



Highlight

Highlight Communications AG

Zwischenbericht zum 31. März 2015





Roter Teppich in Köln: Zusammen mit zahlreichen begeisterten Fans feierten die Hauptdarstellerinnen der Constantin Film-Erfolgskomödie „Frau Müller muss weg“ die Deutschlandpremiere.

Auf einen Blick: Ereignisse im ersten Quartal 2015

JANUAR

Bei der Verleihung des Bayerischen Filmpreises, die am 16. Januar 2015 stattfand, wird die Constantin Film-Co-Produktion „Frau Müller muss weg“ mit dem Drehbuchpreis ausgezeichnet. Die Komödie unter der Regie von Sönke Wortmann ist auch an den Kinokassen ein grosser Erfolg und hat bislang schon mehr als eine Million Zuschauer begeistert.

FEBRUAR

Auf dem Filmmarkt der Berlinale 2015 sichert sich die Constantin Film-Gruppe die deutschsprachigen Auswertungsrechte an „That’s What I’m Talking About“ – dem neuen Projekt des letztjährigen Berlinale-Regiepreisgewinners Richard Linklater. Der Film, zu dem Linklater auch das Drehbuch schrieb, befindet sich bereits in der Postproduktion.

MÄRZ

Im Vermarktungsprozess der kommerziellen Rechte der UEFA Champions League und der UEFA Europa League (jeweils für die Spielzeiten 2015/16 bis 2017/18) erreicht die TEAM-Gruppe Ende März 2015 die mit der UEFA vereinbarten Leistungsziele. Aufgrund dieser Tatsache wird zwischen der UEFA und TEAM ein neuer Agenturvertrag zur weltweiten Vermarktung der UEFA-Klubwettbewerbe für drei weitere Spielzeiten (2018/19 bis 2020/21) abgeschlossen. Unter der Voraussetzung einer entsprechenden Performance gilt er darüber hinaus auch für den Zeitraum 2021/22 bis 2023/24.

Members of the Highlight Group

Constantin Film

 RAINBOW
HOME ENTERTAINMENT

 TEAM¹
MARKETING

 HIGHLIGHT EVENT & ENTERTAINMENT

Inhalt

Vorwort	2
Die Highlight-Aktie	4
Zwischenlagebericht	7
Grundlagen des Konzerns	7
Bericht über den Geschäftsverlauf und die Lage im Segment Film	8
Bericht über den Geschäftsverlauf und die Lage im Segment Sport- und Event-Marketing	12
Bericht über den Geschäftsverlauf und die Lage im Segment Übrige Geschäftsaktivitäten	13
Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage der Highlight-Gruppe	14
Personalbericht	16
Nachtragsbericht	16
Risiko- und Chancenbericht	17
Prognosebericht	18
Konsolidierte Quartalsrechnung zum 31. März 2015	21
Konsolidierte Bilanz	22
Konsolidierte Gewinn- und Verlustrechnung	24
Konsolidierte Gesamtergebnisrechnung	25
Entwicklung des konsolidierten Eigenkapitals	26
Konsolidierte Kapitalflussrechnung	28
Anhang zur konsolidierten Quartalsrechnung	29
Termine 2015	(im Umschlag hinten)

VORWORT

Sehr geehrte Aktionäre, sehr geehrte Interessenten,

die Highlight-Gruppe ist solide in das Geschäftsjahr 2015 gestartet.

Der deutsche Kinomarkt verzeichnete im ersten Quartal 2015 deutlich ansteigende Umsatz- und Besucherzahlen gegenüber dem Vorjahreszeitraum, wobei der Zuschauer-Marktanteil deutscher Filme bei 33% lag. Dazu trugen auch zwei Neustarts der Constantin Film-Gruppe bei, die sich mit insgesamt drei Filmen einen Marktanteil von 5,2% nach Besuchern sichern konnte. Einen Überraschungserfolg feierte die Sönke Wortmann-Komödie „Frau Müller muss weg“, die mehr als eine Million Besucher begeisterte. Eine gute Performance zeigte auch der Jugendfilm „Fünf Freunde 4“, der immer noch erfolgreich in den Kinos läuft und bislang schon mehr als 980.000 Zuschauer anlockte.

Im Geschäftsfeld Home Entertainment konnte die Highlight-Gruppe erneut von attraktiven Neuveröffentlichungen unter dem Constantin Film-Label sowie absatzstarken Zweitvermarktungen profitieren. Zu den Verkaufshits des ersten Quartals 2015 zählten insbesondere der Lizenztitel „Step Up: All In“ und der Dauerbrenner „Fack Ju Göhte“.

Im Vermarktungsprozess der kommerziellen Rechte der UEFA Champions League und der UEFA Europa League (jeweils für den Spielzyklus 2015/16 bis 2017/18) gelang es der TEAM-Gruppe Ende März 2015, die mit der UEFA vereinbarten Leistungsziele zu erreichen. Auf der Basis dieses Erfolgs wurde ein neuer Agenturvertrag zwischen beiden Parteien abgeschlossen. Diese Vereinbarung umfasst die weltweite Vermarktung der UEFA-Klubwettbewerbe für die Spielzeiten 2018/19 bis 2020/21 und gilt – unter der Voraussetzung einer entsprechenden Performance – auch für drei weitere Spielzeiten (2021/22 bis 2023/24).

Die Finanzkennzahlen der Highlight Communications AG wurden im ersten Quartal wesentlich beeinflusst durch den Entscheid der Schweizerischen Nationalbank vom 15. Januar 2015, die Anbindung des Schweizer Franken an den Euro und den Mindestkurs von 1,20 EUR/CHF aufzugeben. Zum Bilanzstichtag 31. Dezember 2014 lag der Wechselkurs bei 1,21 EUR/CHF und zum 31. März 2015 betrug er 1,04 EUR/CHF; dies spiegelt eine Erstarkung des Schweizer Franken um rund 14 Prozentpunkte gegenüber dem Euro wider.

Der Konzernumsatz der ersten drei Monate lag mit 64,3 Mio. CHF erwartungsgemäss unter dem Vergleichswert des Vorjahres (125,7 Mio. CHF). Der Rückgang resultiert in erster Linie aus gesunkenen Ausenumsätzen des Segments Film, da im Gegensatz zum Vorjahr im ersten Quartal 2015 keine internationale Constantin Film-Produktion gestartet wurde. Der operative Konzernaufwand sank entsprechend um 62,3 Mio. CHF auf 74,9 Mio. CHF und das Betriebsergebnis (EBIT) erhöhte sich auf 5,0 Mio. CHF – ein Anstieg um den Faktor fünf gegenüber dem ersten Quartal 2014 (0,9 Mio. CHF).

Das Konzernperiodenergebnis in Höhe von 0,6 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 1,0 Mio. CHF) war leicht rückläufig, wobei der Ergebnisanteil der Highlight-Aktionäre konstant bei 0,7 Mio. CHF blieb. In Relation zur Aktienanzahl, die sich durchschnittlich im Umlauf befand, entspricht das einem Gewinn je Aktie von 0,02 CHF (Vergleichsperiode: 0,02 CHF).

Dass sich die positive EBIT-Entwicklung nicht im Periodenergebnis niederschlug, ist im Wesentlichen auf Währungseinflüsse zurückzuführen. Die Finanzaufwendungen von -5,96 Mio. CHF sind im Wesentlichen bedingt durch die Veränderungen in den Debitoren- und Währungsbeständen aufgrund der starken Aufwertung des Schweizer Franken gegenüber dem Euro.

Das Segment Film erzielte im Zeitraum Januar bis März 2015 Aussenumsätze in Höhe von 52,0 Mio. CHF. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (112,7 Mio. CHF) entspricht das einem Rückgang um 60,7 Mio. CHF. Die Segmentaufwendungen reduzierten sich gleichzeitig um 62,2 Mio. CHF auf 65,3 Mio. CHF. Das Segmentergebnis verbesserte sich um 2,0 Mio. CHF auf -0,5 Mio. CHF.

Im Segment Sport- und Event-Marketing wurden im Berichtsquartal Aussenumsätze in Höhe von 11,3 Mio. CHF realisiert, was einem Minus von 1,1 Mio. CHF gegenüber dem Vorjahreszeitraum (12,4 Mio. CHF) entspricht. Dieser Rückgang wurde durch einen Anstieg der übrigen Erträge um 2,8 Mio. CHF auf 2,9 Mio. CHF mehr als ausgeglichen, sodass das Segmentergebnis mit 6,8 Mio. CHF über dem Vergleichswert des Vorjahres (5,4 Mio. CHF) lag.

Im Fokus der Highlight Event AG stand zunächst die erfolgreiche kommerzielle Abwicklung des Neujahrskonzerts 2015 der Wiener Philharmoniker. Die Traditionsveranstaltung wurde in mehr als 80 Ländern übertragen und unterstrich damit erneut ihre Bedeutung als weltweit grösstes Event der klassischen Musik. Weitere Schwerpunkte waren die Vorbereitungen für das Sommernachtskonzert der Wiener Philharmoniker und den Eurovision Song Contest 2015, der vom 19. bis 23. Mai in Wien ausgetragen wird.

Die Aussenumsätze des Segments Übrige Geschäftsaktivitäten stiegen leicht von 0,7 Mio. CHF auf 1,0 Mio. CHF, während sich die Segmentaufwendungen von 1,5 Mio. CHF auf 1,4 Mio. CHF verringerten. Der Segmentverlust, der nach wie vor aus dem Bereich Online-/Social-Gaming resultiert, konnte somit von 0,7 Mio. CHF auf 0,4 Mio. CHF reduziert werden.

Im Geschäftsfeld Kinoverleih hat die Constantin Film-Gruppe im laufenden Quartal drei Filmstarts geplant: den Fantasyfilm „Mara und der Feuerbringer“ (am 2. April angelaufen), das Sequel „Ostwind 2“ (am 14. Mai gestartet) und die Komödie „Abschussfahrt“ (Kinostart: 21. Mai). Der Verleihschwerpunkt wird – wie schon in den Vorjahren – auf dem dritten und vierten Quartal liegen. In diesem Zeitraum werden unter anderem die internationale Co-Produktion „Fantastic Four“, Teil 2 von „Fack Ju Göhte“ und die Romanverfilmung „Er ist wieder da“ in die deutschen Kinos kommen.

Für das Gesamtjahr 2015 rechnen wir nach wie vor mit einem Konzernumsatz von 310 bis 330 Mio. CHF und einem Konzernperiodenergebnis der Anteilseigner in Höhe von 14 bis 16 Mio. CHF.

DIE HIGHLIGHT-AKTIE

Entwicklung der Kapitalmärkte

Die Entwicklung der internationalen Aktienmärkte wurde im ersten Quartal 2015 insbesondere von der gegensätzlich ausgerichteten Politik der Notenbanken diesseits und jenseits des Atlantiks beeinflusst. Während die US-amerikanische Federal Reserve ihr Anleihekaufprogramm im Jahr 2014 beendete und die Marktteilnehmer sukzessive auf eine erste Erhöhung der Leitzinsen vorbereitete, verfolgten sowohl die Europäische Zentralbank (EZB) als auch die Bank of Japan weiterhin eine ultralockere Geldpolitik. So kündigte beispielsweise die EZB Mitte Januar ein sogenanntes „Quantitative Easing“-Programm an, das von März 2015 bis September 2016 laufen soll und den Aufkauf von Euro-Anleihen im Wert von 60 Mrd. EUR pro Monat vorsieht.

Vor diesem Hintergrund erreichten einige europäische Leitindizes neue Höchststände, während ihre amerikanischen Pendanten nahezu auf der Stelle traten. So verlor beispielsweise der Dow Jones Industrial Average Index in den ersten drei Monaten des laufenden Jahres 0,3 % an Wert und ging am 31. März 2015 mit 17.776 Punkten aus dem Handel. Im Gegensatz dazu konnte der japanische Nikkei 225 erstmals seit dem Jahr 2000 die 19.000-Punkte-Schwelle durchbrechen. Mit einer Schlussnotierung von 19.207 Punkten erzielte er im ersten Quartal 2015 ein Plus von 10,1 %.

Eine noch bessere Performance zeigte der deutsche Aktienmarkt, der in besonderem Ausmass von der EZB-Ankündigung profitieren konnte. Der Leitindex DAX markierte dabei im Quartalsverlauf ein Allzeithoch von 12.219 Punkten. Er beendete das Quartal bei 11.966 Punkten, was einem Anstieg von 22,0 % entspricht. Ähnlich gut entwickelten sich der Small-Cap-Index SDAX, der um 17,1 % auf 8.417 Punkte zulegen konnte, und der Index für deutsche Medienwerte (DAXsector Media), der 20,9 % an Wert gewann und mit 423 Punkten aus dem Handel ging.

Die Entwicklung des Swiss Market Index (SMI) war dagegen geprägt von der unvorhergesehenen Entscheidung der Schweizerischen Nationalbank, den Mindestkurs von 1,20 Schweizer Franken in Relation zum Euro mit Wirkung zum 15. Januar 2015 aufzuheben. Direkt nach dieser Bekanntmachung brachen die Kurse um rund 15 % ein, konnten sich bis Ende März jedoch wieder erholen, sodass der SMI bei einer Schlussnotierung von 9.129 Punkten das Quartal noch mit einem kleinen Plus von 1,6 % beendete.

Entwicklung der Highlight-Aktie im ersten Quartal 2015

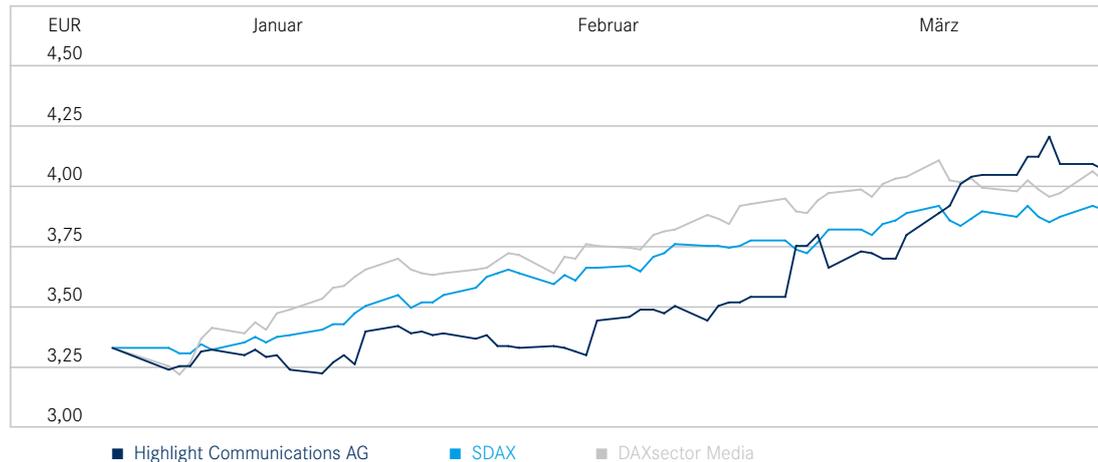
Mit einem Jahresschlusskurs von 3,33 EUR in das neue Börsenjahr gestartet, war der Kursverlauf der Highlight-Aktie in den ersten drei Handelswochen von einer leichten Abwärtstendenz gekennzeichnet. In dieser Phase erreichte die Notierung am 19. Januar ihr vorläufiges Schlusskurs-Jahrestief bei 3,22 EUR. In der darauf folgenden Erholungsphase entwickelte sich der Kurs dann sukzessive nach oben und erreichte Ende Februar ein Niveau von 3,54 EUR.

Nach der Ad-hoc-Veröffentlichung unserer vorläufigen, sehr positiven Zahlen für das Geschäftsjahr 2014, die am 2. März 2015 erfolgte, verzeichnete die Notierung einen steilen Anstieg, der sie in der Spitze bis auf 4,21 EUR führte. Am 31. März ging die Highlight-Aktie mit 4,07 EUR aus dem Xetra-Handel, was einem Kursplus von 22,2 % in den ersten drei Monaten des laufenden Jahres entspricht. Das 52-Wochen-Hoch lag zum Quartalsende bei 4,24 EUR (27. März 2015) und das 52-Wochen-Tief bei 2,97 EUR (29. Oktober 2014).

Im Zeitraum Januar bis März 2015 wurden im Xetra-Handelssystem der Deutsche Börse AG 1,10 Millionen Highlight-Aktien umgesetzt, was einem Durchschnitt von rund 17.800 Stück pro Handelstag entspricht. Im Vergleich zum ersten Quartal 2014 (rund 22.300 Stück pro Handelstag) haben sich die Umsätze des Titels somit um 20,2 % verringert. Im Handelsvolumen-Ranking der Deutsche Börse AG für die Segmente unterhalb des DAX lag die Highlight-Aktie zum 31. März 2015 damit auf Platz 127 (Jahresende 2014: 126). Beim Bewertungskriterium „Free-Float-Marktkapitalisierung“ rangierte sie auf Platz 116 (Jahresende 2014: 117).

Xetra-Schlusskurse der Highlight-Aktie im Vergleich zu SDAX und DAXsector Media

Indizes zum Vergleich indexiert auf den Highlight-Schlusskurs zum 31. Dezember 2014



Gezeichnetes Kapital und Aktionärsstruktur

Zum 31. März 2015 betrug das gezeichnete Kapital der Highlight Communications AG nach wie vor 47,25 Mio. CHF. Es ist eingeteilt in 47,25 Millionen Inhaberaktien zum Nennwert von 1,00 CHF. Transaktionen mit eigenen Anteilen wurden im Berichtszeitraum nicht getätigt, sodass der Bestand an eigenen, nicht stimmberechtigten Aktien zum Quartalsende weiterhin bei rund 2,82 Millionen Stück lag. In Relation zum gezeichneten Kapital entspricht das einem Anteil von 5,96%. Ohne Berücksichtigung dieses Bestands befanden sich demzufolge 44,43 Millionen Aktien im Umlauf.

Unverändert blieb im Berichtszeitraum auch die Aktionärsstruktur unseres Unternehmens. 52,39% der Highlight-Aktien befinden sich im Besitz der Constantin Medien AG. Weitere wesentliche Aktienpakete werden von Mitgliedern des Verwaltungsrates sowie von privaten und institutionellen Investoren gehalten. Der Streubesitz (Free Float) gemäss Indexgewichtung der Deutsche Börse AG lag zum 31. März 2015 bei 41,65%.

Investor-Relations-Aktivitäten

Die Strategie der Highlight-Gruppe war von Anfang an auf eine nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes ausgerichtet. Ein wesentliches Element zur Unterstützung dieser Strategie ist eine kontinuierliche und offene Kommunikation mit den Kapitalmarktteilnehmern. Die Zielgruppe der Finanzanalysten, Fondsmanager und institutionellen Investoren informieren wir deshalb ausführlich in zahlreichen Einzelgesprächen, um ihnen die Einschätzung unserer aktuellen Geschäftslage und der Zukunftsperspektiven der Highlight-Gruppe zu erleichtern. Darüber hinaus führen wir Roadshows und Präsentationen an wichtigen Finanzplätzen durch.

Unser zentrales Informationsinstrument für alle Interessenten ist jedoch nach wie vor unsere Webseite (www.highlight-communications.ch). Dem Grundsatz des „Fair Disclosure“ folgend, veröffentlichen wir dort zeitnah alle relevanten Unternehmensinformationen. Dies betrifft in erster Linie Presse- und Ad-hoc-Mitteilungen sowie unsere Geschäfts- und Zwischenberichte, die entweder online gelesen oder in gedruckter Form jederzeit kostenlos bei uns angefordert werden können. Die Termine der wichtigsten Veröffentlichungen und Veranstaltungen sind in übersichtlicher Form in unserem Finanzkalender zusammengefasst.

Die Highlight-Aktie wird derzeit aktiv von zahlreichen Researchhäusern beobachtet. Aktuell sind folgende Studien mit Kurszielen erstellt worden:

Oddo Seydler	Einschätzung: Kaufen	Kursziel: 5,50 EUR
DZ BANK	Einschätzung: Kaufen	Kursziel: 5,40 EUR

Informationen zur Highlight-Aktie zum 31. März 2015

ISIN/Börsenkürzel	CH 000 653 9198 / HLG
Index	DAXsector Media
Schlusskurs	4,07 EUR
52-Wochen-Hoch	4,24 EUR
52-Wochen-Tief	2,97 EUR
Gezeichnetes Kapital	47,25 Mio. CHF
Aktien im Umlauf	44,43 Mio. Stück
Marktkapitalisierung (bezogen auf Aktien im Umlauf)	180,8 Mio. EUR

Directors' Dealings/Aktienbesitz von Organen zum 31. März 2015

Im Februar 2015 erwarb das Verwaltungsratsmitglied Dr. Erwin V. Conradi 6.000 Highlight-Aktien und stockte seinen Besitz damit auf 206.000 Anteile auf. Das Verwaltungsratsmitglied Dr. Dieter Hahn kaufte im März 2015 insgesamt 1.478.802 Anteile, womit sich sein Bestand an Highlight-Aktien auf 1.499.802 erhöhte. Von den übrigen Mitgliedern des Verwaltungsrates und der Konzernleitung erhielten wir im Berichtszeitraum keine Meldungen über mitteilungspflichtige Erwerbs- oder Veräusserungsgeschäfte.

Der Präsident und Delegierte des Verwaltungsrates, Bernhard Burgener, sowie die Verwaltungsratsmitglieder René Camenzind und Dr. Dieter Hahn hielten zum Ende des ersten Quartals 2015 jeweils direkt oder indirekt einen Bestand an Highlight-Aktien, der mehr als 1% des gezeichneten Kapitals entsprach. Der jeweilige Aktienbesitz und die Aktienansprüche aus Optionsrechten der Mitglieder des Verwaltungsrates und der Konzernleitung (inkl. der ihnen nahestehenden Personen) stellten sich zum 31. März 2015 wie folgt dar:

	Aktienbesitz	Aktienanspruch aus Optionen
Verwaltungsrat		
Bernhard Burgener, Präsident und Delegierter, exekutives Mitglied	2.000.000	-
Martin Wagner, Vizepräsident, exekutives Mitglied	-	-
Antonio Arrigoni, nicht exekutives Mitglied	-	-
René Camenzind, nicht exekutives Mitglied	628.715	-
Dr. Erwin V. Conradi, nicht exekutives Mitglied	206.000	-
Dr. Dieter Hahn, nicht exekutives Mitglied	1.499.802	-
Martin Hellstern, nicht exekutives Mitglied	200.000	-
Dr. Ingo Mantzke, exekutives Mitglied	100.000	-
Konzernleitung		
Dr. Paul Graf, Managing Director	-	-
Peter von Büren, Managing Director	-	-

ZWISCHENLAGEBERICHT

GRUNDLAGEN DES KONZERNS

Konzernstruktur und Geschäftstätigkeit

Die seit Mai 1999 an der Frankfurter Wertpapierbörse notierte Highlight Communications AG ist eine international ausgerichtete Strategie- und Finanzholding mit Sitz in Pratteln bei Basel. Über ihre operativ tätigen Tochtergesellschaften agiert sie in den Segmenten Film, Sport- und Event-Marketing sowie Übrige Geschäftsaktivitäten.

Die Konzernstruktur, Geschäftstätigkeit sowie die wesentlichen Finanzierungsquellen der Segmente zum 31. März 2015 entsprechen der Darstellung im Bericht über die Lage der Highlight-Gruppe im Geschäftsbericht 2014 (vgl. Geschäftsbericht 2014, Seite 40 f).

Steuerungssystem und Leistungsindikatoren

Konzernsteuerung

Verantwortlich für die strategische Ausrichtung und Steuerung der Highlight-Gruppe ist der Verwaltungsrat der Highlight Communications AG. Die Verantwortung für die operativen Aktivitäten liegt dagegen beim Führungsgremium der jeweiligen Tochtergesellschaft. Bei der Team Holding AG ist dies der Verwaltungsrat, der aus vier Mitgliedern besteht, bei der Constantin Film AG der Vorstand, der ebenfalls vier Personen umfasst, und bei der Highlight Event & Entertainment AG der aus drei Mitgliedern bestehende Verwaltungsrat. Grundlage für die Steuerung aller Aktivitäten innerhalb der Highlight-Gruppe sind Kurz- und Mittelfristplanungen sowie regelmässige Reportings.

Finanzielle Leistungsindikatoren

Vorrangiges Ziel der Highlight-Gruppe ist die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes. Zur Planung, Steuerung und Kontrolle der Geschäfte wurde daher ein Wertmanagement-System entwickelt und eingeführt. Die wesentlichen finanziellen Steuerungsgrössen sind das Betriebsergebnis (EBIT) und die EBIT-Marge, die sich aus dem Verhältnis zwischen EBIT und Umsatzerlösen errechnet. Ein weiterer wichtiger Parameter ist das Ergebnis je Aktie.

Nicht finanzielle Leistungsindikatoren

Der wirtschaftliche Erfolg der Gruppe wird darüber hinaus von nicht finanziellen Leistungsindikatoren beeinflusst, die aus den spezifischen Anforderungen des jeweiligen Geschäftsmodells in den Segmenten Film, Sport- und Event-Marketing sowie Übrige Geschäftsaktivitäten resultieren.

Gegenüber der Darstellung im Bericht über die Lage der Highlight-Gruppe des Geschäftsberichts 2014 gab es bei den nicht finanziellen Leistungsindikatoren der einzelnen Segmente keine Veränderungen.

Rechtliche Einflussfaktoren

Die Highlight Communications AG hat einer Vielzahl börsenrechtlicher und gesetzlicher Vorschriften zu folgen. Als Aktiengesellschaft nach Schweizer Recht richtet sie sich - neben den Bestimmungen der Frankfurter Wertpapierbörse für den regulierten Markt (Prime Standard) - nach den „Codes of Best Practice“ der SIX Swiss Exchange. Die operativen Aktivitäten der Highlight-Tochter- und -Beteiligungsgesellschaften erfolgen im Einklang mit einer Vielzahl medien-, datenschutz- und urheberrechtlicher sowie regulatorischer Vorgaben.

Im Vergleich zur Darstellung im Bericht über die Lage der Highlight-Gruppe des Geschäftsberichts 2014 der Highlight Communications AG gab es bei den rechtlichen Einflussfaktoren des Segments Film folgende Veränderungen:

Die deutsche Kinofilmproduktion – so auch die Constantin Film-Gruppe – ist auf Fördermittel angewiesen. Das Budget des Deutschen Filmförderfonds (DFFF) wurde zwar – nach der Kürzung auf 50 Mio. EUR – dauerhaft festgeschrieben, es bleibt jedoch das Problem der Höchstfördergrenze sowie der Berechnungsbasis (derzeit in Höhe von 80 % des Budgets), die andere europäische Länder (wie z. B. Grossbritannien) abzuschaffen versuchen, sodass 100 % des Budgets zur Berechnung herangezogen werden können.

Darüber hinaus steht die Novellierung des Filmförderungsgesetzes an, wobei die Verbesserungsansätze unter anderem darauf ausgerichtet sind, dass sich das Fördersystem den Herausforderungen der Digitalisierung stellen muss. Digitale Auswerter, die ihren Firmensitz im Ausland haben, sollten ihren Solidarbeitrag zur Filmförderung zahlen. Gleiches gilt für die Gruppe der Internetprovider.

Die Europäische Kommission diskutiert – insbesondere aufgrund der Lizenzpolitik von internationalen Grosskonzernen wie Amazon, Google und Microsoft – derzeit eine Änderung des Urheberrechts, deren Ziel die Aufhebung der territorialen Begrenzung von Lizenzrechten ist. Gegen diese Pläne hat sich eine breite Front von Rechteinhabern, Produzenten, Auswertern und Kreativen ausgesprochen. So argumentiert beispielsweise die Produzentenallianz, dass das Territorialitätsprinzip die Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Vermarktung und damit für die Wirtschaftlichkeit und Finanzierbarkeit von Filmproduktionen sei. Die Abschaffung dieses Prinzips würde die Umsetzung von massgeschneiderten (notwendigen) Vertriebsstrategien behindern.

Marktforschung und Entwicklung

Im Vergleich zur Darstellung im Bericht über die Lage der Highlight-Gruppe des Geschäftsberichts 2014 der Highlight Communications AG gab es im Hinblick auf die Aktivitäten der Gesellschaften in den verschiedenen Segmenten im Bereich Marktforschung und Entwicklung keine Veränderungen.

BERICHT ÜBER DEN GESCHÄFTSVERLAUF UND DIE LAGE IM SEGMENT FILM

Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Kinoproduktion/Rechteeerwerb

Vor dem Hintergrund der anhaltenden Debatten über die Aufhebung der territorialen Begrenzung von Lizenzrechten auf europäischer Ebene könnten vor allem Lizenzstrategien und Finanzierungsmodelle (Fördergelder etc.) als gefährdet angesehen werden.

Im Bereich Rechteeerwerb und Lizenzhandel waren – auch wenn dies aufgrund des noch „jungen Jahres“ noch nicht zu bewerten ist – Angebot und Nachfrage an hochwertiger Lizenzware auf der Berlinale eher schwach. Abschlussmöglichkeiten für entsprechende Auswertungsverträge sind inzwischen eher die Ausnahme als die Regel.

Kinoverleih

Der deutsche Kinomarkt ist sehr erfolgreich in das Jahr 2015 gestartet. Mit grossen Blockbustern und einem sehr guten Genre-Mix aus US-Produktionen und deutschen Filmen wurden im ersten Quartal rund 300 Mio. EUR umgesetzt und rund 37,2 Millionen Tickets verkauft. Gemessen am Vergleichszeitraum des Vorjahres sind beide Werte somit um jeweils knapp 21 % angestiegen. Mit dieser massiven Steigerung ist das erste Quartal 2015 das umsatz- und besucherstärkste der letzten fünf Jahre.

Der Motor dieses Erfolgs war die Ende Dezember 2014 gestartete Til Schweiger-Roadcomedy „Honig im Kopf“, die in den ersten drei Monaten des laufenden Jahres rund 5,56 Millionen Zuschauer in die Kinos lockte.

Beeindruckende Resultate erzielte auch das Erotikdrama „Fifty Shades of Grey“, das sich mit 4,26 Millionen Kinobesuchern zum besten Neustart des laufenden Jahres entwickelte. Neben diesen beiden Ausnahmefilmen konnten im ersten Quartal 2015 sieben weitere (nationale und internationale) Produktionen mehr als eine Million Zuschauer generieren.

Die Liste der besucherstärksten deutschen Neustarts des laufenden Jahres wird angeführt von der Komödie „Traumfrauen“ mit rund 1,56 Millionen Besuchern, gefolgt von den Constantin Film-Co-Produktionen „Frau Müller muss weg“ (rund 1,04 Millionen) und „Fünf Freunde 4“ (rund 840.000). Auf der Basis dieser Publikums-erfolge lag der Besucher-Marktanteil deutscher Filme nach den ersten drei Monaten des Jahres 2015 bei 33%.

Der US-Kinomarkt verzeichnete im ersten Quartal ein Umsatzplus von 4%. Fünf Filme übertrafen in diesem Zeitraum die Marke von 100 Mio. USD an den Kinokassen: „American Sniper“ (345 Mio. USD), „Fifty Shades of Grey“ (165 Mio. USD), „SpongeBob Schwammkopf“ (160 Mio. USD), „Cinderella“ (157 Mio. USD) und „Kingsman: The Secret Service“ (120 Mio. USD).

Home Entertainment

Die deutsche Home-Entertainment-Branche konnte in den ersten zwei Monaten des Jahres 2015*) das Niveau des Vorjahres nicht erreichen und verzeichnete bei einem Gesamtmarktumsatz von 250 Mio. EUR einen Rückgang von rund 5% gegenüber dem Vergleichswert des Vorjahres (263 Mio. EUR).

Die gesunkenen Umsatzerlöse resultieren vorwiegend aus der verhaltenen Entwicklung im Kaufmarkt, der mit 195 Mio. EUR um 7% unter dem Vorjahresniveau (209 Mio. EUR) lag. Der Video-Leihmarkt konnte mit 55 Mio. EUR dagegen einen leichten Zuwachs im Vergleich zu den ersten beiden Monaten des Jahres 2014 (54 Mio. EUR) verzeichnen. Innerhalb des Kaufmarktes sind die Umsätze mit physischen Bildtonträgern (DVD und Blu-ray) von 194 Mio. EUR im Zeitraum Januar bis Februar 2014 auf 177 Mio. EUR gesunken. Der digitale Kaufmarkt (Electronic-Sell-Through) hat sich dagegen weiterhin positiv entwickelt und konnte um 23% auf 18 Mio. EUR (Vorjahr: 15 Mio. EUR) zulegen.

Die Konsolidierung im Video-Leihmarkt ist vor allem auf den weiter wachsenden Digitalbereich zurückzuführen. Während die Umsätze aus dem Verleih physischer Trägermedien (DVD und Blu-ray) um 7% auf 35 Mio. EUR (Vorjahr: 38 Mio. EUR) zurückgingen, konnte das digitale Format Transactional-Video-on-Demand (TVoD) den Umsatz mit 20 Mio. EUR (Vorjahr: 16 Mio. EUR) um 22% steigern. Der Umsatzanteil digitaler Angebote am Gesamtmarktumsatz ist im Periodenvergleich damit von 12% im Jahr 2014 auf aktuell 15% angestiegen.

**) Die Daten für das erste Quartal 2015 lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor.*

Lizenzhandel/TV-Auswertung

Die frei empfangbaren Fernsehsender konkurrieren immer stärker mit Bezahlsendern, Download-Portalen und Streaming-Plattformen. Im Zuge dieser Entwicklung werden die TV-Konsumenten zu Programmleitern und können bestimmen, wann sie welches Programm sehen möchten. Mittlerweile liefern die Online-Videotheken auch exklusive Eigenproduktionen, die im traditionellen Fernsehen gar nicht angeboten werden. Dagegen existieren aber nach wie vor auch Sendungen, wie beispielsweise Übertragungen von Sportveranstaltungen, bei denen das traditionelle Fernsehen erste Wahl bleiben wird. Ausserdem muss die Frage gestellt werden, für wie viele Abonnement-Sender die Verbraucher bereit sind, Geld zu zahlen.

TV-Auftragsproduktion

Die Verteilung der Erlöse aus TV-Auftragsproduktionen wird immer wieder diskutiert. Im Verlauf der diesjährigen Berlinale wurde deutlich, dass es für jeden Bereich eigene Verhandlungen und Vereinbarungen über neue Modelle der vertraglichen Ausgestaltung von TV-Auftragsproduktionen gibt. So werden derzeit beispielsweise mit dem ZDF Verhandlungen über Dokumentationen und teilfinanzierte Auftragsproduktionen geführt, während mit der ARD in den Bereichen Drehbuch und Regie verhandelt wird. Gemeinsame oder allgemein gültige Vergütungsregeln sind damit noch nicht in Sicht.

Operative Entwicklung

Zwei Kinofilme im Dreh

Im ersten Quartal wurden die bereits im Dezember 2014 gestarteten Dreharbeiten zur Constantin Film-Co-Produktion „Fack Ju Göhte 2“ fortgesetzt. Unter der Regie von Bora Dagtekin standen dabei unter anderem Elyas M'Barek, Karoline Herfurth und Katja Riemann vor der Kamera. Der Film soll am 10. September 2015 in die deutschen Kinos kommen.

Darüber hinaus fiel im Berichtszeitraum die erste Klappe zur Rat Pack-Produktion „Die Lochis – Bruder vor Luder“, mit der die YouTube-Stars Heiko und Roman Lochmann (aka „Die Lochis“) erstmals auf die grosse Leinwand kommen. Geplanter Kinostart dieser Komödie ist der 24. Dezember 2015.

Erste Auszeichnung im Jahr 2015

Bei der Verleihung des Bayerischen Filmpreises am 16. Januar 2015 wurde die Constantin Film-Co-Produktion „Frau Müller muss weg“ mit dem Drehbuchpreis ausgezeichnet. Die bissige Komödie unter der Regie von Sönke Wortmann war auch an den Kinokassen ein grosser Erfolg.

Zwei Filme mit guter Performance im Kinoverleih

Die Constantin Film-Gruppe brachte im ersten Quartal 2015 mit „Frau Müller muss weg“, „Fünf Freunde 4“ und „Afrika – Das magische Königreich“ drei Filme (zwei Eigen-/Co-Produktionen und einen Lizenztitel) in die deutschen Kinos. Der gute Beginn des Kinojahres 2015 schlug sich vor allem bei der Komödie „Frau Müller muss weg“ nieder, aber auch das Jugendabenteuer „Fünf Freunde 4“ lieferte solide Besucherzahlen.

Festigung der Marktposition im Bereich Home Entertainment

Im deutschsprachigen Home-Entertainment-Markt konnte die Highlight-Gruppe ihre Marktposition in den ersten beiden Monaten des Jahres 2015*) festigen. Das Produktportfolio wurde dabei insbesondere von der Neuveröffentlichung des Lizenztitels „Step Up: All In“ sowie weiterhin von der Erfolgskomödie „Fack Ju Göhte“ getragen.

**) Die Daten für das erste Quartal 2015 lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor.*

Wesentliche Abschlüsse im Bereich Lizenzhandel/TV-Auswertung

Im ersten Quartal 2015 haben sich unter anderem die Starts der Erstlizenzen von „Justin – Völlig verrittert!“, „Inside Wikileaks – Die fünfte Gewalt“, „Da geht noch was“, „Fack Ju Göhte“, „Tarzan“, „Pompeii“, „Chroniken der Unterwelt – City of Bones“, „Motel Room 13“, „Der Lieferheld – Unverhofft kommt oft“ und „Männerhort“ umsatzrelevant ausgewirkt. Alle genannten Lizenzen wurden für die Pay-TV Sender Sky, Disney und/oder Teleclub lizenziert. Hinzu kamen im Free-TV-Sektor die Erstlizenzen von „Step Up: Miami Heat“ (ProSiebenSat.1), „Resident Evil: Retribution“ (ProSiebenSat.1), „So Undercover“ (ProSiebenSat.1) und „Agent Ranjid rettet die Welt“ (ZDF).

Weitere Verbesserung der Auftragslage in der TV-Auftragsproduktion

Nach Jahren der Anspannung und Verknappung von Aufträgen hat sich die Situation im deutschen TV-Auftragsproduktionsmarkt, die bereits im letzten Jahr festzustellen war, auch im ersten Quartal 2015 weiter entspannt, sodass die Tochtergesellschaften der Constantin Film AG zahlreiche Auftragsproduktionen realisieren konnten.

Die Constantin Entertainment GmbH konnte ihre Marktposition als einer der führenden deutschen TV-Entertainment-Produzenten weiter stärken und unter anderem weitere Daily-Formate hinzugewinnen sowie Aufträge über Folgestaffeln der bestehenden Daily-Projekte für das Jahr 2015 sichern. Dabei sind insbesondere die Projekte „Schicksale“ (Sat.1), „Im Namen der Gerechtigkeit“ (Sat.1), „In Gefahr – Ein verhängnisvoller Moment“ (Sat.1) und „Shopping Queen“ (Vox) zu nennen. Neu hinzugekommen ist die Daily „Richter Martin Lauppe – Menschen vor Gericht“, die Constantin Entertainment für RTL realisieren wird und von der zunächst 46 Folgen beauftragt wurden.

Im Ausland produzieren die Tochterfirmen der Constantin Entertainment GmbH auch im Jahr 2015 erfolgreiche Formate für grosse TV-Sender, darunter die Kochshow „Game of Chefs“ sowie die Improvisations-Comedy „Friday“ für den israelischen Sender Reshet.

Im Auftrag des ZDF drehte die Moovie GmbH im Berichtszeitraum den Thriller „Ein verhängnisvolles Angebot“. Ein Sendetermin für diesen Film steht bislang noch nicht fest. Für Tele5 realisierte die Rat Pack Filmproduktion GmbH im ersten Quartal 2015 fortlaufend „Kalkofes Mattscheibe 5 – Rekalked“ mit Oliver Kalkofe.

Analyse der nicht finanziellen Leistungsindikatoren

Kontinuierliche Optimierung der anhaltend hohen Qualität von Eigenproduktionen und Lizenzeinkäufen

Um die hohe Qualität von nationalen und internationalen Eigenproduktionen sowie von erworbenen Lizenztiteln auch in Zukunft sicherzustellen, setzt die Constantin Film-Gruppe auch weiterhin auf Titel, die stark auf die Bedürfnisse des Publikums und eine klar definierte Zielgruppe ausgerichtet sind sowie z. B. auf bekannten Marken basieren. Die Fachkompetenz der Produzenten, Mitarbeiter und Geschäftspartner sowie ein ausgeprägtes Kontaktnetz zu der „Creative Community“ im In- und Ausland sind unverzichtbare Voraussetzungen für eine erfolgreiche Produktionsstaffel. Die Kombination dieser Faktoren manifestiert sich – neben dem wirtschaftlichen Erfolg – unter anderem in den zahlreichen Auszeichnungen an die Constantin Film-Gruppe.

Zwei Constantin Film-Produktionen in den Top Ten der deutschen Kinocharts

Im Geschäftsfeld Kinoverleih konnte sich die Constantin Film-Gruppe im ersten Quartal 2015 gleich mit zwei Filmen in den Top Ten der deutschen Kinocharts platzieren. Rang drei ging an die im Januar gestartete Überraschungskomödie „Frau Müller muss weg“, die in den ersten drei Monaten mehr als eine Million Kinobesucher begeisterte. Platz fünf belegte das Jugendabenteuer „Fünf Freunde 4“, das sich derzeit noch in der Erstausswertung befindet. Bislang wurden mehr als 980.000 Zuschauer für diese Constantin Film-Co-Produktion gezählt, sodass die Millionen-Besuchermarke noch in Reichweite ist.

Mit der Performance aller Filme, die im ersten Quartal 2015 in den deutschen Kinos anliefen, erreichte die Constantin Film-Gruppe einen Marktanteil von 5,2% nach Besuchern. Im Verleiher-Ranking lag sie damit auf Platz sieben hinter Warner, Universal, Fox, Disney, Studiocanal und Universum.

Marktanteil im deutschen Video-Kaufmarkt leicht gesunken

Im Bereich Home Entertainment konnte die Highlight-Gruppe auf der Basis einer attraktiven Programmstaffel und einer Vielzahl absatzstarker Zweitvermarktungen in den Monaten Januar und Februar 2015*) – in Zusammenarbeit mit ihrem Vertriebspartner Paramount Home Entertainment – einen gemeinsamen Marktanteil von 8% (Vergleichszeitraum 2014: 10%) im deutschen Video-Kaufmarkt erzielen.

**) Die Daten für das erste Quartal 2015 lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor.*

Überzeugende Quoten in der TV-Auswertung

Im Bereich Lizenzhandel/TV-Auswertung konnten im ersten Quartal 2015 gute Reichweiten und Marktanteile erzielt und die Erwartungen erfüllt werden. So wurde beispielsweise die Sat.1-Ausstrahlung von „Wickie auf grosser Fahrt“ am 24. Januar von 2,3 Millionen Zuschauern verfolgt, was einem Marktanteil von 7,3% beim Gesamtpublikum entsprach. Die Mario Barth-Komödie „Männersache“ erzielte am 1. Januar 2015 auf RTL 1,47 Millionen Zuschauer und damit einen Marktanteil von 6,8% (Gesamtmarkt).

Erneute Quotenerfolge in der TV-Auftragsproduktion

Auch im Bereich der TV-Auftragsproduktion konnten im ersten Quartal 2015 – sowohl bei Fernsehspielen als auch bei Staffelproduktionen – wieder erfreuliche Einschaltquoten im zweistelligen Prozentbereich erzielt und die Erwartungen damit erfüllt werden. Diese Erfolge bilden einen wichtigen Grundstein für Folgeauftragungen.

Die Serie „Schuld“, eine Verfilmung der Romanvorlage von Ferdinand von Schirach, die die Moovie GmbH im Auftrag des ZDF realisierte, erzielte bei ihrer Erstaussstrahlung im Februar und März 2015 zahlreiche Quotenerfolge im zweistelligen Bereich. So wurde beispielsweise die Folge „Der Andere“ am 20. Februar von 4,22 Millionen Zuschauern verfolgt und erreichte damit einen Marktanteil von 13,3% (Gesamtmarkt).

Am 23. Januar 2015 sahen 3,69 Millionen Zuschauer die von der Olga Film GmbH für die ARD produzierte Beziehungskomödie „Drunter und Brüder“, was einem Marktanteil von 11,6% (Gesamtmarkt) entsprach.

Die Constantin Entertainment GmbH erreichte mit den Dailys „Schicksale“ und „In Gefahr - Ein verhängnisvoller Moment“ sowie mit der Comedyshow „Mario Barth deckt auf“ ein grosses Publikum und erfreuliche Marktanteile im zweistelligen Prozentbereich. Im europäischen Ausland konnte die bulgarische Tochtergesellschaft der Constantin Entertainment GmbH mit der Kochshow „Master Chef“ einen Marktanteil von fast 50% erzielen.

BERICHT ÜBER DEN GESCHÄFTSVERLAUF UND DIE LAGE IM SEGMENT SPORT- UND EVENT-MARKETING

Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Der Trend zu deutlichen Preiserhöhungen beim Verkauf bzw. Erwerb von Premium-Sportübertragungsrechten setzt sich weiter fort und zeigt keine Anzeichen einer Abschwächung. Ein gutes Beispiel dafür sind die nationalen Live-Übertragungsrechte der englischen Premier League für die Spielzeiten 2016/17 bis 2018/19, die im Februar 2015 für insgesamt 5,136 Mrd. GBP (= 6,9 Mrd. EUR) verkauft wurden. Im Vergleich zu den Lizenzpreisen für die Spielzeiten 2013/14 bis 2015/16 entspricht das einem Anstieg um 70%. Auch bei der Vergabe der Rechte für jenen Zeitraum wurde bereits ein um knapp 70% höherer Preis erzielt.

Im Verlauf des Verkaufsprozesses behauptete der Pay-TV-Anbieter BSkyB seine Position als wichtigster Sender für Live-Übertragungen der Premier League und erwarb fünf der sieben Rechtepakete, während die beiden restlichen Pakete an den nationalen Wettbewerber BT Sport gingen. Sowohl für BSkyB als auch BT Sport sind diese Rechte von entscheidender Bedeutung für den Erfolg, da beide Unternehmen direkte Konkurrenten bei diversen Angeboten (Pay-TV, Breitbandinternet, Telefon sowie Mobilfunk) in den britischen Haushalten sind. Laut TV Sports Market Global Report 2015 hat die Premier League mit dem Abschluss dieser Verträge nun die nordamerikanische Baseball-Liga (MLB) überholt und sich als weltweit zweitwertvollstes Paket von Sport-Übertragungsrechten direkt hinter der American Football-Liga (NFL) platziert.

Operative Entwicklung

Verlängerung des TEAM-Mandats zur Vermarktung der UEFA-Klubwettbewerbe

Im Vermarktungsprozess für die kommerziellen Rechte der UEFA Champions League und der UEFA Europa League (jeweils für den Spielzyklus 2015/16 bis 2017/18) konnte die TEAM-Gruppe im ersten Quartal 2015 weitere wichtige Abschlüsse – sowohl im Bereich der TV-Rechte als auch bei den Sponsorenrechten – realisieren. Exemplarisch ist dabei der Vertragsabschluss mit dem japanischen Elektronikkonzern Sony zu nennen, der sein Engagement als Sponsor der UEFA Champions League für drei weitere Spielzeiten fortsetzen wird.

Am 27. März 2015 konnte bekannt gegeben werden, dass TEAM die gesetzten Leistungsziele unter dem bisherigen Agenturvertrag mit der UEFA für die Klubwettbewerbe erfüllt hat und ein neuer Agenturvertrag zwischen den beiden Parteien abgeschlossen wurde. Mit diesem Vertrag wird TEAM wiederum als exklusive Agentur für die weltweite Vermarktung der Medien-, Sponsorship- und Licensing-Rechte für die UEFA eingesetzt. In diesem Zusammenhang wurde neu eine fixe und erfolgsabhängige Agenturvergütung geregelt. Die Vermarktung umfasst die UEFA-Klubwettbewerbe (UEFA Champions League, UEFA Europa League und UEFA Super Cup) beginnend mit der Spielzeit 2015/16 bis Ende der Spielzeit 2020/21 und, bei fortlaufender Performance von TEAM, auch die Spielzeiten 2021/22 bis 2023/24.

Finalspiele im Blickfeld

Aus operativer Sicht lag der Fokus von TEAM im Berichtszeitraum auf der aktiven Unterstützung der kommerziellen Partner in den K.-o.-Runden beider Wettbewerbe. Die vielen attraktiven und spannenden Matches faszinierten einmal mehr Millionen von Zuschauern, die das Geschehen entweder in den Stadien oder zu Hause live am Bildschirm verfolgten. Darüber hinaus liefen bereits die Vorbereitungen für die grossen Finalspiele am 27. Mai in Warschau (UEFA Europa League) und am 6. Juni in Berlin (UEFA Champions League), bei denen TEAM die kommerziellen Partner der UEFA unterstützen wird.

Analyse der nicht finanziellen Leistungsindikatoren

Intensive Beziehungen und langjähriges Know-how fördern die Vermarktung

Aufgrund der Tatsache, dass die TEAM-Gruppe die UEFA Champions League bereits seit der ersten Austragung dieses Wettbewerbs in der Saison 1992/93 vermarktet, verfügt sie über ein intensives Beziehungsnetzwerk zu TV-Sendern und Sponsoren, das über Jahre hinweg aufgebaut wurde. Sowohl diese engen und vertrauensvollen Beziehungen zu den Lizenznehmern als auch die langjährige Marktexpertise des Unternehmens kommen TEAM auch im aktuellen Vermarktungsprozess für die Spielzeiten 2015/16 bis 2017/18 zugute.

BERICHT ÜBER DEN GESCHÄFTSVERLAUF UND DIE LAGE IM SEGMENT ÜBRIGE GESCHÄFTSAKTIVITÄTEN

Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Event- und Entertainment-Geschäft

Musikevents sind für Sponsoren weiterhin sehr attraktiv. Allein in Deutschland investierten Unternehmen im Jahr 2014 insgesamt 27 Mio. EUR, um ihre Markenbotschaften in der besonderen Atmosphäre von Musikveranstaltungen zu inszenieren. Im Vergleich zum Vorjahr ist das ein Anstieg um 29 %. Zu den wichtigsten Geldgebern zählten im abgelaufenen Jahr Brauereien, die 21 % zum Gesamtvolumen beitrugen. Zweitgrösster Sponsor war der Bereich der Finanzdienstleister mit einem Anteil von 14 %, gefolgt von Automobilunternehmen, auf die ein Anteil von 13 % entfiel.

Operative Entwicklung

Musikalische Gross-Events im Fokus

Die Aktivitäten der Highlight Event AG waren im Berichtszeitraum zunächst auf die erfolgreiche kommerzielle Abwicklung des Neujahrskonzerts 2015 der Wiener Philharmoniker fokussiert, das schon zum fünften Mal unter der musikalischen Leitung des renommierten Dirigenten und Ehrenmitglieds des Orchesters Zubin Mehta stand.

Darüber hinaus liefen die Vorbereitungen zum Eurovision Song Contest auf Hochtouren. Das Event, das in diesem Jahr bereits zum 60. Mal ausgetragen wird, findet vom 19. Mai (erstes Halbfinale) bis zum 23. Mai (Finale) in der österreichischen Hauptstadt Wien statt. Ebenfalls in der Vorbereitungsphase war das Sommerkonzert der Wiener Philharmoniker, das am 14. Mai im Schlosspark Schönbrunn veranstaltet und ebenfalls von Zubin Mehta dirigiert wurde.

Analyse der nicht finanziellen Leistungsindikatoren

Weltweite Ausstrahlung des Neujahrskonzerts

Infolge der intensiven Marketingaktivitäten der Highlight Event AG wurde das Neujahrskonzert 2015 der Wiener Philharmoniker einmal mehr - live oder zeitversetzt - in weltweit mehr als 80 Ländern übertragen. Mit dieser internationalen Reichweite unterstrich die Veranstaltung erneut ihren Stellenwert als mit Abstand grösstes Musik-Event im Bereich der klassischen Musik.

ERTRAGS-, VERMÖGENS- UND FINANZLAGE DER HIGHLIGHT-GRUPPE

Ertragslage der Gruppe

Im Zeitraum Januar bis März 2015 erzielte die Highlight-Gruppe einen Konzernumsatz von 64,3 Mio. CHF – ein Minus von 61,4 Mio. CHF bzw. 48,8% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (125,7 Mio. CHF), das aus dem Segment Film resultiert. Die aktivierten Filmproduktionen und andere aktivierte Eigenleistungen blieben mit 7,7 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 7,8 Mio. CHF) nahezu konstant, sodass die Gesamtleistung von 133,5 Mio. CHF auf 72,0 Mio. CHF zurückging. Die sonstigen betrieblichen Erträge stiegen um 3,3 Mio. CHF auf 7,9 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 4,6 Mio. CHF) an.

Der operative Konzernaufwand verringerte sich im Vergleich zum Dreimonatszeitraum 2014 (137,2 Mio. CHF) um 62,3 Mio. CHF bzw. 45,4% auf 74,9 Mio. CHF. Die Abnahme ist vor allem auf die Abschreibungen und Wertminderungen zurückzuführen, die sich um 53,1 Mio. CHF auf 12,1 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 65,2 Mio. CHF) reduzierten. Der Material- und Lizenzaufwand verzeichnete einen produktionsbedingten Rückgang um 6,5 Mio. CHF auf 25,5 Mio. CHF, während der Personalaufwand mit 21,9 Mio. CHF leicht unter dem Niveau der Vorjahresperiode (23,0 Mio. CHF) blieb. Gleiches gilt für die sonstigen betrieblichen Aufwendungen, die mit 15,5 Mio. CHF leicht unter dem Vergleichswert des Vorjahres (16,9 Mio. CHF) lagen.

Da der Rückgang des operativen Konzernaufwands insgesamt stärker ausfiel als die Abnahme der Umsatzerlöse, verbesserte sich das Betriebsergebnis (EBIT) auf 5,0 Mio. CHF. Im Vergleich zum ersten Quartal 2014 (0,9 Mio. CHF) hat es sich damit mehr als verfünffacht. Dementsprechend erhöhte sich auch die EBIT-Marge von 0,7% in den ersten drei Monaten des Vorjahres auf aktuell 7,7%.

Das Finanzergebnis lag mit -4,5 Mio. CHF um 4,6 Mio. CHF unter dem Vergleichswert des Vorjahres (0,1 Mio. CHF). Dieser Rückgang ist in erster Linie auf Währungseffekte zurückzuführen. Die Finanzerträge verringerten sich dabei um 0,9 Mio. CHF auf 1,5 Mio. CHF, während die Finanzaufwendungen um 3,8 Mio. CHF auf 6,0 Mio. CHF anstiegen.

Nach Abzug des Steueraufwands (Ertragsteuern und latente Steuern) von 0,6 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 0,1 Mio. CHF) weist die Highlight-Gruppe für die ersten drei Monate des laufenden Geschäftsjahres einen Konzernperiodengewinn von 0,6 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 1,0 Mio. CHF) aus. Von diesem Ergebnis ist den Anteilen ohne beherrschenden Einfluss ein Verlust in Höhe von 59 TCHF (Vergleichsperiode: Gewinn von 353 TCHF) zuzurechnen. Der Ergebnisanteil der Highlight-Aktionäre blieb damit konstant bei 0,7 Mio. CHF, womit sich sowohl für das erste Quartal 2015 als auch das erste Quartal 2014 ein Gewinn je Aktie in Höhe von 0,02 CHF ergibt.

Ertragslage der Segmente

Die Aussenumsätze des Segments Film summierten sich im Berichtszeitraum auf 52,0 Mio. CHF, was einem Rückgang um 60,7 Mio. CHF gegenüber der Vergleichsperiode des Vorjahres (112,7 Mio. CHF) entspricht. Diese Abnahme ist in erster Linie auf die Bereiche Kinoverleih und Lizenzhandel zurückzuführen, die aufgrund des weltweiten Kinostarts der Constantin Film-Eigenproduktion „Pompeii“ im ersten Quartal 2014 von hohen Erlösen aus Minimumgarantien profitieren konnten. Da in den ersten drei Monaten des laufenden Jahres keine internationale Produktion gestartet wurde, fielen diese Erlöse nicht mehr an.

Gleiches gilt für die Kostenseite, die im ersten Quartal 2014 stark von der Abschreibung der aktivierten Produktionskosten des Films „Pompeii“ sowie von Wertminderungen auf den CGI-Film „Tarzan“ geprägt war. Dementsprechend reduzierten sich die Segmentaufwendungen im Berichtszeitraum deutlich um 62,2 Mio. CHF auf 65,3 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 127,5 Mio. CHF). Das Segmentergebnis verbesserte sich dadurch um 2,0 Mio. CHF auf -0,5 Mio. CHF (Vergleichsperiode: -2,5 Mio. CHF).

Das Segment Sport- und Event-Marketing realisierte Aussenumsätze in Höhe von 11,3 Mio. CHF – ein Minus von 1,1 Mio. CHF im Vergleich zum ersten Quartal 2014 (12,4 Mio. CHF). Die übrigen Erträge erhöhten

sich dagegen deutlich um 2,8 Mio. CHF auf 2,9 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 0,1 Mio. CHF), während die Segmentaufwendungen von 7,1 Mio. CHF auf 7,3 Mio. CHF anstiegen. Demzufolge lag das Segmentergebnis mit 6,8 Mio. CHF um 1,4 Mio. CHF über dem Vergleichswert des Vorjahres (5,4 Mio. CHF).

Die Aussenumsätze des Segments Übrige Geschäftsaktivitäten verzeichneten einen leichten Anstieg um 0,3 Mio. CHF auf 1,0 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 0,7 Mio. CHF), während die übrigen Erträge mit 39 TCHF unter dem Vergleichswert des Vorjahres (246 TCHF) blieben. Nach Abzug der Segmentaufwendungen in Höhe von 1,4 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 1,5 Mio. CHF) ergab sich für das erste Quartal 2015 ein Segmentverlust von 0,4 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 0,7 Mio. CHF), der nach wie vor aus dem Bereich Online-/Social-Gaming resultiert.

Die Kosten der Holding-Aktivitäten konnten gegenüber dem Vergleichswert des Vorjahres (1,3 Mio. CHF) um 0,3 Mio. CHF auf 1,0 Mio. CHF gesenkt werden.

Vermögenslage

Die Bilanzsumme der Highlight-Gruppe zum 31. März 2015 betrug 421,5 Mio. CHF. Im Vergleich zum Jahresende 2014 (361,6 Mio. CHF) entspricht das einem Anstieg um 59,9 Mio. CHF. Auf der Vermögensseite der Bilanz resultierte die Zunahme aus den kurzfristigen Vermögenswerten, die sich um 85,8 Mio. CHF auf 248,0 Mio. CHF (31. Dezember 2014: 162,2 Mio. CHF) erhöhten. Einen deutlichen Anstieg um 99,5 Mio. CHF auf 144,3 Mio. CHF verzeichneten dabei die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente. Der Anstieg resultierte insbesondere aus erhaltenen Anzahlungen im Segment Sport- und Event-Marketing. Im Zusammenhang mit der Verlängerung des TEAM-Vermarktungsmandats und der Neufassung des Vertrags wurde neu eine fixe und erfolgsabhängige Agenturvergütung geregelt und seitens der UEFA eine Anzahlung auf die fixe Vergütung für die kommenden drei Jahre geleistet. Hingegen verringerten sich die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen gegenüber Dritten um 12,2 Mio. CHF auf 83,2 Mio. CHF. Gleiches gilt für die Forderungen gegenüber assoziierten Unternehmen und Joint Ventures, die um 3,3 Mio. CHF auf 0,1 Mio. CHF zurückgingen.

Die langfristigen Vermögenswerte verringerten sich um insgesamt 25,8 Mio. CHF auf 173,5 Mio. CHF (31. Dezember 2014: 199,3 Mio. CHF). Diese Entwicklung ist im Wesentlichen auf das Filmvermögen zurückzuführen, dessen Wert zum Ende des ersten Quartals 2015 bei 135,7 Mio. CHF lag – eine Abnahme um 24,7 Mio. CHF gegenüber dem Stand zum 31. Dezember 2014 (160,4 Mio. CHF). Von diesem Gesamtwert entfielen 100,4 Mio. CHF (31. Dezember 2014: 119,3 Mio. CHF) auf Eigenproduktionen und 35,3 Mio. CHF (31. Dezember 2014: 41,1 Mio. CHF) auf Fremdproduktionen. Der Rückgang in beiden Bereichen resultiert im Wesentlichen aus dem stichtagsbedingt niedrigeren Wechselkurs zwischen dem Euro und dem Schweizer Franken.

Nennenswerte Zunahmen auf der Kapitaleite der Bilanz betrafen insbesondere die lang- und kurzfristigen erhaltenen Anzahlungen (im Wesentlichen erhaltene Anzahlungen von der UEFA), die sich um insgesamt 86,2 Mio. CHF auf 140,3 Mio. CHF erhöhten. Im Gegensatz dazu verringerten sich die Finanzverbindlichkeiten um 5,4 Mio. CHF auf 75,9 Mio. CHF und die Ertragsteuerschulden um 4,3 Mio. CHF auf 4,0 Mio. CHF. Darüber hinaus sanken die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten gegenüber Dritten um 2,4 Mio. CHF auf 86,9 Mio. CHF.

Das Konzerneigenkapital (mit Anteilen ohne beherrschenden Einfluss) lag mit 93,5 Mio. CHF um 13,4 Mio. CHF unter dem Stand zum Jahresende 2014 (106,9 Mio. CHF). Der Rückgang ist in erster Linie auf Währungsdifferenzen in Höhe von 13,0 Mio. CHF zurückzuführen, die aus der Umrechnung des Eigenkapitals derjenigen Tochtergesellschaften resultieren, deren funktionale Währung nicht der Schweizer Franken ist.

Die rechnerische Eigenkapitalquote verringerte sich dadurch auf 22,2%, nachdem sie zum Jahresende 2014 noch bei 29,6% lag. Die bereinigte Eigenkapitalquote (nach Saldierung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente mit den Finanzverbindlichkeiten sowie der erhaltenen Anzahlungen mit dem Filmvermögen) verbesserte sich dagegen um knapp 4 Prozentpunkte auf 44,5% (31. Dezember 2014: 40,7%).

Finanzlage

Zum 31. März 2015 verfügte die Highlight-Gruppe über Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 144,3 Mio. CHF – eine Zunahme um 99,5 Mio. CHF im Vergleich zum 31. Dezember 2014 (44,8 Mio. CHF). Die Finanzverbindlichkeiten konnten parallel dazu um 5,4 Mio. CHF auf 75,9 Mio. CHF (31. Dezember 2014: 81,3 Mio. CHF) reduziert werden, sodass sich zum Ende des ersten Quartals eine Nettoliquidität in Höhe von 68,4 Mio. CHF ergab (31. Dezember 2014: Nettoverschuldung von 36,5 Mio. CHF).

Der Mittelzufluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit betrug in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres 110,4 Mio. CHF, was einem deutlichen Anstieg um 54,2 Mio. CHF gegenüber dem Vergleichswert des Vorjahres (56,2 Mio. CHF) entspricht. Diese Entwicklung resultiert in erster Linie aus den Veränderungen im betrieblichen Netto-Umlaufvermögen.

Die Investitionstätigkeit der Highlight-Gruppe führte im Berichtszeitraum zu einem Mittelabfluss von insgesamt 6,8 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 20,9 Mio. CHF). Der Rückgang ist im Wesentlichen auf deutlich niedrigere Auszahlungen für Filmvermögen zurückzuführen, die sich im ersten Quartal 2015 auf 7,1 Mio. CHF summierten, während in der Vergleichsperiode ein Wert von 19,7 Mio. CHF zu Buche stand.

Aus der Finanzierungstätigkeit ergab sich im ersten Quartal 2015 ein Mittelabfluss in Höhe von 2,1 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 30,8 Mio. CHF), der weitestgehend auf die Nettotilgung kurzfristiger Finanzverbindlichkeiten in Höhe von 1,3 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 30,7 Mio. CHF) zurückzuführen ist.

Auf der Basis des vorhandenen Zahlungsmittelbestands und der verfügbaren Kreditlinien war die Highlight-Gruppe im Verlauf der Berichtsperiode jederzeit in der Lage, ihre Zahlungsverpflichtungen zu erfüllen.

PERSONALBERICHT

Zum 31. März 2015 beschäftigte die Highlight-Gruppe insgesamt 1.033 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (31. März 2014: 879), wobei Arbeitnehmer mit projektbezogenen befristeten Verträgen in der Gesamtzahl enthalten sind.

NACHTRAGSBERICHT

Bei der Vergabe der Referenzmittel der Filmförderungsanstalt (FFA) für das Jahr 2014 sicherte sich die Constantin Film-Gruppe Anfang April 2015 zum elften Mal in Folge den „Goldenen FFA-Branchentiger“ in der Kategorie „Verleih“. In der Kategorie „Produktion“ erreichte sie Platz drei. Damit verbunden war eine Referenzförderung von rund 544.000 EUR für den Bereich Verleih sowie eine Fördersumme von rund 582.000 EUR für den Bereich Produktion.

Anlässlich der diesjährigen New York Festivals World's Best TV & Films gewann die Moovie-TV-Produktion „Das Zeugenhaus“ Mitte April eine der begehrten Gold-Medaillen in der Kategorie „Television – TV Movie“. In der Jury dieses Wettbewerbs, der bereits seit 1957 stattfindet, sitzen mehr als 200 preisgekrönte Regisseure, Produzenten, Autoren, Schauspieler, Journalisten und kreative Medienprofis aus der ganzen Welt.

Bei der Verleihung der Romy – der höchsten Auszeichnung für Film- und Fernsehproduktionen in Österreich – gewann die Constantin Film-Co-Produktion „Frau Müller muss weg“ am 23. April 2015 den Preis in der Kategorie „Bester Kinofilm“ und konnte sich dabei gegen den Til Schweiger-Blockbuster „Honig im Kopf“ durchsetzen.

Am 28. April 2015 hat die Highlight Communications AG ihre Anteile an der bereits vollkonsolidierten Highlight Event & Entertainment AG, Luzern, von 71,93% auf 74,99% erhöht.

RISIKO- UND CHANCENBERICHT

Risikomanagement-System

Unternehmerisches Handeln und die Wahrnehmung von Chancen ist stets auch mit Risiken verbunden. Zum Schutz des Fortbestands der Highlight-Gruppe wie auch zur Unterstützung bei der Erreichung der Unternehmensziele wurde ein integriertes, unternehmensweites Risikomanagement-System (RMS) implementiert.

Das RMS der Highlight-Gruppe umfasst Risiken und Chancen gleichermaßen. Entsprechend der dezentralen Konzernstruktur liegt die operative Verantwortung im Umgang mit den Risiken bei den jeweiligen Risikoverantwortlichen. Im Wesentlichen sind dies die Vorstände und Gremien bzw. die Geschäftsführer und Abteilungsleiter der einzelnen Tochtergesellschaften. Die den Risiken und Chancen zugrunde liegenden Faktoren werden quartalsweise erfasst bzw. bewertet und von den Risikoverantwortlichen freigegeben. Auf Ebene der Highlight Communications AG werden die gemeldeten Faktoren konsolidiert, gegebenenfalls einheitlich kategorisiert und auf Konzernebene bewertet. Für potenziell bestandsgefährdende Risiken besteht eine unmittelbare Meldepflicht.

Eine detaillierte Beschreibung des RMS befindet sich im Risiko- und Chancenbericht des Geschäftsberichts 2014 der Highlight Communications AG. Gleiches gilt für die einzelnen Chancen und Risiken sowie die Beschreibung des internen Kontrollsystems bezogen auf den Konzernrechnungslegungsprozess der Highlight-Gruppe.

Wesentliche Änderungen der Risiken und Chancen im Berichtszeitraum

Das Risiko- und Chancenprofil der Highlight-Gruppe für die kommenden Monate, nach Abschluss der ersten drei Monate 2015 entspricht im Wesentlichen den Einschätzungen im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014. Eine detaillierte Darstellung der Unternehmensrisiken befindet sich im Risiko- und Chancenbericht des Geschäftsberichts 2014 der Highlight Communications AG.

Gegenüber den im Risiko- und Chancenbericht des Geschäftsberichts 2014 dargestellten Risiken und Chancen haben sich im Berichtszeitraum folgende Veränderungen ergeben:

Das Risiko „Die Highlight-Gruppe ist im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit Währungsrisiken ausgesetzt“ wurde unter Berücksichtigung der Effekte der Gegenmassnahmen als mittleres Risiko eingestuft. Die aktuelle Bewertung der einzelnen Risikofaktoren führt nun zu einer Einstufung als erhebliches Risiko. Für eine umfassende Darstellung der Währungsrisiken der Highlight Communications AG verweisen wir auf das Kapitel 8.6, Währungsrisiko, im Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung.

Als eine der Chancen wurde „Die Highlight-Gruppe sieht Chancen in der Hebung von Synergien durch die Optimierung interner Abläufe“ genannt, jedoch aufgrund des Projektfortschritts noch nicht eingestuft. Auf Basis der in der ersten Identifikations- und Bewertungsphase gesammelten Erkenntnisse wird dieses Thema nun als erhebliche Chance eingestuft.

Die Bewertung der übrigen bestehenden Chancen- und Risikofaktoren wurde aktualisiert. Einzelne Erwartungswerte, die sich aus dem Produkt der absoluten Schadenshöhe und der Eintrittswahrscheinlichkeit ergeben, sind dabei leicht verändert. Die Auswirkung der Neubewertung der Faktoren führt jedoch zu keiner weiteren Auswirkung auf die Klassifizierung der einzelnen Chancen und Risiken. In der Berichtsperiode wurden keine neuen Chancen und Risiken identifiziert. Die aktuelle Bewertung der Risikofaktoren durch die jeweiligen Verantwortlichen unterstützt die im Risiko- und Chancenbericht des Geschäftsberichts 2014 der Highlight Communications AG getroffene Einstufung der Chancen und Risiken.

Zusammengefasste Darstellung der Risiko- und Chancenlage

Die grössten Risikofaktoren sieht die Konzernleitung weiterhin in den regulatorischen Eingriffen, 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 die Konzernleitung – neben der Zusammenarbeit mit Drehbuchautoren, Regisseuren und Produzenten im In- und Ausland sowie dem Zugriff auf attraktive Stoffe und Lizenzen, die die Highlight-Gruppe nicht zuletzt ihrem Image und ihrem kreativen und engagierten Personal verdankt – nun 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 die Konzernleitung der Highlight Communications AG zu der Überzeugung, dass diese Themen keinen den Bestand des Konzerns gefährdenden Charakter aufweisen. Dies gilt für die Risiken im Einzelnen als auch 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 die Konzernleitung den Konzern ausreichend gerüstet. Sie ist der Überzeugung, dass die getroffenen Massnahmen das Risiko in einem wirtschaftlich vertretbaren Ausmass halten und erachtet die Risikotragfähigkeit des Konzerns als ausreichend.

PROGNOSEBERICHT

Gegenüber der Darstellung der branchenspezifischen Rahmenbedingungen im Prognosebericht des Berichts über die Lage der Highlight-Gruppe des Geschäftsberichts 2014 haben sich mit Ausnahme der nachfolgenden Markteinschätzungen keine wesentlichen Veränderungen bei der Fortentwicklung der einzelnen Märkte in den jeweiligen Segmenten ergeben.

Segment Film

Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Im Kinoverleih lassen die bevorstehenden drei Quartale auf ein vielversprechendes Jahr 2015 hoffen. Die über das Jahr gut platzierten Blockbuster wie „Fast & Furious 7“, „Avengers: Age of Ultron“, „Mad Max: Fury Road“, „Jurassic World“, „Ted 2“, „Minions“, „Fack Ju Göhte 2“, „Alles steht Kopf“, „Er ist wieder da“, „James Bond: Spectre“, „Die Tribute von Panem – Mockingjay, Teil 2“, „Der gute Dinosaurier“ und „Star Wars: Das Erwachen der Macht“ geben Anlass zu Optimismus. Bekannte Marken, attraktive Filme, gute Storys und beliebte Hauptdarsteller werden die Hauptgründe für einen Kinobesuch sein. Darüber hinaus steht im Jahr 2015 kein grosses Sportereignis an, das sich negativ auf die Besucherzahlen auswirken könnte.

Im Bereich TV-Auftragsproduktion spielen Video-on-Demand-Angebote und die damit verbundene Hardware (Smartphones, Tablets, Smart-TVs und vernetzte Geräte) heute eine immer grössere Rolle. Darüber hinaus nutzen bereits 40 Millionen Deutsche täglich Streaming-Dienste.

Schwerpunkte im Geschäftsjahr 2015

Im Geschäftsfeld Kinoproduktion/Rechteerwerb konzentriert sich die Constantin Film AG weiterhin auf die kontinuierliche Optimierung der anhaltend hohen Qualität ihrer nationalen und internationalen Eigenproduktionen. Ziel ist es, vor allem Titel zu produzieren, die emotional stark auf die Bedürfnisse des Publikums ausgerichtet sind, idealerweise auf bekannten Marken basieren und/oder Event-Charakter haben. Doch auch Produktionen mit kleineren Budgets und demzufolge auch einem überschaubaren Besucherrisiko sind interessant, wenn sie konzeptionell überzeugend sind. Jedes Projekt muss sich dabei an hohen künstlerischen und wirtschaftlichen Massstäben messen lassen.

Da Qualität vor Quantität geht, kann die Produktionsstaffel der Constantin Film-Gruppe in Zukunft tendenziell weniger Einzeltitel aufweisen. Nach wie vor bleibt der Fokus darauf ausgerichtet, ein Portfolio von starken Marken zu kreieren, die – nach dem Vorbild der „Resident Evil“-Reihe – auf allen relevanten Kinomärkten

weltweit erfolgreich ausgewertet werden können. Zu diesem Zweck hat sich die Constantin Film-Gruppe in letzter Zeit die Verfilmungsrechte für eine Vielzahl von attraktiven Stoffen gesichert.

Es gilt, mehr originäre Ideen und eigenständige Marken für zukünftige Film- und Fernsehproduktionen zu entwickeln. Insgesamt muss das Kreativitätslevel weiter gesteigert werden, mit dem Ziel, eine noch umfassendere Produktpalette für alle Auswertungsformen herzustellen.

Nach der aktuellen Planung sind für die kommenden neun Monate des Jahres 2015 noch mindestens zehn vielversprechende Filmprojekte in der Produktions-Pipeline. Einige der geplanten Kinoproduktionen sind englischsprachige Titel, die auf den internationalen Markt zugeschnitten sind. Dazu zählen im Jahr 2015 insbesondere „Resident Evil - The Last Days“ und „The Secret“.

Bereits im Dezember 2014 haben die Dreharbeiten zu „Fack Ju Göhte 2“ begonnen und im ersten Quartal 2015 begann die Rat Pack Filmproduktion GmbH mit den Dreharbeiten zu „Die Lochis - Bruder vor Luder“. In den kommenden Quartalen sind unter anderem die Drehstarts für „Schweinskopf al Dente“, „Ego“, „Fukushima“ und „Timm Thaler“ geplant.

Im deutschen Kinoverleih setzt die Constantin Film AG auch weiterhin auf die bewährte Strategie, ihre nationalen und internationalen Eigen- und Co-Produktionen in Kombination mit wenigen hochwertigen Fremdtiteln zu kombinieren und sie mit einer adäquaten Presse- und Marketingstrategie zu strategisch günstigen Zeitpunkten ins Kino zu bringen. Beim Marketing setzt sie dabei auf kosteneffiziente innovative Konzepte, die die kinoaffinen Zielgruppen erreichen. Die Erstvermarktung (Kinoauswertung) spielt dabei immer noch eine wichtige Rolle, jedoch werden die nachgelagerten Auswertungsstufen - vor allem bei Erfolgsfilmen - für den wirtschaftlichen Erfolg an Bedeutung gewinnen.

In der Kinostaffel 2015 sind nach derzeitigem Stand insgesamt zwölf Neustarts (inklusive der bereits angelaufenen Filme) vorgesehen. Sie beinhaltet bis auf zwei Titel ausschliesslich Eigen- und Co-Produktionen. Dazu zählen in den kommenden Monaten unter anderem die nationalen Eigen- und Co-Produktionen „Ostwind 2“, „Abschussfahrt“, „Fack Ju Göhte 2“ und „Er ist wieder da“. Darüber hinaus sind noch der Lizenztitel „Light Between the Oceans“ sowie die internationale Co-Produktion „Fantastic Four“ geplant.

Im Bereich Home Entertainment wird der sehr gute Marktanteil des Jahres 2014, der zu einem erheblichen Teil aus der hervorragenden Performance von „Fack Ju Göhte“ resultierte, im laufenden Geschäftsjahr nicht zu halten sein. Im Jahr 2015 wird dieses Geschäftsfeld insbesondere von den Neuveröffentlichungen der Kinoerfolge „Männerhort“ und „Step Up: All In“ profitieren. Weitere signifikante Umsatzerlöse werden von der Co-Produktion „Fantastic Four“ sowie von den Jugendfilmen „Fünf Freunde 4“ und „Ostwind 2“ erwartet.

Im Bereich Lizenzhandel/TV-Auswertung wird die Free-TV-Auswertung im zweiten Quartal des Jahres 2015 im Wesentlichen von den Umsätzen der Filme „Step Up: Miami Heat“, „Resident Evil: Retribution“ und „Agent Ranjiv rettet die Welt“ geprägt werden. In der Pay-TV-Auswertung werden unter anderem „Irre sind männlich“, „Fack Ju Göhte“ und „Pompeii“ Umsatzerlöse in diesem Bereich erwirtschaften.

Im Geschäftsfeld TV-Auftragsproduktion arbeiten die Tochterfirmen der Constantin Film AG kontinuierlich an der Entwicklung innovativer TV-Formate und dem Ausbau ihrer Kontakte zu den grossen TV-Sendern. Vor allem kreative Neuentwicklungen sind gefragt. So werden unter anderem konsekutiv erzählte TV-Serien entwickelt, sowohl für nationale als auch für internationale Formate. Ausserdem sollen bestehende Marken im TV-Bereich etabliert werden, wobei beispielsweise „Chroniken der Unterwelt“ unter dem Serientitel „Shadowhunters“ bereits im Mai dieses Jahres in Produktion geht (13 Folgen à 60 Minuten).

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

Die Constantin Film-Tochterfirmen Olga Film GmbH, Moovie GmbH, Rat Pack Filmproduktion GmbH und Constantin Television GmbH bereiten im Jahr 2015 zahlreiche Projekte vor, darunter „Die Schweigeminute“ (Moovie), „Hotel Sacher“ (Moovie), „Die Hebamme 2“ (Moovie), „Prenzlberg“ (Olga), „Hodscha und die Piepenkötter“ (Olga), „Branka Maric“ (Constantin Television) und „Kombi“ (Constantin Television).

Insgesamt wird in diesem Bereich eine Fortschreibung der guten Performance erwartet. Mit ihren TV-Auftragsproduktionen sowie der TV-Auswertung ihrer Kinoproduktionen wird die Constantin Film-Gruppe weiterhin erfolgreiche Einschaltquoten erzielen, die im zweistelligen Prozentbereich liegen werden.

Segment Sport- und Event-Marketing

Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Im Hinblick auf die Entwicklung der weltweiten Werbeausgaben prognostizierte das Medienplanungs- und -einkaufsunternehmen ZenithOptimedia im März 2015 einen Anstieg um 4,4% auf 544 Mrd. USD im laufenden Jahr. Dieser Wert liegt um 0,5 Prozentpunkte unter der im Dezember 2014 veröffentlichten Prognose von 4,9%. Hauptgründe für die Absenkung sind laut ZenithOptimedia die wirtschaftlichen Probleme in Russland, in der Ukraine und in Weissrussland sowie die Verlangsamung der Wachstumsdynamik in China, die mittlerweile so ausgeprägt ist, dass relativ kleine Wachstumsänderungen weltweit spürbar sind.

Schwerpunkte im Geschäftsjahr 2015

Der primäre Schwerpunkt der TEAM-Gruppe liegt im laufenden Geschäftsjahr weiterhin auf der bestmöglichen Vermarktung der verbliebenen TV- und Sponsorenrechte für die UEFA Champions League und die UEFA Europa League (jeweils für den Spielzyklus 2015/16 bis 2017/18). Im Anschluss daran wird der Fokus von TEAM auf die Vorbereitungen für den von der UEFA neu beauftragten Vermarktungszyklus 2018/19 bis 2020/21 ausgerichtet sein.

Segment Übrige Geschäftsaktivitäten

Schwerpunkte im Geschäftsjahr 2015

Im Event- und Entertainment-Geschäft werden die Aktivitäten der Highlight Event AG insbesondere auf die Wiener Philharmoniker ausgerichtet sein, da bei diesem Projekt teilweise auch die Erneuerung von TV- und Sponsorenverträgen für den Zeitraum 2018 bis 2022 ansteht. Im Rahmen dessen wird auch eine sehr grosse Anzahl an Vereinbarungen neu verhandelt werden. Aus operativer Sicht liegt der Schwerpunkt auf der erfolgreichen Umsetzung der Veranstaltungen in Wien (Eurovision Song Contest und Sommernachtskonzert) sowie der Special Events des Orchesters in Helsinki, Seoul und Singapur.

Darüber hinaus bietet Online-Gaming – speziell im weltweit schnell wachsenden Bereich der Mobile Games – die grosse Chance, mit den Benutzern in Interaktion zu treten. Dementsprechend werden die bereits umgesetzten Aktivitäten verstärkt weiter ausgebaut.

Finanzielle Ziele der Highlight-Gruppe

Vor diesem Hintergrund bestätigen wir unsere Jahresprognosen zum Konzernumsatz, der voraussichtlich in einer Grössenordnung von 310 bis 330 Mio. CHF liegen wird, sowie zum Konzernperiodenergebnis der Anteilseigner in Höhe von 14 bis 16 Mio. CHF.

Es wird darauf hingewiesen, dass die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den Erwartungen über voraussichtliche Entwicklungen abweichen können, wenn sich die Annahmen, die den zukunftsbezogenen Aussagen zugrunde liegen, als unzutreffend erweisen sollten.

KONSOLIDIERTE QUARTALSRECHNUNG

zum 31. März 2015 der Highlight Communications AG, Pratteln

KONSOLIDIERTE BILANZ ZUM 31. MÄRZ 2015 (ungeprüft)

Highlight Communications AG, Pratteln

AKTIVA (TCHF)	31.3.2015	31.12.2014
Langfristige Vermögenswerte		
Eigenproduktionen	100.343	119.298
Fremdproduktionen	35.312	41.087
Filmvermögen	135.655	160.385
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	875	1.145
Geschäfts- oder Firmenwert	16.780	17.492
Sachanlagen	4.708	5.112
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	3.900	3.900
Anteile an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	472	489
Langfristige Forderungen gegenüber Dritten	2.296	1.666
Forderungen gegenüber assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	2.920	2.971
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	1.771	1.802
Latente Steueransprüche	4.125	4.364
	173.502	199.326
Kurzfristige Vermögenswerte		
Vorräte	5.703	5.152
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen gegenüber Dritten	83.240	95.428
Forderungen gegenüber nahestehenden Unternehmen und Personen	-	6
Forderungen gegenüber assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	148	3.371
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	13.757	13.186
Forderungen aus Ertragsteuern	888	316
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	144.256	44.773
	247.992	162.232
Aktiva	421.494	361.558

Der Anhang auf den Seiten 29-37 ist ein integrierter Bestandteil dieses Konzernabschlusses.

PASSIVA (TCHF)	31.3.2015	31.12.2014
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	47.250	47.250
Eigene Anteile	-2.816	-2.816
Kapitalrücklage	-104.801	-104.560
Andere Rücklagen	-40.366	-27.836
Gewinnvortrag	184.992	184.494
Auf die Anteilseigner entfallendes Eigenkapital	84.259	96.532
Anteile ohne beherrschenden Einfluss	9.232	10.348
	93.491	106.880
Langfristige Schulden		
Pensionsverpflichtungen	11.922	10.674
Erhaltene Anzahlungen	62.778	-
Rückstellungen	-	-
Latente Steuerschulden	4.509	5.495
	79.209	16.169
Kurzfristige Schulden		
Finanzverbindlichkeiten	75.911	81.279
Erhaltene Anzahlungen	77.477	54.148
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten gegenüber Dritten	86.902	89.278
Verbindlichkeiten gegenüber nahestehenden Unternehmen und Personen	155	137
Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	-	700
Rückstellungen	4.333	4.624
Ertragsteuerschulden	4.016	8.343
	248.794	238.509
Passiva	421.494	361.558

Der Anhang auf den Seiten 29-37 ist ein integrierter Bestandteil dieses Konzernabschlusses.

KONSOLIDIERTE GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

1. JANUAR BIS 31. MÄRZ 2015 (ungeprüft)

Highlight Communications AG, Pratteln

(TCHF)	1.1. bis 31.3.2015	1.1. bis 31.3.2014
Umsatzerlöse	64.265	125.731
Aktivierete Filmproduktionen und andere aktivierte Eigenleistungen	7.689	7.801
Gesamtleistung	71.954	133.532
Sonstige betriebliche Erträge	7.946	4.603
Aufwendungen für Lizenzen, Provisionen und Material	-4.843	-6.268
Aufwendungen für bezogene Leistungen	-20.615	-25.737
Material- und Lizenzaufwand	-25.458	-32.005
Gehälter	-19.006	-20.320
Soziale Abgaben, Aufwendungen für Altersvorsorge	-2.931	-2.683
Personalaufwand	-21.937	-23.003
Abschreibungen und Wertminderungen auf Filmvermögen	-11.321	-64.270
Abschreibungen und Wertminderungen auf immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens und Sachanlagen	-753	-978
Abschreibungen und Wertminderungen	-12.074	-65.248
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-15.478	-16.938
Betriebsergebnis	4.953	941
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	754	61
Finanzerträge	1.452	2.378
Finanzaufwendungen	-5.957	-2.244
Finanzergebnis	-4.505	134
Ergebnis vor Steuern	1.202	1.136
Ertragsteuern	-983	-6.345
Latente Steuern	417	6.239
Steuern	-566	-106
Konzernperiodenergebnis	636	1.030
davon Ergebnisanteil Anteilseigner	696	677
davon Ergebnisanteil Anteile ohne beherrschenden Einfluss	-59	353
(CHF)	1.1. bis 31.3.2015	1.1. bis 31.3.2014
Ergebnis je Aktie		
Ergebnisanteil Anteilseigner je Aktie unverwässert	0,02	0,02
Ergebnisanteil Anteilseigner je Aktie verwässert	0,02	0,02
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	44.518.000	44.534.350
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien (verwässert)	44.518.000	44.534.350

Der Anhang auf den Seiten 29-37 ist ein integrierter Bestandteil dieses Konzernabschlusses.

KONSOLIDIERTE GESAMTERGEBNISRECHNUNG

1. JANUAR BIS 31. MÄRZ 2015 (ungeprüft)

Highlight Communications AG, Pratteln

(TCHF)	1.1. bis 31.3.2015	1.1. bis 31.3.2014
Konzernperiodenergebnis	636	1.030
Unterschiede Währungsumrechnung	-13.046	-515
Posten zukünftig möglicherweise umgliederbar in die Gewinn- und Verlustrechnung	-13.046	-515
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste von leistungsorientierten Vorsorgeplänen	-977	-654
Gewinne/Verluste aus finanziellen Vermögenswerten zum beizulegenden Zeitwert über Gesamtergebnisrechnung	739	-1.054
Posten zukünftig nicht umgliederbar in die Gewinn- und Verlustrechnung	-238	-1.708
Summe sonstiges Ergebnis (nach Steuern)	-13.284	-2.223
Gesamtperiodenergebnis	-12.648	-1.193
davon Ergebnisanteil Anteilseigner	-12.032	-1.487
davon Ergebnisanteil Anteile ohne beherrschenden Einfluss	-615	294

Der Anhang auf den Seiten 29-37 ist ein integrierter Bestandteil dieses Konzernabschlusses.

ENTWICKLUNG DES KONSOLIDierten EIGENKAPITALS

1. JANUAR BIS 31. MÄRZ 2015 (ungeprüft)

Highlight Communications AG, Pratteln

(TCHF)	Auf die	
	Gezeichnetes Kapital	Eigene Anteile
Saldo zum 1. Januar 2015	47.250	-2.816
Unterschiede Währungsumrechnung	-	-
Posten zukünftig möglicherweise umgliederbar in die Gewinn- und Verlustrechnung	-	-
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste von leistungsorientierten Vorsorgeplänen	-	-
Gewinne/Verluste aus finanziellen Vermögenswerten zum beizulegenden Zeitwert über Gesamtergebnisrechnung	-	-
Posten zukünftig nicht umgliederbar in die Gewinn- und Verlustrechnung	-	-
Summe sonstiges Ergebnis (nach Steuern)	-	-
Konzernperiodenergebnis	-	-
Gesamtperiodenergebnis	-	-
Erwerb eigene Anteile	-	-
Veräusserung eigene Anteile	-	-
Dividendenausschüttungen	-	-
Veränderung Anteile ohne beherrschenden Einfluss	-	-
Sonstige Veränderungen	-	-
Saldo zum 31. März 2015	47.250	-2.816
Saldo zum 1. Januar 2014	47.250	-2.716
Unterschiede Währungsumrechnung	-	-
Posten zukünftig möglicherweise umgliederbar in die Gewinn- und Verlustrechnung	-	-
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste von leistungsorientierten Vorsorgeplänen	-	-
Gewinne/Verluste aus finanziellen Vermögenswerten zum beizulegenden Zeitwert über Gesamtergebnisrechnung	-	-
Posten zukünftig nicht umgliederbar in die Gewinn- und Verlustrechnung	-	-
Summe sonstiges Ergebnis (nach Steuern)	-	-
Konzernperiodenergebnis	-	-
Gesamtperiodenergebnis	-	-
Kapitalerhöhung	-	-
Erwerb eigene Anteile	-	-
Veräusserung eigene Anteile	-	-
Dividendenausschüttungen	-	-
Veränderung Anteile ohne beherrschenden Einfluss	-	-
Sonstige Veränderungen	-	-
Saldo zum 31. März 2014	47.250	-2.716

Der Anhang auf den Seiten 29-37 ist ein integrierter Bestandteil dieses Konzernabschlusses.

Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital

Kapital- rücklage	Andere Rücklagen	Gewinn- vortrag	Summe	Anteile ohne beherrschenden Einfluss	Summe Eigenkapital
-104.560	-27.836	184.494	96.532	10.348	106.880
-	-12.530	-	-12.530	-516	-13.046
-	-12.530	-	-12.530	-516	-13.046
-	-	-937	-937	-40	-977
-	-	739	739	-	739
-	-	-198	-198	-40	-238
-	-12.530	-198	-12.728	-556	-13.284
-	-	696	696	-59	636
-	-12.530	498	-12.032	-615	-12.648
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-241	-	-	-241	-501	-742
-	-	-	-	-	-
-104.801	-40.366	184.992	84.259	9.232	93.490
-104.534	-26.187	182.862	96.675	10.573	107.248
-	-492	-	-492	-23	-515
-	-492	-	-492	-23	-515
-	-	-618	-618	-36	-654
-	-	-1.054	-1.054	-	-1.054
-	-	-1.672	-1.672	-36	-1.708
-	-492	-1.672	-2.164	-59	-2.223
-	-	677	677	353	1.030
-	-492	-995	-1.487	294	-1.193
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-75	-75
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-104.534	-26.679	181.867	95.188	10.792	105.980

KONSOLIDIERTE KAPITALFLUSSRECHNUNG

1. JANUAR BIS 31. MÄRZ 2015 (ungeprüft)

Highlight Communications AG, Pratteln

(TCHF)	1.1. bis 31.3.2015	1.1. bis 31.3.2014
Konzernperiodenergebnis	636	1.030
Latente Steuern	-417	-6.239
Ertragsteuern	983	6.345
Finanzergebnis (ohne Währungsergebnis)	354	807
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	-754	-61
Abschreibungen und Wertminderungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	12.074	65.248
Gewinn (-)/Verlust (+) aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	20	-
Übrige nicht zahlungswirksame Posten	14	162
Zunahme (-)/Abnahme (+) der Vorräte, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	14.233	8.195
Abnahme (-)/Zunahme (+) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	88.505	-15.778
Gezahlte Zinsen	-283	-853
Erhaltene Zinsen	40	83
Gezahlte Ertragsteuern	-5.120	-2.751
Erhaltene Ertragsteuern	151	10
Cashflow aus betrieblicher Geschäftstätigkeit	110.436	56.198
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente durch Erwerb von Unternehmen/Unternehmensanteilen (netto)	74	-
Auszahlungen für immaterielle Vermögenswerte	-4	-218
Auszahlungen für Filmvermögen	-7.120	-19.728
Auszahlungen für Sachanlagen	-561	-447
Auszahlungen für Finanzanlagen	-	-537
Ein-/Auszahlung durch Veräusserung von Unternehmen/Unternehmensanteilen, netto	724	-
Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten und Filmvermögen	37	-
Einzahlungen aus Abgängen von Sachanlagen	49	-
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-6.801	-20.930
Auszahlung durch Kauf Anteile ohne beherrschenden Einfluss	-816	-
Auszahlungen durch Tilgung von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	-1.296	-31.602
Einzahlungen durch Aufnahme von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	7	866
Ausschüttungen	-	-75
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-2.105	-30.811
Cashflow der Berichtsperiode	101.530	4.457
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn der Berichtsperiode	44.773	44.259
Auswirkungen Währungsdifferenzen	-2.047	-187
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode	144.256	48.529
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	101.530	4.457

Der Anhang auf den Seiten 29-37 ist ein integrierter Bestandteil dieses Konzernabschlusses.

ANHANG ZUR KONSOLIDIERTEN QUARTALSRECHNUNG ZUM 31. MÄRZ 2015

Highlight Communications AG, Pratteln

1. Allgemeine Angaben zum Konzern

Die Highlight Communications AG als Konzernobergesellschaft hat ihren Sitz an der Netzibodenstrasse 23b, Pratteln, Schweiz.

Der Verwaltungsrat der Highlight Communications AG hat am 19. Mai 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 31. März 2015 erfolgte in Übereinstimmung mit dem International Accounting Standard zur Zwischenberichterstattung (IAS 34).

Der verkürzte Konzernzwischenabschluss enthält nicht sämtliche für den Abschluss des Geschäftsjahres vorgeschriebenen Erläuterungen und Angaben und sollte im 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 Erstanwendung von neuen bzw. geänderten Standards und Interpretationen den bei der Erstellung des Konzernabschlusses für das Geschäftsjahr 2014 angewandten Grundsätzen (siehe Geschäftsbericht 2014, Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung, Kapitel 4).

Der Abschluss ist in Schweizer Franken aufgestellt, der die funktionale und die Berichtswährung der Konzernobergesellschaft darstellt. Die Betragsangaben erfolgen grundsätzlich in Tausend Schweizer Franken (TCHF), sofern nichts anderes vermerkt ist. Aus rechentechnischen Gründen können in den Tabellen Rundungsdifferenzen in Höhe von +/- einer Einheit (TCHF) auftreten und dargestellte Prozentangaben nicht genau die absoluten Zahlen widerspiegeln, auf die sie sich beziehen.

Das Segment Film unterliegt saisonalen Schwankungen, da die Umsatzerlöse von den jeweiligen Kinostarts und der darauffolgenden Verwertungskette abhängen. Dies führt zu Schwankungen hinsichtlich der Umsatzerlöse und Segmentergebnisse in den Quartalen des Geschäftsjahres.

Die Erstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses verlangt vom Management, Einschätzungen und Annahmen zu treffen, welche die ausgewiesenen Vermögenswerte, Verbindlichkeiten, Eventualverbindlichkeiten und Eventualforderungen zum Zeitpunkt der Bilanzierung, aber auch 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 Einschätzung künftiger Ereignisse. Die Einschätzungen und Annahmen werden laufend überprüft. Änderungen der Einschätzungen sind notwendig, sofern sich die Gegebenheiten, auf denen die Einschätzungen basieren, geändert haben oder neue Informationen und zusätzliche Erkenntnisse vorliegen. Solche Änderungen werden in jener Berichtsperiode erfasst, in der die Einschätzung angepasst wurde. Für weitere Informationen siehe Geschäftsbericht 2014, Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung, 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
Jährlicher Verbesserungsprozess der IFRS (2010–2012)*	1. Juli 2014
Jährlicher Verbesserungsprozess der IFRS (2011–2013)**	1. Juli 2014
IAS 19, Leistungen an Arbeitnehmer – Bilanzierung von Arbeitnehmerbeiträgen (Änderung)	1. Juli 2014

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

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

Die Highlight Communications AG hat auf die vorzeitige Anwendung von weiteren neuen bzw. überarbeiteten Standards und Interpretationen, deren Erstanwendungszeitpunkt für die Highlight Communications AG noch nicht verpflichtend ist, verzichtet. Für weitere Informationen siehe Geschäftsbericht 2014, Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung, Kapitel 2.

4. Veränderungen im Konsolidierungskreis

Am 23. Januar und 30. Januar 2015 hat die Highlight Communications AG ihre Anteile an der bereits vollkonsolidierten Highlight Event & Entertainment AG, Luzern, schrittweise von 68,986 % auf 71,929 % erhöht.

Am 13. Februar 2015 hat die Constantin Film AG 90 % der bisher gehaltenen Anteile an dem zum 31. Dezember 2014 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 % an dem Unternehmen. Diese wird seitdem unter den sonstigen langfristigen finanziellen Vermögenswerten bilanziert.

Am 31. März 2015 wurde die Comosa AG, Zürich, gegründet. 50,67 % der Anteile werden von der Rainbow Home Entertainment AG gehalten und die Gesellschaft wird vollkonsolidiert. Die Auswirkung dieser Transaktion auf den vorliegenden Konzernzwischenabschluss ist unwesentlich.

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

Die Bilanzsumme zum 31. März 2015 beträgt 421.494 TCHF nach 361.558 TCHF zum 31. Dezember 2014. Während sich die langfristigen Vermögenswerte insbesondere aufgrund eines Rückgangs des Filmvermögens um insgesamt 25.824 TCHF verringerten, nahmen die kurzfristigen Vermögenswerte zum 31. März 2015 um 85.760 TCHF zu. Die Zunahme bei den kurzfristigen Vermögenswerten resultiert im Wesentlichen aus der Zunahme der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente um 99.483 TCHF, welche im Wesentlichen auf erhaltene Anzahlungen der UEFA zurückzuführen ist. Gegenläufig wirkte sich die Reduktion der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Forderungen von 95.428 TCHF auf 83.240 TCHF aus. Auf der Passivseite haben die langfristigen Schulden um 63.040 TCHF und die kurzfristigen Schulden um 10.285 TCHF im Wesentlichen aufgrund der erhaltenen Anzahlungen zugenommen. Des Weiteren sank das Eigenkapital um 13.389 TCHF auf 93.491 TCHF.

Filmvermögen

Im Vergleich zum 31. Dezember 2014 hat das Filmvermögen zum 31. März 2015 um 24.730 TCHF abgenommen. Die Eigenproduktionen verringerten sich um 18.955 TCHF und die Fremdproduktionen um insgesamt 5.775 TCHF. Der Rückgang des Filmvermögens resultiert im Wesentlichen aus dem tieferen stichtagsbezogenen EUR/CHF-Wechselkurs.

Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien

Bei der Immobilie handelt es sich um die Liegenschaft der Highlight Event & Entertainment AG in Düdingen, die überwiegend zur Erzielung von Mieteinnahmen genutzt wird. Die Bewertung erfolgte nach dem Modell des beizulegenden Zeitwerts (siehe Kapitel 6).

Kurzfristige Vermögenswerte

Die kurzfristigen Forderungen haben sich im Vergleich zum 31. Dezember 2014 stichtagsbedingt um 15.417 TCHF verringert. Dies ist zurückzuführen auf die Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen von 11.031 TCHF und der sonstigen Forderungen von 1.157 TCHF sowie auf den Rückgang der Forderungen gegenüber nahestehenden Unternehmen und Personen um 6 TCHF und gegenüber assoziierten Unternehmen und Joint Ventures um insgesamt 3.223 TCHF.

Die sonstigen kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte haben um 571 TCHF auf 13.757 TCHF zugenommen. Die Veränderung ist vor allem bedingt durch den Effekt des Wertanstieges der gehaltenen Aktien an der Constantin Medien AG, deren Wertveränderung über die Gesamtergebnisrechnung abgebildet wird, sowie durch den Kauf und Verkauf von sonstigen Finanzanlagen.

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente haben sich zum 31. März 2015 von 44.773 TCHF auf 144.256 TCHF erhöht. Aus der Finanzierungstätigkeit ergab sich ein Mittelabfluss von 2.105 TCHF, in erster Linie bedingt durch die Tilgung von Finanzverbindlichkeiten. Aus der Investitionstätigkeit der Gruppe zeigte sich ein Mittelabfluss von 6.801 TCHF, der im Wesentlichen auf die Auszahlungen für Filmvermögen zurückzuführen ist. Aus der operativen Tätigkeit zeigte sich ein positiver Cashflow in Höhe von 110.436 TCHF, der sich grösstenteils aus der Zunahme von erhaltenen Anzahlungen ergibt.

Eigenkapital

Zum 31. März 2015 beliefen sich die direkt und indirekt selbst gehaltenen stimmrechtslosen eigenen Aktien auf 2.815.650 Aktien der Highlight Communications AG (31. Dezember 2014: 2.815.650).

Das Eigenkapital reduzierte sich von 106.880 TCHF um 13.389 TCHF auf 93.491 TCHF zum 31. März 2015. Aus der Neubewertung der Pensionsverpflichtung reduzierte sich die Gewinnrücklage um 977 TCHF, insbesondere aufgrund der Abnahme des Diskontsatzes. Aus der Erhöhung der Anteile an der Highlight Event & Entertainment AG reduzierten sich zudem die Kapitalrücklage um 241 TCHF und die Anteile ohne beherrschenden Einfluss um 501 TCHF. Die Abnahme der anderen Rücklagen um 12.530 TCHF basiert auf der Umrechnung des Eigenkapitals von Gesellschaften, die nicht den Schweizer Franken als funktionale Währung haben. Der in der Gewinnrücklage erfasste Wertanstieg der Constantin Medien-Aktien in Höhe von 739 TCHF sowie das Periodenergebnis von 636 TCHF trugen zu einem positiven Effekt bei.

Verbindlichkeiten

Während die langfristigen Schulden im Vergleich zum Jahresende um 63.040 TCHF zunahmen, stiegen die kurzfristigen Schulden um insgesamt 10.285 TCHF. Dabei haben sich die Finanzverbindlichkeiten um 5.368 TCHF auf 75.911 TCHF verringert. Gleichzeitig nahmen die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 3.034 TCHF ab und die sonstigen Verbindlichkeiten um insgesamt 658 TCHF zu. Die lang- und kurzfristigen erhaltenen Anzahlungen stiegen um insgesamt 86.107 TCHF.

Umsatzerlöse und übrige Erträge

Die Umsatzerlöse der Berichtsperiode betrugen 64.265 TCHF, nach 125.731 TCHF in der Vergleichsperiode. Die Umsatzerlöse des Segments Sport- und Event-Marketing reduzierten sich um 1.140 TCHF und die des Segments Film um 60.636 TCHF. Bei den aktivierten Filmproduktionen und anderen aktivierten Eigenleistungen ist zur Vergleichsperiode eine Abnahme von 112 TCHF festzustellen.

Betriebsaufwendungen

Der Material- und Lizenzaufwand hat sich zur Vergleichsperiode um 6.547 TCHF verringert. Die Abnahme resultiert in erster Linie aus dem im Vergleich zum ersten Quartal des Jahres 2014 leicht niedrigeren Produktionsvolumen im Segment Film.

Der Personalaufwand betrug in der Berichtsperiode 21.937 TCHF und lag damit leicht unter dem Niveau der Vergleichsperiode.

Die Abschreibungen und Wertminderungen auf das Filmvermögen sowie auf immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens und Sachanlagen von insgesamt 12.074 TCHF (Vergleichsperiode: 65.248 TCHF) enthalten 10.037 TCHF planmässige Abschreibungen (Vergleichsperiode: 56.331 TCHF) und 2.037 TCHF Wertminderungen (Vergleichsperiode: 8.917 TCHF), wobei die Wertminderungen vollständig auf das Filmvermögen entfallen.

Nicht erfasster anteiliger Verlust von „at-equity“ bewerteten Unternehmen

Der in der Berichtsperiode nicht erfasste anteilige Verlust von „at-equity“ bewerteten Unternehmen beträgt 139 TCHF (Vergleichsperiode: 395 TCHF). Der kumulative, nicht erfasste anteilige Verlust beträgt 1.965 TCHF (31. Dezember 2014: 3.253 TCHF). Die Abnahme zur Vorperiode um 1.288 TCHF ist auf die Reduktion der Beteiligung an der Mister Smith Entertainment Ltd. auf 5% zurückzuführen. 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.

Finanzergebnis

Das Finanzergebnis hat sich in der Berichtsperiode zur Vergleichsperiode vor allem aufgrund von Währungseffekten um insgesamt 4.639 TCHF verringert.

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, Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung, Kapitel 8.

Beizulegender Zeitwert von finanziellen Vermögenswerten und Schulden

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Zuordnung der zum beizulegenden Zeitwert bewerteten finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten zu den drei Stufen der Fair Value-Hierarchie:

31. 3. 2015 (TCHF)		Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Gesamt
Finanzielle Vermögenswerte, die zum Marktwert bewertet werden					
Derivative Finanzinstrumente	FVPL /ohne Kategorie	-	7.197	-	7.197
Finanzielle Vermögenswerte, erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet	FVPL	103	-	3.124	3.227
Finanzielle Vermögenswerte (Eigenkapitalinstrumente)	FVOCI	12.301	-	-	12.301
Finanzielle Verbindlichkeiten, die zum Marktwert bewertet werden					
Finanzverbindlichkeiten mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	ohne Kategorie	-	-	-	-
Derivative Finanzinstrumente	FLPL/ohne Kategorie	-	743	-	743

Angaben zu Finanzinstrumenten der Stufe 3:

Bezeichnung des Finanzinstruments	Langfristige Aktien	Kurzfristige Aktien
Fair Value 1. Januar 2015	1.712	1.624
Gewinne/Verluste GuV	-	-
Fremdwährungsdifferenzen erfolgsneutral im Eigenkapital	59	-168
Kauf	-	-
Verkauf	-	-
Fair Value 31. März 2015	1.771	1.456

31.12. 2014 (TCHF)		Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Gesamt
Finanzielle Vermögenswerte, die zum Marktwert bewertet werden					
	FVPL /ohne Kategorie	-	3.624	-	3.624
Derivative Finanzinstrumente					
Finanzielle Vermögenswerte, erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet	FVPL	90	-	3.336	3.426
Finanzielle Vermögenswerte (Eigenkapitalinstrumente)	FVOCI	11.562	-	-	11.562
Finanzielle Verbindlichkeiten, die zum Marktwert bewertet werden					
Finanzverbindlichkeiten mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	ohne Kategorie	-	-	-	-
Derivative Finanzinstrumente	FLPL/ohne Kategorie	-	250	-	250

Die finanziellen Vermögenswerte, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden und 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-Cashflow-Verfahren verwendet. Die Veränderung des beizulegenden Zeitwerts der in Stufe 3 dargestellten finanziellen Vermögenswerte ist auf Effekte aus Währungsumrechnungen von insgesamt -109 TCHF zurückzuführen.

Die erfolgswirksam erfassten Währungseffekte sind in der Position „Finanzaufwendungen“ ausgewiesen.

Umgliederungen zwischen den einzelnen Stufen der Fair Value-Hierarchie wurden nicht vorgenommen.

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. Die langfristigen Forderungen werden entsprechend ihrer Laufzeit abgezinst. Somit approximieren die Buchwerte ebenfalls den beizulegenden Zeitwert.

Beizulegender Zeitwert von nicht finanziellen Vermögenswerten und Schulden

Zum 31. März 2015 sind, mit Ausnahme der Liegenschaft (siehe Kapitel 5), keine nicht finanziellen Vermögenswerte und nicht finanziellen Schulden zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Die zum beizulegenden Zeitwert bewertete Liegenschaft ist, wie zum 31. Dezember 2014, der Stufe 3 zugeordnet. Der beizulegende Zeitwert zum 31. März 2015 entspricht dem bisherigen Buchwert.

7. Segmentberichterstattung

Die nachfolgenden Segmentinformationen basieren auf dem sogenannten Management Approach.

Die Konzernleitung der Gesellschaft als Hauptentscheidungsträger (Chief Operating Decision Maker) entscheidet über die Ressourcenzuteilung auf die Segmente und beurteilt deren Erfolg unverändert anhand der Kennzahlen Umsatzerlöse und Segmentergebnis. Die Konzernleitung nimmt keine Bewertung der Segmente auf Basis von Vermögenswerten und Schulden vor.

Auf Basis des internen Management-Berichtssystems und der dem internen Berichtswesen zugrunde liegenden Organisationsstruktur ist der Konzern unverändert in die drei operativen Segmente Film, Sport- und Event-Marketing sowie Übrige Geschäftsaktivitäten gegliedert. Unter Sonstiges werden die administrativen Funktionen der Holdinggesellschaft Highlight Communications AG berichtet. In der Überleitungsspalte sind die Eliminationen der Intersegmentbeziehungen ausgewiesen.

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.

Segmentinformationen 1. 1. bis 31. 3. 2015

(TCHF)	Film	Sport- und Event- Marketing	Übrige Geschäfts- aktivitäten	Sonstiges	Überleitung	Konzern
Aussenumsätze	52.038	11.267	960	-	-	64.265
Übrige Segmenterträge	12.745	2.851	39	-	-	15.635
Segmentaufwendungen	-65.261	-7.339	-1.374	-973	-	-74.947
<i>davon planmässige Abschreibungen</i>	<i>-9.708</i>	<i>-206</i>	<i>-123</i>	-	-	<i>-10.037</i>
<i>davon Wertminderungen</i>	<i>-2.037</i>	-	-	-	-	<i>-2.037</i>
Segmentergebnis	-478	6.779	-375	-973	-	4.953
Nicht zugeordnete Ergebniselemente:						
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures						754
Finanzerträge						1.452
Finanzaufwendungen						-5.957
Ergebnis vor Steuern						1.202

Segmentinformationen 1. 1. bis 31. 3. 2014

(TCHF)	Film	Sport- und Event- Marketing	Übrige Geschäfts- aktivitäten	Sonstiges	Überleitung	Konzern
Aussenumsätze	112.674	12.407	650	-	-	125.731
Übrige Segmenterträge	12.266	136	246	-	-244	12.404
Segmentaufwendungen	-127.466	-7.101	-1.546	-1.325	244	-137.194
<i>davon planmässige Abschreibungen</i>	<i>-55.784</i>	<i>-216</i>	<i>-331</i>	-	-	<i>-56.331</i>
<i>davon Wertminderungen</i>	<i>-8.917</i>	-	-	-	-	<i>-8.917</i>
Segmentergebnis	-2.526	5.442	-650	-1.325	-	941
Nicht zugeordnete Ergebniselemente:						
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures						61
Finanzerträge						2.378
Finanzaufwendungen						-2.244
Ergebnis vor Steuern						1.136

8. Haftungsverhältnisse, Eventualverbindlichkeiten und sonstige finanzielle Verpflichtungen

Gegenüber dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014 haben sich die Haftungsverhältnisse, die Eventualverbindlichkeiten und die sonstigen finanziellen Verpflichtungen zum 31. März 2015 um 10.143 TCHF auf 58.598 TCHF verringert.

9. Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen

Die Gesellschaft unterhält mit assoziierten Unternehmen, Joint Ventures, der Hauptaktionärin und deren Tochtergesellschaften sowie Unternehmen, die von Verwaltungsratsmitgliedern kontrolliert werden, Beziehungen im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit. Die Forderungen gegenüber assoziierten 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:

Joint Ventures

(TCHF)	31. 3. 2015	31. 12. 2014
Forderungen	148	3.371
Verbindlichkeiten	-	700
	1.1. bis	1.1. bis
(TCHF)	31. 3. 2015	31. 3. 2014
Umsatzerlöse und sonstige Erträge	1.389	1.297
Material- und Lizenzaufwand und sonstige Aufwendungen	1.265	1.156

Assoziierte Unternehmen

(TCHF)	31. 3. 2015	31. 12. 2014
Forderungen	2.920	2.971
Verbindlichkeiten	-	-
	1.1. bis	1.1. bis
(TCHF)	31. 3. 2015	31. 3. 2014
Umsatzerlöse und sonstige Erträge	-	1
Material- und Lizenzaufwand und sonstige Aufwendungen	-	45

Sonstige nahestehende Unternehmen und Personen

(TCHF)	31. 3. 2015	31. 12. 2014
Forderungen	-	-
Verbindlichkeiten	114	36
	1.1. bis	1.1. bis
(TCHF)	31. 3. 2015	31. 3. 2014
Umsatzerlöse und sonstige Erträge	-	-
Material- und Lizenzaufwand und sonstige Aufwendungen	-	180

Mutterunternehmen und deren direkte Tochtergesellschaften

(TCHF)	31. 3. 2015	31. 12. 2014
Forderungen	-	6
Verbindlichkeiten	41	101
	1.1. bis	1.1. bis
(TCHF)	31. 3. 2015	31. 3. 2014
Umsatzerlöse und sonstige Erträge	-	44
Material- und Lizenzaufwand und sonstige Aufwendungen	48	128

Die Transaktionen mit den sonstigen nahestehenden Personen und Unternehmen beinhalten im Wesentlichen die Beziehungen zu verschiedenen Verwaltungsratsmitgliedern und Managing Directors, gegenüber welchen zum 31. März 2015 Verbindlichkeiten in Höhe von 114 TCHF (31. Dezember 2014: 36 TCHF) bestanden.

Nahestehende Personen umfassen die Verwaltungsräte und Konzernleitungsmitglieder sowie deren Angehörige.

Wesentliche Leistungen gegenüber Gesellschaften, die durch Nahestehende kontrolliert werden, wurden von der Highlight Communications AG in der Berichtsperiode, wie auch in der Vergleichsperiode, nicht erbracht.

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

10. Ereignisse nach der Berichtsperiode

Am 28. April 2015 hat die Highlight Communications AG ihre Anteile an der bereits vollkonsolidierten Highlight Event & Entertainment AG von 71,93 % auf 74,99 % erhöht.

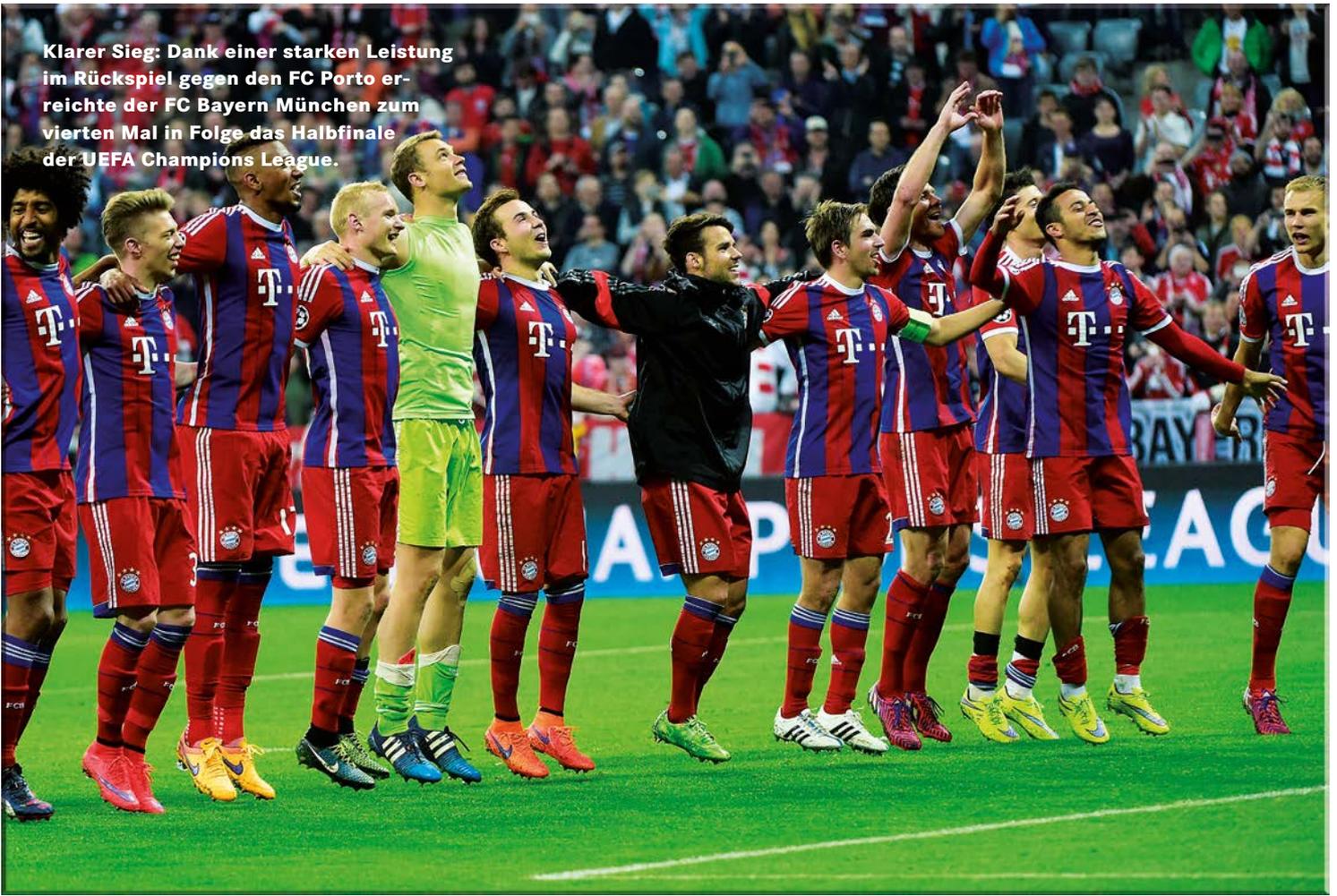
Impressum

Herausgeber und verantwortlich für den Inhalt: Highlight Communications AG, Pratteln

Konzeption, Redaktion, Design und Produktion: GFD Finanzkommunikation, Frankfurt am Main

*Bildnachweis: dpa Picture-Alliance, Frankfurt am Main (Umschlag innen, vorne und hinten), TEAM-Gruppe, Luzern (Umschlag aussen)
Constantin Film-Gruppe, München (Umschlag aussen), Highlight Event & Entertainment-Gruppe, Luzern (Umschlag aussen)*

Klarer Sieg: Dank einer starken Leistung im Rückspiel gegen den FC Porto erreichte der FC Bayern München zum vierten Mal in Folge das Halbfinale der UEFA Champions League.



Termine 2015

Bereich Kino	Filmfestspiele Cannes	13.–24. Mai
	Filmfestspiele Locarno	5.–15. August
	Filmfestspiele Venedig	2.–12. September
	Filmfestspiele Toronto	10.–20. September
Bereich Fussball	UEFA Europa League-Finale	27. Mai
	UEFA Champions League-Finale	6. Juni
Bereich Events	Sommernachtskonzert der Wiener Philharmoniker	14. Mai
	Eurovision Song Contest, Halbfinale	19. und 21. Mai
	Eurovision Song Contest, Finale	23. Mai
	WTA-Finale	26. Oktober–1. November
Bereich Investor Relations	Generalversammlung	12. Juni
	Zwischenberichte	August/November
	Deutsches Eigenkapitalforum	23.–25. November

