende September die im August 2015 nach oben angepasste Prognose für das Konzernergebnis Anteilseigner von 2,0 Mio. Euro bis 4,0 Mio. Euro nahezu erreicht.

Auch für die Konzernentwicklung im Schlussquartal 2015 sind wir optimistisch. Im Sportsegment zeigte sich schon nach den ersten Spieltagen, dass SPORT1 mit der UEFA Europa League ein absolutes Toprecht erworben hat, das die Attraktivität unseres Senders und der digitalen Plattformen weiter erhöht. Auch konnten wir im Verlauf der letzten Monate eine Reihe weiterer attraktiver Sportrechte erwerben bzw. verlängern. Im Segment Film hat nach dem großen Erfolg von „Fack Ju Göhte 2“ auch die Verfilmung des Bestsellers „Er ist wieder da“ unsere Erwartungen übertroffen und seit dem Kinostart am 8. Oktober mehr als 2,0 Mio. Besucher verzeichnet.

Die Performance von Constantin Medien in den ersten neun Monaten und auch der bisherige Geschäftsverlauf im vierten Quartal führten dazu, dass wir unsere Erwartungen an das Gesamtjahr 2015 nochmals angehoben haben. Wir gehen nunmehr von einem Konzernergebnis Anteilseigner von 4 Mio. Euro bis 6 Mio. Euro aus. Beim Konzernumsatz planen wir unverändert eine Zielspanne von 450 Mio. Euro bis 490 Mio. Euro.

Es deutet somit alles darauf hin, dass Constantin Medien ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2015 mit deutlich verbesserter Ertragslage verzeichnen wird.

Mit freundlichen Grüßen

**Bernhard Burgener**  
Vorsitzender des Vorstands

## Die Aktie der Constantin Medien AG

### Entwicklung der Kapitalmärkte

Nach den Kursrückschlägen im zweiten Quartal 2015 hat die Verunsicherung an den deutschen und weltweiten Aktienmärkten im dritten Quartal 2015 weiter zugenommen. Belastend wirkte sich zu Beginn des dritten Quartals weiterhin der Schuldenstreit Griechenlands mit seinen Gläubigern aus. Die Einigung der beteiligten Parteien bewirkte zwar eine kurzfristige Kurserholung, der Mitte August jedoch eine erneute, sehr deutliche Korrektur nach unten folgte. Auslöser dieser Entwicklung war die Befürchtung einer konjunkturellen Eintrübung der chinesischen Wirtschaft, was zu einem wahren Kursrutsch an den chinesischen Festlandbörsen führte und die weltweiten Aktienmärkte nach unten zog. Sowohl die von China initiierten staatlichen Stützungsmaßnahmen als auch die von der US-Notenbank (FED) vertagte Leitzinserhöhung konnten die Aktienmärkte im dritten Quartal nicht nachhaltig stabilisieren. Enthüllungen über manipulierte Abgaswerte des Volkswagen-Konzerns führten im September zu einem weiteren Kurseinbruch, der vor allem die europäischen Aktienmärkte erfasste.

Der DAX gab im dritten Quartal um 11,74 Prozent nach (Abschlag von 1,48 Prozent seit Jahresbeginn 2015) und schloss am 30. September bei 9.660 Punkten. Für den deutschen Leitindex steht damit, bei einer weiterhin hohen Volatilität, der grösste Dreimonatsverlust seit vier Jahren zu Buche. Insgesamt positiver entwickelten sich die Neben- und Medienwerte des deutschen Aktienmarktes. Der Small-Cap-Index SDAX verlor 3,1 Prozent im dritten Quartal und schloss bei 8.310 Punkten

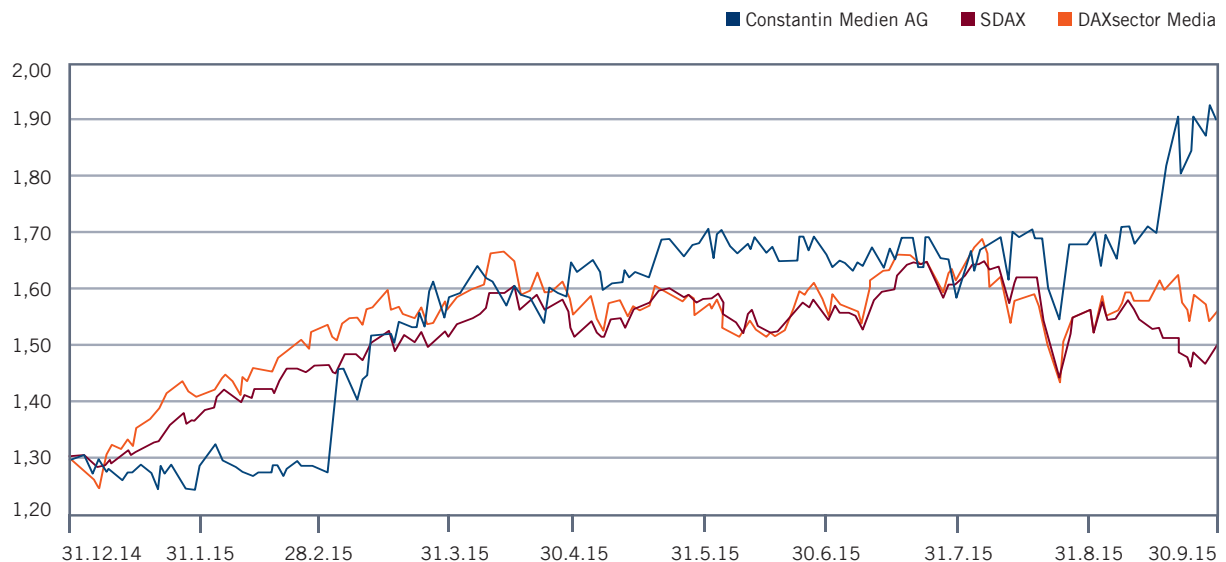
(Aufschlag von 15,6 Prozent seit Jahresbeginn 2015). Der Index für deutsche Medienwerte (DAXsector Media) beendete das dritte Quartal nahezu unverändert bei 420 Punkten und gewann seit Jahresbeginn 2015 20,2 Prozent an Wert.

### Entwicklung der Constantin Medien-Aktie

Trotz der beschriebenen Marktturbulenzen konnte sich die Constantin Medien-Aktie auch im dritten Quartal 2015 entgegen dem allgemeinen Markttrend behaupten und zeigte mit einem Aufschlag von 15,2 Prozent eine sehr gute Performance. Damit setzte die Constantin Medien-Aktie ihren positiven Trend aus den ersten beiden Quartalen weiter fort. Nach einer Seitwärtsbewegung in einem Kursband zwischen 1,55 und 1,70 Euro in den Monaten Juli und August, konnte die Constantin Medien-Aktie die Widerstandsmarke von 1,70 Euro Mitte September nachhaltig durchbrechen. Sie schloss zum Ende des dritten Quartals bei 1,90 Euro. Damit entwickelte sich die Aktie der Constantin Medien AG mit einem Kursaufschlag von 46,7 Prozent seit Jahresbeginn 2015 deutlich oberhalb des Vergleichsindex für deutsche Medienwerte DAXsector Media (+20,2 Prozent) sowie des SDAX (+15,6 Prozent). Zum 30. September 2015 lagen das 52-Wochen-Hoch bei 1,92 Euro (29. September 2015) und das 52-Wochen-Tief bei 1,11 Euro (15. Dezember 2014). Im weiteren Verlauf nach der Berichtsperiode folgte die Constantin Medien-Aktie einer Seitwärtsbewegung. Der Kurs der Aktie schloss am 30. Oktober 2015 bei 1,84 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 2014



In den ersten 9 Monaten 2015 wurden rund 15,4 Mio. Stück der Constantin Medien-Aktie (Gesamtjahr 2014: 17,1 Mio. Stück) an deutschen Börsen gehandelt. Der durchschnittliche Umsatz pro Handelstag erhöhte sich von 66.910 Stück im Geschäftsjahr 2014 auf rund 81.292 Stück in den ersten 9 Monaten 2015. Im Ranking der Deutschen Börse lag die Constantin Medien-Aktie unter allen MDAX- und SDAX-Werten zum 30. September 2015 auf Rang 124 (31. Dezember 2014: 124) nach Handelsvolumen in den letzten zwölf Monaten bzw. auf Rang 115 (31. Dezember 2014: 116) nach der so genannten Free-Float-Börsenkapitalisierung.

Die Constantin Medien-Aktie wird aktiv von namhaften Research-Häusern beobachtet. In den letzten zwölf Monaten vor dem 30. September 2015 wurden von folgenden Instituten Studien zur Constantin Medien AG unter Angabe von Kurszielen veröffentlicht:

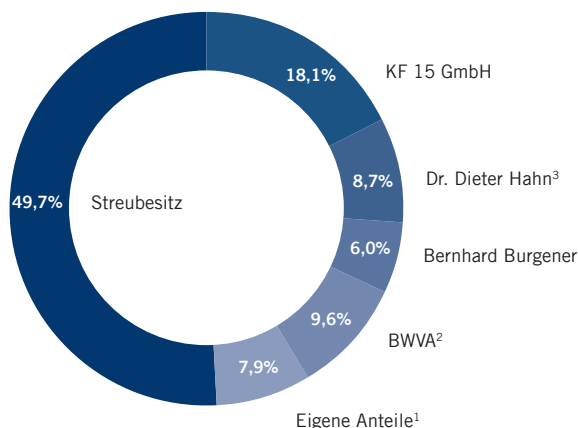
- Oddo Seydler Bank
- Deutsche Bank
- DZ Bank
- Matelan Research

Das durchschnittliche Kursziel zum 30. September 2015 lag dabei gemäß der aktuellen Studien bei 2,11 Euro (31. Dezember 2014: 1,83 Euro).

## Grundkapital und Aktionärsstruktur

### Aktionärsstruktur zum 30. September 2015

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

Das Grundkapital der Constantin Medien AG wies in den ersten 9 Monaten 2015 keine Änderungen auf und belief sich zum 30. September 2015 auf 93,6 Mio. Euro. 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 30. September 2015 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.

## Stimmrechtsmitteilungen

Im dritten Quartal 2015 sind bei der Constantin Medien AG keine Stimmrechtsmitteilungen gem. § 21 ff. WpHG eingegangen.

## Directors' Dealings-Mitteilungen

Im dritten Quartal 2015 wurden der Gesellschaft von Mitgliedern des Vorstands und des Aufsichtsrats gem. § 15a WpHG keine Erwerbs- oder Verkaufsgeschäfte gemeldet.

## Weitere Kapitalmarkttitle des Constantin Medien-Konzerns

Die Aktie der Highlight Communications AG bewegte sich im dritten Quartal 2015 mit einem Kursaufschlag von 6,1 Prozent (46,4 Prozent seit Jahresbeginn) ebenfalls oberhalb der Entwicklung ihrer Vergleichsindizes. Die Aktie schloss zum 30. September 2015 bei 4,88 Euro. Zum 30. Oktober 2015 lag der Kurs bei 4,75 Euro.

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 30. September 2015 bei 106,50 Prozent, und damit über dem Wert von 102,50 Prozent am 31. Dezember 2014. Am 11. Juni 2015 hat die Constantin Medien AG 1.000 Stücke der Unternehmensanleihe mit einem Nominalvolumen von 1.000 TEUR zu einem Kurs von 105,45 Prozent zurückgekauft. Zum 30. Oktober 2015 lag der Kurs bei 105,50 Prozent.

## Informationen zu Constantin Medien-Wertpapieren zum 30. September 2015

---

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
Index	DAXsector Media
Schlusskurs 30.9.2015 / 52-Wochen-Hoch / 52-Wochen-Tief	
– Constantin Medien AG (Xetra)	1,90 / 1,92 / 1,11 Euro
– Highlight Communications AG (Xetra)	4,88 / 4,88 / 2,97 Euro
– Unternehmensanleihe 2013/2018 (Frankfurt)	106,50 / 107,85 / 91,75 Prozent
Grundkapital (30.9.2015)	93,6 Mio. Stück
Aktien in Umlauf (30.9.2015)	86,2 Mio. Stück
Unternehmensanleihe 2013/2018 in Umlauf (30.9.2015)	64.000 Stück
Marktbewertung (bezogen auf Stücke in Umlauf zum 30.9.2015)	
– Constantin Medien AG	163,8 Mio. Euro
– Highlight Communications AG	216,8 Mio. Euro
– Unternehmensanleihe 2013/2018	68,2 Mio. Euro



# Konzernzwischenlagebericht

## 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 Mehrheitsbeteiligung 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. Für die strategische Ausrichtung und Steuerung des Konzerns ist der Vorstand der Constantin Medien AG verantwortlich. Er besteht aus den drei Mitgliedern Herrn Bernhard Burgener, Vorsitzender des Vorstands, Herrn Hanns Beese, Vorstand Finanzen, und Herrn Fred Kogel, Vorstand Produktion, Prozessmanagement und Integration.

Konzernstruktur, Geschäftstätigkeit, wesentliche Finanzierungsquellen, Steuerungssystem und Leistungsindikatoren, rechtliche Einflussfaktoren sowie Marktforschung und Entwicklung zum 30. September 2015 entsprechen im Wesentlichen der Darstellung im zusammengefassten Konzernlage- und Lagebericht des Geschäftsberichts 2014 der Constantin Medien AG (vgl. Geschäftsbericht 2014, Seite 24 ff) bzw. den Ausführungen in den Konzernzwischenlageberichten zum 31. März 2015 bzw. 30. Juni 2015.

## 2. Wirtschaftsbericht

### 2.1 Gesamtwirtschaftliches Umfeld im dritten Quartal 2015

Die Weltwirtschaft befindet sich unverändert in einem gemäßigten Aufschwung. Dabei stehen einer insgesamt robusten Entwicklung in den traditionellen Industrienationen zunehmend schwächere konjunkturelle Signale aus wichtigen Schwellenländern, insbesondere aus China, gegenüber. Der Internationale Währungsfonds (IWF) analysierte, dass das weltweite Wachstum derzeit „moderat und unausgewogen“ ausfalle.

Die deutsche Wirtschaft wird dagegen im Jahr 2015 in einem „verhaltenen Aufschwung“ gesehen. Für das dritte Quartal gingen die Institute von einem Anstieg des Bruttoinlandsprodukts um 0,4 Prozent gegenüber dem direkten Vorquartal und damit von der Fortsetzung der Tendenz der ersten beiden Quartale aus (Q2: +0,4 Prozent, Q1: +0,3 Prozent, jeweils gegenüber den direkten Vorquartalen). Der Aufschwung werde vor allem vom privaten Konsum getragen dank steigender Reallohne und dank Kaufkraftzuwächsen als Folge des stark gesunkenen Rohölpreises.

Quellen: Internationaler Währungsfonds (IWF), World Economic Outlook, Update Oktober 2015; Projektgruppe Gemeinschaftsdiagnose Herbst 2015, Presseinformation, 8. Oktober 2015; Statistisches Bundesamt, Presseinformation, 25. August 2015

### 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 globalen Performance Management Unternehmens The Nielsen Company hat sich der deutsche Werbemarkt in den ersten drei Quartalen 2015 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum für nahezu alle Mediengattungen positiv entwickelt. Die Bruttowerbeinvestitionen lagen bei insgesamt 19,96 Mrd. Euro und damit 2,9 Prozent über dem Vergleichszeitraum 2014. Im dritten Quartal 2015 stiegen die Werbeausgaben im Vergleich zum dritten Quartal 2014 sogar um 5,0 Prozent, was auch für einen positiven Trend im vierten Quartal 2015 spricht.

Mit einem Plus von 57,2 Prozent bleibt mobile Werbung weiterhin die am stärksten wachsende Mediengruppe. Das Leitmedium Fernsehen legte bis Ende September 2015 im Vorjahresvergleich um 5,1 Prozent zu und verbuchte rund 9,2 Mrd. Euro – nahezu die Hälfte (46 Prozent) des deutschen Werbemarktes. Ein leichtes Wachstum verzeichneten die Mediengattungen Internet (+1,0 Prozent) und Radio (+0,8 Prozent), während Print insgesamt leichte Verluste hinnehmen (-1,3 Prozent) musste.

Auf der International Broadcast Conference (IBC) in Amsterdam dominierten auch dieses Jahr die Trends Over-the-top Content (OTT), Ultra HD (UHD) und Virtual Reality. Vor dem Hintergrund des rapiden Wachstums von OTT-Anbietern wie Netflix und Amazon Prime stellt sich für traditionelle, auf linearer Basis operierende Sendeanstalten die Frage nach deren zukünftiger Positionierung im sich verändernden Marktgefüge. Im Rahmen der IBC wurden verschiedene Lösungen vorgestellt, die die Überführung von Workflows der linearen Übertragung in Richtung einer OTT-Strategie VoD unterstützen sollen.

Quelle: tvtechnology.com, „TVT Power Rankings: Top 10 IBC 2015 Trends“, 24. September 2015

#### 2.2.2 Operative Entwicklung im Segment Sport

**Ausbau Rechteportfolio und umfassende Vermarktung** – Im dritten Quartal stärkte SPORT1 sein Programmportfolio durch den Erwerb neuer Rechte wie an der UEFA Youth League sowie die Verlängerung bestehender Kooperationen (u.a. ADAC GT Masters) und steigerte erneut die Reichweiten auf den verschiedenen Plattformen. Im Fokus der SPORT1 MEDIA standen die umfassende Vermarktung der Fußball-Umfelder zum Saisonstart, Vertragsverlängerungen z. B. mit VW bezüglich u.a. „Der Volkswagen Doppelpass“ und Neuabschlüsse mit bedeutenden Kun-

den sowie als „First Mover“ unter Deutschlands Medienunternehmen der Abschluss einer Videopartnerschaft mit Twitter. Über Amplify, ein Selbstbuchungstool von Twitter, können Werbekunden in den Bewegtbild-Tweets von SPORT1 Werbung schalten.

**PLAZAMEDIA mit umfangreichen Dienstleistungen für die UEFA Champions League, UEFA Europa League und die UEFA European Qualifiers** – Für Sky und das ZDF übernahm PLAZAMEDIA auch im Berichtszeitraum wieder zahlreiche Produktionsdienstleistungen im Rahmen der Übertragungen der UEFA Champions League und für Sky und SPORT1 auch bei den

Übertragungen der UEFA Europa League. Ferner verantwortete PLAZAMEDIA für die European Qualifiers zur UEFA EURO 2016 das Host Broadcasting an vier Austragungsorten.

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

**Free-TV-Marktanteile entwickeln sich auch im dritten Quartal weiter nach oben** – Im Quartalsvergleich und auch in der Neun-Monatsbetrachtung konnte SPORT1 bei den Marktanteilen Zuschauer gesamt (Z3+) und in der Kernzielgruppe Männer 14 bis 49 Jahre (M14-49) gegenüber 2014 erneut deutlich zulegen:

SPORT1   Free-TV in %						
	Q3 2015	Q3 2014	Veränderung	9M 2015	9M 2014	Veränderung
Marktanteil/Zielgruppe Z3+ (Ø / Monat)	1,0	0,8	+23%	0,9	0,8	+11%
Marktanteil/Zielgruppe M14-49 (Ø / Monat)	1,7	1,3	+26%	1,6	1,3	+24%

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung (TV Scope) 1. Januar bis 30. September 2014 / 1. Januar bis 30. September 2015

Die Fortsetzung des Aufwärtstrends wurde insbesondere durch die hohen Reichweiten der Formate zur Bundesliga und 2. Bundesliga ab Start der Saison 2015/16 und die Übertragungen der UEFA Europa League getragen. Auch die Live-Berichterstattung zur DKB Handball-Bundesliga ab August und das Darts World Matchplay im Juli wirkten sich positiv auf die Reichweiten aus.

**Verbreitung im Pay-TV auf stabil hohem Niveau** – Der Pay-TV-Sender SPORT1+ verzeichnete zum 30. September 2015 ins-

gesamt ca. 2 Mio. Abonnenten, zuzüglich der Subscriber der Plattform Sky. Die Abonnentenzahl von SPORT1 US lag Ende September 2015 kumuliert bei rund 1,43 Mio. Abonnenten, zuzüglich der Sky-Subscriber.

**Weiterhin starke Zuwächse im Mobile-Bereich** – Sowohl bei den Page Impressions als auch bei den Visits konnte SPORT1 im Mobile-Bereich im dritten Quartal 2015 und auch in der Neun-Monatsbetrachtung gegenüber den Vergleichszeiträumen 2014 massive Zuwächse verbuchen:

SPORT1   Mobile in Mio.						
	Q3 2015	Q3 2014	Veränderung	9M 2015	9M 2014	Veränderung
Page Impressions (PIs) (Ø / Monat)	601,0	309,8	+94%	439,1	258,6	+91%
Visits (Ø / Monat)	64,1	35,1	+83%	54,0	34,0	+59%

Quellen:IVW (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.) Januar bis September 2014/2015

**Rückgang bei der reinen Online-Reichweite** – Durch die anhaltende Verschiebung der Content-Nutzung von Online hin zu Mobile lagen die Page Impressions und Visits im reinen Online-Bereich sowohl im Quartals- als auch Neun-Monatszeitraum

2015 unter den Vergleichswerten des Vorjahres. Allerdings gilt hier zu beachten, dass im Vorjahreszeitraum im Juli die Fußball-Weltmeisterschaft in Brasilien stattgefunden hat:

### SPORT1 | Online in Mio.

	Q3 2015	Q3 2014	Veränderung	9M 2015	9M 2014	Veränderung
Page Impressions (PIs) (Ø / Monat)	177,1	217,7	-19%	165,8	228,8	-28%
Visits (Ø / Monat)	21,7	29,2	-26%	23,1	29,8	-23%

Quellen: IVW (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.) Januar bis September 2014/2015

**Weitere Steigerung der Video-Abrufe** – Im dritten Quartal und auch in den ersten neun Monaten 2015 konnte SPORT1 die Abrufe auf seinen SPORT1 YouTube-Channels wie auch

im gesamten Video-Bereich (alle SPORT1-Plattformen und SPORT1 YouTube-Channels) gegenüber 2014 erneut kräftig steigern:

### SPORT1 | Video in Mio.

	Q3 2015	Q3 2014	Veränderung	9M 2015	9M 2014	Veränderung
Video Views (Ø / Monat) (alle SPORT1-Plattformen und SPORT1 YouTube-Channels)	12,6	6,4	+97%	10,3	5,2	+98%
Video Views (Ø / Monat) (SPORT1 YouTube-Channels)	4,8	2,2	+118%	4,2	1,0	+303%

Quellen: Google Analytics ab April 2014 bis September 2015 (davor Comscore); YouTube Content Management System Januar bis September 2014/2015; YouTube Analytics Januar bis September 2014/2015

**Positive Entwicklung der Hörerzahlen von SPORT1.fm** – Das digitale Sportradio SPORT1.fm verbuchte im dritten Quartal 2015 insgesamt über 7,1 Mio. Streaming-Sessions – ein Monatsdurchschnitt von 2,4 Mio. Streaming-Sessions und damit ein Plus von 33,9 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum (1,8 Mio. Streaming-Sessions). In den ersten neun Monaten 2015 lag der Monatsdurchschnitt der Streaming-Sessions bei 2,9 Millionen – ebenfalls eine Steigerung um 33,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahreswert von monatlich 2,1 Mio. Streaming-Sessions.

Quelle: Triton Digital Januar bis September 2014/2015

#### 2.2.4 Branchenspezifische Rahmenbedingungen im Segment Film

**Kinoverleih** – Der Höhenflug des deutschen Kinomarkts, der sich bereits zum ersten Halbjahr 2015 abzeichnete, hat sich im Zeitraum Juli bis September nahtlos fortgesetzt. Mit einem Dreimonatsumsatz von 234 Mio. Euro konnte die Branche das beste Ergebnis für ein drittes Quartal seit dem Jahr 2011 (knapp 238 Mio. Euro) erzielen. Auf Neunmonatssicht lagen

die Umsätze mit 757 Mio. Euro um 16,9 Prozent über dem Vergleichswert des Vorjahres (648 Mio. Euro), während die Besucherzahlen um 15,1 Prozent auf 91 Millionen (Vergleichszeitraum 2014: 79 Millionen) anstiegen. Im Vergleich der letzten fünf Jahre stellen beide Werte neue Bestmarken dar.

Quellen: Rentrak Auswertungen zum Kinomarkt 2015 Deutschland, 1. bis 3. Quartal 2015; Blickpunkt:Film 42/15

**Home Entertainment** – Die deutsche Home-Entertainment-Branche erzielte in den ersten acht Monaten des laufenden Jahres\* einen Gesamtumsatz von 903 Mio. Euro und lag damit um 3,8 Prozent unter dem Vergleichswert des Vorjahres (939 Mio. Euro). Der Rückgang ist auf den Verkauf und den Verleih physischer Trägermedien (DVD und Blu-ray) zurückzuführen. In diesem Bereich wurden im Zeitraum Januar bis August 2015 Umsatzerlöse in Höhe von 789 Mio. Euro realisiert – 7,0 Prozent weniger als im Vorjahreszeitraum (848 Mio. Euro). Weiterhin im Aufwind befanden sich dagegen die digitalen Auswertungsformen (Electronic-Sell-Through und Transactional-

Video-on-Demand), die insgesamt um 25,3 Prozent auf 114 Mio. Euro (Vergleichszeitraum 2014: 91 Mio. Euro) zulegen konnten. Der Umsatzrückgang bei den physischen Trägermedien konnte damit jedoch nicht kompensiert werden.

Quelle: GfK Key facts Januar bis August 2015

\*Die Daten für die ersten neun Monate des Jahres 2015 lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor.

### 2.2.5 Operative Entwicklung im Segment Film

**Mehrere Kinoproduktionen gestartet** – Anfang September 2015 fiel die erste Klappe zur internationalen Constantin Film-Eigenproduktion „Resident Evil 6“, mit Milla Jovovich in der Hauptrolle. Darüber hinaus war im dritten Quartal Drehstart für den Spielfilm „Timm Thaler“.

**Außerordentlich gute Kinoperformance von „Fack Ju Göhte 2“** – Im dritten Quartal 2015 brachte die Constantin Film-Gruppe zwei Filme in die deutschen Kinos. Sehr hoch in der Zuschauergunst stand „Fack Ju Göhte 2“, während der Lizenztitel „Fantastic Four“ deutlich unter den Erwartungen blieb.

**Erfolgreiche Neuveröffentlichungen im Home-Entertainment-Bereich** – Im Berichtszeitraum wurden unter anderem die Constantin Film-Koproduktionen „Frau Müller muss weg!“ und „Fünf Freunde 4“ veröffentlicht. „Frau Müller muss weg!“ etablierte sich direkt auf den vorderen Plätzen der deutschen Charts.

**Wesentliche Lizenzzeitenstarts im Bereich Lizenzhandel/TV-Auswertung** – Im dritten Quartal 2015 hatte unter anderem der Kinofilm „Ostwind“ Lizenzstart im Free-TV (ZDF); im Pay-TV starteten die Kinofilme „Fünf Freunde 3“ (Disney) und „Pompeii“ (Sky).

**Wesentliche TV-Auftragsproduktionen** – Im dritten Quartal 2015 realisierte die Constantin Entertainment GmbH drei SAT.1-Dailys (darunter „Schicksale“) sowie die RTL-Daily „Verdachtsfälle Spezial – Verbrechen aus Leidenschaft“. Bei der Moomie GmbH starteten im Berichtszeitraum die Dreharbeiten zum SAT.1-Spielfilm „Die Hebamme 2“. Bei der Rat Pack Filmproduktion GmbH fiel Mitte August die erste Klappe zum Dreiteiler „Winnetou“. Auf internationaler Ebene wurden die Dreharbeiten der TV-Serie „Shadowhunters“ (13 Episoden à 50 Minuten) für den US-Sender ABC Family fortgesetzt.

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

**Vier von acht Constantin-Kinofilmen sind Besuchermillionäre; „Fack Ju Göhte 2“ auf Rekordkurs** – Bereits am Startwochenende begeisterte die Bora Dagtekin-Komödie „Fack Ju Göhte 2“ mehr als zwei Mio. Zuschauer, was zuvor nur acht anderen

Filmen gelungen war. Mit einem Boxoffice von mehr als 17,7 Mio. Euro gelang „Fack Ju Göhte 2“ darüber hinaus der erfolgreichste Filmstart einer deutschen Produktion aller Zeiten nach Umsätzen. Zum Ende des dritten Quartals lag die Besucherzahl bereits bei knapp 5,5 Millionen. Nach „Frau Müller muss weg!“, „Fünf Freunde 4“ und „Ostwind 2“ haben bis zum Ende des dritten Quartals damit schon vier Constantin Film-Eigen-/Koproduktionen die Besucher-Millionengrenze überschritten.

Quelle: Rentrak Auswertungen zum Kinomarkt 2015 Deutschland, 1. bis 3. Quartal 2015

**Marktanteil im deutschen Video-Kaufmarkt leicht gesunken** – Im Zeitraum Januar bis August 2015\* erzielte die Highlight Communications-Gruppe zusammen mit ihrem Vertriebspartner Paramount Home Entertainment einen Marktanteil von 8 Prozent im deutschen Video-Kaufmarkt (Vorjahreszeitraum: 10 Prozent).

Quelle: GfK Key Facts Januar bis August 2015

\*Die Daten für die ersten neun Monate des Jahres 2015 lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor.

**TV-Auswertung weiterhin auf gutem Niveau** – Im Bereich Lizenzhandel/TV-Auswertung konnten die Produktionen von Constantin Film-Tochtergesellschaften, wie schon im ersten Halbjahr 2015, auch in den Monaten Juli bis September gute Reichweiten – teilweise deutlich über 10 Prozent – erzielen und die Erwartungen erfüllen.

Quelle: GG Media TV Facts

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

Der Trend zu immer höheren Preisen für Rechte an großen Sportveranstaltungen hält an, was beispielsweise die Rugby-WM 2015 veranschaulicht.

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

**Erfolgreiche Vertragsverhandlungen bei TV- und Sponsorenrechten** – Im Vermarktungsprozess der kommerziellen Rechte der UEFA Champions League und der UEFA Europa League für den Spielzyklus 2015/16 bis 2017/18 konnte die TEAM-Gruppe weitere positive Abschlüsse tätigen.

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

**Rekordzuschauerbeteiligung bei der Übertragung des UEFA Super Cup** – Der rein spanische UEFA Super Cup, der am 11. August 2015 in Tiflis ausgetragen wurde, wurde in über 90 Ländern ausgestrahlt und erreichte mit einer Gesamtzuschauerzahl von über 45 Millionen, ein Rekordergebnis für dieses Event.

Quelle: Sponsorship Intelligence

### 2.2.10 Branchenspezifische Rahmenbedingungen im Segment Übrige Geschäftsaktivitäten

Bei den branchenspezifischen Rahmenbedingungen im Segment Übrige Geschäftsaktivitäten gab es gegenüber der Darstellung im zusammengefassten Konzernlage- und Lagebericht des Geschäftsberichts 2014 der Constantin Medien AG keine wesentlichen Veränderungen.

### 2.2.11 Operative Entwicklung im Segment Übrige Geschäftsaktivitäten

**Intensive Aktivitäten im Verkaufsprozess für das Neujahrskonzert 2016** – Im Fokus der Highlight Event AG stand im dritten Quartal 2015 insbesondere die organisatorische Vorbereitung des Neujahrskonzerts 2016 der Wiener Philharmoniker.

## 2.3 Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Constantin Medien-Konzerns

Der vorliegende, ungeprüfte Konzernzwischenabschluss zum 30. September 2015 wurde in Übereinstimmung mit IAS 34 Zwischenberichterstattung erstellt. Zu Einzelheiten der Rechnungslegung wird auf die Erläuterungen in Kapitel 2 und 3 des Konzernanhangs dieses Berichts verwiesen.

### 2.3.1 Gesamtbewertung des Berichtszeitraums

Die Geschäftsentwicklung des Constantin Medien-Konzerns lag in den ersten neun Monaten 2015, insbesondere in den Segmenten Sport und Film, über den Erwartungen. Das Segment Sport konnte den positiven operativen Trend der letzten Quartale fortsetzen und auch im dritten Quartal das Ergebnis gegenüber dem gleichen Vorjahreszeitraum deutlich steigern. Das Segment Film erzielte vor allem aufgrund des großen Erfolgs des im September gestarteten Kinofilms „Fack Ju Göhte 2“ ein hervorragendes Ergebnis im dritten Quartal.

In den ersten neun Monaten erzielte der Konzern Umsatzerlöse von 329,0 Mio. Euro (9M 2014: 361,6 Mio. Euro). Der planmäßige Rückgang der Erlöse entfiel ausschließlich auf das Segment Film. In den ersten neun Monaten 2015 kamen vorwiegend nationale Titel in die Kinos, während der Umsatz im Vorjahreszeitraum vor allem aufgrund der Weltvertriebs Erlöse des Films „Pompeii“ höher ausfiel.

Das Betriebsergebnis (EBIT) stieg in den ersten neun Monaten 2015 deutlich um 13,6 Mio. Euro auf 24,6 Mio. Euro (9M 2014: 11,0 Mio. Euro) an. Alle Segmente trugen zu dieser Ergebnisverbesserung bei. Über den Erwartungen liegt dabei nach wie vor das Segment Sport, und im dritten Quartal insbesondere das Ergebnis im Segment Film. Trotz der Belastungen aus Währungseffekten im Finanzergebnis verbesserten sich das Konzernperiodenergebnis und das auf die Anteilseigner entfallende Ergebnis ebenfalls signifikant. Das Kon-

zernperiodenergebnis betrug 8,6 Mio. Euro (9M 2014: -3,9 Mio. Euro). Der Ergebnisanteil Anteilseigner belief sich auf 3,9 Mio. Euro (9M 2014: -8,0 Mio. Euro) und lag damit bereits nach neun Monaten am oberen Rand der im August 2015 nach oben angepassten Ergebnisprognose von 2,0 Mio. Euro bis 4,0 Mio. Euro. Daher und aufgrund der voraussichtlichen Geschäftsentwicklung im vierten Quartal hat der Vorstand seine Prognose für das Gesamtjahr 2015 für das auf die Anteilseigner entfallende Konzernergebnis auf 4,0 Mio. Euro bis 6,0 Mio. Euro erhöht.

### 2.3.2 Segmententwicklung

Das **Segment Sport** steigerte den Umsatz in den ersten neun Monaten 2015 um 5,9 Prozent auf 111,6 Mio. Euro (9M 2014: 105,4 Mio. Euro). Der positive Trend bei den Marktanteilen im Free-TV aus dem ersten Halbjahr 2015 hielt auch im dritten Quartal an. In den ersten neun Monaten 2015 stieg der Marktanteil in der Kernzielgruppe Männer 14 bis 49 Jahre auf 1,6 Prozent (9M 2014: 1,3 Prozent). Weiterhin sehr positiv entwickelten sich auch die Zugriffszahlen im Mobile-Bereich sowie die Video-Abrufe. Des Weiteren konnten auch im dritten Quartal sowohl Partnerschaften mit bestehenden Werbekunden ausgebaut als auch neue Werbekunden akquiriert werden. Da gleichzeitig der Material- und Lizenzaufwand reduziert wurde, verbesserte sich das Segmentergebnis in den ersten neun Monaten 2015 deutlich auf 7,9 Mio. Euro (9M 2014: 2,7 Mio. Euro). Das Segmentergebnis übertraf damit die Erwartungen. Das Segmentergebnis im dritten Quartal 2015 erhöhte sich auf 1,3 Mio. Euro (Q3 2014: 0,3 Mio. Euro).

Das **Segment Film** verzeichnete in den ersten neun Monaten 2015 einen Umsatz von 179,7 Mio. Euro nach 223,6 Mio. Euro im gleichen Vorjahreszeitraum. Die hohen Erlöse in der Vorjahresperiode, insbesondere in den Bereichen Kinoverleih und Lizenzhandel, waren vor allem aufgrund der weltweiten Auswertung des Films „Pompeii“ angefallen. Darüber hinaus kam es zu einem planmäßigen Rückgang der Erlöse im Bereich Home Entertainment. Im dritten Quartal 2015 konnten dagegen in den Bereichen Kinoverleih und Lizenzhandel deutlich höhere Umsätze als im Vorjahreszeitraum erzielt werden. Nachdem im Jahresverlauf bereits „Frau Müller muss weg“, „Fünf Freunde 4“ und „Ostwind 2“ mehr als eine Million Besucher in die deutschen Kinos lockten, entwickelte sich „Fack Ju Göhte 2“ zu einem der erfolgreichsten deutschen Kinofilme aller Zeiten und übertrifft damit unsere Erwartungen. Zum 30. September 2015 konnten bereits knapp 5,5 Mio. Besucher an den Kinokassen verzeichnet werden. In der Folge lag auch das Segmentergebnis im dritten Quartal mit 9,2 Mio. Euro (Q3 2014: 4,1 Mio. Euro) deutlich über Vorjahr und über den Erwartungen. Nach neun Monaten lag das Segmentergebnis bei 8,8 Mio. Euro (9M 2014: 6,0 Mio. Euro).

## Segmententwicklung 1. Januar bis 30. September 2015 in TEUR

	1.1 bis 30.9.2015	1.1 bis 30.9.2014	Veränderung
<b>Umsatzerlöse</b>			
Sport	111.569	105.340	6.229
Film	179.695	223.608	-43.913
Sport- und Event-Marketing	35.107	30.436	4.671
Übrige Geschäftsaktivitäten	2.638	2.217	421
Sonstiges	0	0	0
<b>Umsatzerlöse gesamt</b>	<b>329.009</b>	<b>361.601</b>	<b>-32.592</b>
<b>Segmentergebnis</b>			
Sport	7.870	2.677	5.193
Film	8.804	5.986	2.818
Sport- und Event-Marketing	13.457	11.228	2.229
Übrige Geschäftsaktivitäten	-655	-1.389	734
Sonstiges	-4.925	-7.551	2.626
<b>Segmentergebnis gesamt</b>	<b>24.551</b>	<b>10.951</b>	<b>13.600</b>

Im **Segment Sport- und Event-Marketing** lag der Umsatz in den ersten neun Monaten 2015 mit 35,1 Mio. Euro um 15,5 Prozent über Vorjahresniveau (9M 2014: 30,4 Mio. Euro). Im dritten Quartal stieg der Umsatz im Rahmen der Planungen um 40,6 Prozent auf 14,2 Mio. Euro (Q3 2014: 10,1 Mio. Euro) an. Das Segmentergebnis nach den ersten neun Monaten 2015 erhöhte sich auf 13,5 Mio. Euro nach 11,2 Mio. Euro im gleichen Vorjahreszeitraum. Insbesondere im ersten Quartal 2015 beeinflussten hohe Wechselkursgewinne aus der Bewertung von Bilanzposten infolge des Wertanstiegs des Schweizer Franken gegenüber dem Euro das Ergebnis positiv. Im dritten Quartal war der Umsatzanstieg Ursache für den Ergebnisanstieg. Das Segmentergebnis im dritten Quartal 2015 betrug 5,6 Mio. Euro (Q3 2014: 4,0 Mio. Euro).

Das **Segment Übrige Geschäftsaktivitäten** steigerte in den ersten neun Monaten 2015 den Umsatz auf 2,6 Mio. Euro (9M 2014: 2,2 Mio. Euro), was neben geringeren Personalkosten zur Verbesserung des Segmentergebnisses auf -0,7 Mio. Euro führte (9M 2014: -1,4 Mio. Euro). Das Segmentergebnis im dritten Quartal 2015 betrug -0,1 Mio. Euro (Q3 2014: -0,2 Mio. Euro). Das Event- und Entertainment-Geschäft (v.a. Vermarktung der Wiener Philharmoniker und des Eurovision Song Contests) schloss dabei wie in den Vorquartalen mit Gewinn ab.

Das Neun-Monats-Ergebnis des Bereichs **Sonstiges** lag bei -4,9 Mio. Euro (9M 2014: -7,5 Mio. Euro). Im Vorjahreszeitraum waren darin Kosten von 3,6 Mio. Euro für gegnerische

Anwälte im sogenannten Formel 1-Verfahren enthalten gewesen. In den ersten neun Monaten dieses Jahres fielen Aufwendungen von 1,3 Mio. Euro im Zusammenhang mit dem Ausscheiden eines Vorstandsmitglieds an. Im dritten Quartal 2015 betrug das Ergebnis -1,2 Mio. Euro (Q3 2014: -1,3 Mio. Euro).

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

Die Ertragslage des Constantin Medien-Konzerns war in den ersten neun Monaten im Wesentlichen durch folgende Faktoren geprägt:

Der Rückgang der Gesamtleistung (Umsatzerlöse plus aktivierte Filmproduktionen und andere aktivierte Eigenleistungen) um 18,2 Mio. Euro auf 372,2 Mio. Euro (9M 2014: 390,4 Mio. Euro) wurde durch den auswertungsbedingten Rückgang der Abschreibungen und Wertminderungen auf das Filmvermögen (-41,3 Mio. Euro) mehr als kompensiert. Des Weiteren stiegen die sonstigen betrieblichen Erträge im Wesentlichen aufgrund von Wechselkursgewinnen (+4,8 Mio. Euro) um 5,1 Mio. Euro auf 19,7 Mio. Euro. Dies führte in den ersten neun Monaten 2015 zur deutlichen Verbesserung des Betriebsergebnisses (EBIT) um 13,6 Mio. Euro auf 24,6 Mio. Euro (9M 2014: 11,0 Mio. Euro). Das Betriebsergebnis im dritten Quartal wurde auf 14,8 Mio. Euro im Vergleich zum selben Vorjahreszeitraum mehr als verdoppelt (Q3 2014: 6,8 Mio. Euro), vor allem aufgrund der guten Entwicklung im Segment Film.

Im Einzelnen sind neben der in Kapitel 2.3.2 dargestellten Umsatzentwicklung folgende Entwicklungen hervorzuheben:

Aufgrund der im dritten Quartal 2015 deutlich gestiegenen Anzahl von Produktionen im Segment Film, lagen die Material- und Lizenzaufwendungen mit 157,1 Mio. Euro in den ersten neun Monaten 2015 in etwa auf Vorjahresniveau (9M 2014: 156,7 Mio. Euro). Den gestiegenen Produktionskosten im Segment Film standen dabei niedrigere Material- und Lizenzkosten im Segment Sport gegenüber.

Trotz der zum 30. September leicht unter dem Vorjahresstichtag liegenden Anzahl an festen Mitarbeitern (siehe auch Kapitel 3, Personalbericht), erhöhten sich produktionsbedingt die Personalaufwendungen in den ersten neun Monaten 2015 um 14,1 Mio. Euro auf 102,3 Mio. Euro (9M 2014: 88,2 Mio. Euro).

Das Finanzergebnis in den ersten neun Monaten 2015 belief sich auf -11,2 Mio. Euro nach -10,9 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum. Negative Währungskurseffekte konnten annähernd durch den gesunkenen Zinsaufwand kompensiert werden, bei dem sich die vorzeitige Rückzahlung der Unternehmensanleihe 2010/2015 im August 2014 entsprechend auswirkte.

Das Konzernperiodenergebnis verbesserte sich in den ersten neun Monaten 2015 deutlich auf 8,6 Mio. Euro nach -3,9 Mio. Euro im Vorjahresvergleichszeitraum. Der darin enthaltene Ergebnisanteil Anteilseigner drehte sich von -8,0 Mio. Euro auf +3,9 Mio. Euro. Damit ergab sich in den ersten neun Monaten 2015 ein Ergebnis je Aktie sowohl auf unverwässerter als auch verwässerter Basis von 0,05 Euro (9M 2014: -0,10 Euro). Im dritten Quartal 2015 betrug das Konzernperiodenergebnis 8,7 Mio. Euro (Q3 2014: 0,2 Mio. Euro). Der darin enthaltene Ergebnisanteil Anteilseigner war mit 4,2 Mio. Euro deutlich positiv (Q3 2014: -1,6 Mio. Euro).

### 2.3.4 Vermögenslage des Constantin Medien-Konzerns

#### Konzernbilanz (Kurzfassung) zum 30. September 2015 in TEUR

	30.9.2015	31.12.2014	Veränderung
Langfristige Vermögenswerte	283.575	235.149	48.426
Kurzfristige Vermögenswerte	254.083	189.544	64.539
<b>Summe Aktiva</b>	<b>537.658</b>	<b>424.693</b>	<b>112.965</b>

Der starke Anstieg der Vermögenslage des Constantin Medien-Konzerns um 113,0 Mio. Euro gegenüber dem Wert per 31. Dezember 2014 ist vor allem auf den starken Anstieg des Filmvermögens um 41,6 Mio. Euro auf 174,9 Mio. Euro (31. Dezember 2014: 133,3 Mio. Euro) sowie der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente um 55,7 Mio. Euro auf 129,4 Mio. Euro (31. Dezember 2014: 73,7 Mio. Euro) zurückzuführen. Das Filmvermögen stieg im Wesentlichen aufgrund der Aktivierung der Kosten für neue Produktionen. Der Anstieg der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente resultierte insbesondere aus erhaltenen Anzahlungen im Segment Sport- und Event-Marketing. Nach der Verlängerung des TEAM-Vermarktungsmandats und der Neufassung des Vertrags leistete die UEFA eine Anzahlung auf die fixe Vergütung für die kommenden drei Vertragsjahre.

### 2.3.5 Finanzlage des Constantin Medien-Konzerns

Die Grundsätze der Konzernfinanzierung sowie die finanziellen Risiken des Konzerns entsprechen mit Ausnahme der in Kapitel 5, Risiko- und Chancenbericht, dargestellten Veränderungen denen im Geschäftsjahr 2014 (vgl. Geschäftsbericht 2014, Zusammenfassender Konzernlage- und Lagebericht, Kapitel

2.3.5). Des Weiteren verweisen wir auf den Konzernanhang dieses Berichts, Kapitel 6, Finanzielles Risikomanagement.

Das Eigenkapital des Constantin Medien-Konzerns zum 30. September 2015 reduzierte sich leicht auf 59,8 Mio. Euro (31. Dezember 2014: 62,5 Mio. Euro). Der im Berichtszeitraum erwirtschaftete Konzernperiodenüberschuss (+8,6 Mio. Euro) konnte dabei die Verminderung des Eigenkapitals aufgrund der Zahlung von Dividenden auf Ebene der Highlight Communications-Gruppe (-5,1 Mio. Euro), des Erwerbs von Anteilen ohne beherrschenden Einfluss (-4,5 Mio. Euro) sowie von unrealisierten Verlusten aus Cash-Flow Hedges (-2,5 Mio. Euro) nicht vollständig kompensieren. Die Eigenkapitalquote (Summe Eigenkapital im Verhältnis zur Bilanzsumme) betrug zum 30. September 2015 11,1 Prozent nach 14,7 Prozent zum 31. Dezember 2014. Der Rückgang der Eigenkapitalquote ist vor allem durch den starken Anstieg der Bilanzsumme bedingt. Die bereinigte Eigenkapitalquote (nach Saldierung der erhaltenen Anzahlungen mit dem Filmvermögen sowie der filmbezogenen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente mit den entsprechenden Finanzverbindlichkeiten) betrug 12,2 Prozent (31. Dezember 2014: 16,7 Prozent).

## Konzernbilanz (Kurzfassung) zum 30. September 2015 in TEUR

	30.9.2015	31.12.2014	Veränderung
Auf die Anteilseigner entfallendes Eigenkapital	22.239	19.950	2.289
Anteile ohne beherrschenden Einfluss	37.518	42.556	-5.038
Summe Eigenkapital	59.757	62.506	-2.749
Langfristige Schulden	173.320	120.207	53.113
Kurzfristige Schulden	304.581	241.980	62.601
<b>Summe Passiva</b>	<b>537.658</b>	<b>424.693</b>	<b>112.965</b>

Die Erhöhung der langfristigen Schulden auf 173,3 Mio. Euro (31. Dezember 2014: 120,2 Mio. Euro) ist auf erhaltene Anzahlungen von der UEFA (+57,2 Mio. Euro) zurückzuführen. Die langfristigen Finanzverbindlichkeiten reduzierten sich dagegen aufgrund der Umgliederung der Darlehen eines Privatinvestors, auf Basis einer geschlossenen Ergänzungsvereinbarung, zu den kurzfristigen Verbindlichkeiten sowie des Rückkaufs von Anteilen an der Unternehmensanleihe 2013/2018 im Nominalbetrag von 1,0 Mio. Euro um 10,8 Mio. Euro auf 86,8 Mio. Euro (31. Dezember 2014: 97,6 Mio. Euro).

Die kurzfristigen Schulden erhöhten sich in den ersten neun Monaten 2015 um 62,6 Mio. Euro auf 304,6 Mio. Euro (31. Dezember 2014: 242,0 Mio. Euro). Dabei stiegen die Finanzverbindlichkeiten um 37,2 Mio. Euro auf 104,8 Mio. Euro, vor allem aufgrund der Umgliederung langfristiger Finanzschulden sowie der Neuaufnahme von Krediten zur Finanzierung von Filmproduktionen. Die erhaltenen Anzahlungen nahmen per Ende September 2015 um 13,3 Mio. Euro auf 58,4 Mio. Euro zu, im Wesentlichen aufgrund erhaltener Anzahlungen von der UEFA.

### 2.3.6 Liquiditätentwicklung des Constantin Medien-Konzerns

Der Constantin Medien-Konzern erreichte in den ersten neun Monaten 2015 einen positiven Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit von 130,7 Mio. Euro (9M 2014: 87,6 Mio. Euro). Der starke Anstieg ist vor allem auf den Mittelzufluss aus erhaltenen Anzahlungen im Segment Sport- und Event-Marketing

zurückzuführen.

Aus der Investitionstätigkeit resultierte ein Mittelabfluss von 87,1 Mio. Euro (9M 2014: Mittelabfluss von 53,2 Mio. Euro), der im Wesentlichen auf laufende Produktionsaktivitäten im Segment Film zurückzuführen ist.

Die Finanzierungstätigkeit des Konzerns führte zu einem Mittelzufluss von 10,1 Mio. Euro nach einem Mittelabfluss von 43,3 Mio. Euro im gleichen Vorjahreszeitraum. Der Mittelzufluss resultierte im Wesentlichen aus der Nettoaufnahme von kurzfristigen Krediten von 20,7 Mio. Euro. Gegenläufig wirkten sich Ausschüttungen von 5,1 Mio. Euro auf Ebene der Highlight Communications-Gruppe sowie Auszahlungen für den Kauf von Anteilen ohne beherrschenden Einfluss von 4,5 Mio. Euro aus.

In Summe ergab sich in den ersten neun Monaten 2015 ein positiver Cash-Flow von 53,6 Mio. Euro nach einem Mittelabfluss von 8,9 Mio. Euro im gleichen Vorjahreszeitraum.

Die erhaltenen Anzahlungen im Segment Sport- und Event-Marketing führten zu einer Verbesserung der Nettoverschuldung des Constantin Medien-Konzerns. Gegenläufig wirkte die Kreditaufnahme zur Finanzierung neuer Filmproduktionen. Die Nettoverschuldung sank gegenüber dem Jahresende 2014 um 29,2 Mio. Euro auf 62,2 Mio. Euro. Sie setzte sich zum 30. September 2015 wie folgt zusammen:

## Nettoverschuldung zum 30. September 2015 in TEUR

	30.9.2015	31.12.2014	Veränderung
Liquide Mittel	129.368	73.748	55.620
Kurzfristige Finanzschulden	104.752	67.569	37.183
Langfristige Finanzschulden	86.786	97.591	-10.805
<b>Nettoverschuldung</b>	<b>-62.170</b>	<b>-91.412</b>	<b>29.242</b>



### 3. Personalbericht

Der Constantin Medien-Konzern beschäftigte zum Stichtag 30. September 2015 inklusive der freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter 1.765 Personen (30. September 2014: 1.585 Personen). Die Zahl der fest angestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum 30. September 2015 sank leicht auf 1.272 Personen (30. September 2014: 1.302 Personen). Die Zahl der freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stieg dagegen auf 493 Personen (30. September 2014: 283 Personen). Die Veränderung und Zusammensetzung der Mitarbeiterzahlen hängt im Wesentlichen von den Projekten in Produktion im Segment Film ab.

### 4. Nachtragsbericht

**Constantin Film AG erhöht Anteile an der PolyScreen** – Mit Vertrag vom 22. Oktober 2015 hat die Constantin Film AG ihren Anteil an der PolyScreen Produktionsgesellschaft für Film und Fernsehen mbH von 50 Prozent auf 100 Prozent erhöht. Der Erwerb steht noch unter dem Vorbehalt der Genehmigung durch das Bundeskartellamt und wird voraussichtlich im vierten Quartal 2015 abgeschlossen.

### 5. Risiko- und Chancenbericht

#### 5.1 Risikomanagementsystem

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 Risikomanagement System (RMS) implementiert.

Eine detaillierte Beschreibung des Risikomanagementsystems befindet sich in Kapitel 8.1.1 im zusammengefassten Konzernlage- und Lagebericht des Geschäftsberichts 2014 der Constantin Medien AG. Gleiches gilt für die Beschreibung des internen Kontrollsystems bezogen auf den Konzernrechnungslegungsprozess sowie die Chancen und Risiken der Constantin Medien AG (Geschäftsbericht 2014, Zusammengefasster Konzernlage- und Lagebericht, Kapitel 9). Ferner wird auf den Risiko- und Chancenbericht der Highlight Communications AG verwiesen.

#### 5.2 Wesentliche Änderungen der Chancen und Risiken im Berichtszeitraum

Das Chancen- und Risikoprofil des Constantin Medien-Konzerns nach Abschluss der ersten neun Monate 2015 entspricht im

Wesentlichen den Einschätzungen im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014 und dem Konzernzwischenlagebericht zum 30. Juni 2015. Eine detaillierte Darstellung der Unternehmensrisiken befindet sich in Kapitel 8.1.2 im zusammengefassten Konzernlage- und Lagebericht des Geschäftsberichts 2014 der Constantin Medien AG. Ferner wird auf die entsprechenden Risiko- und Chancenberichte der Highlight Communications AG verwiesen.

Gegenüber den im zusammengefassten Konzernlage- und Lagebericht des Geschäftsberichts 2014 bzw. den im Konzernzwischenlagebericht zum 30. Juni 2015 dargestellten Risiken und Chancen hat sich im Berichtszeitraum folgende Veränderung ergeben:

Im Projekt Synergie untersucht die Constantin Medien-Gruppe Optimierungs- und Einsparungspotentiale in der konzernübergreifenden Zusammenarbeit, besonders aus der Übertragung von konzerninternen Best-Practice Ansätzen, aus Agglomerationseffekten an den Standorten in und um München sowie aus der Vereinfachung, Standardisierung und Automatisierung von Prozessen. Mit Gremienentscheid vom 27. Juli 2015 zur Beibehaltung der aktuellen Miet- und Standortsituation der einzelnen Gesellschaften im Großraum München entfällt eine Grundlage wesentlicher Agglomerationseffekte, welche in der Bewertung der Chance aus dem Projekt Synergie ursprünglich als „erhebliche Chance“ eingeflossen war. Eine Evaluierung standortunabhängiger Effekte findet aktuell statt. Der derzeitige Stand legt nahe, die Bewertung der Chance zum Stichtag auf eine „geringe bis mittlere Stufe“ zu senken.

#### 5.3 Zusammengefasste Darstellung der Chancen und Risikolage

Die größten Risikofaktoren sieht der Vorstand weiterhin in den regulatorischen Eingriffen, in der Aufrechterhaltung der technischen Reichweite als Grundlage für eine starke Umsatzgenerierung, dem Zugriff zu Lizenzen und Stoffen für die Verwertung sowie der Antizipation des Kundengeschmacks in der Filmproduktion und der zukünftigen Mediennutzung. Die größten Chancen sieht der Vorstand neben der Zusammenarbeit mit Drehbuchautoren, Regisseuren und Produzenten im In- und Ausland sowie dem Zugriff auf attraktive Stoffe und Lizenzen, die die Constantin Medien-Gruppe nicht zuletzt ihrem Image und ihrem kreativen und engagierten Personal verdankt, auch in der Hebung von Synergien durch die Optimierung interner Abläufe.

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 Themen 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. Er ist der Überzeugung, dass die getroffenen Maßnahmen das Risiko in einem wirtschaftlich vertretbaren Ausmaß halten und erachtet die Risikotragfähigkeit des Konzerns als ausreichend.

## 6. Prognosebericht

### 6.1 Konjunkturelles Umfeld

Die Risiken für die Entwicklung der Weltwirtschaft haben im Herbst 2015 wieder zugenommen. Der IWF senkte im Oktober seine weltweite Wachstumsprognose für 2015 um 0,2 Prozentpunkte auf 3,1 Prozent. Für die Euro-Zone blieb die IWF-Prognose für 2015 mit +1,5 Prozent jedoch unverändert. Für Deutschland wird übereinstimmend von der Fortsetzung des konjunkturellen Aufwärtstrends ausgegangen. Die Wirtschaftsforschungsinstitute gehen für 2015 von einem Wachstum des Bruttoinlandsprodukts um 1,8 Prozent aus. Der IWF ist mit 1,5 Prozent für 2015 etwas vorsichtiger.

Quellen: Internationaler Währungsfonds (IWF), World Economic Outlook, Update Oktober 2015; Projektgruppe Gemeinschaftsdiagnose Herbst 2015, Presseinformation, 8. Oktober 2015

### 6.2. Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Gegenüber der Darstellung der branchenspezifischen Rahmenbedingungen im Prognosebericht des zusammengefassten Konzernlage- und Lageberichts des Geschäftsberichts 2014 bzw. im Konzernzwischenlagebericht zum 30. Juni 2015 der Constantin Medien AG haben sich keine wesentlichen Veränderungen bei der Fortentwicklung der einzelnen Märkte in den jeweiligen Segmenten ergeben.

### 6.3 Schwerpunkte im Geschäftsjahr 2015

#### 6.3.1 Segment Sport

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 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 die digitale Diversifizierung der Marke SPORT1 weiter vorantreiben und gleichzeitig neue Vermarktungsumfelder schaffen. Mit der neuen

technischen Infrastruktur und auch den auf die konvergente Mediennutzung hin ausgerichteten Benutzeroberflächen von SPORT1.de und den SPORT1 Apps sollen im laufenden Geschäftsjahr angesichts der rasant zunehmenden Verbreitung von Smartphones und Tablets neue mobile Angebote entwickelt, die Social-Media-Aktivitäten weiter intensiviert und insbesondere der Video-Bereich über eigene Apps, eigene Video-Brand-Channels bzw. zusätzliche Sub-Markenwelten ausgebaut werden.

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. Zudem soll die Fortentwicklung technologischer Produktionsinnovationen weiter gestärkt werden. Ein weiterer Fokus liegt 2015 darauf, durch die Kreation und Produktion von Corporate-Media- und Branded-Entertainment-Inhalten neue Kundengruppen zu erschließen. Ebenfalls im Mittelpunkt der PLAZAMEDIA steht die Weiterentwicklung des Bereichs Media Services, der Kunden maßgeschneiderte Lösungen für die Archivierung und Distribution von Bewegtbild bietet.

#### 6.3.2 Segment Film

Im Geschäftsfeld Kinoproduktion/Rechteerwerb der Constantin Film AG stehen – sowohl im Low- als auch im High-Budget-Bereich – auch weiterhin Qualitätsoptimierungen sowie Produktionen, die konzeptionell überzeugen und auf eine starke emotionale Bindung des Publikums ausgerichtet sind, im Vordergrund. Darüber hinaus bleibt der Fokus darauf ausgerichtet, ein Portfolio von starken Marken zu kreieren, die – nach dem Vorbild der „Resident Evil“-Reihe – auf allen relevanten Kinomärkten weltweit erfolgreich ausgewertet werden können. Vor diesem Hintergrund wurden Verfilmungsrechte für eine Vielzahl von attraktiven Stoffen eingekauft. Insgesamt soll das Kreativitätslevel weiter gesteigert werden, um eine noch umfassendere Produktpalette für alle Auswertungsformen herzustellen.

Nach der aktuellen Planung werden im letzten Quartal des Jahres 2015 noch die Filmprojekte „Fixi“ – eine Koproduktion mit der SamFilm GmbH – sowie „No Manches Frida“, das spanischsprachige Remake von „Fack Ju Göhte“, realisiert.

Im Bereich Kinoverleih wird die Kombination von nationalen und internationalen Eigen- und Koproduktionen mit wenigen hochwertigen Fremdtiteln weiterhin verfolgt. Hinzu kommen

adäquate und kosteneffiziente Presse- und Marketingmaßnahmen.

In der Kinostaffel des letzten Quartals 2015 sind noch die Neustarts der beiden Koproduktionen „Er ist wieder da“ (am 8. Oktober sehr erfolgreich angelaufen) und „Die Lochis – Bruder vor Luder“ (Kinostart: 24. Dezember) geplant.

Die rückläufige Tendenz im Home-Entertainment-Gesamtmarkt, die durch Umsatzrückgänge bei den physischen Trägermedien verursacht wird, wirkt sich auch auf die Produktpalette der Highlight Communication-Gruppe aus. Für das vierte Quartal 2015 werden in diesem Geschäftsfeld insbesondere von den Constantin Film-Neuveröffentlichungen „Ostwind 2“, „Fantastic Four“ und „Abschussfahrt“ gute Ergebnisse erwartet.

Im Bereich Lizenzhandel/TV-Auswertung wird die Free-TV-Auswertung im vierten Quartal des laufenden Jahres im Wesentlichen von den Umsätzen der Filme „Fünf Freunde 2“ und „Das Haus der Krokodile“ geprägt werden. In der Pay-TV-Auswertung werden unter anderem die Titel „Love, Rosie – Für immer vielleicht“ und „Step Up: All In“ im Fokus stehen.

Im Geschäftsfeld TV-Auftragsproduktion arbeiten die Tochterfirmen der Constantin Film AG kontinuierlich an der Entwicklung innovativer TV-Formate, vor allem an kreativen Neuentwicklungen. So werden – sowohl für nationale als auch für internationale Formate – unter anderem konsekutiv erzählte TV-Serien entwickelt. Neben der Etablierung der bestehenden Marke „Shadowhunters“ („Chroniken der Unterwelt“), die seit Mai dieses Jahres für den TV-Bereich produziert wird, sollen weitere, ähnlich ausgerichtete Produkte und Serienadaptionen von Constantin-Kinofilmen entwickelt werden.

Die Constantin Film-Tochterfirmen bereiten für das vierte Quartal 2015 zahlreiche Projekte vor, darunter „Ein Teil von uns“ (Drehstart im November 2015), „Die Familie“, „Terror“, „Hotel Sacher“ und „Schuld“ (Drehbeginn jeweils im Jahr 2016).

### 6.3.3 Segment Sport- und Event-Marketing

Der Schwerpunkt der TEAM-Gruppe liegt bis zum Ende des laufenden Geschäftsjahres 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). Im Anschluss daran wird der Fokus von TEAM auf den Vorbereitungen für den von der UEFA neu beauftragten Vermarktungszyklus 2018/19 bis 2020/21 ausgerichtet sein.

### 6.3.4 Segment Übrige Geschäftsaktivitäten

Im Event- und Entertainment-Geschäft werden die Aktivitäten der Highlight Event AG auch weiterhin 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.

### 6.4 Finanzielle Ziele

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.

Bei unveränderten Währungsbedingungen rechnet der Vorstand der Constantin Medien AG für das Gesamtjahr 2015 weiterhin mit einem Konzernumsatz zwischen 450 Mio. Euro und 490 Mio. Euro. Unter Berücksichtigung der Holding-Kosten sowie der Finanzierungsaufwendungen und Steuern und bei annähernd gleichbleibenden Währungsrelationen geht der Vorstand für das Gesamtjahr 2015 aus heutiger Sicht von einem auf die Anteilseigner entfallenden Konzernergebnis von 4 Mio. Euro bis 6 Mio. Euro aus (bisher: 2 Mio. Euro bis 4 Mio. Euro).

Ismaning, 10. November 2015

#### Constantin Medien AG

##### Bernhard Burgener

Vorsitzender des Vorstands

##### Hanns Beese

Vorstand Finanzen

##### Fred Kogel

Vorstand Produktion, Prozessmanagement, Integration



## Aktiva

### Konzernbilanz zum 30. September 2015 in TEUR

	30.9.2015	31.12.2014
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		
Filmvermögen	174.850	133.332
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	32.734	32.882
Geschäfts- oder Firmenwerte	47.578	43.969
Sachanlagen	10.475	11.613
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	3.568	3.242
Anteile an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	358	407
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	4.907	3.306
Forderungen gegen assoziierte Unternehmen und Joint Ventures	4.730	2.470
Latente Steueransprüche	4.375	3.928
	<b>283.575</b>	235.149
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>		
Vorräte	4.221	4.542
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	116.580	106.394
Forderungen gegen assoziierte Unternehmen und Joint Ventures	629	2.802
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	1.172	1.350
Forderungen aus Ertragsteuern	2.113	708
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	129.368	73.748
	<b>254.083</b>	189.544
<b>Summe Aktiva</b>	<b>537.658</b>	424.693

## Passiva

### Konzernbilanz zum 30. September 2015 in TEUR

	30.9.2015	31.12.2014
<b>Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital	93.600	93.600
Eigene Anteile	-7.422	-7.422
Kapitalrücklage	103.681	105.384
Andere Rücklagen	13.851	13.220
Verlustvortrag	-184.832	-179.988
Ergebnisanteil Anteilseigner	3.361	-4.844
Auf die Anteilseigner entfallendes Eigenkapital	22.239	19.950
Anteile ohne beherrschenden Einfluss	37.518	42.556
	<b>59.757</b>	<b>62.506</b>
<b>Langfristige Schulden</b>		
Finanzverbindlichkeiten	86.786	97.591
Erhaltene Anzahlungen	57.157	0
Sonstige Verbindlichkeiten	552	117
Pensionsverpflichtungen	11.744	8.873
Rückstellungen	493	337
Latente Steuerschulden	16.588	13.289
	<b>173.320</b>	<b>120.207</b>
<b>Kurzfristige Schulden</b>		
Finanzverbindlichkeiten	104.752	67.569
Erhaltene Anzahlungen	58.357	45.015
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	125.904	109.124
Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	0	582
Rückstellungen	11.728	12.691
Ertragsteuerschulden	3.840	6.999
	<b>304.581</b>	<b>241.980</b>
<b>Summe Passiva</b>	<b>537.658</b>	<b>424.693</b>

## Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

### 1. Januar bis 30. September 2015 in TEUR

	1.1. bis 30.9.2015	1.7. bis 30.9.2015	1.1. bis 30.9.2014	1.7. bis 30.9.2014
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>329.009</b>	<b>133.273</b>	361.601	115.135
<b>Aktiviere Filmproduktionen und andere aktivierte Eigenleistungen</b>	<b>43.171</b>	<b>23.613</b>	28.808	7.653
<b>Gesamtleistung</b>	<b>372.180</b>	<b>156.886</b>	390.409	122.788
<b>Sonstige betriebliche Erträge</b>	<b>19.668</b>	<b>6.229</b>	14.616	5.557
Aufwendungen für Lizenzen, Provisionen und Material	-28.565	-10.920	-32.873	-11.067
Aufwendungen für bezogene Leistungen	-128.582	-54.506	-123.790	-40.572
<b>Material- und Lizenzaufwand</b>	<b>-157.147</b>	<b>-65.426</b>	-156.663	-51.639
Gehälter	-89.837	-32.924	-77.141	-24.490
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung	-12.467	-4.111	-11.038	-3.628
<b>Personalaufwand</b>	<b>-102.304</b>	<b>-37.035</b>	-88.179	-28.118
Abschreibungen und Wertminderungen auf Filmvermögen	-40.898	-22.288	-82.176	-20.817
Abschreibungen und Wertminderungen auf immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens und Sachanlagen	-5.755	-1.870	-5.440	-1.799
Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte	0	0	0	0
<b>Abschreibungen und Wertminderungen</b>	<b>-46.653</b>	<b>-24.158</b>	-87.616	-22.616
<b>Sonstige betriebliche Aufwendungen</b>	<b>-61.193</b>	<b>-21.673</b>	-61.616	-19.135
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>24.551</b>	<b>14.823</b>	10.951	6.837
<b>Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures</b>	<b>755</b>	<b>71</b>	133	33
Finanzerträge	4.574	-1.306	7.221	5.732
Finanzaufwendungen	-15.778	-1.130	-18.079	-10.747
<b>Finanzergebnis</b>	<b>-11.204</b>	<b>-2.436</b>	-10.858	-5.015
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>14.102</b>	<b>12.458</b>	226	1.855
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-1.909	-546	-8.865	275
Latente Steuern	-3.628	-3.176	4.759	-1.931
<b>Steuern</b>	<b>-5.537</b>	<b>-3.722</b>	-4.106	-1.656
<b>Konzernperiodenergebnis</b>	<b>8.565</b>	<b>8.736</b>	-3.880	199
davon Ergebnisanteil Anteile ohne beherrschenden Einfluss	4.633	4.508	4.100	1.820
davon Ergebnisanteil Anteilseigner	3.932	4.228	-7.980	-1.621

**1. Januar bis 30. September 2015**

	1.1. bis 30.9.2015	1.1. bis 30.9.2014
<b>Ergebnis je Aktie</b>		
Ergebnisanteil Anteilseigner je Aktie unverwässert, in EUR	0,05	-0,10
Ergebnisanteil Anteilseigner je Aktie verwässert, in EUR	0,05	-0,10
Durchschnittliche in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	86.177.507	79.941.927
Durchschnittliche in Umlauf befindliche Aktien (verwässert)	86.177.507	79.941.927

**Konzern-Gesamtergebnisrechnung****1. Januar bis 30. September 2015 in TEUR**

	1.1. bis 30.9.2015	1.7. bis 30.9.2015	1.1. bis 30.9.2014	1.7. bis 30.9.2014
<b>Konzernperiodenergebnis</b>	8.565	8.736	-3.880	199
Unterschiede Währungsumrechnung	2.011	-892	380	307
Nettogewinne/-verluste aus Absicherung einer Nettoinvestition	-242	146	0	0
Veränderung des beizulegenden Zeitwerts von als zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten	3	3	0	0
Gewinne/Verluste aus Cash Flow Hedges	-2.482	-2.344	0	0
<b>Posten, die zukünftig möglicherweise in die Gewinn- und Verlustrechnung umgliedert werden</b>	-710	-3.087	380	307
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste von leistungsorientierten Vorsorgeplänen	-1.060	-1.038	-1.704	-627
<b>Posten, die zukünftig nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung umgliedert werden</b>	-1.060	-1.038	-1.704	-627
<b>Direkt im Eigenkapital erfasste Erträge/Aufwendungen nach Steuern</b>	-1.770	-4.125	-1.324	-320
<b>Gesamtperiodenergebnis</b>	6.795	4.611	-5.204	-121
davon Ergebnisanteil Anteile ohne beherrschenden Einfluss	2.803	3.371	3.277	1.569
davon Ergebnisanteil Anteilseigner	3.992	1.240	-8.481	-1.690



## Konzern-Kapitalflussrechnung

### 1. Januar bis 30. September 2015 in TEUR

	1.1. bis 30.9.2015	1.1. bis 30.9.2014
<b>Konzernperiodenergebnis</b>	<b>8.565</b>	-3.880
Latente Steuern	3.628	-4.759
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	1.909	8.865
Finanzergebnis	6.165	9.516
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	-755	-133
Abschreibungen und Zuschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	46.653	87.616
Gewinn (-) / Verlust (+) aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	-10	20
Übrige nicht zahlungswirksame Posten	-1.832	-893
Zunahme (-) / Abnahme (+) der Vorräte, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-3.823	8.157
Abnahme (-) / Zunahme (+) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	83.367	-5.941
Erhaltene Dividenden von assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	202	247
Gezahlte Zinsen	-6.797	-9.176
Erhaltene Zinsen	172	203
Gezahlte Ertragsteuern	-7.292	-3.853
Erhaltene Ertragsteuern	499	1.613
<b>Cash-Flow aus betrieblicher Geschäftstätigkeit</b>	<b>130.651</b>	87.602
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente durch Erwerbe von Unternehmen/ Unternehmensanteilen, netto	62	0
Auszahlungen für immaterielle Vermögenswerte	-1.465	-2.357
Auszahlungen für Filmvermögen	-81.079	-45.774
Auszahlungen für Sachanlagen	-2.899	-2.786
Auszahlungen für Finanzanlagen	-2.629	-2.439
Ein-/Auszahlung durch Veräußerung von Unternehmen/Unternehmensanteilen, netto	673	0
Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten und Filmvermögen	12	62
Einzahlungen aus Abgängen von Sachanlagen	193	74
Einzahlungen aus Abgängen von Finanzanlagen	0	7
<b>Cash-Flow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-87.132</b>	-53.213

## 1. Januar bis 30. September 2015 in TEUR

	1.1. bis 30.9.2015	1.1. bis 30.9.2014
Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen und aus der Ausgabe von Eigenkapitalinstrumenten	0	10.344
Auszahlungen durch Kauf eigene Anteile	0	0
Einzahlungen durch Verkauf eigene Anteile	0	0
Auszahlungen durch Kauf Anteile ohne beherrschenden Einfluss	-4.495	-21
Einzahlungen durch Verkauf Anteile ohne beherrschenden Einfluss	0	0
Auszahlungen durch Tilgung und Rückkauf von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	-1.055	0
Auszahlungen durch Tilgung und Rückkauf von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	-27.736	-83.880
Einzahlungen durch Aufnahme von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	0	15.999
Einzahlungen durch Aufnahme von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	48.448	18.134
Ausschüttungen	-5.111	-3.849
<b>Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>10.051</b>	<b>-43.273</b>
<b>Cash-Flow der Berichtsperiode</b>	<b>53.570</b>	<b>-8.884</b>
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn der Berichtsperiode	73.748	82.918
Auswirkungen Währungsdifferenzen	2.050	598
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode	129.368	74.632
<b>Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</b>	<b>53.570</b>	<b>-8.884</b>

## Konzern-Eigenkapital-Veränderungsrechnung

1. Januar bis 30. September 2015 in TEUR

	Gezeichnetes Kapital	Eigene Anteile	Kapital- rücklage	Andere Rücklagen
<b>Stand 1. Januar 2015</b>	93.600	-7.422	105.384	13.220
Unterschiede Währungsumrechnung				2.253
Nettogewinne/-verluste aus Absicherung einer Nettoinvestition				-242
Veränderung des beizulegenden Zeitwerts von als zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten				3
Gewinne/Verluste aus Cash Flow Hedges				-1.383
<b>Posten, die zukünftig möglicherweise in die Gewinn- und Verlustrechnung umgliedert werden</b>	0	0	0	631
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste von leistungsorientierten Vorsorgeplänen				
<b>Posten, die zukünftig nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung umgliedert werden</b>	0	0	0	0
<b>Summe der erfolgsneutral im Eigenkapital erfassten Posten</b>	0	0	0	631
Konzernperiodenergebnis				
<b>Gesamtperiodenergebnis</b>	0	0	0	631
Umgliederung Jahresergebnis Vorjahr				
Kapitalerhöhung				
Veränderung eigene Anteile				
Dividendenausschüttung				
Sonstige Veränderungen			-1.703	
<b>Stand 30. September 2015</b>	93.600	-7.422	103.681	13.851
<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				396
<b>Posten, die zukünftig möglicherweise in die Gewinn- und Verlustrechnung umgliedert werden</b>	0	0	0	396
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste von leistungsorientierten Vorsorgeplänen				
<b>Posten, die zukünftig nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung umgliedert werden</b>	0	0	0	0
<b>Summe der erfolgsneutral im Eigenkapital erfassten Posten</b>	0	0	0	396
Konzernperiodenergebnis				
<b>Gesamtperiodenergebnis</b>	0	0	0	396
Umgliederung Jahresergebnis Vorjahr				
Kapitalerhöhung	8.469		1.875	
Veränderung eigene Anteile				
Dividendenausschüttung				
Sonstige Veränderungen			-2	
<b>Stand 30. September 2014</b>	93.600	-7.422	105.478	13.114

	Verlustvortrag	Ergebnisanteil Anteilseigner	Auf die Anteils- eigner entfallen- des Eigenkapital	Anteile ohne beherrschenden Einfluss	Summe
	-179.988	-4.844	19.950	42.556	62.506
			2.253	-242	2.011
			-242		-242
			3		3
			-1.383	-1.099	-2.482
	0	0	631	-1.341	-710
		-571	-571	-489	-1.060
	0	-571	-571	-489	-1.060
	0	-571	60	-1.830	-1.770
		3.932	3.932	4.633	8.565
	0	3.361	3.992	2.803	6.795
	-4.844	4.844	0		0
			0		0
			0		0
			0	-5.111	-5.111
			-1.703	-2.730	-4.433
	-184.832	3.361	22.239	37.518	59.757
	-170.054	-9.625	14.353	40.843	55.196
		-309	-309		-309
	-170.054	-9.934	14.044	40.843	54.887
			396	-16	380
	0	0	396	-16	380
		-897	-897	-807	-1.704
	0	-897	-897	-807	-1.704
	0	-897	-501	-823	-1.324
		-7.980	-7.980	4.100	-3.880
	0	-8.877	-8.481	3.277	-5.204
	-9.934	9.934	0		0
			10.344		10.344
			0		0
			0	-3.849	-3.849
			-2	-19	-21
	-179.988	-8.877	15.905	40.252	56.157

## Anhangsangaben

### 1. Allgemeine Angaben zum Konzern

Die Constantin Medien AG als Konzernobergesellschaft hat ihren Sitz in der Münchener Straße 101g, Ismaning/Deutschland. Der Vorstand der Constantin Medien AG hat in seiner Sitzung am 10. November 2015 den vorliegenden ungeprüften, verkürzten Konzernzwischenabschluss zur Veröffentlichung freigegeben.

### 2. Rechnungslegung und Bewertungsgrundsätze

Die Erstellung des ungeprüften, verkürzten Konzernzwischenabschlusses für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2015 erfolgte in Übereinstimmung mit dem International Accounting Standard zur Zwischenberichterstattung (IAS 34). Der verkürzte Konzernzwischenabschluss enthält nicht sämtliche für den Abschluss des Geschäftsjahres vorgeschriebene Erläuterungen und Angaben und sollte in Zusammenhang mit dem von der Gesellschaft veröffentlichten Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014 gelesen werden.

Die bei der Erstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden entsprechen mit Ausnahme der unten erläuterten Erst- anwendung neuer bzw. geänderter Standards und Interpretationen den bei der Erstellung des Konzernabschlusses für das Geschäftsjahr 2014 angewandten Grundsätzen (siehe Geschäftsbericht 2014, Konzernanhang, Kapitel 4).

Der verkürzte Konzernzwischenabschluss 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. Aus rechentechnischen Gründen können in den Tabellen Rundungsdifferenzen in Höhe von +/- einer Einheit (TEUR) auftreten und dargestellte Prozentangaben nicht genau die absoluten Zahlen widerspiegeln, auf die sie sich beziehen.

Die Segmente Sport und Film unterliegen saisonalen Schwankungen. Die Umsatzerlöse des Segments Film hängen von den jeweiligen Kinostarts und der darauf folgenden Verwertungskette ab. Dies führt zu Schwankungen hinsichtlich der Umsatzerlöse und der Segmentergebnisse in den Quartalen des Geschäftsjahres. Die Umsatzerlöse des Segments Sport fallen in den Sommermonaten aufgrund geringerer Werbeeinnahmen, welche von Übertragungsrechten an Sportveranstaltungen abhängig sind, niedriger aus.

Die Erstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses verlangt vom Management, Einschätzungen und Annahmen zu treffen, welche die ausgewiesenen Vermögenswerte, Verbindlichkeiten und Eventualverbindlichkeiten zum Zeitpunkt der Bilanzierung sowie die Erträge und Aufwendungen der Berichtsperiode 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 die Gegebenheiten, auf denen die Einschätzungen basieren, sich geändert haben oder neue Informationen und zusätzliche Erkenntnisse vorliegen. Solche Änderungen werden in jener Berichtsperiode erfasst, in der die Einschätzung angepasst wurde. Für weitere Informationen siehe Geschäftsbericht 2014, Konzernanhang, Kapitel 5.

### 3. Änderungen bei den Grundsätzen der Rechnungslegung

Aus der verpflichtenden Anwendung der folgenden Rechnungslegungsvorschriften und Interpretationen ergaben sich keine wesentlichen Änderungen in diesem verkürzten Konzernzwischenabschluss bzw. es werden keine wesentlichen Änderungen für den Konzernjahresabschluss erwartet.

#### Standards/Änderungen/Interpretationen

	Verpflichtend anzuwenden auf Geschäftsjahre beginnend am oder nach dem:
IFRIC 21, Abgaben	17.6.2014*
Jährlicher Verbesserungsprozess der IFRS (2011-2013)**	1.1.2015*

\* Anerkennung durch die EU (Endorsement) und Übernahme in Deutschland erfolgt

\*\* hiervon sind im Einzelnen folgende Standards und Interpretationen betroffen: IFRS 1, IFRS 3, IFRS 13, IAS 40

Neben den zum 1. Januar 2015 verpflichtend anzuwendenden Rechnungslegungsstandards hat sich der Constantin Medien-

Konzern für die freiwillige vorzeitige Anwendung folgender von der EU übernommenen Rechnungslegungsstandards entschieden:

## Standards/Änderungen/Interpretationen

	Verpflichtend anzuwenden auf Geschäftsjahre beginnend am oder nach dem:
IAS 19, Leistungen an Arbeitnehmer – Bilanzierung von Arbeitnehmerbeiträgen (Änderung)	1.2.2015*
Jährlicher Verbesserungsprozess der IFRS (2010-2012)**	1.2.2015*

\* Anerkennung durch die EU (Endorsement) und Übernahme in Deutschland erfolgt

\*\* hiervon sind im Einzelnen folgende Standards und Interpretationen betroffen: IFRS 2, IFRS 3, IFRS 8, IFRS 13, IAS 16, IAS 24, IAS 38

Die freiwillige vorzeitige Anwendung erfolgt, weil diese Änderungen von der vollkonsolidierten Highlight Communications-Gruppe mit Sitz in der Schweiz bereits ab dem 1. Januar 2015 verpflichtend anzuwenden sind. Ziel der vorzeitigen Anwendung ist es, konzernweit einheitliche Rechnungslegungsstandards zu haben. Aus der freiwilligen vorzeitigen Anwendung dieser Rechnungslegungsvorschriften ergaben sich keine wesentlichen Änderungen in diesem verkürzten Konzernzwischenabschluss bzw. es werden keine wesentlichen Änderungen für den Konzernjahresabschluss erwartet.

Des Weiteren hat die Constantin Medien AG auf die vorzeitige Anwendung von weiteren neuen bzw. überarbeiteten Standards und Interpretationen verzichtet, deren Erstanwendungszeitpunkt für die Constantin Medien AG noch nicht verpflichtend ist. Für weitere Informationen siehe Geschäftsbericht 2014, Konzernanhang, Kapitel 2.3.

## 4. Veränderungen im Konsolidierungskreis

### Erwerbe, Neugründungen und Erstkonsolidierungen

Am 23. und 30. Januar 2015 sowie am 30. April 2015 und am 16. Juli 2015 hat die Highlight Communications AG ihre Anteile an der bereits vollkonsolidierten Highlight Event & Entertainment AG, Luzern schrittweise von 68,986 Prozent auf 75,277 Prozent erhöht. Es handelt sich dabei um Transaktionen zwischen Eigenkapitalgebern. In Folge der Transaktionen reduzierte sich die Kapitalrücklage im Vergleich zum 31. Dezember 2014 um 330 TEUR und die Anteile ohne beherrschenden Einfluss gingen um 1.621 TEUR zurück.

Am 31. März 2015 wurde die Comosa AG, Zürich gegründet. 56,665 Prozent der Anteile werden von der Rainbow Home Entertainment AG gehalten. Die Comosa AG wird vollkonsolidiert und dem Segment Sport- und Event-Marketing zugeordnet.

Am 22. Juni 2015 hat sich die Rainbow Home Entertainment AG mit 33,64 Prozent bzw. 63 TEUR an der neu gegründeten Holotrack AG, Pratteln beteiligt. Die Gesellschaft wird als assoziiertes Unternehmen geführt und anhand der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen.

Die Constantin Entertainment GmbH übernahm zum 2. Juli 2015 die restlichen Anteile von 25 Prozent an der bereits vollkonsolidierten Constantin Entertainment Polska Sp z.o.o., Warschau, und erhöhte ihren Anteil durch diese Transaktion auf 100 Prozent. Es handelt sich dabei um eine Transaktion zwischen Eigenkapitalgebern. In Folge der Transaktion reduzierte sich die Kapitalrücklage im Vergleich zum 31. Dezember 2014 um 1.373 TEUR und die Anteile ohne beherrschenden Einfluss gingen um 1.171 TEUR zurück.

Am 29. Juli 2015 wurde die Constantin Entertainment CZ s.r.o., Prag als 100-Prozent-Tochtergesellschaft der Constantin Entertainment GmbH gegründet. Am 15. September 2015 wurde die Constantin Entertainment Slovakia s.r.o., Bratislava von der Constantin Entertainment GmbH (97 Prozent) und der Constantin Film Produktion GmbH (3 Prozent) gegründet. Beide Gesellschaften werden vollkonsolidiert und dem Segment Film zugeordnet. Die Auswirkungen dieser Transaktionen auf den vorliegenden Konzernzwischenabschluss sind unwesentlich.

### Sonstige Veränderungen

Am 17. Januar 2015 wurde die Kuuluu Playground GmbH, Hamburg, eine 51-prozentige Beteiligung des assoziierten Unternehmens Kuuluu Interactive Entertainment AG, Pratteln verkauft. Die Auswirkungen auf den vorliegenden Konzernzwischenabschluss sind unwesentlich.

Am 13. Februar 2015 hat die Constantin Film AG 90 Prozent der bisher gehaltenen Anteile an dem nach der Equity-Methode 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 von 5 Prozent an dem Unternehmen. Diese wird seitdem unter den sonstigen langfristigen finanziellen Vermögenswerten bilanziert.

Am 4. Mai 2015 hat die Constantin Medien AG die 100-prozentige Tochtergesellschaft EM.TV Verwaltungs GmbH an ihre ebenfalls 100-prozentige Tochtergesellschaft PLAZAMEDIA GmbH verkauft. Darauf folgend wurde die EM.TV Verwaltungs GmbH in LEITMOTIF Creators GmbH umfirmiert. Deren Akti-

vitäten werden neu dem Segment Sport zugeordnet (bisher Bereich Sonstiges).

Am 21. Mai 2015 wurde die vollkonsolidierte Constantin Entertainment Turkey TV Produksiyon Limited Sirketi, Istanbul liquidiert. Die Auswirkung auf den vorliegenden Konzernzwischenabschluss ist unwesentlich.

Am 11. August 2015 wurde die vollkonsolidierte Constantin Entertainment U.K. Ltd., Reading liquidiert. Die Auswirkung auf den vorliegenden Konzernzwischenabschluss ist unwesentlich.

## 5. Erläuterungen zu ausgewählten Posten der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung

### Filmvermögen

Das Filmvermögen setzt sich aus Fremdproduktionen im Umfang von 33.717 TEUR (31. Dezember 2014: 34.157 TEUR) sowie aus Eigenproduktionen im Umfang von 141.133 TEUR (31. Dezember 2014: 99.175 TEUR) zusammen. In den ersten neun Monaten des Jahres 2015 wurden 82.247 TEUR (9M 2014: 47.488 TEUR) in das Filmvermögen investiert. Die Abschreibungen und Wertminderungen sind im Abschnitt Abschreibungen und Wertminderungen erläutert.

### Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte

Die sonstigen langfristigen finanziellen Vermögenswerte beinhalten im Wesentlichen Anteile an der Pulse Evolution Corporation, Port St. Lucie, USA in Höhe von 1.539 TEUR (31. Dezember 2014: 1.423 TEUR), Anteile an der Geenee, Inc., Delaware, USA in Höhe von 2.454 TEUR (31. Dezember 2014: 0 TEUR), langfristige Forderungen von 811 TEUR (31. Dezember 2014: 1.799 TEUR) sowie Wertpapiere des Anlagevermögens in Höhe von 94 TEUR (31. Dezember 2014: 75 TEUR).

Am 1. September 2015 hat sich der Constantin Medien-Konzern an der Geenee, Inc., Delaware, USA mit 10 Prozent beteiligt. Die Beteiligung wird von der Sport1 GmbH mit 5 Prozent, der Rainbow Home Entertainment AG mit 4,54 Prozent und der Constantin Entertainment GmbH mit 0,46 Prozent gehalten. Der Kaufpreis von 2.451 TEUR wurde teils in bar, teils durch Tausch von Werbedienstleistungen und der Vermittlung von Kundenbeziehungen bezahlt. Die Beteiligung wird als „zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte“ gehalten, zum beizulegenden Zeitwert bewertet und der Stufe 3 der Fair Value-Hierarchie zugeordnet (vgl. Kapitel 6).

Die verbleibende 5-Prozent-Beteiligung an der Mister Smith Entertainment Ltd., London (siehe Kapitel 4), wird unter diesem Posten in der Kategorie „als zur Veräußerung verfügbare

finanzielle Vermögenswerte“ zum Buchwert von 0 TEUR ausgewiesen. Da für diese Aktien kein aktiver Markt besteht und ein beizulegender Zeitwert nicht verlässlich ermittelbar ist, wird diese Beteiligung zu Anschaffungskosten bewertet, die dem Buchwert zum Zeitpunkt der Neuklassifizierung entsprechen.

### Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen setzen sich wie folgt zusammen:

#### Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen in TEUR

	30.9.2015	31.12.2014
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	69.634	53.000
Sonstige Forderungen	46.946	53.394
<b>Summe</b>	<b>116.580</b>	106.394

Die sonstigen Forderungen beinhalten unter anderem Ausleihungen an Koproduzenten für Filmprojekte von 4.069 TEUR (31. Dezember 2014: 16.600 TEUR).

### Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Die Constantin Medien AG hat zum 30. September 2015 als Sicherheit für Avale in wechselnder Höhe insgesamt Zahlungsmittel von 2.744 TEUR verpfändet (31. Dezember 2014: 6.318 TEUR). Die PLAZAMEDIA GmbH hat als Sicherheit für Avale ebenfalls Zahlungsmittel von 1.200 TEUR (31. Dezember 2014: 1.200 TEUR) verpfändet.

#### Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in TEUR

	30.9.2015	31.12.2014
Bankguthaben und Kassenbestände	128.868	67.748
Terminguthaben	500	6.000
<b>Summe</b>	<b>129.368</b>	73.748

### Eigenkapital

Das Grundkapital der Konzernobergesellschaft Constantin Medien AG betrug zum 30. September 2015 insgesamt 93.600.000 EUR (31. Dezember 2014: 93.600.000 EUR), eingeteilt in 93.600.000 (31. Dezember 2014: 93.600.000) auf den Inhaber lautende Stückaktien mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von 1,00 Euro je Aktie.

Zum 30. September 2015 belief sich die Anzahl der direkt und indirekt selbst gehaltenen stimmrechtslosen eigenen Aktien unter Berücksichtigung der von der Highlight Communications AG gehaltenen Stücke auf 7.422.493 Constantin Medien-Aktien (31. Dezember 2014: 7.422.493 Stück).

#### Genehmigtes Kapital

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 10. Juni 2015 wurde das Genehmigte Kapital 2013/I (11.530.780 EUR) aufgehoben und ein neues Genehmigtes Kapital beschlossen. Demnach ist der Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital bis zum 10. Juni 2020 um insgesamt bis zu 45,0 Mio. Euro durch ein- oder mehrmalige Ausgabe neuer auf den Inhaber lautender Stückaktien gegen Bar- oder Sacheinlage zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2015). Die Gewinnberechtigung der neuen Aktien kann abweichend von § 60 Abs. 2 Satz 3 AktG festgelegt werden. Den Aktionären kann das gesetzliche Bezugsrecht auch dergestalt eingeräumt werden, dass die neuen Aktien einem oder mehreren Kreditinstituten oder gemäß § 186 Abs. 5 AktG gleichgestellten Unternehmen mit der Verpflichtung, sie den Aktionären zum Bezug anzubieten, zur Übernahme angeboten werden. Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre auszuschließen. Der Beschluss über das genehmigte Kapital 2015 wurde am 2. Juli 2015 im Handelsregister eingetragen.

#### Bedingtes Kapital

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 10. Juni 2015 wurden die am 19. Juli 2016 endenden Ermächtigungen zur Ausgabe von Finanzinstrumenten und anderen Instrumenten sowie die entsprechenden bedingten Kapitalia 2011/I und 2011/II aufgehoben.

Des Weiteren wurde beschlossen, dass der Vorstand ermächtigt

wird, bis zum 10. Juni 2020 mit Zustimmung des Aufsichtsrats einmalig oder mehrmals auf den Inhaber und/oder den Namen lautende (i) Wandelschuldverschreibungen und/oder (ii) Optionsschuldverschreibungen und/oder (iii) Wandelgenussrechte und/oder (iv) Optionsgenussrechte und/oder (v) Genussrechte und/oder (vi) Gewinnschuldverschreibungen (bzw. Kombinationen dieser Instrumente) im Gesamtnennbetrag von bis zu 340,0 Mio. Euro mit einer Laufzeit von längstens 15 Jahren zu begeben und den Inhabern bzw. Gläubigern von Finanzinstrumenten Wandlungs- bzw. Optionsrechte auf neue auf den Inhaber lautende Stückaktien der Gesellschaft mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von bis zu insgesamt 45,0 Mio. Euro nach näherer Maßgabe der Wandel- bzw. Optionsanleihebedingungen bzw. der Wandel- bzw. Genussrechtsbedingungen zu gewähren. Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre auszuschließen. Ferner wurde beschlossen, das Grundkapital der Gesellschaft um bis zu 45,0 Mio. Euro durch Ausgabe von bis zu 45.000.000 auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt zu erhöhen. Der Beschluss über das Bedingte Kapital 2015 wurde am 2. Juli 2015 im Handelsregister eingetragen.

#### Anteilsbasierte Vergütung

In der Berichtsperiode sind 167 TEUR (9M 2014: 0 TEUR) Aufwand aus anteilsbasierter Vergütung mit Barausgleich (Wertsteigerungsrechte) erfasst worden. Der Buchwert der Schulden aus anteilsbasierten Vergütungen beträgt zum 30. September 2015 179 TEUR (31. Dezember 2014: 12 TEUR). In den ersten neun Monaten 2015 sind keine Wertsteigerungsrechte ausgegeben, ausgeübt, verfallen oder verwirkt worden. Der beizulegende Zeitwert der gewährten Wertsteigerungsrechte zum 30. September 2015 wurde mit den nachfolgenden Faktoren bestimmt (für weitere Informationen siehe Geschäftsbericht 2014, Konzernanhang, Kapitel 6.15):

#### Angaben zur Bewertung der Wertsteigerungsrechte zum 30. September 2015

	30.9.2015		31.12.2014	
	Constantin Medien AG Wertsteigerungsrechte	Highlight Communications AG Wertsteigerungsrechte	Constantin Medien AG Wertsteigerungsrechte	Highlight Communications AG Wertsteigerungsrechte
Bewertungsmodell	Binomialmodell	Binomialmodell	Binomialmodell	Binomialmodell
Erwartete Volatilität	30,31%	26,52%	31,56%	25,58%
Erwartete Dividendenrendite	0,00%	3,75%	0,00%	4,24%
Erwartete Laufzeit	3 Jahre	3 Jahre	3 Jahre	3 Jahre
Risikoloser Zinssatz	-0,26%	-0,26%	-0,10%	-0,10%
Ausübungspreis in EUR	1,80/2,10/2,50	5,00	1,80/2,10/2,50	5,00
Gewichteter durchschnittlicher Anteilspreis in EUR	2,13	5,00	2,13	5,00



### Langfristige Finanzverbindlichkeiten

In der nachfolgenden Tabelle ist die Zusammensetzung der langfristigen Finanzverbindlichkeiten dargestellt:

#### Langfristige Finanzverbindlichkeiten in TEUR

	30.9.2015	31.12.2014
Unternehmensanleihe 2013/2018	63.003	63.727
Darlehen Privatinvestor	23.783	33.864
<b>Summe</b>	<b>86.786</b>	97.591

Die Unternehmensanleihe 2013/2018 mit einem Nominalbetrag von 65,0 Mio. Euro, einem Zinssatz von 7,0 Prozent p.a. und einer Laufzeit von fünf Jahren wurde im April 2013 platziert. Ausgabe- und Valutadatum war der 23. April 2013. Am 11. Juni 2015 hat die Constantin Medien AG 1.000 Stück der Unternehmensanleihe mit einem Nominalvolumen von 1.000 TEUR zurückgekauft und mit der entsprechenden Verbindlichkeit saldiert.

Am 25./28. August 2015 wurde aufgrund einer Ergänzungsvereinbarung die Laufzeit der Darlehen des Privatinvestors um ein Jahr bis 30. Juni 2017 verlängert. Eine vorzeitige Rückzahlung ist ab dem 30. Juni 2016 möglich. Die Ergänzungsvereinbarung beinhaltet eine Put-Option zugunsten des Darlehensgebers. Diese Option gibt dem Darlehensgeber das Recht, die Rückzahlung der Euro-Tranche in Schweizer Franken zum fixen Kurs EUR/CHF 1,08 zu verlangen. Zum 30. September 2015 bestehen Darlehen gegenüber dem Privatinvestor im Umfang von 12.250 TEUR sowie 26.000 TCHF (31. Dezember 2014: 12.250 TEUR sowie 26.000 TCHF). Dabei wird die EUR-Tranche unter den kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten ausgewiesen. Der Zinssatz beträgt unverändert 5,0 Prozent p.a. Insgesamt sind zum 30. September 2015 24.752.780 Inhaberaktien (31. Dezember 2014: 24.752.780 Inhaberaktien) der Highlight Communications AG für die einzelnen Darlehenstranchen verpfändet.

### Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten

Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten beinhalten 60.826 TEUR (31. Dezember 2014: 26.003 TEUR) für die Finanzierung von Filmprojekten.

In der nachfolgenden Tabelle ist die Zusammensetzung der kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten dargestellt:

### Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten in TEUR

	30.9.2015	31.12.2014
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	92.842	67.569
Darlehen Privatinvestor	11.910	0
<b>Summe</b>	<b>104.752</b>	67.569

### Erhaltene Anzahlungen

Die erhaltenen Anzahlungen umfassen im Wesentlichen 36.428 TEUR (31. Dezember 2014: 44.606 TEUR) für Geld-eingänge aus Lizenzverkäufen im Segment Film sowie eine Anzahlung der UEFA von 78.992 TEUR (31. Dezember 2014: 0 TEUR) auf die fixe Agenturvergütung für die kommenden drei Jahre. Hiervon sind 57.157 TEUR (31. Dezember 2014: 0 TEUR) als langfristig zu klassifizieren.

### Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten setzen sich wie folgt zusammen:

#### Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten in TEUR

	30.9.2015	31.12.2014
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	45.549	41.896
Sonstige Verbindlichkeiten	80.355	67.228
<b>Summe</b>	<b>125.904</b>	109.124

Die sonstigen Verbindlichkeiten beinhalten unter anderem Verbindlichkeiten aus bedingt rückzahlungspflichtigen Darlehen (Fördermittel) von 13.646 TEUR (31. Dezember 2014: 10.458 TEUR) und Personalverbindlichkeiten, im Wesentlichen für Verpflichtungen aus Prämien, geleisteten Überstunden, Resturlaub und Vorstandstantiemen von 12.753 TEUR (31. Dezember 2014: 13.255 TEUR).

### Umsatzerlöse

Erläuterungen zur Umsatzentwicklung siehe Kapitel 7 (Segmentberichterstattung) sowie Kapitel 2.3.2 im Konzernzwischenlagebericht (Segmententwicklung). Die Umsatzerlöse aus dem Tausch von art- und wertmäßig unterschiedlichen Werbedienstleistungen betragen in der Berichtsperiode im Segment Sport 2.381 TEUR (9M 2014: 3.353 TEUR) sowie aus dem Tausch von Dienstleistungen im Segment Film 1.179 TEUR (9M 2014: 0 TEUR).

**Abschreibungen und Wertminderungen**

Die Abschreibungen und Wertminderungen setzen sich in den ersten neun Monaten 2015 wie folgt zusammen:

**Abschreibungen und Wertminderungen in TEUR**

	1.1. bis 30.9.2015	1.1. bis 30.9.2014
Planmäßige Abschreibungen Filmvermögen	38.782	76.311
Planmäßige Abschreibungen immaterielle Vermögenswerte	1.660	1.487
Planmäßige Abschreibungen Sachanlagen	4.093	3.953
Wertminderungen Filmvermögen	2.116	5.865
Wertminderungen Sachanlagen	2	0
<b>Summe</b>	<b>46.653</b>	<b>87.616</b>

**Finanzergebnis**

Die Finanzerträge und Finanzaufwendungen für die ersten neun Monate 2015 setzen sich wie folgt zusammen:

**Finanzerträge in TEUR**

	1.1. bis 30.9.2015	1.1. bis 30.9.2014
Währungsgewinne	3.791	6.425
Gewinne aus Änderung des beizulegenden Zeitwerts von Finanzinstrumenten	523	155
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	260	641
<b>Summe</b>	<b>4.574</b>	<b>7.221</b>

**Finanzaufwendungen in TEUR**

	1.1. bis 30.9.2015	1.1. bis 30.9.2014
Zinsaufwand aus Unternehmensanleihen	3.635	5.660
Währungsverluste	8.830	7.767
Verluste aus Änderung des beizulegenden Zeitwerts von Finanzinstrumenten	532	175
Wertberichtigung von Finanzanlagen und Wertpapiere des Anlagevermögens	0	1.231
Sonstige Zinsen und ähnliche Aufwendungen	2.781	3.246
<b>Summe</b>	<b>15.778</b>	<b>18.079</b>

**Nicht erfasster anteiliger Verlust von Unternehmen bewertet nach der Equity-Methode**

Der in der Berichtsperiode nicht erfasste anteilige Verlust von nach der Equity-Methode bewerteten Unternehmen beträgt 236 TEUR (9M 2014: 812 TEUR). Der kumulierte nicht erfasste anteilige Verlust beträgt 1.900 TEUR (31. Dezember 2014: 2.704 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.

**Fremdwährungskurseffekte**

In den ersten neun Monaten 2015 wurden insgesamt Währungsumrechnungsdifferenzen im Betriebs- und Finanzergebnis in Höhe von -1.391 TEUR (9M 2014: +33 TEUR) erfolgswirksam erfasst. Im Gegenzug wurden aus der Umrechnung von ausländischen Tochtergesellschaften Währungsdifferenzen in Höhe von +2.011 TEUR (9M 2014: +380 TEUR) und aus Cash-Flow Hedges von -2.482 TEUR (9M 2014: 0 TEUR) erfolgsneutral im Eigenkapital erfasst.

**6. Finanzielles Risikomanagement**

Der Konzern ist verschiedenen finanziellen Risiken ausgesetzt, die sich aus den betrieblichen Geschäftstätigkeiten und den Finanzierungstätigkeiten des Konzerns ergeben. Die für den Konzern bedeutendsten finanziellen Risiken ergeben sich aus Änderungen der Fremdwährungskurse, aus Marktrisiken der finanziellen Vermögenswerte sowie aus der Änderung der Zinssätze, der Liquidität, der Kreditwürdigkeit und der Zahlungsfähigkeit der Geschäftspartner des Konzerns. Bei der Zuordnung der finanziellen Vermögenswerte und Schulden auf die einzelnen Klassen ergaben sich gegenüber dem Konzernjahresabschluss keine Veränderungen. Für weitere Informationen siehe Geschäftsbericht 2014, Konzernanhang, Kapitel 8.

**Fair Value-Hierarchie**

In den ersten neun Monaten bis zum 30. September 2015 ergaben sich keine Änderungen in den angewandten Bewertungstechniken (siehe Geschäftsbericht 2014, Konzernanhang,

Kapitel 4.3). Die nachfolgende Tabelle zeigt die Zuordnung der zum beizulegenden Zeitwert bewerteten finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten bzw. im Anhang offenzulegende beizulegende Zeitwerte zu den drei Stufen der Fair Value-Hierarchie:

**Fair Value-Hierarchie zum 30. September 2015 in TEUR**

	Buchwert	Fair Value			Gesamt
		Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	
<b>Finanzielle Vermögenswerte</b>					
Derivative Finanzinstrumente	3.509		3.509		3.509
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente mit Sicherungszusammenhang	5		5		5
Finanzielle Vermögenswerte, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden	94	94			94
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	2.454			2.454	2.454
Langfristige Forderungen	208		208		208
<b>Finanzielle Verbindlichkeiten</b>					
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	86.786	68.160	25.830		93.990
Langfristige sonstige Verbindlichkeiten	450		449		449
Derivative Finanzinstrumente	4.772		4.772		4.772

**Angaben zu Finanzinstrumenten der Stufe 3 zum 30. September 2015 in TEUR**

Bezeichnung des Finanzinstruments	Beteiligung Geenee, Inc.
Beizulegender Zeitwert 1. Januar 2015	0
Kauf	2.451
Fremdwährungsdifferenz erfolgsneutral im Eigenkapital erfasst	3
<b>Beizulegender Zeitwert 30. September 2015</b>	<b>2.454</b>

**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

Das eigene Ausfallrisiko und das Kreditrisiko der Gegenpartei wurden entsprechend der Bilanzierungsmethoden des Konzerns bei der Bestimmung des beizulegenden Zeitwerts berücksichtigt (siehe Geschäftsbericht 2014, Konzernanhang, Kapitel 4.3). Umgliederungen zwischen den einzelnen Stufen der Fair Value-Hierarchie wurden nicht vorgenommen.

#### 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 und das Black-Scholes-Modell verwendet. Die Bewertung (inklusive der Sensitivitätsanalyse) des Eigenkapitalinstruments der Stufe 3 findet mindestens einmal jährlich zum 31. Dezember oder wenn unterjährig Anzeichen für eine Wertminderung bestehen statt.

#### 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 Differenz 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 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 als beobachtbar gilt, erfolgt die Einstufung dieses beizulegenden Zeitwerts in Stufe 2. Die restlichen langfristigen Forderungen werden entsprechend ihrer Laufzeit abgezinst.

Der beizulegende Zeitwert der zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanzierten langfristigen Verbindlichkeiten gegenüber Dritten wurde mittels der Discounted-Cash-Flow-Methode ermittelt. Die dabei angenommenen Diskontierungssätze ent-

sprechen der Marktstrukturkurve einer deutschen Bundesanleihe zum Bilanzstichtag. Da der Marktzinssatz der wesentlichste Inputfaktor ist und als beobachtbar gilt, erfolgt die Einstufung dieses beizulegenden Zeitwerts in Stufe 2. Die restlichen langfristigen Verbindlichkeiten werden entsprechend ihrer Laufzeit abgezinst.

#### Beizulegender Zeitwert von nicht finanziellen Vermögenswerten und Schulden

Zum 30. September 2015 sind, mit Ausnahme der seit dem 30. Juni 2014 als Finanzinvestition gehaltenen Immobilie, die zum beizulegenden Zeitwert bewertet ist, keine nicht-finanziellen Vermögenswerte und nicht-finanziellen Schulden zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Die zum beizulegenden Zeitwert bewertete Immobilie ist der Stufe 3 der Fair Value-Hierarchie zuzuordnen. Die Bewertungsparameter haben sich gegenüber dem 31. Dezember 2014 nicht verändert (siehe Geschäftsbericht 2014, Konzernanhang, Kapitel 8).

#### Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien in TEUR

	2015	2014
<b>Stand 1. Januar</b>	<b>3.242</b>	0
Umklassifizierung aus zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	0	3.206
Währungsunterschiede, erfolgsneutral im Eigenkapital erfasst	326	25
<b>Stand 30. September</b>	<b>3.568</b>	3.231

#### Absicherung Nettoinvestition

Zum 30. September 2015 bestand ein Darlehen über 26 Mio. CHF, das im Umfang von 4 Mio. CHF zur Absicherung der Nettoinvestition in die Tochtergesellschaft Highlight Communications AG mit funktionaler Währung Schweizer Franken bestimmt ist und der Absicherung des Währungsrisikos des Konzerns aus dieser Investition dient. In den ersten neun Monaten 2015 wurde ein Verlust von 333 TEUR vor Steuern (nach Abzug latenter Steuern 242 TEUR) aus der Umrechnung des Sicherungsanteils dieses Darlehens direkt im Eigenkapital erfasst. Zum 30. September 2015 bestand keine Unwirksamkeit.

## 7. Segmentberichterstattung

Die Segmentinformationen basieren auf dem so genannten Management Approach.

Der Vorstand der Gesellschaft als Hauptentscheidungsträger (Chief Operating Decision Maker) entscheidet über die Ressourcenzuteilung auf die Segmente und beurteilt deren Erfolg 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. Sonstiges umfasst die administrativen Funktionen der Holding-Gesellschaft Constantin Medien AG.

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.

Im Segment Film sind die Aktivitäten der Constantin Film AG und deren Tochtergesellschaften sowie der Highlight Communications-Beteiligungen Rainbow Home Entertainment (ohne Pokermania GmbH und Comosa AG) zusammengefasst, da sie vergleichbare wirtschaftliche Merkmale aufweisen und hinsichtlich Art der Produkte, Dienstleistungen, Prozesse, Kunden

sowie der Methoden des Vertriebs vergleichbar sind. 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. Des Weiteren sind seit dem 2. Quartal 2015 die Geschäftsaktivitäten der am 31. März 2015 neu gegründeten Comosa AG, deren Zweck die Planung und Durchführung von Sport- und Unterhaltungsveranstaltungen sowie die Vermittlung, der Erwerb und die Verwertung von Rechten aller Art ist, diesem Segment zugeordnet.

Im Segment Übrige Geschäftsaktivitäten werden derzeit 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 Online-/Social-Gaming. 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.

### Segmentinformationen 1. Januar bis 30. September 2015 in TEUR

	Sport	Film	Sport- und Event-Marketing	Übrige Geschäftsaktivitäten	Sonstiges	Überleitung	Konzern
Außenumsätze	111.569	179.695	35.107	2.638	0	0	329.009
Konzerninnenumsätze	98	0	0	0	0	-98	0
Umsatzerlöse gesamt	111.667	179.695	35.107	2.638	0	-98	329.009
Übrige Segmenterträge	2.911	55.233	3.629	122	4.701	-3.757	62.839
Segmentaufwendungen	-106.708	-226.124	-25.279	-3.415	-9.626	3.855	-367.297
davon planmäßige Abschreibungen	-3.674	-39.899	-592	-281	-89	0	-44.535
davon Wertminderungen	-2	-2.116	0	0	0	0	-2.118
<b>Segmentergebnis</b>	<b>7.870</b>	<b>8.804</b>	<b>13.457</b>	<b>-655</b>	<b>-4.925</b>	<b>0</b>	<b>24.551</b>
<b>Nicht zugeordnete Ergebniselemente</b>							
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures							755
Finanzerträge							4.574
Finanzaufwendungen							-15.778
<b>Ergebnis vor Steuern</b>							<b>14.102</b>

**Segmentinformationen 1. Januar bis 30. September 2014 in TEUR**

	Sport	Film	Sport- und Event- Marketing	Übrige Geschäfts- aktivitäten	Sonstiges	Überleitung	Konzern
Außenumsätze	105.340	223.608	30.436	2.217	0	0	<b>361.601</b>
Konzerninnenumsätze	172	0	0	36	0	-208	<b>0</b>
Umsatzerlöse gesamt	105.512	223.608	30.436	2.253	0	-208	<b>361.601</b>
Übrige Segmenterträge	4.771	38.752	258	414	2.567	-3.338	<b>43.424</b>
Segmentaufwendungen	-107.606	-256.374	-19.466	-4.056	-10.118	3.546	<b>-394.074</b>
davon planmäßige Abschreibungen	-3.020	-77.455	-493	-616	-167	0	<b>-81.751</b>
davon Wertminderungen	0	-5.865	0	0	0	0	<b>-5.865</b>
<b>Segmentergebnis</b>	<b>2.677</b>	<b>5.986</b>	<b>11.228</b>	<b>-1.389</b>	<b>-7.551</b>	<b>0</b>	<b>10.951</b>
<b>Nicht zugeordnete Ergebniselemente</b>							
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures							<b>133</b>
Finanzerträge							<b>7.221</b>
Finanzaufwendungen							<b>-18.079</b>
<b>Ergebnis vor Steuern</b>							<b>226</b>

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.

## 8. Haftungsverhältnisse, Eventualverbindlichkeiten, sonstige finanzielle Verpflichtungen und Eventualforderungen

Gegenüber dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014 haben sich die Haftungsverhältnisse, Eventualverbindlichkeiten und die sonstigen finanziellen Verpflichtungen am 30. September 2015 um 19.640 TEUR auf 160.223 TEUR erhöht.

In der Berichtsperiode bestehen Eventualforderungen aus Rechtsstreitigkeiten, aus denen nach Einschätzung der Constantin Medien AG ein derzeit nicht verlässlich quantifizierbarer Zufluss von wirtschaftlichem Nutzen möglich ist.

## 9. 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 gewöhnlichen Geschäftstätigkeit. Die Forderungen gegen assoziierte Unternehmen und Joint Ventures beinhalten teilweise auch Darlehen, welche aus nicht verpflichtenden Finanzierungen von operativen Projekten entstanden sind. Der Umfang der im Berichtszeitraum getätigten Transaktionen ist aus der nachfolgenden Tabelle ersichtlich.

**Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen in TEUR**

	30.9.2015	31.12.2014
<b>Joint Ventures</b>		
Forderungen	629	2.802
Verbindlichkeiten	0	582
	<b>1.1. bis 30.9.2015</b>	1.1. bis 30.9.2014
Umsatzerlöse und sonstige Erträge	6.455	6.229
Material- und Lizenzaufwand und sonstige Aufwendungen	5.954	5.797
<b>Assoziierte Unternehmen</b>		
Forderungen	4.730	2.470
Verbindlichkeiten	0	0
	<b>1.1. bis 30.9.2015</b>	1.1. bis 30.9.2014
Umsatzerlöse und sonstige Erträge	1	37
Material- und Lizenzaufwand und sonstige Aufwendungen	0	56
<b>Sonstige nahestehende Unternehmen und Personen</b>		
Forderungen	188	0
Verbindlichkeiten	0	0
Rückstellungen	250	25
	<b>1.1. bis 30.9.2015</b>	1.1. bis 30.9.2014
Umsatzerlöse und sonstige Erträge	188	0
Rechts- und Beratungsaufwendungen	225	336

Zwischen der Constantin Medien AG und assoziierten Unternehmen sowie Joint Ventures bestanden in der Berichtsperiode wie 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 Unternehmen und Personen beinhalten im Wesentlichen die folgenden Beziehungen:

Zwischen der Constantin Medien AG und der Sozietät KUHN RECHTSANWÄLTE besteht ein Rechtsberatungsvertrag (siehe Geschäftsbericht 2014, Konzernanhang, Kapitel 11). In den ersten neun Monaten 2015 sind aus diesem Vertrag Aufwendungen von 225 TEUR (9M 2014: 78 TEUR) angefallen. Zum 30. September 2015 bestanden hieraus Verbindlichkeiten in Höhe von 0 TEUR (31. Dezember 2014: 0 TEUR). Für noch nicht abgerechnete Leistungen besteht eine Rückstellung in Höhe von 250 TEUR (31. Dezember 2014: 25 TEUR).

In der Vorjahresperiode sind aus dem Beratervertrag zwischen der Constantin Film-Gruppe und der Fred Kogel GmbH Aufwendungen von 258 TEUR angefallen. Zum 30. September 2014 wurde dieser Beratervertrag, der die Bereiche Lizenzhandel, TV-/Auftragsproduktion und Filmverleih umfasste, aufgehoben.

Die Constantin Medien AG macht durch eine Rechtsverfolgungsgemeinschaft ehemaliger Gesellschafter der Formel Eins GbR („Rechtsverfolgungsgemeinschaft“) Ansprüche außergerichtlich und/oder gerichtlich geltend, die sich aus einem als Teil einer Vereinbarung vom 17. Februar 2003 mit der BayernLB Motorsport Ltd. und der Bayerischen Landesbank über die Veräußerung der Beteiligung an der Speed Investments Ltd. vereinbarten Besserungsschein ergeben. Zwischen den Gesellschaftern der Rechtsverfolgungsgemeinschaft wurde vereinbart, dass die Kosten von Verfahren in diesem Zusammenhang von der Constantin Medien AG und der KF 15 Management GmbH & Co. KG, einem anderen Gesellschafter der Rechts-

verfolgungsgemeinschaft, getragen werden. Für den Fall einer erfolgreichen Beitreibung von Ansprüchen wurde zwischen den Gesellschaftern der Rechtsverfolgungsgemeinschaft eine Regelung zur Verteilung der nach Abzug der entstandenen Rechtsverfolgungskosten verbleibenden Erlöse getroffen. Das bisherige Verfahren in London gegen u.a. Herrn Ecclestone wurde 2014 beendet. Die Constantin Medien AG verfolgt ihre Ansprüche jedoch weiter. In der Berichtsperiode wurden aus der vorgenannten Kostenteilungsregelung der Rechtsverfolgungsgemeinschaft Forderungen gegen die KF 15 Management GmbH & Co. KG von 188 TEUR (31. Dezember 2014: 0 TEUR) verbucht. Weitergehende Angaben zu diesen Verfahren und den damit verbundenen Risiken, insbesondere den in diesem Zusammenhang getroffenen Maßnahmen, werden gemäß IAS 37.92 nicht gemacht, um das Ergebnis der Verfahren nicht zu beeinträchtigen.

Nahestehende Personen umfassen die Vorstände und Aufsichtsräte sowie deren Angehörige. Mit Wirkung zur Hauptversammlung am 10. Juni 2015 ist Antonio Arrigoni vorzeitig aus dem Vorstand der Constantin Medien AG ausgeschieden und hat das Unternehmen mit Wirkung zum 30. Juni 2015 verlassen. Gemäß Aufhebungsvereinbarung vom 9. Juni 2015 erhält Antonio Arrigoni mit Fälligkeit 30. Juni 2015 zur Abgeltung sämtlicher noch bestehender Ansprüche aus dem Anstellungsvertrag eine Einmalzahlung von 400 TEUR sowie als Ausgleich für den vorzeitigen Verlust seines Anstellungsverhältnisses eine Einmalzahlung von 1.200 TEUR mit Fälligkeit 2. Januar 2016. Des Weiteren wurde eine Karenzentschädigung von 400 TEUR vereinbart, deren Auszahlung bei Einhaltung am 30. Juni 2016 fällig ist. Zusätzlich kann Antonio Arrigoni den ihm gewährten Dienstwagen bis zum 30. Juni 2016 nutzen.

Weitere bedeutende Geschäftsvorfälle zwischen der Constantin Medien AG und Mitgliedern des Vorstands und des Aufsichtsrats sowie deren Angehörigen gab es in den ersten neun Monaten 2015 nicht.

Alle Geschäfte mit nahestehenden Unternehmen und Personen werden zu Bedingungen ausgeführt, wie sie auch mit fremden Dritten üblich sind.

## 10. Ereignisse nach der Berichtsperiode

### **Erwerb von weiteren 50 Prozent der Anteile an der PolyScreen Produktionsgesellschaft für Film und Fernsehen mbH, München**

Mit Vertrag vom 22. Oktober 2015 hat die Constantin Film AG, München, ihren Anteil an der PolyScreen Produktionsgesellschaft für Film und Fernsehen mbH, München, von 50 Prozent auf 100 Prozent erhöht. Bei erfolgter Kontrollenerlangung wird die bislang nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligung ab dem Erwerbszeitpunkt vollkonsolidiert und dem Segment Film zugeordnet. Die Gesellschaft produziert im Wesentlichen Auftragsproduktionen für deutsche Fernsehsender. Mit dem Erwerb baut der Konzern seine Produktionsaktivitäten weiter aus. Der Barkaufpreis für die erworbenen Anteile beträgt 500 TEUR zuzüglich einer variablen Kaufpreiskomponente von maximal 750 TEUR, deren Höhe sich nach der Beauftragung und Produktion von Auftragsproduktionen richtet. Der Erwerb steht bisher unter dem Vorbehalt der Genehmigung durch das Bundeskartellamt und wird voraussichtlich im vierten Quartal 2015 abgeschlossen. Die Transaktion wird als Unternehmenszusammenschluss im Sinne des IFRS 3 Unternehmenszusammenschlüsse erfasst.

Ismaning, 10. November 2015

**Constantin Medien AG**

**Bernhard Burgener**

Vorsitzender des Vorstands

**Hanns Beese**

Vorstand Finanzen

**Fred Kogel**

Vorstand Produktion, Prozessmanagement, Integration



## Finanzkalender 2015

### 21. Mai 2015

Bericht zum 1. Quartal 2015

### 10. Juni 2015

Ordentliche Hauptversammlung zum Geschäftsjahr 2014

### 13. August 2015

Halbjahresfinanzbericht 2015

### 11. November 2015

Bericht zum 3. Quartal 2015

### 24./25. November 2015

Eigenkapital-Forum, Frankfurt am Main

### 8./9. Dezember 2015

Münchener Kapitalmarkt Konferenz

## 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

# CONSTANTIN MEDIEN AG

CONSTANTIN MEDIEN AG

Münchener Straße 101g  
85737 Ismaning, Germany

[constantin-medien.de](http://constantin-medien.de)