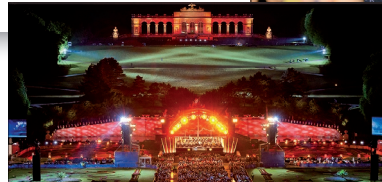




Highlight

Highlight Communications AG

Zwischenbericht zum 30. Juni 2014





Roter Teppich in Berlin:
Beim Deutschen Filmpreis 2014
wurde die Komödie „Fack ju
Göhte“ als besucherstärkster Film
des Jahres 2013 ausgezeichnet.

Auf einen Blick: Ereignisse im zweiten Quartal 2014

APRIL Am 4. April fällt die letzte Klappe zur Kriminalkomödie „Winterkartoffelknödel“, der zweiten Verfilmung der Rita Falk-Bestsellerbuchreihe um den Provinzpolizisten Franz Eberhofer. Nach dem grossen Erfolg des ersten Teils („Dampfnudelblues“), der im Sommer letzten Jahres ausschliesslich in den bayerischen Kinos lief und dort mehr als eine halbe Million Zuschauer begeisterte, wird „Winterkartoffelknödel“ Mitte Oktober 2014 bundesweit starten.

MAI Am 8. Mai wird der Constantin Film-Erfolgskomödie „Fack ju Göhnte“ in Berlin der CIVIS Medienpreis verliehen. Mit diesem Preis werden Werke ausgezeichnet, die dazu beitragen, das friedliche Zusammenleben von Menschen unterschiedlicher nationaler, ethnischer, religiöser oder kultureller Herkunft zu fördern.

Bei der Verleihung des Deutschen Filmpreises wird die Constantin Film-Co-Produktion „Ostwind“ am 9. Mai als bester Kinderfilm des Jahres 2013 ausgezeichnet. Der Deutsche Filmpreis in der Kategorie „Besucherstärkster Film“ geht an „Fack ju Göhnte“.

Ende Mai gibt die Highlight Event & Entertainment AG (HLEE) eine strategische Partnerschaft mit der Vereinigung der professionellen Tennisspielerinnen WTA bekannt. Die Zusammenarbeit betrifft das WTA-Saisonschlussturnier, bei dem die jeweils acht besten Spielerinnen einer Saison um den Sieg kämpfen. Bei diesem Event wird die HLEE u.a. für die Markenidentität und das Erscheinungsbild verantwortlich sein.

JUNI Auf dem jährlich stattfindenden Kongress des europäischen Kinoverbands UNIC wird die Constantin Film AG Mitte Juni mit dem CineEurope Independent Film Award ausgezeichnet. Mit der Verleihung dieses renommierten Preises soll die Leistung des Unternehmens in den vergangenen 30 Jahren gewürdigt werden, in denen Constantin Film eine zentrale Rolle bei der Entwicklung der Filmbranche – sowohl in Deutschland als auch im Ausland – eingenommen hat.

Anfang Mai in den Handel gekommen, behauptet sich die Heimkinoversion von „Fack ju Göhnte“ fünf Wochen in Folge an der Spitze der deutschen DVD-Verkaufs-Charts. Im gesamten deutschsprachigen Raum werden bis Ende Juli rund 900.000 DVDs und Blu-rays des Titels abgesetzt. Hinzu kommen mehr als 600.000 bezahlte Transaktionen im digitalen Vertrieb. Im Bereich der Digitalvermarktung ist „Fack ju Göhnte“ damit der mit Abstand erfolgreichste Film im deutschsprachigen Raum.

Members of the Highlight Group

Constantin Film

RAINBOW
HOME ENTERTAINMENT

TEAM
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	10
Bericht über den Geschäftsverlauf und die Lage im Segment Sport- und Event-Marketing	14
Bericht über den Geschäftsverlauf und die Lage im Segment Übrige Geschäftsaktivitäten	16
Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage der Highlight-Gruppe	18
Personalbericht	20
Nachtragsbericht	20
Risiko- und Chancenbericht	21
Prognosebericht	22
Konsolidierte Halbjahresrechnung zum 30. Juni 2014	25
Konsolidierte Bilanz	26
Konsolidierte Gewinn- und Verlustrechnung	28
Konsolidierte Gesamtergebnisrechnung	29
Entwicklung des konsolidierten Eigenkapitals	30
Konsolidierte Kapitalflussrechnung	32
Anhang zur konsolidierten Halbjahresrechnung	33
Termine 2014	(im Umschlag hinten)

VORWORT

Sehr geehrte Aktionäre, sehr geehrte Interessenten,

in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres konnte die Highlight-Gruppe Umsätze und Ergebnisse erzielen, die die Vergleichswerte des ersten Halbjahrs 2013 deutlich übertrafen.

Der Konzernumsatz lag mit 216,3 Mio. CHF um 38,3% über dem Vorjahreswert von 156,4 Mio. CHF. Die Gesamtleistung des Konzerns erhöhte sich um 16,7% auf 240,6 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 206,1 Mio. CHF). Der operative Konzernaufwand stieg um 13,8% von 209,9 Mio. CHF auf 238,8 Mio. CHF an, was im Wesentlichen auf den auswertungsbedingten Anstieg der Abschreibungen auf das Filmvermögen zurückzuführen ist.

Infolge dieser Entwicklungen verbesserte sich das Betriebsergebnis auf 9,7 Mio. CHF, was einem Plus von 64,4% gegenüber dem Vergleichswert des Vorjahres (5,9 Mio. CHF) entspricht. Das Konzernperiodenergebnis konnte um 34,1% auf 5,9 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 4,4 Mio. CHF) gesteigert werden, wobei der Gewinnanteil der Highlight-Aktionäre bei 5,6 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 4,2 Mio. CHF) lag. Der Gewinn je Aktie erhöhte sich damit um 44,4% von 0,09 CHF auf 0,13 CHF.

Besonders erfreulich verlief das erste Halbjahr 2014 für das Segment Film, dessen Aussenumsätze auf 190,0 Mio. CHF anstiegen – ein Plus von 45,4% im Vergleich zu den ersten sechs Monaten des Vorjahres (130,7 Mio. CHF). Diese Umsatzsteigerung wurde teilweise durch einen Rückgang der übrigen Segmenterträge sowie höhere Aufwendungen, insbesondere im Bereich der Abschreibungen, kompensiert. Dennoch hat sich das Segmentergebnis im Halbjahresvergleich von 1,6 Mio. CHF auf 3,8 Mio. CHF mehr als verdoppelt.

Diese Entwicklung ist insbesondere der Constantin Film-Erfolgskomödie „Fack ju Göhte“ zu verdanken. Nachdem der Film allein in Deutschland mehr als sieben Millionen Kinobesucher begeisterte, setzte er auch in der Home-Entertainment-Auswertung neue Massstäbe. Anfang Mai in den Handel gekommen, eroberte er direkt den Spitzenplatz der deutschen DVD-Verkaufs-Charts, den er – mit Ausnahme einer einzigen Woche – bis Ende Juli auch verteidigte. Im gesamten deutschsprachigen Raum gingen in diesem Zeitraum rund 900.000 DVDs und Blu-rays über die Ladentische. Hinzu kamen mehr als 600.000 bezahlte Transaktionen im digitalen Vertrieb – ein Wert, den zuvor noch keine andere Produktion erreicht hatte.

Im Geschäftsfeld Kinoverleih blickt die Constantin Film-Gruppe – nach dem ereignisreichen Jahresauftakt – auf ein relativ ruhiges zweites Quartal zurück, da sie aufgrund der Fussball-Weltmeisterschaft in Brasilien nur einen neuen Film („Irre sind männlich“) startete. Dennoch konnte die Constantin Film auf Halbjahresbasis einen Marktanteil von 7,8% nach Besuchern und von 7,2% nach Umsatz im deutschen Kinomarkt erreichen und sich dadurch einmal mehr an die Spitze der Independent-Verleiher in Deutschland setzen.

Die TEAM-Gruppe konnte im zweiten Quartal weitere wichtige Verträge im Vermarktungsprozess der kommerziellen Rechte der UEFA Champions League und der UEFA Europa League (jeweils für den Spielzyklus 2015/16 bis 2017/18) abschliessen. Die TV-Rechte wurden dabei unter anderem in Frankreich, Polen und Bulgarien sowie im asiatisch-pazifischen Raum (Indien, Indonesien, Hongkong und Thailand) verkauft.

Die Aussenumsätze des Segments Sport- und Event-Marketing verzeichneten in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres einen leichten Anstieg um 3,3% auf 24,8 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 24,0 Mio. CHF). Da gleichzeitig die Aufwendungen durch Kosteneinsparungen um 0,5 Mio. CHF auf 14,7 Mio. CHF gesenkt werden konnten, verbesserte sich das Segmentergebnis um 15,9% von 8,8 Mio. CHF auf 10,2 Mio. CHF.

Der Terminkalender der Highlight Event AG war in den Monaten April bis Juni gut gefüllt, da neben der alljährlichen Umsetzung des Eurovision Song Contest und des Sommernachtskonzerts der Wiener Philharmoniker zwei weitere Aufgaben zu bewältigen waren: ein Gedenkkonzert zum Ausbruch des Ersten Weltkriegs vor 100 Jahren, das die Wiener Philharmoniker vor prominentem Publikum in Sarajevo spielten, und die erstmalige Betreuung des Eurovision Young Musicians-Projekts – eines Talentwettbewerbs für europäische Nachwuchskünstler im Bereich der klassischen Musik. Alle Events konnten zur vollen Zufriedenheit der jeweiligen Veranstalter und Sponsoren erfolgreich umgesetzt werden.

Ein weiteres Highlight war zweifellos der Abschluss einer neuen strategischen Partnerschaft mit der Vereinigung der professionellen Tennisspielerinnen WTA (Women's Tennis Association). Im Rahmen dieser Zusammenarbeit wird die Highlight Event & Entertainment AG beim jährlich stattfindenden WTA-Saisonschlussturnier unter anderem für die Markenidentität und das visuelle Erscheinungsbild verantwortlich sein. Im Rahmen dieser Veranstaltung treten die jeweils acht besten Spielerinnen einer Saison gegeneinander an.

Das Segment Übrige Geschäftsaktivitäten erzielte im ersten Halbjahr 2014 Aussenumsätze von 1,5 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 1,6 Mio. CHF) und übrige Erträge von 0,3 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 0,5 Mio. CHF). Nach Abzug der Aufwendungen in Höhe von 3,2 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 3,5 Mio. CHF) ergab sich ein Segmentverlust von 1,4 Mio. CHF, der auf dem Niveau des ersten Halbjahrs 2013 lag und aus den Entwicklungsaktivitäten im Bereich Online-/Social-Gaming resultiert.

Aufgrund der guten operativen Perspektiven im zweiten Halbjahr, insbesondere im Hinblick auf die Kinostarts des erfolgreichen Tanzfranchise „Step Up: All In (3D)“ und der Romanbestseller-Verfilmung „Schossgebete“, gehen wir auch weiterhin davon aus, dass die Highlight-Gruppe im Gesamtjahr 2014 einen Konzernumsatz zwischen 380 und 410 Mio. CHF sowie ein positives Konzernergebnis erzielen wird.

DIE HIGHLIGHT-AKTIE

Entwicklung der Kapitalmärkte

Verunsichert durch die sich ausweitenden Unruhen in der Ukraine, entwickelten sich die globalen Aktienmärkte zu Beginn des zweiten Quartals 2014 zunächst abwärts. Ab Mitte April setzte dann jedoch ein deutlicher Aufschwung ein, der dazu führte, dass einige Leitindizes neue Allzeithochs markierten. Begünstigt wurde dieser Aufwärtstrend einerseits durch die nach wie vor sehr lockere Geldpolitik der grossen Zentralbanken, allen voran die US-Notenbank Federal Reserve, die Europäische Zentralbank und die Bank von Japan. Andererseits wurden die Kurse aber auch von einer eindeutig nachlassenden Risikoaversion vieler Investoren – insbesondere im Hinblick auf die Euro-Staatsschuldenkrise – angetrieben.

Unter diesen günstigen Rahmenbedingungen erreichte beispielsweise der amerikanische Dow Jones Industrial Average Index Mitte Juni einen historischen Höchststand von rund 16.950 Punkten. Insgesamt gewann der Dow Jones im Zeitraum April bis Juni 3,1 % an Wert (1,5 % seit Jahresbeginn) und ging am Quartalsultimo mit 16.827 Punkten aus dem Handel. Eindeutiger Verlierer unter den führenden Leitindizes war der japanische Nikkei 225, der im ersten Halbjahr 2014 um 6,9 % auf 15.162 Punkte nachgab.

Im Vergleich der europäischen Leitindizes zeigte der Swiss Market Index (SMI) die beste Performance. Nach einem Plus von 3,1 % in den ersten drei Monaten stieg er im zweiten Quartal noch einmal um 1,2 % auf 8.555 Punkte an und übertraf Mitte Juni – erstmals seit dem Jahr 2007 – wieder die 8.750-Punkte-Marke. In den ersten sechs Monaten des laufenden Jahres konnte der SMI damit 4,3 % an Wert gewinnen.

Der DAX, der Anfang Juni erstmals die magische 10.000-Punkte-Grenze überspringen konnte, schloss bei 9.833 Punkten und beendete das erste Halbjahr 2014 dadurch mit einem Plus von 2,9 %. Der Small-Cap-Index SDAX konnte im zweiten Quartal einen Zuwachs von 3,0 % auf 7.385 Punkte erzielen und seit dem Jahresbeginn somit um 8,8 % zulegen. Der Index für deutsche Medienwerte (DAXsector Media), der mit 328 Punkten aus dem Handel ging, verzeichnete im Zeitraum April bis Juni zwar einen Anstieg um 3,2 %, blieb auf Halbjahressicht jedoch mit 3,8 % im Minus.

Entwicklung der Highlight-Aktie im zweiten Quartal 2014

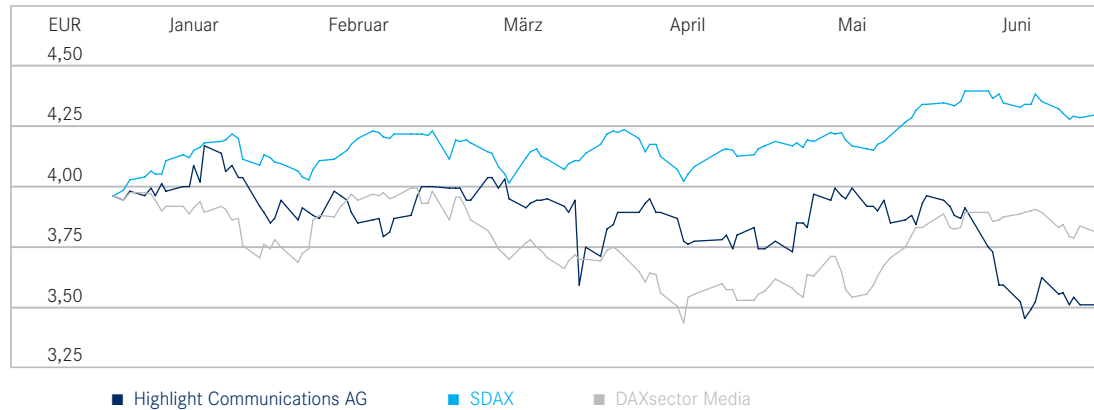
Der Kurs der Highlight-Aktie konnte im Zeitraum April bis Juni 2014 nicht vom allgemein positiven Börsenklima profitieren. Nachdem die ersten beiden Handelswochen noch von deutlich steigenden Kursen gekennzeichnet waren, gab die Notierung bis Anfang Mai kontinuierlich nach und fiel wieder bis auf 3,74 EUR zurück. Ein erneuter Anstieg brachte den Kurs der Highlight-Aktie bis Mitte Mai dann noch einmal auf ein Niveau von 4,00 EUR, das – nach einem weiteren leichten Abschwung – bis zum Monatsende in etwa gehalten werden konnte.

Ab dem 10. Juni sank die Notierung dann aufgrund eines relativ starken, nicht nachrichtengeprägten Verkaufsdrucks bei mittleren Handelsvolumina (zwischen 14.000 und 35.000 Aktien pro Handelstag) innerhalb weniger Tage bis auf 3,46 EUR. Nach einer kurzfristigen Erholungsphase ging die Highlight-Aktie am 30. Juni mit 3,52 EUR aus dem Xetra-Handel und verzeichnete seit Jahresbeginn somit ein Kursminus von 11,3 %. Das 52-Wochen-Hoch lag zum Ende des ersten Halbjahrs bei 4,18 EUR (17. Januar 2014) und das 52-Wochen-Tief bei 3,43 EUR (7. November 2013).

Im zweiten Quartal 2014 wurden im Xetra-Handelssystem der Deutsche Börse AG 1,07 Millionen (zweites Quartal 2013: 2,17 Millionen) Highlight-Aktien umgesetzt. Der Durchschnitt pro Handelstag ist damit auf 17.270 Stück (zweites Quartal 2013: 34.450 Stück) zurückgegangen. Gleiches gilt für die Halbjahresbetrachtung, bei der sich das Handelsvolumen von 5,5 Millionen Aktien (rund 44.100 Stück pro Handelstag) auf knapp 2,5 Millionen Aktien (rund 19.800 Stück pro Handelstag) reduzierte. Im Handelsvolumen-Ranking der Deutsche Börse AG für die Segmente unterhalb des DAX lag die Highlight-Aktie zum 30. Juni 2014 damit auf Platz 117 (31. März 2014: 110). Beim Bewertungskriterium „Free-Float-Marktkapitalisierung“ ergab sich Rang 112 (31. März 2014: 110).

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

Indizes zum Vergleich indexiert auf den Highlight-Schlusskurs zum 31. Dezember 2013



Gezeichnetes Kapital und Aktionärsstruktur

Das gezeichnete Kapital der Highlight Communications AG betrug zum 30. Juni 2014 unverändert 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 Ende des ersten Halbjahrs 2014 weiterhin bei rund 2,72 Millionen Stück lag. In Relation zum gezeichneten Kapital entspricht dies einem Anteil von 5,75%. Nach Abzug dieser Anteile befanden sich demzufolge 44,53 Millionen Aktien im Umlauf.

52,39% der Highlight-Aktien befinden sich nach wie vor 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 Definition der Deutsche Börse AG lag zum 30. Juni 2014 bei 41,86%.

Investor-Relations-Aktivitäten

Einer der Schwerpunkte unserer Investor-Relations-Aktivitäten ist die zeitnahe und umfassende Information von Investoren, Analysten und Finanzpresse. Die Basis dafür bilden in erster Linie unsere regelmässig veröffentlichten Geschäfts- und Zwischenberichte, die einen detaillierten Einblick in die aktuelle Entwicklung unseres Unternehmens vermitteln. Darüber hinaus informieren wir die Kapitalmarktteilnehmer über alle wesentlichen Ereignisse in Form von Presse- und Ad-hoc-Mitteilungen. Umfangreiche Fakten zur Highlight-Gruppe werden ausserdem auf unserer Webseite (www.highlight-communications.ch) zur Verfügung gestellt.

Das Kernelement unserer Investor-Relations-Arbeit ist und bleibt jedoch die persönliche Kommunikation über aktive und offene Dialoge. Zu diesem Zweck führen wir Präsentationen und Roadshows an internationalen Finanzplätzen durch und nehmen an Veranstaltungen für Analysten und Investoren teil. Es ist unser erklärtes Ziel, mit dieser Form der Öffentlichkeitsarbeit sowohl eine faire Bewertung der Highlight-Aktie zu erreichen als auch potenzielle Anteilseigner von der Werthaltigkeit eines Investments in unser Unternehmen zu überzeugen.

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

Close Brothers Seydler Research	Einschätzung: Kaufen	Kursziel: 4,00 EUR
DZ BANK	Einschätzung: Kaufen	Kursziel: 5,05 EUR

Informationen zur Highlight-Aktie zum 30. Juni 2014

ISIN/Börsenkürzel	CH 000 653 9198/HLG
Index	DAXsector Media
Schlusskurs	3,52 EUR
52-Wochen-Hoch	4,18 EUR
52-Wochen-Tief	3,43 EUR
Gezeichnetes Kapital	47,25 Mio. CHF
Aktien im Umlauf	44,53 Mio. Stück
Marktkapitalisierung (bezogen auf Aktien im Umlauf)	156,7 Mio. EUR

Directors' Dealings/Aktienbesitz von Organen zum 30. Juni 2014

Das Verwaltungsratsmitglied Dr. Erwin V. Conradi hat im zweiten Quartal 2014 insgesamt 23.000 Highlight-Aktien erworben und seinen Besitz damit auf 200.000 Anteile aufgestockt. Von den übrigen Mitgliedern des Verwaltungsrates und der Konzernleitung hat die Highlight Communications AG im Berichtszeitraum keine Meldungen über mitteilungspflichtige Aktienerwerbs- oder -veräusserungsgeschäfte erhalten.

Der Präsident und Delegierte des Verwaltungsrates, Bernhard Burgener, und das Verwaltungsratsmitglied René Camenzind hielten zum 30. Juni 2014 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 einzelnen Mitglieder des Verwaltungsrates und der Konzernleitung (inkl. der ihnen nahestehenden Personen) stellten sich zum Ende des zweiten Quartals wie folgt dar:

Verwaltungsrat	Aktienbesitz	Aktienanspruch aus Optionen
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	200.000	-
Dr. Dieter Hahn, nicht exekutives Mitglied	21.000	-
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.

Segment Film

Im Segment Film hält die Highlight Communications AG eine 100%-Beteiligung an der Constantin Film AG, München, die mit ihren Tochter- und Beteiligungsgesellschaften Deutschlands bedeutendster unabhängiger Produzent und Verleiher von Kinofilmen ist. Ihr Tätigkeitsfeld umfasst die Entwicklung und Herstellung von Filmen sowie die Auswertung von eigenproduzierten und erworbenen Filmrechten. Die selbst produzierten Filme werden in der Regel weltweit vermarktet, die Fremdproduktionen im Wesentlichen im deutschsprachigen Raum. Dabei werden alle Stufen der Verwertungskette – vom Kinoverleih über DVD-/Blu-ray-Veröffentlichungen bis hin zur TV-Ausstrahlung – ausgeschöpft. Neben Kinofilmen erstellt die Constantin Film-Gruppe fiktionale und nonfiktionale Produkte für deutsche und ausländische TV-Sender.

Im Schweizer Kinomarkt ist die Highlight-Gruppe durch die Constantin Film Schweiz AG, Pratteln, präsent, an der die Highlight Communications AG indirekt zu 100% beteiligt ist. Die Gesellschaft ist auf die Herstellung und den Vertrieb von Film-, Fernseh- und Videoproduktionen sowie die Erbringung von Dienstleistungen im Bereich Unterhaltung und neue Medien spezialisiert.

Zur bestmöglichen Verwertung der Videorechte an Eigen- und Lizenztiteln besitzt die Highlight Communications AG eine eigene Vertriebsorganisation. In der Schweiz und in Österreich erfolgt der Vertrieb über die Tochtergesellschaften Rainbow Home Entertainment, die sich zu jeweils 100% im Besitz des Unternehmens befinden. Im deutschen Markt arbeitet die Highlight Communications (Deutschland) GmbH mit Paramount Home Entertainment zusammen.

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

Segment Sport- und Event-Marketing

Im Segment Sport- und Event-Marketing hält die Highlight Communications AG eine 100%ige Beteiligung an der Team Holding AG (TEAM). Die in Luzern ansässige TEAM-Gruppe ist auf die globale Vermarktung internationaler Sport-Grossveranstaltungen spezialisiert. Als eine der weltweit führenden Agenturen auf diesem Gebiet vermarktet sie im Auftrag des Europäischen Fussballverbands UEFA exklusiv sowohl die UEFA Champions League als auch die UEFA Europa League und den UEFA Super Cup.

Die wesentliche Finanzierungsquelle im Segment Sport- und Event-Marketing sind die mit der Vermarktung der TV- und Sponsorenrechte verbundenen Agenturprovisionen.

Segment Übrige Geschäftsaktivitäten

Das Segment Übrige Geschäftsaktivitäten umfasst die Aktivitäten der an der Schweizer Börse (SIX Swiss Exchange) notierten Highlight Event & Entertainment AG, Luzern, an der die Highlight Communications AG mit 68,725% beteiligt ist. Das Unternehmen agiert im Event- und Entertainment-Geschäft und besitzt die Vermarktungsmandate für den Eurovision Song Contest und die Wiener Philharmoniker. Darüber hinaus hält die

Highlight-Tochtergesellschaft Rainbow Home Entertainment AG einen Anteil von 50,004 % an der Full-Service-Agentur Pokermania GmbH, Köln, die sich auf die Entwicklung von Online-Gaming-Geschäftsmodellen sowie auf den Markt der Social Games spezialisiert hat. Diese Aktivitäten im Bereich Online-/Social-Gaming werden dem Segment Übrige Geschäftsaktivitäten zugerechnet.

Die wesentlichen Finanzierungsquellen im Segment Übrige Geschäftsaktivitäten sind die mit der Vermarktung der TV- und Sponsorenrechte verbundenen Agenturprovisionen sowie die aus der Vermarktung der Social-/Online-Gaming-Produkte resultierenden Erlöse. Die wesentlichen Aufwandsposten umfassen hier Technikkosten sowie jene Kosten, die mit der Entwicklung und Programmierung neuer Social-/Online-Gaming-Produkte verbunden sind.

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 aktuell aus vier Mitgliedern besteht, bei der Constantin Film AG der Vorstand, der drei Personen umfasst, und bei der Highlight Event & Entertainment AG der ebenfalls 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 Unternehmenswerts. 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:

- Im Geschäftsfeld TV-Auftragsproduktion sind Reichweiten und Marktanteile wichtige Bezugsgrössen zur Beurteilung des Publikumserfolgs eines ausgestrahlten Formats. Darüber hinaus sind diese Werte häufig Grundlage für Entscheidungen über zukünftige Beauftragungen.
- Im Geschäftsfeld Kinoverleih ist die Anzahl der Zuschauer, die ein Film generiert, einer der entscheidenden Faktoren, da sich der Kinoerfolg in der Regel auch auf die nachfolgenden Auswertungsstufen – insbesondere im Bereich Home Entertainment – auswirkt. Trotz intensiver vorheriger Marktbeobachtungen in den Zielgruppen ist der Geschmack des Kinopublikums allerdings nur begrenzt einschätzbar. Darüber hinaus konkurrieren die von der Constantin Film-Gruppe herausgebrachten Kinofilme stets mit den gleichzeitig laufenden Titeln anderer Verleiher, sodass auch eine perfekt auf den jeweiligen Film abgestimmte Marketingkampagne nicht immer zu den erwarteten Besucherzahlen führt.

- Beim Erwerb der Rechte an literarischen Vorlagen und Drehbüchern sowie beim Abschluss von Verträgen mit erfolgreichen Regisseuren, Schauspielern und Filmstudios ist die Constantin Film-Gruppe einem starken Wettbewerb ausgesetzt. Daher arbeitet sie schon seit Jahrzehnten sehr eng mit renommierten und erfahrenen Drehbuchautoren, Regisseuren und Produzenten im In- und Ausland zusammen, die über grosses Know-how bei der Produktion von Kinofilmen und TV-Formaten verfügen.
- Nicht nur im Hinblick auf das zunehmend digitale und konvergente Mediennutzungsverhalten und die Transformation hin zur Nutzung plattformübergreifender Angebote sind sowohl die technische als auch die inhaltliche Kompetenz entscheidend. Entsprechend wichtig ist die Rekrutierung, Förderung und Sicherung von gut ausgebildeten, fachkundigen, engagierten und kreativen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.
- Darüber hinaus sind ein ausgeprägtes Kontaktnetz sowie enge und vertrauensvolle Beziehungen zu den Geschäftspartnern wichtige Indikatoren für den Erfolg der Highlight-Gruppe. Im Segment Film kommt insbesondere der Zusammenarbeit mit Drehbuchautoren, Regisseuren und Produzenten im In- und Ausland eine grosse Bedeutung zu. In den Segmenten Sport- und Event-Marketing und Übrige Geschäftsaktivitäten sind bei der Vermarktung internationaler Sportgross- oder Entertainment-Veranstaltungen vertrauensvolle Geschäftsbeziehungen zu den Rechteinhaltern sowie bestehenden und potenziellen Sponsoren entscheidend.

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 2013 der Highlight Communications AG gab es bei den rechtlichen Einflussfaktoren im Segment Film folgende Veränderungen:

Bei der Produktion von Filmen nutzt die Constantin Film-Gruppe verschiedene nationale und internationale öffentliche Filmfördermittel. Die deutsche Bundesregierung fördert die Produktion von Kinofilmen in Deutschland, um die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der einheimischen Filmwirtschaft zu verbessern, filmwirtschaftliche Unternehmen und deren internationale Wettbewerbsfähigkeit zu unterstützen sowie den Filmproduktionsstandort Deutschland nachhaltig auszubauen. Ein wichtiges Förderinstrument ist dabei der Deutsche Filmförderfonds (DFFF), der im Jahr 2013 Mittel in Höhe von 70 Mio. EUR zur Verfügung stellte. Im Bundeshaushalt 2014 wurde diese Summe um 10 Mio. EUR gekürzt, sodass dieser Fondertopf nunmehr nur noch 60 Mio. EUR beträgt. Für das Jahr 2015 ist aktuell sogar eine Kürzung auf 50 Mio. EUR in der mittelfristigen Finanzplanung vorgesehen.

Marktforschung und Entwicklung

Im Vergleich zur Darstellung im Bericht über die Lage der Highlight-Gruppe des Geschäftsberichts 2013 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/Rechteerwerb

Der diesjährige Filmmarkt in Cannes (14. bis 23. Mai 2014) verlief vergleichsweise ruhig, da – ähnlich wie auf der diesjährigen Berlinale oder den Filmmärkten des vergangenen Jahres in Cannes, Toronto und Los Angeles – nur wenige kommerziell wirklich hochkarätige Titel mit klingenden Namen angeboten wurden. Diese Entwicklung in der internationalen Produktionslandschaft hat zur Folge, dass der Abschluss entsprechender Auswertungsverträge auf den grossen Filmmärkten inzwischen eher die Ausnahme als die Regel ist.

In Deutschland wuchs im Berichtszeitraum die Kritik an der inzwischen beschlossenen Absenkung der DFFF-Fördersumme auf 60 Mio. EUR für das Jahr 2014. So argumentierte beispielsweise der Vorstand des Hauptverbands Deutscher Filmtheater (HDF KINO e.V.) in einem offenen Brief, dass diese Kürzung der gesamten deutschen Filmwirtschaft schade, speziell im Hinblick auf die Durchführung internationaler Projekte. Darüber hinaus sei völlig unklar, weshalb kurzfristigen Haushaltszielen der Vorzug vor nachweisbaren kulturellen und wirtschaftlichen Erfolgen gegeben werde.

TV-Auftragsproduktion

Auf dem Deutschen Produzententag wurde unter anderem über das System der Fernsehproduktion in Deutschland diskutiert. In der Kritik stand dabei vor allem das seit Beginn der TV-Auftragsproduktion praktizierte sogenannte „Total-Buy-out-Modell“, das einem beauftragenden Sender uneingeschränkte Verwertungsrechte an Produktionen einräumt. Den Produzenten wird dadurch die Möglichkeit genommen, am Wert ihrer Werke zu partizipieren und mit diesen Erlösen Eigenkapital zur Entwicklung besserer und innovativer Formate bilden zu können. Deshalb schlägt insbesondere die Produzentenallianz ein Lizenzmodell vor, bei dem der jeweilige Auftraggeber lediglich die Lizenzen zur Erstverwertung, d.h. für eine bestimmte Anzahl von Ausstrahlungen in einem bestimmten Zeitraum, erwirbt. Im Gegenzug würden die Produzenten dann einen Teil der kalkulierten Herstellungskosten übernehmen.

Kinoverleih

In den deutschen Kinos wurden im ersten Halbjahr 2014 rund 422 Mio. EUR umgesetzt – ein Minus von 8,7% im Vergleich zu den ersten sechs Monaten des Vorjahres (rund 462 Mio. EUR). Noch etwas stärker fiel der Rückgang bei den verkauften Kinotickets aus, die sich im gleichen Zeitraum um 9,4% auf ca. 52 Millionen (erstes Halbjahr 2013: ca. 57,4 Millionen) reduzierten.

Die Abnahme resultiert weitestgehend aus einem relativ schwachen zweiten Quartal, in dem die Besucherzahlen – insbesondere im Mai und Juni – deutlich unter den Vergleichswerten des Vorjahres blieben. Verursacht wurde diese Entwicklung einerseits durch die Fussball-Weltmeisterschaft, die Mitte Juni begann und die meisten Verleiher veranlasste, keine hochkarätigen Produktionen mehr in den Kinos anlaufen zu lassen. Andererseits blieben einige der grossen Blockbuster, die vor diesem Event starteten und international sehr erfolgreich liefen, in Deutschland deutlich hinter den Erwartungen zurück.

Besucherstärkster Film des zweiten Quartals 2014 war die CGI-Komödie „Rio 2 – Dschungelfieber“ mit etwas mehr als 1,6 Millionen Zuschauern. Mit dieser Performance kam sie jedoch nicht einmal in die Nähe von Martin Scorseses Börsendrama „The Wolf of Wall Street“, das bereits im Januar 2014 gestartet war und fast 2,4 Millionen Besucher faszinierte.

Der Besucher-Marktanteil deutscher Filme, der nach den ersten drei Monaten des laufenden Jahres noch bei hervorragenden 41,7 % lag, verringerte sich auf Halbjahressicht auf 28,6 %. Gegenüber dem Vergleichswert des Vorjahres (25,7 %) entspricht dies dennoch einer klaren Verbesserung. Die erfolgreichste deutsche Produktion der ersten sechs Monate 2014 ist nach wie vor der bereits im Vorjahr angelaufene Blockbuster „Der Medicus“ mit mehr als 2,4 Millionen Besuchern, gefolgt von der Mathias Schweighöfer-Komödie „Vaterfreuden“ (gut 2,3 Millionen Zuschauer) und dem Constantin Film-Blockbuster „Fack ju Göhte“ (knapp 1,5 Millionen Besucher).

Home Entertainment

Nach Prognosen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) erwirtschaftete die deutsche Home-Entertainment-Branche im Zeitraum Januar bis Mai 2014*) einen Gesamtumsatz von 634 Mio. EUR, was einem Minus von 6,1 % gegenüber dem Vergleichswert des Vorjahres (675 Mio. EUR) entspricht. Dieser Rückgang resultiert in erster Linie aus dem physischen Video-Kaufmarkt.

Der Video-Kaufmarkt insgesamt generierte bis Ende Mai ein Umsatzvolumen von 518 Mio. EUR und lag damit um 7,3 % unter dem Fünfmonatswert des Vorjahres (559 Mio. EUR). Mit dem Verkauf von DVDs und Blu-ray-Discs wurde dabei ein Einzelhandelsumsatz von 491 Mio. EUR erzielt – ein Minus von 8,4 % gegenüber dem Vergleichszeitraum 2013 (536 Mio. EUR). Mit DVDs wurden 331 Mio. EUR umgesetzt und damit 12,0 % weniger als noch im Vorjahreszeitraum (376 Mio. EUR). Die Blu-ray-Disc-Umsätze blieben mit 160 Mio. EUR dagegen auf dem Vorjahresniveau (Vergleichszeitraum 2013: 160 Mio. EUR).

Weiterhin positiv entwickelte sich der digitale Video-Kaufmarkt, auch wenn er nach absoluten Zahlen noch ein Nischengeschäft ist. Der Umsatz mit Electronic-Sell-Through erhöhte sich in den ersten fünf Monaten 2014 um 13,0 % auf 26 Mio. EUR (Vergleichszeitraum 2013: 23 Mio. EUR).

Im Video-Leihmarkt wurde laut GfK im Zeitraum Januar bis Mai 2014 ein Gesamtumsatz von 137 Mio. EUR (inklusive Subscription Video-on-Demand = SVoD) bzw. 116 Mio. EUR (ohne SVoD) realisiert, was ungefähr dem Wert des Vergleichszeitraums 2013 (130 Mio. EUR mit SVoD und 116 Mio. EUR ohne SVoD) entspricht. Dabei konnte ein Rückgang der Erlöse aus Leihvorgängen mit physischen Datenträgern von 86 Mio. EUR auf 78 Mio. EUR durch ein deutliches Wachstum im Bereich der digitalen Leihvorgänge kompensiert werden. Der Umsatz aus Video-on-Demand- und Pay-per-View-Transaktionen erhöhte sich – insbesondere aufgrund weiterhin steigender Verkaufszahlen bei internetfähigen TV-Geräten – von 44 Mio. EUR auf 58 Mio. EUR (inklusive SVoD, das im Zeitraum Januar bis Mai 2014 einen Umsatz von 21 Mio. EUR erwirtschaftete).

**) Die Daten für das erste Halbjahr 2014 lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor.*

Lizenzhandel/TV-Auswertung

Die frei empfangbaren Fernsehsender konkurrieren immer stärker mit Bezahlsendern, Download-Portalen und Streaming-Plattformen, wobei Pay-TV teilweise sogar als wachstumsstärkstes Segment im deutschen Fernsehmarkt bezeichnet wird. Diese Marktposition könnte allerdings schon bald durch einen neuen Wettbewerber bedroht werden. Denn Mitte Mai gab die führende US-Abonnement-Onlinevideothek Netflix offiziell bekannt, noch in diesem Jahr auch in Deutschland an den Start gehen zu wollen.

Netflix hat weltweit derzeit bereits 48 Millionen Kunden und wird an der Börse auf rund 20 Mrd. USD taxiert. Es wird erwartet, dass das Video-Streaming-Portal in Deutschland – wie schon in anderen Ländern – einen Mix aus Hollywood-Produktionen, lokalem Content und Originalprogrammen anbieten wird. Da Exklusivität ein entscheidender Faktor im Wettstreit um Kunden ist, wird Netflix deshalb versuchen, sich bei den grossen US-Studios weltweite Rechte für attraktive Programme zu sichern.

Ein Pluspunkt für Netflix könnte dabei die Tatsache sein, dass die jetzt noch existierenden Lizenzverträge der deutschen Pay-TV-Sender in ein paar Jahren auslaufen. Darüber hinaus bieten Streaming-Plattformen wie Netflix, amazon prime oder Watchever zwei grosse Vorteile: Einerseits benötigen die Kunden keine Set-Top-Box, kein Kabel und keine Smartcard, andererseits müssen sie nur eine einmalige Entscheidung für ein Abonnement treffen. Die anschliessende Nutzung des Dienstes ist dann „gefühlte“ kostenlos.

Operative Entwicklung

„Winterkartoffelknödel“ in Postproduktion und Drehstart für „Fünf Freunde 4“

Anfang April fiel die letzte Klappe zur Kriminalkomödie „Winterkartoffelknödel“, der zweiten Verfilmung der Rita Falk-Bestsellerbuchreihe um den Provinzpolizisten Franz Eberhofer. Der Film befindet sich derzeit in Postproduktion. Nach dem grossen Erfolg des ersten Teils („Dampfnudelblues“), der im Sommer letzten Jahres ausschliesslich in den bayerischen Kinos lief und dort mehr als eine halbe Million Zuschauer begeisterte, wird „Winterkartoffelknödel“ Mitte Oktober 2014 bundesweit starten.

In München begannen Ende Juni die Dreharbeiten zum bereits vierten Teil der erfolgreichen „Fünf Freunde“-Reihe, die auf den gleichnamigen Jugendbüchern der Bestsellerautorin Enid Blyton basiert. Der Kinostart dieser Constantin Film-Co-Produktion mit der SamFilm GmbH ist für Ende Januar 2015 geplant.

Start eines weiteren ZDF-Projekts in der TV-Auftragsproduktion

Bei der MOOVIE – the art of entertainment GmbH starteten im April 2014 die Dreharbeiten zu der sechsteiligen Miniserie „Schuld“, die auf der Romanvorlage von Ferdinand von Schirach basiert. Mit dieser Auftragsproduktion für das ZDF wird die bereits erfolgreich ausgestrahlte Serie „Verbrechen“ fortgesetzt. Die Hauptrolle in „Schuld“ hat der beliebte Schauspieler Moritz Bleibtreu übernommen.

Die Dreharbeiten zum ZDF-Zweiteiler „Die Abrechnung“, die Ende Februar 2014 begonnen hatten, wurden im Berichtszeitraum abgeschlossen. Das Drama, das voraussichtlich im Herbst dieses Jahres ausgestrahlt wird, thematisiert den Zusammenbruch eines Drogerie-Imperiums.

Constantin Entertainment mit weiteren Produktionen für Sat.1

Die Constantin Entertainment GmbH produzierte im zweiten Quartal 2014 weitere Folgen der Sat.1-Dailys „Schicksale“ und „Im Namen der Gerechtigkeit“. Darüber hinaus war Drehstart für die neue Sat.1-Auftragsproduktion „In Gefahr – Ein verhängnisvoller Moment“, die ebenfalls im Daily-Format realisiert wird.

Im europäischen Ausland produzierten die Tochterfirmen der Constantin Entertainment GmbH erfolgreiche Formate vor allem in Polen (darunter neue Staffeln der bewährten Formate „Kuchenne Rewolucje“ und „Nasz Nowy Dom“), in Israel („The Voice of Israel 3“ und die Kochshow „Game of Chefs“) sowie in Ungarn („Magannyomozok“ – eine Scripted Reality über eine Detektiv-Agentur).

Reduzierte Aktivitäten im Kinoverleih

In Anbetracht der starken Konkurrenz durch die Fussball-Weltmeisterschaft brachte die Constantin Film-Gruppe im zweiten Quartal 2014 nur einen neuen Film in die deutschen Kinos. Die Co-Produktion „Irre sind männlich“, in der unter anderem Fahri Yardim, Milan Peschel, Marie Bäumer und Josefine Preuß agieren, zeigte die erwartete Performance.

Ausbau der Marktposition im Bereich Home Entertainment

Im Zeitraum Januar bis Mai 2014*) konnte die Highlight-Gruppe ihre Marktposition im deutschsprachigen Home-Entertainment-Markt ausbauen. Dabei konnte sie insbesondere von den Neuveröffentlichungen unter dem Constantin Film-Label, allen voran „Fack ju Göhte“ und „Chroniken der Unterwelt – City of Bones“, profitieren. Sehr erfreuliche Verkaufsergebnisse erzielte darüber hinaus der Lizenztitel „Ender’s Game – Das grosse Spiel“, der Anfang März 2014 in den Handel kam.

**) Die Daten für das erste Halbjahr 2014 lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor.*

Weitere Filme zur TV-Ausstrahlung lizenziert

Im Geschäftsfeld Lizenzhandel der Constantin Film-Gruppe hat sich im zweiten Quartal 2014 unter anderem der Beginn der Erstlizenzen von „Agent Ranjid rettet die Welt“ (ZDF), „Die drei Musketiere“ (ProSiebenSat.1), „Der Gott des Gemetzels“ (ARD), „Wickie auf grosser Fahrt“ (ProSiebenSat.1) und „Blutzbrüdad“ (ProSiebenSat.1) umsatzrelevant ausgewirkt. Im Pay-TV-Bereich wirkten sich insbesondere die Erstlizenzen von „Fack ju Göhte“ (Sky), „Fünf Freunde 2“ (Disney), „Parker“ (ProSiebenSat.1), „Scary Movie 5“ (Sky), „So Undercover“ (Sky und Teleclub) und „Texas Chainsaw Massacre – The Legend Is Back“ (Sky) auf die Umsatzentwicklung aus.

Analyse der nicht finanziellen Leistungsindikatoren

Langfristige Bindung von Know-how-Trägern und Talenten im Bereich Kinoproduktion/Rechteerwerb

Die Constantin Film AG setzt nach wie vor stark auf die Bindung von Talenten und arbeitet deshalb schon seit Jahrzehnten sehr eng mit renommierten und erfahrenen Drehbuchautoren und Produzenten im In- und Ausland zusammen, die über grosses Know-how bei der Produktion von Kinofilmen und TV-Formaten verfügen.

Zahlreiche Quotenerfolge in der TV-Auftragsproduktion

Die Folge „Kettenreaktion“ der Kriminalreihe „Kommissarin Lucas“, die die Olga Film GmbH im Auftrag des ZDF produzierte, erzielte bei ihrer Erstausstrahlung Mitte Mai 2014 eine sehr erfreuliche Quote von 20,5% beim Gesamtpublikum.

Darüber hinaus konnten gleich drei Produktionen der Constantin Entertainment GmbH die Erwartungen übertreffen: Die Daily „Schicksale“ erzielte im April 2014 auf Sat.1 einen guten durchschnittlichen Marktanteil von 13,5%. Noch überzeugender verlief die Ausstrahlung der Comedy „Mario Barth deckt auf!“ auf RTL, die Anfang Mai einen Marktanteil von 20% erreichen konnte. Die Dating-Doku „Flirt oder Fiasko“ lief im Mai bei VOX mit Marktanteilen von bis zu 8,3% so erfolgreich, dass der Sender daraufhin weitere 60 Folgen beauftragt hat.

Constantin Film in Deutschland weiterhin an der Spitze der Independent-Verleiher

Im Geschäftsfeld Kinoverleih ist die Constantin Film-Gruppe nach sechs Monaten des laufenden Jahres weiterhin mit einem Film in den Top Ten der deutschen Kinocharts vertreten. Die bereits im November 2013 angelaufene Erfolgskomödie „Fack ju Göhte“ begeisterte im Zeitraum Januar bis Juni noch einmal knapp 1,5 Millionen Kinobesucher und platzierte sich damit auf Rang sieben.

Mit der Performance aller ihrer Filme, die im ersten Halbjahr 2014 in den deutschen Kinos liefen, erreichte die Constantin Film-Gruppe einen Besucher-Marktanteil von 7,8% und lag damit auf Platz vier hinter Warner, Universal und Fox. Nach Umsatz rangierte sie mit 7,2% auf Platz fünf hinter Warner, Universal, Fox und Disney. Mit beiden Platzierungen konnte sich Constantin Film erneut als erfolgreichster Independent-Verleiher Deutschlands positionieren.

Sehr gute Verkäufe in der Home-Entertainment-Auswertung

Der Bereich Home Entertainment profitierte in den ersten fünf Monaten des Jahres 2014*) von sehr guten Verkäufen – sowohl bei Neuerscheinungen als auch bei Katalogtiteln. So konnte sich beispielsweise die Constantin Film-Co-Produktion „Chroniken der Unterwelt – City of Bones“, die Mitte Januar 2014 in den Handel kam, direkt an die Spitze der deutschen Verkaufs-Charts setzen und bis Mitte März 2014 einen Platz unter den Top Ten behaupten. Insgesamt konnten bis Ende Mai 230.000 Einheiten des Titels im deutschsprachigen Raum abgesetzt werden.

Nachdem die Bora Dagtekin-Komödie „Fack ju Göhte“ allein in Deutschland insgesamt mehr als sieben Millionen Zuschauer in die Kinos gelockt hatte, gelang dem Film auch in der Home-Entertainment-Vermarktung ein Traumstart. Zum Veröffentlichungstermin Anfang Mai 2014 wurden knapp 700.000 Bild-Ton-Träger ausgeliefert, von denen bis zum Monatsende bereits 680.000 Units verkauft waren. Bis Ende Juli lag der Abverkauf des Titels bei rund 900.000 Einheiten. Auch in der Digitalvermarktung setzte „Fack ju Göhte“ neue Massstäbe: In nur zehn Tagen durchbrach der Film mit 300.000 Downloads die zuvor üblichen Schwellenwerte für digitale Transaktionen – ein Ergebnis, das bis dahin von keiner Filmproduktion erzielt wurde. Mittlerweile hat sich die Anzahl der digitalen Transaktionen auf über 600.000 erhöht.

Mit diesen beiden hochkarätigen Neuveröffentlichungen und einer Reihe erfolgreicher Zweitvermarktungen konnte die Highlight-Gruppe im Zeitraum Januar bis Mai 2014 – in Zusammenarbeit mit ihrem Vertriebspartner Paramount Home Entertainment – einen gemeinsamen Marktanteil von 11 % (Vergleichszeitraum 2013: 9 %) im deutschen Video-Kaufmarkt erzielen.

**) Die Daten für das erste Halbjahr 2014 lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor.*

„Die drei Musketiere“ mit guter Quote in der TV-Auswertung

Die TV-Erstaussstrahlung der Romanverfilmung „Die drei Musketiere“ auf ProSieben wurde Ende April 2014 von insgesamt knapp 3,4 Millionen Zuschauern verfolgt, was einem guten Marktanteil von 10,1 % beim Gesamtpublikum entsprach. In der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen lag der Marktanteil sogar bei 18 %.

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

Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Laut Forbes sind Liveübertragungen von Sportveranstaltungen die „letzte Bastion der wichtigen TV-Termine“, zu denen sich Millionen von Sportfans vor den Bildschirmen versammeln. Deshalb steigt auch weiterhin der Wert von Sportrechten, da es für die Werbetreibenden in anderen Programmfeldern immer schwieriger wird, ihre Zielgruppen zu erreichen. Ursachen hierfür sind die Zunahme der Senderzahl, die Beliebtheit von Streaming-Diensten und die zunehmende Verbreitung neuer Geräte wie Smartphones und Tablets. Insofern ist die Liveübertragung von Sportevents praktisch das einzige Genre, das dazu geeignet ist, immer noch ein grosses TV-Publikum – insbesondere die begehrte Zielgruppe der jungen Männer – anzusprechen.

Ein aktuelles und perfektes Beispiel dafür, dass Sport und speziell Fussball den Sendern und Sponsoren ein Massenpublikum beschert, ist die Fussball-Weltmeisterschaft 2014. Der Startschuss der Veranstaltung fiel am 12. Juni und die FIFA meldete, dass die erste Runde der Gruppenspiele eine ganze Reihe von Zuschauerrekorden gebrochen hat. Sie erzielten weltweit neue Höchststände bei den diesjährigen Zuschauerzahlen, wobei insbesondere in Ländern wie Brasilien, Japan, Deutschland, Grossbritannien, Argentinien, Frankreich, den Niederlanden und Italien viele Millionen Fussballfans vor den TV-Geräten sassen. Da die meisten Spiele der K.-o.-Runden und das grosse Finale erst im Juli ausgetragen wurden, sind mit Sicherheit noch weitere Rekordzahlen zu erwarten.

Operative Entwicklung

Weitere Abschlüsse im Vermarktungszyklus 2015/16 bis 2017/18

Im Vermarktungsprozess für die kommerziellen Rechte der UEFA Champions League und der UEFA Europa League (jeweils für den Spielzyklus 2015/16 bis 2017/18) hat die TEAM-Gruppe auch im zweiten Quartal 2014 weitere wichtige Verträge abgeschlossen. Die TV-Rechte konnten unter anderem in Frankreich, Polen und Bulgarien, aber auch im asiatisch-pazifischen Raum (Indien, Indonesien, Hongkong und Thailand) verkauft werden. Als gutes Verkaufsargument dienten in dieser Phase die beiden Finalspiele, die im Mai ausgetragen wurden.

Im Bereich der Sponsoren- und Lizenzrechte fanden im Berichtszeitraum konkrete Verhandlungen mit bestehenden, aber auch mit neuen Partnern für beide Wettbewerbe statt. Es ist davon auszugehen, dass im zweiten Halbjahr 2014 weitere Verträge bekannt gegeben werden können.

Dramatische Endspiele

Im Zentrum der operativen Tätigkeiten der TEAM-Gruppe stand im zweiten Quartal 2014 die aktive Unterstützung der kommerziellen Partner sowie der UEFA bei der erfolgreichen Abwicklung der Endspiele der UEFA Champions League und der UEFA Europa League. Das Endspiel der UEFA Europa League, in dem sich SL Benfica und Sevilla FC gegenüberstanden, fand am 14. Mai in Turin statt. In einem spannenden Match konnte sich Sevilla FC erst in einem dramatischen Elfmeterschiessen durchsetzen. Die Pechsträhne von SL Benfica von nunmehr acht verlorenen Finalspielen in Serie hat sich damit fortgesetzt.

Am 24. Mai wurde in Lissabon das rein spanische Finale der UEFA Champions League zwischen Real Madrid CF und Club Atlético de Madrid ausgetragen. Im 22. Endspiel seit dem Start der UEFA Champions League konnte Real Madrid CF erst kurz vor dem Ende der regulären Spielzeit einen Treffer erzielen und sich damit in die Verlängerung retten. In der zusätzlichen Spielzeit gelangen dem Team dann drei weitere Tore zum letztlich doch klaren Erfolg. Zwölf Jahre nach dem letzten Triumph konnte Real Madrid CF damit bereits zum zehnten Mal den begehrten Pokal erringen.

Analyse der nicht finanziellen Leistungsindikatoren

UEFA Champions League-Finale bleibt ein Zuschauermagnet

Das „Stadtderby“ zwischen Real Madrid CF und Club Atlético de Madrid wurde weltweit von durchschnittlich rund 165 Millionen Zuschauern am Fernsehgerät verfolgt, wobei in der Spitze sogar ein Wert von 380 Millionen gemessen wurde. Damit konnte das UEFA Champions League-Finale seine Position als grösstes, jährlich stattfindendes Sportevent – noch vor dem US-amerikanischen Super Bowl – erneut unter Beweis stellen.

Das höchste Zuschauerinteresse an diesem Endspiel wurde mit 20 Millionen in Brasilien gemessen, während der höchste Marktanteil mit 70% (= 12,7 Millionen TV-Zuschauer) in Spanien erzielt wurde. Selbst in Deutschland verfolgten mehr als 7,4 Millionen Fussballfans (Marktanteil von 28,4% beim Gesamtpublikum) das Spiel, obwohl diesmal keine deutsche Mannschaft beteiligt war.

BERICHT ÜBER DEN GESCHÄFTSVERLAUF UND DIE LAGE IM SEGMENT ÜBRIGE GESCHÄFTSAKTIVITÄTEN

Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Event- und Entertainment-Geschäft

Die Sponsoring-Ausgaben für Livemusik in Deutschland summierten sich im Jahr 2013 auf 21 Mio. EUR und blieben damit auf dem Niveau des Vorjahres. Der mit Abstand grösste Geldgeber war dabei die Getränkeindustrie, die einen Anteil von 35 % zum Gesamtvolumen beitrug. Im Vergleich zum Vorjahr (33 %) hat sich das Engagement dieser Branche somit noch einmal erhöht. Zweitgrösster Sponsor war der Automobil- und Transportsektor, auf den – wie schon im Vorjahr – ein Anteil von 19 % entfiel. Sehr erfreulich ist die Tatsache, dass Musiksponsoring inzwischen von immer mehr Branchen als lohnende Investition entdeckt wird. So lag beispielsweise der Sponsoring-Anteil von Finanzunternehmen (Banken, Versicherungen etc.) im Jahr 2013 bereits bei 13 % und der Anteil von Mode- und Lifestyle-Unternehmen bei 6 %.

Online-/Social-Gaming

Nach Angaben des Branchenverbands G.A.M.E. sind die Umsätze im deutschen Games-Markt im Jahr 2013 um 5 % auf insgesamt knapp 2,7 Mrd. EUR angestiegen. Mit diesem Umsatzvolumen ist Deutschland der grösste Einzelmarkt in Europa und einer der wichtigsten Märkte weltweit. Die Hälfte aller Umsätze, die im vergangenen Jahr in Deutschland generiert wurden, entfiel auf digitale Transaktionen (Ausgabe auf mobilen Endgeräten, Browser Spiele, Spielergänzungen etc.). Im Vergleich zum Jahr 2012 haben sich die Umsätze in diesem Bereich damit um 25 % erhöht, wobei das Spielen auf Smartphones und Tablets mit einem Plus von 64 % den mit Abstand grössten Zuwachs verzeichnete.

Operative Entwicklung

Erfolgreiche Abwicklung des Eurovision Song Contest

Die Highlight Event AG unterstützte im zweiten Quartal 2014 zunächst die Europäische Rundfunkunion (EBU) bei der erfolgreichen Abwicklung des Eurovision Song Contest, der vom 6. bis 10. Mai in Kopenhagen ausgetragen wurde. Dabei konnten alle vertraglichen Vereinbarungen gegenüber Sponsoren und TV-Partnern erfüllt werden. Insbesondere in den Bereichen Hospitality, TV-Präsenz der Sponsoren (Programm Sponsoring, Trailer und On-Screen Credit), Branding, Eurovision Village (Fan-Meile), Sponsorenbetreuung, Online-Aktivitäten und Merchandising wurde – zur vollen Zufriedenheit der EBU und der gastgebenden Rundfunkanstalt Dänischer Rundfunk (DR) – gute Arbeit geleistet.

Prominente Gäste bei den Konzerten der Wiener Philharmoniker

Ein weiteres Highlight im Bereich der Zusammenarbeit mit den Wiener Philharmonikern war im Berichtszeitraum das Sommernachtskonzert, das am 29. Mai unter der musikalischen Leitung des renommierten Dirigenten Christoph Eschenbach im Schlosspark Schönbrunn bei Wien stattfand. Im Rahmen dieses Events konnte die Highlight Event AG insbesondere die Aktivitäten des Hauptsponsors Rolex erfolgreich umsetzen. Dazu zählten z. B. der Gästeempfang und verschiedene mediale Aspekte wie Logo-Präsenz auf Grossleinwänden sowie Eröffnungs- und Schlussequenzen bei der TV-Übertragung.

Auch das für die Wiener Philharmoniker und die EBU so wichtige Sarajevo-Konzert war eine sehr gelungene Veranstaltung. Es markierte den Kernpunkt der Gedenkfeiern zum Ausbruch des Ersten Weltkriegs vor 100 Jahren. Vor einer eindrucksvollen Open-Air-Kulisse wurde das Konzert unter anderem von mehreren Staatschefs, dem gesamten diplomatischen Korps vor Ort sowie den Senderchefs einiger grosser öffentlich-rechtlicher Sendeanstalten – darunter France Television, RAI Italien und ORF Österreich – und dem EBU-Präsidium besucht.

Gelungener Start des Eurovision Young Musicians-Projekts

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

Abschluss einer neuen Kooperation

Am 27. Mai 2014 gab die Highlight Event & Entertainment AG (HLEE) eine strategische Partnerschaft mit der Vereinigung der professionellen Tennisspielerinnen WTA (Women's Tennis Association) bekannt. Die Zusammenarbeit betrifft das Saisonschlussturnier der WTA (WTA Finals), bei dem die jeweils acht besten Spielerinnen einer Saison um den Sieg und ein hohes Preisgeld kämpfen. Bei diesem Event, für das die HLEE den Claim „On Top of the World“ kreierte, wird die Highlight-Tochtergesellschaft unter anderem für die Markenidentität und das visuelle Erscheinungsbild verantwortlich sein.

Kontinuierliche Weiterentwicklung der FunPoker-Software

Bei der Pokermania GmbH stand auch im zweiten Quartal 2014 die gezielte Weiterentwicklung ihrer „Whitelabel“-Software „FunPoker“ im Fokus der Aktivitäten. Zielsetzung dieser Entwicklungsarbeit ist es, weitere Spielformen zu integrieren, um auch im internationalen Umfeld neue Spieler akquirieren zu können.

Analyse der nicht finanziellen Leistungsindikatoren

Steigende Zuschauerzahlen beim Eurovision Song Contest

Das grosse Finale des Eurovision Song Contest 2014 wurde live von 37 öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten übertragen und von durchschnittlich 61 Millionen TV-Zuschauern verfolgt. Im Vergleich zum letztjährigen Wettbewerb, bei dem durchschnittlich 55 Millionen Zuschauer gemessen wurden, ist das Interesse damit deutlich angestiegen. Besonders hohe Einschaltquoten wurden dabei in Dänemark (89% Marktanteil), den Niederlanden (65% Marktanteil) und dem Gewinnerland Österreich (53% Marktanteil) registriert.

Hohe Medienpräsenz bei den Konzerten der Wiener Philharmoniker

Das Open-Air-Sommernachtskonzert der Wiener Philharmoniker wurde – trotz erneut widriger Witterungsbedingungen – von rund 60.000 begeisterten Besuchern vor Ort verfolgt. Darüber hinaus wurde das Event in über 80 Länder übertragen, darunter erstmals auch Kenia.

Ähnliches gilt für das Gedenkkonzert, das das Orchester am 28. Juni 2014 in Sarajevo gab. Es wurde von rund 30 internationalen TV-Stationen live oder zeitversetzt und von ca. 30 Radiosendern (hauptsächlich live) ausgestrahlt. Die Pressekonferenz im Vorfeld der Veranstaltung wurde von allen weltweit führenden Medien besucht, darunter die New York Times, China Central Television (CCTV) und NHK/Japan.

ERTRAGS-, VERMÖGENS- UND FINANZLAGE DER HIGHLIGHT-GRUPPE

Ertragslage der Gruppe

Der Konzernumsatz der Highlight-Gruppe erreichte im ersten Halbjahr 2014 ein Volumen von 216,3 Mio. CHF. Der Vergleichswert des Vorjahres in Höhe von 156,4 Mio. CHF konnte damit um 59,9 Mio. CHF bzw. 38,3 % übertroffen werden. Dieser Anstieg resultiert weitestgehend aus dem Segment Film.

Obwohl sich die aktivierten Filmproduktionen und anderen aktivierten Eigenleistungen infolge eines im Halbjahresvergleich niedrigeren Produktionsvolumens um 25,3 Mio. CHF auf 24,4 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 49,7 Mio. CHF) reduzierten, lag die Gesamtleistung des Konzerns mit 240,6 Mio. CHF deutlich über dem Niveau der ersten sechs Monate des Vorjahres (206,1 Mio. CHF). Die sonstigen betrieblichen Erträge verzeichneten einen leichten Rückgang um 2,0 Mio. CHF auf 7,8 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 9,8 Mio. CHF).

Der operative Konzernaufwand erhöhte sich im Vergleich zum ersten Halbjahr 2013 (209,9 Mio. CHF) um 28,9 Mio. CHF bzw. 13,8 % auf 238,8 Mio. CHF. Die Zunahme resultiert im Wesentlichen aus den Abschreibungen und Wertminderungen, die um 46,5 Mio. CHF auf 76,8 Mio. CHF anstiegen. Ursache dieser Entwicklung war insbesondere der weltweite Kinostart der Constantin Film-Eigenproduktion „Pompeii“, der dazu führte, dass die aktivierten Produktionskosten des Films abgeschrieben wurden.

Der Material- und Lizenzaufwand reduzierte sich produktionsbedingt um 18,0 Mio. CHF auf 79,7 Mio. CHF, während der Personalaufwand in Höhe von 48,9 Mio. CHF nur leicht unter dem Niveau des ersten Halbjahrs 2013 (50,4 Mio. CHF) lag. Im Gegensatz dazu verzeichneten die sonstigen betrieblichen Aufwendungen einen Anstieg um 1,8 Mio. CHF auf 33,3 Mio. CHF.

Da der Kostenanstieg insgesamt geringer ausfiel als die Steigerung der Gesamtleistung, erhöhte sich das Betriebsergebnis (EBIT) auf 9,7 Mio. CHF – ein Plus von 3,8 Mio. CHF bzw. 64,4 % gegenüber dem Vergleichswert des Vorjahres (5,9 Mio. CHF). Die EBIT-Marge verbesserte sich dadurch von 3,8 % im ersten Halbjahr 2013 auf aktuell 4,5 %.

Beim Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures ergab sich im Zeitraum Januar bis Juni 2014 ein Ertrag von 0,1 Mio. CHF gegenüber einem Aufwand von 0,1 Mio. CHF in den ersten sechs Monaten des Vorjahres. Das Finanzergebnis verringerte sich von -4 TCHF auf -1.711 TCHF, wobei sich die Finanzerträge um 2,5 Mio. CHF auf 1,6 Mio. CHF und die Finanzaufwendungen um 0,8 Mio. CHF auf 3,3 Mio. CHF reduzierten.

Unter Berücksichtigung des Steueraufwands (Ertragsteuern und latente Steuern) in Höhe von 2,2 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 1,4 Mio. CHF) erzielte die Highlight-Gruppe im ersten Halbjahr 2014 einen Konzernperiodengewinn von 5,9 Mio. CHF. Gegenüber dem Vergleichszeitraum 2013 (4,4 Mio. CHF) entspricht das einem Zuwachs von 34,1 %. Von diesem Ergebnis entfällt ein Gewinn von 0,3 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 0,2 Mio. CHF) auf Anteile ohne beherrschenden Einfluss, sodass ein Betrag von 5,6 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 4,2 Mio. CHF) den Highlight-Aktionären zuzurechnen ist. Auf Basis der Aktienanzahl, die sich durchschnittlich im Umlauf befand, ist der Gewinn je Aktie damit um 44,4 % auf 0,13 CHF (Vergleichsperiode: 0,09 CHF) gestiegen.

Ertragslage der Segmente

Mit Aussenumsätzen in Höhe von 190,0 Mio. CHF konnte das Segment Film den Vergleichswert des Vorjahres (130,7 Mio. CHF) um 59,3 Mio. CHF bzw. 45,4 % übertreffen. Diese Entwicklung resultiert sowohl aus den Bereichen Kinoverleih und Lizenzhandel durch den weltweiten Vertrieb des Filmtitels „Pompeii“ als auch aus dem Bereich Home Entertainment mit der aussergewöhnlich guten Performance der Erfolgskomödie „Fack ju Göhte“.

Die übrigen Erträge des Segments Film, die massgeblich von den aktivierten Filmproduktionen geprägt sind, verringerten sich dagegen um 27,2 Mio. CHF auf 32,3 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 59,5 Mio. CHF). Die Segmentaufwendungen lagen mit 218,5 Mio. CHF um 29,9 Mio. CHF über dem Vergleichswert des Vorjahres (188,6 Mio. CHF), was insbesondere auf den auswertungsbedingten Anstieg der Abschreibungen auf das Filmvermögen zurückzuführen ist. Trotz dieser Kostensteigerung hat sich das Segmentergebnis von 1,6 Mio. CHF im ersten Halbjahr 2013 auf aktuell 3,8 Mio. CHF mehr als verdoppelt.

Das Segment Sport- und Event-Marketing generierte Aussenumsätze in Höhe von 24,8 Mio. CHF, was einer Steigerung um 0,8 Mio. CHF bzw. 3,3% gegenüber dem ersten Halbjahr 2013 (24,0 Mio. CHF) entspricht. Die übrigen Erträge blieben mit knapp 0,2 Mio. CHF nahezu unverändert, während die Segmentaufwendungen durch Kosteneinsparungen um 0,5 Mio. CHF auf 14,7 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 15,2 Mio. CHF) reduziert wurden. Dementsprechend verbesserte sich das Segmentergebnis um 15,9% auf 10,2 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 8,8 Mio. CHF).

Die Aussenumsätze des Segments Übrige Geschäftsaktivitäten lagen mit 1,5 Mio. CHF leicht unter dem Vergleichswert des Vorjahres (1,6 Mio. CHF). Gleiches gilt für die übrigen Erträge, die von 0,5 Mio. CHF auf 0,3 Mio. CHF zurückgingen. Da die Aufwendungen gleichzeitig um 0,3 Mio. CHF auf 3,2 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 3,5 Mio. CHF) gesenkt werden konnten, blieb der Segmentverlust mit 1,4 Mio. CHF auf dem Niveau des ersten Halbjahrs 2013. Einmal mehr konnte die Vermarktung der Wiener Philharmoniker (Neujahrskonzert und Sommernachtskonzert in Schloss Schönbrunn) und des Eurovision Song Contest mit Gewinn abgeschlossen werden. Der Segmentverlust resultiert aus dem Bereich Online-/Social-Gaming.

Die Kosten der Holding-Aktivitäten gingen in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres um 0,3 Mio. CHF auf 2,8 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 3,1 Mio. CHF) zurück.

Vermögenslage

Die Bilanzsumme der Highlight-Gruppe lag zum 30. Juni 2014 bei 366,9 Mio. CHF – ein Rückgang um 76,4 Mio. CHF gegenüber dem Stand zum Jahresende 2013 (443,3 Mio. CHF). Auf der Vermögensseite der Bilanz resultiert die Abnahme einerseits aus den langfristigen Vermögenswerten, die sich um 31,5 Mio. CHF auf 212,0 Mio. CHF (31. Dezember 2013: 243,5 Mio. CHF) reduzierten. Trotz dieser Entwicklung hat sich der Anteil der langfristigen Vermögensgegenstände am Gesamtvermögen um knapp drei Prozentpunkte auf 57,8% (31. Dezember 2013: 54,9%) erhöht.

Andererseits verringerten sich die kurzfristigen Vermögenswerte um 45,0 Mio. CHF auf 154,9 Mio. CHF (31. Dezember 2013: 199,9 Mio. CHF). Wesentliche Rückgänge waren dabei bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Forderungen gegenüber Dritten (-28,6 Mio. CHF) sowie bei den Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten (-8,7 Mio. CHF) zu verzeichnen. Darüber hinaus wurde eine Immobilie im Wert von 3,9 Mio. CHF, die zuvor als kurzfristiger Vermögensgegenstand klassifiziert war, im zweiten Quartal 2014 in den Bereich der langfristigen Vermögensgegenstände umgegliedert. Für nähere Erläuterungen hierzu verweisen wir auf Kapitel 5 („Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien“) des Anhangs zur konsolidierten Halbjahresrechnung.

Der Wert des Filmvermögens betrug zum Bilanzstichtag 169,5 Mio. CHF und lag damit um 41,5 Mio. CHF unter dem Vergleichswert zum Jahresende 2013 (211,0 Mio. CHF). Die Abnahme resultiert aus der Tatsache, dass die Zugänge zum Filmvermögen insgesamt deutlich unter den planmässigen Abschreibungen und Wertberichtigungen auf Filme in Auswertung lagen. Vom Gesamtwert des Filmvermögens entfallen 131,3 Mio. CHF (31. Dezember 2013: 175,2 Mio. CHF) auf Eigenproduktionen und 38,2 Mio. CHF (31. Dezember 2013: 35,8 Mio. CHF) auf Fremdproduktionen.

Auf der Kapitaleite der Bilanz reduzierten sich die langfristigen Schulden um 4,0 Mio. CHF auf 14,6 Mio. CHF (31. Dezember 2013: 18,6 Mio. CHF), was im Wesentlichen auf eine Verringerung der latenten Steuerschulden um 5,2 Mio. CHF zurückzuführen ist. Eine deutliche Abnahme verzeichneten die kurzfristigen Schulden, die um 62,9 Mio. CHF auf 254,5 Mio. CHF (31. Dezember 2013: 317,4 Mio. CHF) abgebaut wurden. Dabei sanken insbesondere die kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten (-48,2 Mio. CHF) und die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Verbindlichkeiten gegenüber Dritten (-20,3 Mio. CHF).

Das Konzerneigenkapital (mit Anteilen ohne beherrschenden Einfluss) lag mit 97,9 Mio. CHF um 9,3 Mio. CHF unter dem Stand zum Jahresende 2013 (107,2 Mio. CHF). Dieser Rückgang ist insbesondere auf Dividendenausschüttungen (8,9 Mio. CHF), Verluste aus der Bewertung finanzieller Vermögenswerte zum beizulegenden Zeitwert (4,2 Mio. CHF) sowie die Neubewertung der Pensionsverpflichtung (1,3 Mio. CHF) zurückzuführen. Kapitalerhöhend wirkte sich dagegen das Konzernperiodenergebnis in Höhe von 5,9 Mio. CHF aus.

Bezogen auf die jetzt deutlich niedrigere Bilanzsumme ergab sich zum 30. Juni 2014 eine sehr solide rechnerische Eigenkapitalquote von 26,7% nach 24,2% zum 31. Dezember 2013. Die bereinigte Eigenkapitalquote (nach Saldierung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente mit den Finanzverbindlichkeiten sowie der erhaltenen Anzahlungen mit dem Filmvermögen) lag bei 35,5% (31. Dezember 2013: 31,5%).

Finanzlage

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente der Highlight-Gruppe summierten sich zum 30. Juni 2014 auf 35,6 Mio. CHF, was einer Abnahme um 8,7 Mio. CHF im Vergleich zum Jahresende 2013 (44,3 Mio. CHF) entspricht. Parallel dazu konnten die kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten um 48,2 Mio. CHF auf 103,8 Mio. CHF (31. Dezember 2013: 152,0 Mio. CHF) reduziert werden. Die Nettoverschuldung hat sich im ersten Halbjahr 2014 somit um 39,5 Mio. CHF auf 68,2 Mio. CHF (31. Dezember 2013: 107,7 Mio. CHF) verringert. In Relation zum Konzerneigenkapital entspricht das einem Verschuldungsgrad von 69,7% (31. Dezember 2013: 100,5%).

Aus der betrieblichen Geschäftstätigkeit erzielte die Highlight-Gruppe im Zeitraum Januar bis Juni 2014 einen Mittelzufluss in Höhe von 87,4 Mio. CHF – ein deutlicher Anstieg um 73,4 Mio. CHF gegenüber der Vergleichsperiode des Vorjahres (14,0 Mio. CHF). Diese Entwicklung resultiert im Wesentlichen aus den Veränderungen im betrieblichen Netto-Umlaufvermögen sowie den Mittelzuflüssen aus dem Filmgeschäft.

Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit reduzierte sich im Vergleich zur Vorjahresperiode (61,4 Mio. CHF) um 22,1 Mio. CHF auf 39,3 Mio. CHF. Dieser Rückgang ist in erster Linie auf deutlich niedrigere Auszahlungen für Filmvermögen zurückzuführen, die mit 35,5 Mio. CHF um 24,6 Mio. CHF unter dem Vergleichswert des Vorjahres (60,1 Mio. CHF) lagen. Im Gegensatz dazu erhöhten sich die Auszahlungen für Finanzanlagen um 2,4 Mio. CHF auf 2,6 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 0,2 Mio. CHF).

Die Finanzierungstätigkeit der Highlight-Gruppe führte im ersten Halbjahr 2014 zu einem Mittelabfluss von 56,5 Mio. CHF, dem in der Vergleichsperiode ein Mittelzufluss von 28,4 Mio. CHF gegenüberstand. Diese Veränderung resultiert weitestgehend aus der im Berichtszeitraum vollzogenen Nettoschuldentilgung in Höhe von 47,6 Mio. CHF (Vergleichsperiode: Nettoschuldenaufnahme von 42,9 Mio. CHF).

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

PERSONALBERICHT

Zum 30. Juni 2014 beschäftigte die Highlight-Gruppe insgesamt 878 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (30. Juni 2013: 842), wobei Arbeitnehmer mit projektbezogenen befristeten Verträgen in der Gesamtzahl enthalten sind.

NACHTRAGSBERICHT

Der Geschäftsführung und dem Verwaltungsrat sind keine Ereignisse bekannt, die nach dem Bilanzstichtag eingetreten sind und einen wesentlichen Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Highlight-Gruppe haben.

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 Risikomanagement-System 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 Geschäftsleitungsmitglieder, Vorstände und Gremien bzw. die Geschäftsführer und Abteilungsleiter der einzelnen Tochtergesellschaften. Auf Ebene der Highlight Communications AG werden die gemeldeten Risiken konsolidiert, gegebenenfalls einheitlich kategorisiert, auf Konzernebene bewertet und in Form eines Risikoberichts vierteljährlich an die Konzernleitung und jährlich zur Abnahme an den Verwaltungsrat weitergeleitet.

Eine detaillierte Beschreibung des Risikomanagement-Systems befindet sich im Risiko- und Chancenbericht des Geschäftsberichts 2013 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 Chancen und Risiken im Berichtszeitraum

Das Chancen- und Risikoprofil der Highlight-Gruppe für die kommenden Monate nach Abschluss der ersten sechs Monate 2014 entspricht im Wesentlichen den Einschätzungen im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2013. Eine detaillierte Darstellung der Unternehmensrisiken befindet sich im Risiko- und Chancenbericht des Geschäftsberichts 2013 der Highlight Communications AG.

Die Bewertung der übrigen Risikofaktoren wurde aktualisiert. Dabei sinken einzelne Erwartungswerte, die sich aus dem Produkt der absoluten Schadenshöhe und der Eintrittswahrscheinlichkeit ergeben, leicht. Dies betrifft insbesondere die Risiken aus der Regulierung, dem Wettbewerb und dem möglicherweise nicht getroffenen Kundengeschmack sowie das Betriebsrisiko der Herstellungskosten eines Kinofilms. Die Ursache für den Rückgang ist im Wesentlichen in der Anpassung der Eintrittswahrscheinlichkeit an die im Restgeschäftsjahr noch verbleibenden sechs Monate begründet und weniger in der tatsächlich veränderten Risikosituation. Die Auswirkungen der Neubewertung der Risikofaktoren sind jedoch nicht gross genug, um die Klassifizierung der einzelnen Risiken zu verändern.

Bei der Aktualisierung der Bewertung der Chancen ergaben sich keine Änderungen im Vergleich zur Darstellung im Risiko- und Chancenbericht des Geschäftsberichts 2013.

Damit entspricht die Einstufung der Chancen- und Risikolage der einzelnen Risiken der Highlight-Gruppe für das abgelaufene Halbjahr 2014 der Darstellung im Risiko- und Chancenbericht des Geschäftsjahres 2013.

Zusammengefasste Darstellung der Chancen- und Risikolage

Die grössten Risikofaktoren sieht die Konzernleitung weiterhin in den regulatorischen Eingriffen sowie der Antizipation des Kundengeschmacks und der zukünftigen Mediennutzung. Die grössten Chancen sieht die Konzernleitung nach wie vor in 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. Darüber hinaus kann sie auf ein grosses Portfolio an bestehenden Rechten und Lizenzen zurückgreifen.

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 Risiken keinen den Bestand des Konzerns gefährdenden Charakter aufweisen. Dies gilt für die Risiken im Einzelnen sowie 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

Segment Film

Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Die Fortführung des DFFF bis zum Jahr 2016 ist zwar gesichert, sodass er auch in den kommenden Jahren einen wichtigen Beitrag zur Finanzierung deutscher Filme leisten wird. Allerdings sieht der Anfang Juli verabschiedete Regierungsentwurf des deutschen Bundeshaushalts für das Jahr 2015 eine weitere Budgetkürzung um 10 Mio. EUR auf 50 Mio. EUR vor. In einer ersten Stellungnahme warnte die Produzentenallianz daraufhin vor einer Realisierung dieser Massnahme, da sie die internationale Konkurrenzfähigkeit des Filmstandorts Deutschland gefährden könne. Unterstützung erhält die Branche durch die Kulturstatsministerin Monika Grütters, die sich bei den Haushaltsberatungen für die Beibehaltung der Fördersumme von 60 Mio. EUR einsetzen will.

Im Geschäftsfeld TV-Auftragsproduktion ist im laufenden Geschäftsjahr von einem stabilen Werbemarkt auszugehen, was einen positiven Einfluss auf die Produktionsbudgets der privaten Fernsehsender haben könnte. Neben den traditionellen Free-TV-Sendern gewinnen für Auftragsproduzenten aber auch zunehmend das Pay-TV und Internetportale als potenzielle Auftraggeber an Bedeutung.

Im Geschäftsfeld Kinoverleih werden – nach dem Ende der Fussball-Weltmeisterschaft – wieder steigende Besucherzahlen und stabile Ergebnisse erwartet. Garanten dafür dürften im dritten Quartal einerseits Hollywood-Produktionen wie „Transformers: Ära des Untergangs“, „Drachenzähmen leicht gemacht 2“, „Planet der Affen: Revolution“, „The Expendables 3“ oder „Hercules“ sein, andererseits aber auch die Constantin Film-Lizenztitel „Step Up: All In (3D)“ und „Madame Mallory und der Duft von Curry“.

Auf dem deutschen Home-Entertainment-Markt ist – auf Basis der bisherigen Entwicklung – davon auszugehen, dass die digitalen Auswertungsformen (Electronic-Sell-Through, Video-on-Demand und Pay-per-View) weiter an Bedeutung gewinnen werden. So rechnet beispielsweise die Constantin Film AG damit, dass Video-on-Demand im Bereich der Home-Entertainment-Nutzung in den nächsten Jahren einen Marktanteil im hohen zweistelligen Prozentbereich erreichen wird.

Schwerpunkte im Geschäftsjahr 2014

Mitentscheidend für den zukünftigen Erfolg der Constantin Film-Gruppe wird es sein, in allen Geschäftsfeldern mehr originäre Ideen und eigenständige Marken zu entwickeln und dadurch das Kreativitätslevel insgesamt stetig weiter zu steigern.

Im Geschäftsfeld Kinoproduktion liegt der Fokus dabei unverändert auf der kontinuierlichen Optimierung der anhaltend hohen Qualität der nationalen und internationalen Eigenproduktionen. Dabei sollen vor allem Titel produziert werden, die das Publikum emotional ansprechen und beispielsweise auf bestimmten Marken basieren bzw. Event-Charakter haben. Aber auch Produktionen mit kleineren Budgets, deren Besucherrisiko dementsprechend überschaubar ist, sind interessant, wenn sie konzeptionell überzeugen. Allerdings muss sich jedes Projekt an hohen kreativen und wirtschaftlichen Massstäben messen lassen.

Auf Basis der derzeitigen Planung sind für den Rest des Jahres 2014 noch sechs vielversprechende Filmprojekte in der Pipeline. Eines dieser Projekte – „Resident Evil 6“ – ist eine auf den internationalen Markt zugeschnittene englischsprachige Produktion. Für den deutschen Kinomarkt werden unter anderem „Ostwind 2 – Die Rückkehr nach Kaltenbach“, ein zweiter Teil von „Fack ju Göhte“ und „Er ist wieder da“ produziert.

In der TV-Auftragsproduktion werden die bestehenden Kontakte zu den grossen TV-Sendern kontinuierlich weiter ausgebaut. Darüber hinaus arbeiten die Tochterfirmen der Constantin Film AG nach wie vor an der Entwicklung innovativer TV-Formate, wobei insbesondere kreative Neuentwicklungen gefragt sind. So sollen – sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene – konsekutiv erzählte TV-Serien entwickelt werden. Ein weiteres Ziel ist es, bestehende Marken (wie beispielsweise „Chroniken der Unterwelt“) im TV-Bereich zu etablieren.

Für die kommenden Monate erwartet die Constantin Film AG eine Verbesserung der Auftragslage in diesem Geschäftsfeld, die auch durch die zunehmend aggressive Einkaufspolitik der grossen Online-Portale positiv beeinflusst werden könnte. Die Produktionsstaffel für das zweite Halbjahr 2014 umfasst unter anderem die Verfilmung des Ken Follett-Bestsellers „Die Pfeiler der Macht“ sowie die Auftragsproduktionen „Der Äthiopier“ und „Prenzlberg“.

Im Kinoverleih setzt die Constantin Film AG auch weiterhin auf die bewährte Strategie, ihre nationalen und internationalen Eigen- und Co-Produktionen mit hochwertigen Fremdtiteln zu kombinieren und sie mit einer adäquaten Presse- und Marketingstrategie zu strategisch günstigen Zeitpunkten ins Kino zu bringen. Aufgrund der Tatsache, dass insbesondere die US-Major-Studios bei den Starts ihrer grossen Event-Filme mit sehr hohem Marketing-Einsatz um die Aufmerksamkeit des Publikums werben, wird die Constantin Film AG künftig noch genauer analysieren, wann und wie sie ihre Filme im deutschen Kinomarkt positioniert.

Aus aktueller Sicht werden im Zeitraum Juli bis Dezember 2014 voraussichtlich noch sieben Constantin Film-Titel in den heimischen Kinos anlaufen. Für einen Start im dritten Quartal sind dabei vorgesehen: die Fortsetzung des erfolgreichen Tanzfranchise „Step Up: All In (3D)“, der DreamWorks-Lizentitel „Madame Mallory und der Duft von Curry“ und die Verfilmung des Charlotte Roche-Romanbestsellers „Schossgebiete“. Da aufgrund der Fussball-Weltmeisterschaft in den Monaten Juni und Juli 2014 deutlich weniger Filme veröffentlicht wurden als sonst in diesem Zeitraum, erwartet die Constantin Film AG ab August 2014 wieder steigende Besucherzahlen.

Das Geschäftsfeld Home Entertainment wird im laufenden Geschäftsjahr insbesondere von der Neuveröffentlichung des Kinohits „Fack ju Göhte“ profitieren, der seit Anfang Mai im Handel ist. Weitere signifikante Umsatzerlöse werden sowohl von den Eigenproduktionen „Pompeii“ und „Tarzan“ als auch dem DreamWorks-Lizentitel „Need for Speed“ und dem Jugendfilm „Fünf Freunde 3“ erwartet.

Die Free-TV-Auswertung wird im dritten Quartal 2014 im Wesentlichen von den Umsätzen der Filme „Krieg der Götter“ (ProSiebenSat.1), „3096 Tage“ (ARD) und „Fünf Freunde“ (ProSiebenSat.1) geprägt werden. In der Pay-TV-Auswertung werden in diesem Zeitraum „Da geht noch was“, „Chroniken der Unterwelt – City of Bones“ und „Ostwind“ Umsätze generieren.

Segment Sport- und Event-Marketing

Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Das Beratungsunternehmen für Sponsoringmessung IEG prognostiziert, dass die weltweiten Sponsoringausgaben im Jahr 2014 um 4,1% (Vorjahr: 3,9%) auf 55,3 Mrd. USD ansteigen werden. Den grössten prozentualen Wachstumsschub erwartet IEG dabei erneut in der Region Asien/Pazifik (5,6% nach 5,0% im Vorjahr), aber auch der mittel- und südamerikanische Raum soll infolge der in Brasilien ausgetragenen Fussball-Weltmeisterschaft deutlich zulegen (5,0% nach 2,6% im Vorjahr). Eine starke Drosselung des Wachstumstempos prognostiziert IEG dagegen in Europa (2,1% nach 2,8% im Vorjahr), während der Anstieg in Nordamerika mit 4,3% nur leicht unter dem Vorjahreswert (4,5%) liegen soll.

Schwerpunkte im Geschäftsjahr 2014

Aufgrund der wiederholten Verlängerung des TEAM-Mandats zur Vermarktung der kommerziellen Rechte für die UEFA Champions League, die UEFA Europa League und den UEFA Super Cup (jeweils für die Spielzeiten 2015/16 bis 2017/18) ergeben sich auch weiterhin sehr gute Perspektiven zur Fortsetzung der engen Zusam-

menarbeit mit dem Europäischen Fussballverband. Wenn im Rahmen des laufenden Vermarktungsprozesses vertraglich vereinbarte Leistungsziele erreicht werden, verlängert sich das TEAM-Mandat automatisch um drei weitere Spielzeiten (2018/19 bis 2020/21). Deshalb ist es das primäre Ziel der TEAM-Gruppe, eine vorzeitige Vertragsverlängerung mit der UEFA zu erreichen. Zu diesem Zweck sollen im laufenden Geschäftsjahr – sowohl im Bereich der TV-Rechte als auch bei den Sponsorenrechten – möglichst viele neue Abschlüsse zu den bestmöglichen Konditionen realisiert werden.

Segment Übrige Geschäftsaktivitäten

Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Seitdem sich Smartphones und Tablets in breiten Käuferschichten fest etabliert haben, ist auch der Markt für Mobile Games rasant gewachsen und ein Ende dieser Entwicklung ist nicht in Sicht. Denn laut einer aktuellen Untersuchung von Juniper Research wird der weltweite Mobile-Games-Markt auch in den kommenden beiden Jahren mit einem erstaunlichen Tempo wachsen. Ausgehend von einem erwarteten Wert von 20,9 Mrd. USD im Jahr 2014 prognostiziert das Unternehmen, dass die globalen Einnahmen aus Mobile Games im Jahr 2016 auf 28,9 Mrd. USD ansteigen werden – ein Zuwachs um mehr als 38%. Getrieben wird dieses Wachstum laut Juniper Research sowohl von neuen Käuferschichten als auch von neuen Games-Angeboten.

Schwerpunkte im Geschäftsjahr 2014

Im Fokus der Highlight Event AG steht in erster Linie eine qualitativ hochwertige Umsetzung der Events der Wiener Philharmoniker und der EBU, da diese Projekte die grössten Chancen für die Zukunft bieten. Im Hinblick auf die Projekte Merchandising des Eurovision Song Contest und Eurovision Young Musicians ergeben sich allerdings auch gute strategische Möglichkeiten, die bestehenden Geschäftsfelder noch weiter auszubauen. Dies gilt insbesondere für das Eurovision Young Musicians-Projekt, das die bestehenden Aktivitäten im Bereich der klassischen Musik mit denen der EBU verbindet, mit der eine langjährige und erfolgreiche Partnerschaft besteht.

Darüber hinaus bietet Online-Gaming die grosse Chance, im zukunftssträchtigen Geschäftsfeld Social Media, Events und Entertainment mit den Benutzern/Fans in Interaktionen zu treten. Entsprechend werden die bereits umgesetzten Aktivitäten verstärkt ausgebaut.

Finanzielle Ziele der Highlight-Gruppe

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

Vor diesem Hintergrund bestätigen wir unsere Jahresprognose zum Konzernumsatz, der voraussichtlich in einer Grössenordnung von 380 bis 410 Mio. CHF liegen wird. Darüber hinaus rechnen wir auch weiterhin mit einem positiven Konzernergebnis.

KONSOLIDIERTE HALBJAHRESRECHNUNG

zum 30. Juni 2014 der Highlight Communications AG, Pratteln

KONSOLIDIERTE BILANZ ZUM 30. JUNI 2014 (ungeprüft)

Highlight Communications AG, Pratteln

AKTIVA (TCHF)	30.6.2014	31.12.2013
Langfristige Vermögenswerte		
Eigenproduktionen	131.248	175.201
Fremdproduktionen	38.220	35.843
Filmvermögen	169.468	211.044
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	1.646	2.214
Geschäfts- oder Firmenwert	17.553	17.597
Sachanlagen	4.997	5.117
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	3.900	-
Anteile an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	219	402
Langfristige Forderungen gegenüber Dritten	1.836	1.068
Forderungen gegenüber assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	4.164	3.079
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	1.682	227
Latente Steueransprüche	6.535	2.708
	212.000	243.456
Kurzfristige Vermögenswerte		
Vorräte	5.208	3.896
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen gegenüber Dritten	97.606	126.199
Forderungen gegenüber nahestehenden Unternehmen und Personen	-	77
Forderungen gegenüber assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	2.383	2.283
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	13.101	17.627
Forderungen aus Ertragsteuern	1.046	1.632
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	35.574	44.259
Zur Veräusserung gehaltene langfristige Vermögenswerte	-	3.900
	154.918	199.873
Aktiva	366.918	443.329

Der Anhang auf den Seiten 33 bis 41 ist ein integrierter Bestandteil dieses Konzernzwischenabschlusses.

PASSIVA (TCHF)	30.6.2014	31.12.2013
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	47.250	47.250
Eigene Anteile	-2.716	-2.716
Kapitalrücklage	-104.541	-104.534
Andere Rücklagen	-27.046	-26.187
Gewinnvortrag	175.481	182.862
Auf die Anteilseigner entfallendes Eigenkapital	88.428	96.675
Anteile ohne beherrschenden Einfluss	9.432	10.573
	97.860	107.248
Langfristige Schulden		
Pensionsverpflichtungen	7.801	6.015
Rückstellungen	1.000	1.601
Latente Steuerschulden	5.752	11.022
	14.553	18.638
Kurzfristige Schulden		
Finanzverbindlichkeiten	103.821	151.997
Erhaltene Anzahlungen	55.651	58.881
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten gegenüber Dritten	80.226	100.471
Verbindlichkeiten gegenüber nahestehenden Unternehmen und Personen	266	282
Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	90	26
Rückstellungen	4.817	4.768
Ertragsteuerschulden	9.634	1.018
	254.505	317.443
Passiva	366.918	443.329

Der Anhang auf den Seiten 33 bis 41 ist ein integrierter Bestandteil dieses Konzernzwischenabschlusses.

KONSOLIDIERTE GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

1. JANUAR BIS 30. JUNI 2014 (ungeprüft)

Highlight Communications AG, Pratteln

(TCHF)	1.1. bis 30.6.2014	1.1. bis 30.6.2013	2. Quartal 2014	2. Quartal 2013
Umsatzerlöse	216.261	156.360	90.530	74.431
Aktiviert Filmproduktionen und andere aktivierte Eigenleistungen	24.385	49.698	16.584	34.434
Gesamtleistung	240.646	206.058	107.114	108.865
Sonstige betriebliche Erträge	7.848	9.779	3.245	4.657
Aufwendungen für Lizenzen, Provisionen und Material	-13.002	-18.448	-6.734	-9.150
Aufwendungen für bezogene Leistungen	-66.728	-79.268	-40.991	-46.991
Material- und Lizenzaufwand	-79.730	-97.716	-47.725	-56.141
Gehälter	-43.259	-44.690	-22.939	-23.905
Soziale Abgaben, Aufwendungen für Altersvorsorge	-5.650	-5.678	-2.967	-2.995
Personalaufwand	-48.909	-50.368	-25.906	-26.900
Abschreibungen und Wertminderungen auf Filmvermögen	-74.952	-27.888	-10.682	-9.966
Abschreibungen und Wertminderungen auf immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens und Sachanlagen	-1.870	-2.375	-892	-1.133
Abschreibungen und Wertminderungen	-76.822	-30.263	-11.574	-11.099
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-33.305	-31.545	-16.367	-15.017
Betriebsergebnis	9.728	5.945	8.787	4.365
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	122	-127	61	-132
Finanzerträge	1.638	4.103	-740	1.837
Finanzaufwendungen	-3.349	-4.107	-1.105	-2.577
Finanzergebnis	-1.711	-4	-1.845	-740
Ergebnis vor Steuern	8.139	5.814	7.003	3.493
Ertragsteuern	-11.112	-1.182	-4.767	-530
Latente Steuern	8.867	-257	2.628	-785
Steuern	-2.245	-1.439	-2.139	-1.315
Konzernperiodenergebnis	5.894	4.375	4.864	2.178
davon Ergebnisanteil Anteilseigner	5.596	4.168	4.919	2.342
davon Ergebnisanteil Anteile ohne beherrschenden Einfluss	298	207	-55	-164

(CHF)	1.1. bis 30.6.2014	1.1. bis 30.6.2013	2. Quartal 2014	2. Quartal 2013
Ergebnis je Aktie				
Ergebnisanteil Anteilseigner je Aktie unverwässert	0,13	0,09	0,11	0,05
Ergebnisanteil Anteilseigner je Aktie verwässert	0,13	0,09	0,11	0,05
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	44.534.350	45.982.633		
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien (verwässert)	44.534.350	45.982.633		

Der Anhang auf den Seiten 33 bis 41 ist ein integrierter Bestandteil dieses Konzernzwischenabschlusses.

KONSOLIDIERTE GESAMTERGEBNISRECHNUNG

1. JANUAR BIS 30. JUNI 2014 (ungeprüft)

Highlight Communications AG, Pratteln

(TCHF)	1.1. bis 30.6.2014	1.1. bis 30.6.2013
Konzernperiodenergebnis	5.894	4.375
Unterschiede Währungsumrechnung	-880	2.205
Posten zukünftig möglicherweise umgliederbar in die Gewinn- und Verlustrechnung	-880	2.205
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste von leistungsorientierten Vorsorgeplänen	-1.315	766
Gewinne/Verluste aus finanziellen Vermögenswerten zum beizulegenden Zeitwert über Gesamtergebnisrechnung	-4.165	-616
Posten zukünftig nicht umgliederbar in die Gewinn- und Verlustrechnung	-5.480	150
Summe sonstiges Ergebnis (nach Steuern)	-6.360	2.355
Gesamtperiodenergebnis	-466	6.730
davon Ergebnisanteil Anteilseigner	-669	6.437
davon Ergebnisanteil Anteile ohne beherrschenden Einfluss	203	293

Der Anhang auf den Seiten 33 bis 41 ist ein integrierter Bestandteil dieses Konzernzwischenabschlusses.

ENTWICKLUNG DES KONSOLIDierten EIGENKAPITALS

1. JANUAR BIS 30. JUNI 2014 (ungeprüft)

Highlight Communications AG, Pratteln

(TCHF)	Auf die	
	Gezeichnetes Kapital	Eigene Anteile
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	-	-
Erwerb eigene Anteile	-	-
Veräußerung eigene Anteile	-	-
Dividendenausschüttungen	-	-
Veränderung Anteile ohne beherrschenden Einfluss	-	-
Sonstige Veränderungen	-	-
Saldo zum 30. Juni 2014	47.250	-2.716
Saldo zum 1. Januar 2013	47.250	-1.157
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	-	-459
Veräußerung eigene Anteile	-	-
Dividendenausschüttungen	-	-
Veränderung Anteile ohne beherrschenden Einfluss	-	-
Sonstige Veränderungen	-	-
Saldo zum 30. Juni 2013	47.250	-1.616

Der Anhang auf den Seiten 33 bis 41 ist ein integrierter Bestandteil dieses Konzernzwischenabschlusses.

Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital

Kapital- rücklage	Andere Rücklagen	Gewinn- vortrag	Summe	Anteile ohne beherrschenden Einfluss	Summe Eigenkapital
-104.534	-26.187	182.862	96.675	10.573	107.248
-	-859	-	-859	-21	-880
-	-859	-	-859	-21	-880
-	-	-1.241	-1.241	-74	-1.315
-	-	-4.165	-4.165	-	-4.165
-	-	-5.406	-5.406	-74	-5.480
-	-859	-5.406	-6.265	-95	-6.360
-	-	5.596	5.596	298	5.894
-	-859	190	-669	203	-466
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-7.571	-7.571	-1.326	-8.897
-7	-	-	-7	-18	-25
-	-	-	-	-	-
-104.541	-27.046	175.481	88.428	9.432	97.860
-103.614	-28.106	183.673	98.046	13.231	111.277
-	2.154	-	2.154	51	2.205
-	2.154	-	2.154	51	2.205
-	-	731	731	35	766
-	-	-616	-616	-	-616
-	-	115	115	35	150
-	2.154	115	2.269	86	2.355
-	-	4.168	4.168	207	4.375
-	2.154	4.283	6.437	293	6.730
-	-	- 1.912	-2.371	-	-2.371
-	-	-	-	-	-
-	-	-7.758	-7.758	-1.666	-9.424
-920	-	-	-920	-1.727	-2.647
-	-	-	-	-	-
-104.534	-25.952	178.286	93.434	10.131	103.565

KONSOLIDIERTE KAPITALFLUSSRECHNUNG

1. JANUAR BIS 30. JUNI 2014 (ungeprüft)

Highlight Communications AG, Pratteln

(TCHF)	1.1. bis 30.6.2014	1.1. bis 30.6.2013
Konzernperiodenergebnis	5.894	4.375
Latente Steuern	-8.867	257
Ertragsteuern	11.112	1.182
Finanzergebnis (ohne Währungsergebnis)	1.275	1.630
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	-122	127
Abschreibungen und Wertminderungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	76.822	30.263
Gewinn (-)/Verlust (+) aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	11	-
Übrige nicht zahlungswirksame Posten	-86	253
Zunahme (-)/Abnahme (+) der Vorräte, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	26.694	-22.148
Abnahme (-)/Zunahme (+) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-22.394	4.696
Erhaltene Dividenden aus assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	302	226
Gezahlte Zinsen	-1.562	-1.583
Erhaltene Zinsen	152	336
Gezahlte Ertragsteuern	-3.586	-9.198
Erhaltene Ertragsteuern	1.710	3.538
Cashflow aus betrieblicher Geschäftstätigkeit	87.355	13.954
Auszahlungen für immaterielle Vermögenswerte	-227	-427
Auszahlungen für Filmvermögen	-35.500	-60.093
Auszahlungen für Sachanlagen	-1.040	-730
Auszahlungen für Finanzanlagen	-2.607	-188
Einzahlungen aus Abgängen von Sachanlagen	52	23
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-39.322	-61.415
Auszahlung durch Kauf eigene Anteile	-	-2.371
Auszahlung durch Kauf Anteile ohne beherrschenden Einfluss	-25	-2.647
Auszahlungen durch Tilgung von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	-66.825	-24.553
Einzahlungen durch Aufnahme von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	19.227	67.423
Ausschüttungen	-8.897	-9.424
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-56.520	28.428
Cashflow der Berichtsperiode	-8.487	-19.033
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn der Berichtsperiode	44.259	72.517
Auswirkungen Währungsdifferenzen	-198	844
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode	35.574	54.328
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-8.487	-19.033

Der Anhang auf den Seiten 33 bis 41 ist ein integrierter Bestandteil dieses Konzernzwischenabschlusses.

ANHANG ZUR KONSOLIDIERTEN HALBJAHRESRECHNUNG ZUM 30. JUNI 2014

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 12. August 2014 den vorliegenden ungeprüften, verkürzten Konzernzwischenabschluss zur Veröffentlichung freigegeben.

2. Rechnungslegung und Bewertungsgrundsätze

Die Erstellung des ungeprüften, verkürzten Konzernzwischenabschlusses für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. Juni 2014 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 2013 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 2013 angewandten Grundsätzen (siehe Geschäftsbericht 2013, 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.

Die Erstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses verlangt vom Management, Einschätzungen und Annahmen zu treffen, welche die ausgewiesenen Erträge, Aufwendungen, Vermögenswerte, Verbindlichkeiten, Eventualverbindlichkeiten und Eventualforderungen zum Zeitpunkt der Bilanzierung beeinflussen. Diese Schätzungen und Annahmen basieren auf der bestmöglichen Beurteilung durch das Management aufgrund von Erfahrungen aus der Vergangenheit und weiteren Faktoren, einschliesslich der 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 2013, Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung, Kapitel 5.

3. Änderungen bei den Grundsätzen der Rechnungslegung

Aus der ab 1. Januar 2014 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
Investment Entities (Änderungen an IFRS 10, IFRS 12 und IAS 27)	1. Januar 2014
IAS 32 Finanzinstrumente: Darstellung – Saldierung von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten (Änderung)	1. Januar 2014
IAS 39 Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung – Novation von Derivaten (Änderung)	1. Januar 2014
IFRIC 21 Abgaben	1. Januar 2014

Den Änderungsstandard IAS 36, Wertminderungen, hat die Highlight-Gruppe bereits im Geschäftsjahr 2013 vorzeitig freiwillig angewendet.

Die Highlight-Gruppe hat auf die freiwillige vorzeitige Anwendung von neuen bzw. überarbeiteten Standards und Interpretationen, die noch nicht verpflichtend im Geschäftsjahr 2014 anzuwenden sind, verzichtet. Für weitere Informationen siehe Geschäftsbericht 2013, Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung, Kapitel 2.

Neben den im Geschäftsbericht genannten Standards und Interpretationen hat das IASB im zweiten Quartal 2014 die folgenden für den Konzern wesentlichen Standards und Änderungen veröffentlicht: einerseits IFRS 15, Erlöse aus Verträgen mit Kunden (verpflichtende Erstanwendung für Geschäftsjahre die am oder nach dem 1. Januar 2017 beginnen), sowie andererseits Änderungen an IAS 16, Sachanlagen und IAS 38, Immaterielle Vermögenswerte, Klarstellung akzeptabler Abschreibungsmethoden (verpflichtende Erstanwendung für Geschäftsjahre die am oder nach dem 1. Januar 2016 beginnen). Die Highlight-Gruppe prüft gegenwärtig die möglichen Auswirkungen der Umsetzung der Änderungen.

4. Veränderungen im Konsolidierungskreis

Am 1. Januar 2014 wurde die Constantin Production Services Inc., USA, auf die Constantin Film Development Inc., USA, verschmolzen. Aus dieser Transaktion ergibt sich kein Effekt auf den vorliegenden Konzernzwischenabschluss.

Am 27. Juni 2014 wurde die Resident Evil Mexico S. DE R.L. DE C.V. (Mexico LLC), Mexiko, liquidiert. Die Auswirkungen auf den vorliegenden Konzernzwischenabschluss sind unwesentlich.

Am 30. Juni 2014 hat die Highlight Communications AG ihre Anteile an der bereits vollkonsolidierten Highlight Event & Entertainment AG von 68,634 % auf 68,725 % erhöht. Der Kaufpreis für die neuen Anteile betrug 25 TCHF.

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

Die Bilanzsumme zum 30. Juni 2014 beträgt 366.918 TCHF nach 443.329 TCHF zum 31. Dezember 2013. Während sich die langfristigen Vermögenswerte insbesondere aufgrund eines Rückgangs des Filmvermögens um insgesamt 31.456 TCHF verringerten, nahmen die kurzfristigen Vermögenswerte zum 30. Juni 2014 um 44.955 TCHF ab. Die Abnahme bei den kurzfristigen Vermögenswerten resultiert im Wesentlichen aus einer Reduktion der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Forderungen von 126.199 TCHF auf 97.606 TCHF. Der Bestand an Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten verringerte sich ebenfalls um 8.685 TCHF. Auf der Passivseite haben die langfristigen Schulden um 4.085 TCHF und die kurzfristigen Schulden um 62.938 TCHF abgenommen. Des Weiteren sank das Eigenkapital um 9.388 TCHF auf 97.860 TCHF.

Filmvermögen

Im Vergleich zum 31. Dezember 2013 hat das Filmvermögen zum 30. Juni 2014 um 41.576 TCHF abgenommen. Während sich die Eigenproduktionen um 43.953 TCHF verringerten, erhöhte sich der Bestand an Fremdproduktionen um insgesamt 2.377 TCHF. Der Rückgang des Filmvermögens resultiert im Wesentlichen aus planmässigen Abschreibungen der Eigenproduktionen.

Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien

Bei der Renditeliegenschaft handelt es sich um die Geschäftsliegenschaft der Highlight Event & Entertainment AG in Düringen. Da ein Verkauf der Liegenschaft in den nächsten Monaten vom Management als nicht sehr wahrscheinlich eingestuft wird, führte dies zur Umklassifizierung von „Zur Veräusserung gehaltene langfristige Vermögenswerte“ zu „Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien“. Infolge der bereits in 2013 erfolgten Einstellung des Vertriebs bestimmter Spielautomaten für Casinos sowie der Sitzverlegung der

Highlight Event & Entertainment AG von Düringen nach Luzern im Mai 2014, ist der selbstgenutzte Teil unbedeutend und die Liegenschaft wird praktisch ausschliesslich zur Vermietung gehalten. Die Bewertung erfolgte nach dem Modell des beizulegenden Zeitwerts. Der beizulegende Zeitwert von 3.900 TCHF wurde durch ein Drittgutachten per 30. Juni 2014 ermittelt und entspricht dem bisherigen Buchwert.

Kurzfristige Vermögenswerte

Die kurzfristigen Forderungen haben sich im Vergleich zum 31. Dezember 2013 stichtagsbedingt um 28.570 TCHF verringert. Dies ist zurückzuführen auf die Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen von 15.572 TCHF und der sonstigen Forderungen von 13.021 TCHF sowie auf den Rückgang der Forderungen gegenüber nahestehenden Unternehmen und Personen um 77 TCHF. Die Forderungen gegenüber assoziierten Unternehmen und Joint Ventures haben sich dagegen um insgesamt 100 TCHF erhöht.

Die sonstigen kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte haben um 4.526 TCHF auf 13.101 TCHF abgenommen. Die Veränderung ist vor allem bedingt durch den Effekt des Wertrückgangs der gehaltenen Aktien an der Constantin Medien AG, deren Wertveränderung über die Gesamtergebnisrechnung abgebildet wird, sowie durch den Verkauf von sonstigen Finanzanlagen.

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente haben sich zum 30. Juni 2014 von 44.259 TCHF auf 35.574 TCHF verringert. Aus der Finanzierungstätigkeit ergab sich ein Mittelabfluss von 56.520 TCHF, in erster Linie bedingt durch die Tilgung von Finanzverbindlichkeiten. Aus der Investitionstätigkeit der Gruppe zeigte sich ein Mittelabfluss von 39.322 TCHF, der im Wesentlichen auf die Auszahlungen für Filmvermögen zurückzuführen ist. Aus der operativen Tätigkeit zeigte sich ein positiver Cashflow in Höhe von 87.355 TCHF.

Eigenkapital

Zum 30. Juni 2014 beliefen sich die direkt und indirekt selbst gehaltenen stimmrechtslosen eigenen Aktien unter Berücksichtigung der von den Tochtergesellschaften gehaltenen Position auf 2.715.650 Aktien der Highlight Communications AG (31. Dezember 2013: 2.715.650).

Das Eigenkapital reduzierte sich von 107.248 TCHF um 9.388 TCHF auf 97.860 TCHF zum 30. Juni 2014. Diese Abnahme ist unter anderem auf die Ausschüttung von Dividenden in Höhe von 8.897 TCHF sowie den in der Gewinnrücklage erfassten Wertrückgang der Constantin-Medien-Aktien in Höhe von 4.165 TCHF zurückzuführen. Aus der Neubewertung der Pensionsverpflichtung reduzierte sich zudem die Gewinnrücklage um 1.241 TCHF, insbesondere aufgrund der Abnahme des Diskontsatzes. Aus der Erhöhung der Anteile an der Highlight Event & Entertainment AG reduzierten sich zudem die Kapitalrücklage um 7 TCHF und die Anteile ohne beherrschenden Einfluss um 18 TCHF. Die Abnahme der anderen Rücklagen um 859 TCHF basiert auf der Umrechnung des Eigenkapitals von Gesellschaften, die nicht den Schweizer Franken als funktionale Währung haben. Das Periodenergebnis von 5.894 TCHF trug zu einem positiven Effekt bei.

Verbindlichkeiten

Während die langfristigen Schulden im Vergleich zum Jahresende um 4.085 TCHF abnahmen, sanken die kurzfristigen Schulden um insgesamt 62.938 TCHF. Dabei haben sich die Finanzverbindlichkeiten um 48.176 TCHF auf 103.821 TCHF verringert. Gleichzeitig sanken die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 13.430 TCHF und die sonstigen Verbindlichkeiten um insgesamt 6.815 TCHF.

Umsatzerlöse und übrige Erträge

Die Umsatzerlöse der Berichtsperiode betragen 216.261 TCHF, nach 156.360 TCHF in der Vergleichsperiode. Die Umsatzerlöse des Segments Sport- und Event-Marketing erhöhten sich um 795 TCHF und die des Segments Film um 59.219 TCHF. Bei den aktivierten Filmproduktionen und anderen aktivierten Eigenleistungen ist zur Vergleichsperiode eine Abnahme von 25.313 TCHF festzustellen. Diese Abnahme ist grösstenteils dem Segment Film zuzuordnen und reflektiert das niedrigere Produktionsvolumen im Vergleich zum ersten Halbjahr des Jahres 2013.

Betriebsaufwendungen

Der Material- und Lizenzaufwand hat sich zur Vergleichsperiode um 17.986 TCHF verringert. Die Abnahme resultiert in erster Linie aus dem im Vergleich zum ersten Halbjahr des Jahres 2013 niedrigeren Produktionsvolumen im Segment Film.

Der Personalaufwand betrug in der Berichtsperiode 48.909 TCHF und blieb damit leicht unter dem Niveau der Vergleichsperiode.

Die Abschreibungen und Wertminderungen auf das Filmvermögen sowie auf immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens und Sachanlagen von insgesamt 76.822 TCHF (Vergleichsperiode: 30.263 TCHF) enthalten 70.999 TCHF planmässige Abschreibungen (Vergleichsperiode: 27.931 TCHF) und 5.823 TCHF Wertminderungen (Vergleichsperiode: 2.332 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 784 TCHF (Vergleichsperiode: 825 TCHF). Der kumulative nicht erfasste anteilige Verlust beträgt 3.472 TCHF (31. Dezember 2013: 2.688 TCHF).

Finanzergebnis

Das Finanzergebnis hat sich in der Berichtsperiode zur Vergleichsperiode vor allem aufgrund von Währungseffekten um insgesamt 1.707 TCHF verringert. In der Vergleichsperiode wurde zudem ein Gewinn aus der Veräusserung des zum beizulegenden Zeitwerts bewerteten Finanzinstruments aus einer „Equity Swap“-Transaktion in Höhe von 385 TCHF realisiert.

6. Dividende

Vorgeschlagene Dividenden werden erst nach der Genehmigung des Antrags über die Verwendung des Bilanzgewinns durch die Generalversammlung bilanziert. Für das Geschäftsjahr 2013 hat der Verwaltungsrat der Generalversammlung, die am 30. Mai 2014 stattfand, eine Dividendenausschüttung von 0,17 CHF pro Aktie aus Reserven aus Kapitaleinlagen beantragt. Die Dividende wurde durch die Generalversammlung genehmigt und ab dem 10. Juni 2014 ausgeschüttet.

7. 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 2013, Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung, Kapitel 8.

Beizulegender Zeitwert von finanziellen Vermögenswerten und Schulden

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

30.6.2014 (TCHF)		Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Gesamt
Finanzielle Vermögenswerte, die zum Marktwert bewertet werden					
Derivative Finanzinstrumente	FVPL/ohne Kategorie	-	47	-	47
Finanzielle Vermögenswerte, erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet	FVPL	140	-	3.449	3.589
Finanzielle Vermögenswerte (Eigenkapitalinstrumente)	FVOCI	11.194	-	-	11.194
Finanzielle Verbindlichkeiten, die zum Marktwert bewertet werden					
Finanzverbindlichkeiten mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	ohne Kategorie	-	-	-	-
Derivative Finanzinstrumente	FLPL/ohne Kategorie	-	417	-	417

Angaben zu Finanzinstrumenten der Stufe 3:

Bezeichnung des Finanzinstruments	Langfristige Aktien	Kurzfristige Aktien
Fair Value 1. Januar 2014	-	2.268
Gewinne/Verluste GuV	20	-
Fremdwährungsdifferenzen erfolgsneutral im Eigenkapital	-	-1
Kauf	1.522	-
Verkauf	-	-360
Fair Value 30. Juni 2014	1.542	1.907

31.12.2013 (TCHF)		Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Gesamt
Finanzielle Vermögenswerte, die zum Marktwert bewertet werden					
Derivative Finanzinstrumente	FVPL/ohne Kategorie	-	666	-	666
Finanzielle Vermögenswerte, erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet	FVPL	227	-	2.268	2.495
Finanzielle Vermögenswerte (Eigenkapitalinstrumente)	FVOCI	15.359	-	-	15.359
Finanzielle Verbindlichkeiten, die zum Marktwert bewertet werden					
Finanzverbindlichkeiten mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	ohne Kategorie	-	506	-	506
Derivative Finanzinstrumente	FLPL/ohne Kategorie	-	1.500	-	1.500

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 Verkäufe in Höhe von 360 TCHF und auf Effekte aus Währungsumrechnungen von 19 TCHF zurückzuführen. Zudem hat die Rainbow Home Entertainment AG im zweiten Quartal 2014 6,2% der Anteile an dem nicht konsolidierten Unternehmen Pulse Entertainment Corporation, USA, zu einem Kaufpreis von 1.522 TCHF erworben. Da für diese Minderheitsbeteiligung kein aktiver Markt besteht und ein beizulegender Zeitwert nicht verlässlich ermittelbar ist, werden die Aktien zu Anschaffungskosten bewertet und in Stufe 3 dargestellt.

Der Buchwert der zum Marktwert bewerteten finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten entspricht dem beizulegenden Zeitwert.

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 entsprechen die Buchwerte annähernd dem beizulegenden Zeitwert.

Beizulegender Zeitwert von nicht finanziellen Vermögenswerten und Schulden

Zum 30. Juni 2014 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 2013, der Stufe 2 zugeordnet.

8. 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 zusammengefasst. 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 30. 6. 2014

(TCHF)	Film	Sport- und Event- Marketing	Übrige Geschäfts- aktivitäten	Sonstiges	Überleitung	Konzern
Aussenumsätze	189.964	24.800	1.497	-	-	216.261
Übrige Segmenterträge	32.279	153	300	-	-499	32.233
Segmentaufwendungen	-218.484	-14.728	-3.218	-2.835	499	-238.766
<i>davon planmässige Abschreibungen</i>	<i>-70.015</i>	<i>-415</i>	<i>-569</i>	-	-	<i>-70.999</i>
<i>davon Wertminderungen</i>	<i>-5.823</i>	-	-	-	-	<i>-5.823</i>
Segmentergebnis	3.759	10.225	-1.421	-2.835	-	9.728
Nicht zugeordnete Ergebniselemente:						
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures						122
Finanzerträge						1.638
Finanzaufwendungen						-3.349
Ergebnis vor Steuern						8.139

Segmentinformationen 1. 1. bis 30. 6. 2013

(TCHF)	Film	Sport- und Event- Marketing	Übrige Geschäfts- aktivitäten	Sonstiges	Überleitung	Konzern
Aussenumsätze	130.745	24.005	1.610	-	-	156.360
Übrige Segmenterträge	59.453	45	492	-	-513	59.477
Segmentaufwendungen	-188.578	-15.248	-3.512	-3.067	513	-209.892
<i>davon planmässige Abschreibungen</i>	<i>-26.704</i>	<i>-516</i>	<i>-711</i>	-	-	<i>-27.931</i>
<i>davon Wertminderungen</i>	<i>-2.332</i>	-	-	-	-	<i>-2.332</i>
Segmentergebnis	1.620	8.802	-1.410	-3.067	-	5.945
Nicht zugeordnete Ergebniselemente:						
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures						-127
Finanzerträge						4.103
Finanzaufwendungen						-4.107
Ergebnis vor Steuern						5.814

9. Haftungsverhältnisse, Eventualverbindlichkeiten und sonstige finanzielle Verpflichtungen

Gegenüber dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2013 haben sich die Haftungsverhältnisse, die Eventualverbindlichkeiten und die sonstigen finanziellen Verpflichtungen zum 30. Juni 2014 um 10.991 TCHF auf 72.693 TCHF verringert.

10. 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)	30.6.2014	31.12.2013
Forderungen	2.383	2.283
Verbindlichkeiten	90	-
	1.1. bis 30.6.2014	1.1. bis 30.6.2013
Umsatzerlöse und sonstige Erträge	4.547	5.608
Material- und Lizenzaufwand und sonstige Aufwendungen	4.154	5.499

Assoziierte Unternehmen

(TCHF)	30.6.2014	31.12.2013
Forderungen	4.164	3.079
Verbindlichkeiten	-	26
	1.1. bis 30.6.2014	1.1. bis 30.6.2013
Umsatzerlöse und sonstige Erträge	45	2
Material- und Lizenzaufwand und sonstige Aufwendungen	46	47

Sonstige nahestehende Unternehmen und Personen

(TCHF)	30.6.2014	31.12.2013
Forderungen	-	-
Verbindlichkeiten	211	106
	1.1. bis 30.6.2014	1.1. bis 30.6.2013
Umsatzerlöse und sonstige Erträge	-	-
Material- und Lizenzaufwand und sonstige Aufwendungen	359	341

Mutterunternehmen und deren direkte Tochtergesellschaften

(TCHF)	30.6.2014	31.12.2013
Forderungen	-	77
Verbindlichkeiten	55	176
	1.1. bis 30.6.2014	1.1. bis 30.6.2013
Umsatzerlöse und sonstige Erträge	130	141
Material- und Lizenzaufwand und sonstige Aufwendungen	155	172

Die Transaktionen mit den sonstigen nahestehenden Personen und Unternehmen beinhalten im Wesentlichen die folgenden Beziehungen:

Im Berichtszeitraum sind aus dem Beratervertrag zwischen der Constantin-Film-Gruppe und der Fred Kogel GmbH, der die Bereiche Lizenzhandel, TV-Auftragsproduktion und Filmverleih umfasst, Aufwendungen in Höhe von 203 TCHF (Vergleichsperiode: 184 TCHF) angefallen. Zum 30. Juni 2014 bestanden hieraus Verbindlichkeiten in Höhe von 36 TCHF (31. Dezember 2013: 31 TCHF).

Gegenüber verschiedenen Verwaltungsratsmitgliedern und Managing Directors bestehen zum 30. Juni 2014 weitere Verbindlichkeiten in Höhe von 174 TCHF (31. Dezember 2013: 74 TCHF).

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.

11. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Der Geschäftsführung und dem Verwaltungsrat sind keine Ereignisse bekannt, die nach dem Bilanzstichtag eingetreten sind und einen wesentlichen Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Highlight-Gruppe haben.

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), EBU/Elena Volotova (Umschlag aussen)



Überraschung in Kopenhagen:
Fast 50 Jahre nach dem Sieg
von Udo Jürgens gewann
Conchita Wurst den Eurovision
Song Contest zum zweiten Mal
für Österreich.

Termine 2014

Bereich Kino	Filmfestspiele Locarno	6. - 16. August
	Filmfestspiele Venedig	27. August - 6. September
	Filmfestspiele Toronto	4. - 14. September
Bereich Fussball	UEFA Super Cup	12. August
Bereich Events	WTA-Finale	17. - 26. Oktober
Bereich Investor Relations	Zwischenbericht	November
	Deutsches Eigenkapitalforum	24. - 26. November

