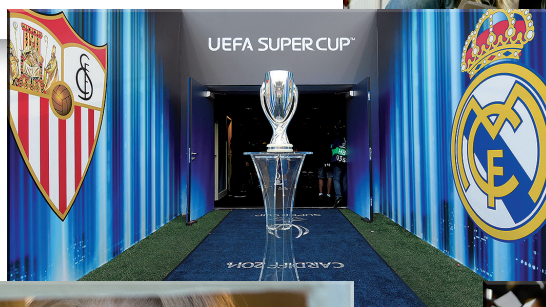




Highlight

Highlight Communications AG

Zwischenbericht zum 30. September 2014



Verdienter Lohn:
Die Constantin Entertainment-
TV-Produktion „Shopping Queen“
wurde mit dem Deutschen Fernseh-
preis 2014 ausgezeichnet.



Auf einen Blick: Ereignisse im dritten Quartal 2014

JULI

Unter der Regie von Katja von Garnier starten Anfang Juli die Dreharbeiten zur Constantin Film-Co-Produktion „Ostwind 2“. Die Fortsetzung des erfolgreichen und mehrfach ausgezeichneten Jugendabenteuers „Ostwind“ (darunter Deutscher Filmpreis in der Kategorie „Bester Kinderfilm“) soll Mitte Mai 2015 auf die Leinwand kommen.

AUGUST

Am 21. August fällt in Tunis die letzte Klappe zum bereits vierten Teil der „Fünf Freunde“-Erfolgsreihe, die auf den Jugendbüchern der Bestsellerautorin Enid Blyton basiert. Der Kinostart dieser Constantin Film-Co-Produktion mit der SamFilm GmbH ist für Ende Januar 2015 geplant.

Nach den phänomenalen Resultaten im Kinoverleih setzt „Fack ju Göhte“ auch in der Home-Entertainment-Auswertung neue Maßstäbe: Ende August übertrifft die Bora Dagtekin-Komödie die magische Grenze von einer Million verkaufter DVDs und Blu-rays. Im Bereich der Digitalvermarktung liegt die Anzahl der bezahlten Downloads zu diesem Zeitpunkt bei mehr als 700.000 – ein Volumen, das in Deutschland bislang noch kein Film generieren konnte.

SEPTEMBER

Am 19. September gibt die Highlight Communications AG bekannt, dass der Schweizer Rechtsanwalt und UEFA-Generalsekretär Gianni Infantino in den Verwaltungsrat der Team Holding AG gewählt wurde. Er tritt dort die Nachfolge von David Taylor an, der leider überraschend verstorben ist.

Members of the Highlight Group

Constantin Film

 **RAINBOW**
HOME ENTERTAINMENT

TEAM¹
MARKETING



HIGHLIGHT EVENT & ENTERTAINMENT

Inhalt

Vorwort	2
Die Highlight-Aktie	4
Zwischenlagebericht	7
Grundlagen des Konzerns	7
Bericht über den Geschäftsverlauf und die Lage im Segment Film	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	15
Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage der Highlight-Gruppe	16
Personalbericht	19
Nachtragsbericht	19
Risiko- und Chancenbericht	19
Prognosebericht	20
Konsolidierte Neunmonatsrechnung zum 30. September 2014	25
Konsolidierte Bilanz	26
Konsolidierte Gewinn- und Verlustrechnung	28
Konsolidierte Gesamtergebnisrechnung	29
Entwicklung des konsolidierten Eigenkapitals	30
Konsolidierte Kapitalflussrechnung	32
Anhang zur konsolidierten Neunmonatsrechnung	33

Termine 2015

(im Umschlag hinten)

VORWORT

Sehr geehrte Aktionäre, sehr geehrte Interessenten,

in den ersten neun Monaten dieses Jahres haben wir eine zyklische Talsohle durchschritten und befinden uns wieder auf Erfolgskurs. Wir werden die Planung für das Gesamtjahr 2014 übertreffen.

Der Konzernumsatz erhöhte sich auf 312,2 Mio. CHF und lag damit um 19,2% über dem Neunmonatswert des Vorjahres (262,0 Mio. CHF). Auch die Gesamtleistung des Konzerns verzeichnete einen Anstieg von 336,0 Mio. CHF auf 345,4 Mio. CHF, während im gleichen Zeitraum der operative Konzernaufwand von 342,6 Mio. CHF auf 340,2 Mio. CHF leicht zurückging.

Das Betriebsergebnis erhöhte sich auf 19,3 Mio. CHF – ein Plus von 164,4% gegenüber dem Vergleichswert des Vorjahres (7,3 Mio. CHF). Das Konzernperiodenergebnis verbesserte sich um 51,5% auf 10,3 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 6,8 Mio. CHF) und lag damit bereits auf dem Niveau, das die Highlight-Gruppe im Gesamtjahr 2013 erzielen konnte. Von diesem Gewinn entfällt ein Anteil von 9,6 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 6,1 Mio. CHF) auf die Highlight-Aktionäre, was einem Anstieg des Ergebnisses je Aktie um 61,5% auf 0,21 CHF (Vergleichsperiode: 0,13 CHF) entspricht.

Sehr erfreulich ist in diesem Zusammenhang die Tatsache, dass alle Geschäftssegmente zu dieser Ergebnisverbesserung beigetragen haben. Den mit Abstand grössten Beitrag leistete das Segment Film, dessen Aussenumsätze um 22,3% auf 272,4 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 222,7 Mio. CHF) anstiegen. Das Segmentergebnis erhöhte sich, vor allem aufgrund des guten Geschäftsverlaufs in den Bereichen Home Entertainment und TV-Auswertung, um 9,2 Mio. CHF auf 9,3 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 0,1 Mio. CHF).

Im Kinoverleih brachte die Constantin Film-Gruppe im Zeitraum Januar bis September 2014 insgesamt neun Filme in die deutschen Kinos und erreichte damit einen soliden Marktanteil von 6,7% nach Besuchern und von 6,3% nach Umsatz. Die bereits im November 2013 gestartete Constantin Film-Co-Produktion „Fack ju Göhte“ lockte im laufenden Jahr noch einmal rund 1,6 Millionen Besucher in die heimischen Kinos. Mit rund 1,2 Millionen Zuschauern vermochte auch das Jugendabenteuer „Fünf Freunde 3“ zu begeistern. Hoch in der Publikumsgunst standen ausserdem die beiden Lizenzfilme „Step Up: All In“ (rund 0,7 Millionen Zuschauer) und „Need for Speed“ (rund 0,5 Millionen Besucher).

Im Segment Sport- und Event-Marketing konnte die TEAM-Gruppe auch im dritten Quartal weitere Fortschritte im Vermarktungsprozess der kommerziellen Rechte der UEFA Champions League und der UEFA Europa League (jeweils für den Spielzyklus 2015/16 bis 2017/18) erzielen.

Die Aussenumsätze dieses Segments erhöhten sich in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres um 1,6% auf 37,1 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 36,5 Mio. CHF). Die Aufwendungen konnten durch Kosteneinsparungen um 1,3 Mio. CHF auf 21,7 Mio. CHF gesenkt werden, sodass sich das Segmentergebnis um 14,6% auf 15,7 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 13,7 Mio. CHF) verbesserte.

Die Aktivitäten der Highlight Event AG waren auf die Vermarktung und die Vorbereitungen des Neujahrskonzerts 2015 der Wiener Philharmoniker ausgerichtet, die im dritten Quartal 2014 intensiv vorangetrieben wurden. Für den Eurovision Song Contest, der im kommenden Jahr in Wien ausgetragen wird, wurden erste Vorbereitungen in die Wege geleitet.

Das Segment Übrige Geschäftsaktivitäten erzielte im Zeitraum Januar bis September 2014 Aussenumsätze von 2,7 Mio. CHF, die leicht unter dem Vergleichswert des Vorjahres (2,8 Mio. CHF) lagen. Die Aufwendungen konnten um 0,9 Mio. CHF auf 4,9 Mio. CHF reduziert werden. Der Segmentverlust, der im Wesentlichen auf die Entwicklungsaktivitäten im Bereich Online-/Social-Gaming zurückzuführen ist, verringerte sich insgesamt auf 1,7 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 2,1 Mio. CHF).

Im Segment Film gehen wir davon aus, dass sich die erfolgreiche Entwicklung bis zum Jahresende fortsetzen wird. Die Basis dafür ist die Verleihstaffel des vierten Quartals, die insgesamt fünf Filme umfasst. Einen sehr erfolgreichen Kinostart hatte bereits die Komödie „Männerhort“, die bislang bereits über eine Million Zuschauer begeisterte. Gute Ergebnisse erwarten wir auch von dem Lizenztitel „Die Mannschaft“, der ab dem 13. November in den Kinos zu sehen ist. „Die Mannschaft“ ist eine offizielle Dokumentation der Fussball-Weltmeisterschaft in Brasilien und zeigt - neben vielen kleinen amüsanten Episoden - den Weg der deutschen Nationalmannschaft von den Vorbereitungen im Trainingslager bis hin zum Gewinn des begehrten Titels.

Vor diesem Hintergrund gehen wir aus heutiger Sicht nunmehr von einem Konzernergebnis Anteilseigner von 12 bis 14 Mio. CHF und einem Gewinn je Aktie in Höhe von 0,27 bis 0,31 CHF für das Geschäftsjahr 2014 aus. An der bisherigen Umsatzprognose halten wir fest und rechnen weiterhin mit einem Konzernumsatz zwischen 380 und 410 Mio. CHF.

DIE HIGHLIGHT-AKTIE

Entwicklung der Kapitalmärkte

Nach den Rückschlägen in den Monaten Januar und März erlebten die globalen Aktienmärkte im August dieses Jahres bereits die dritte deutliche Korrektur nach unten. Auslöser dieser Entwicklung waren insbesondere die geopolitischen Krisenherde in der Ostukraine, im Nahen Osten und im Irak. Hinzu kamen aufkeimende Diskussionen über Leitzinserhöhungen in den USA und Grossbritannien sowie eine Eintrübung der konjunkturellen Lage in der Eurozone. Erste Anzeichen für eine Entspannung im Ukraine-Konflikt sorgten ab Mitte August jedoch für ein Nachlassen des Verkaufsdrucks, was in den darauffolgenden Wochen zu einer Erholung der Aktienkurse führte.

In diesem Marktumfeld erreichte beispielsweise der amerikanische Dow Jones Industrial Average Index Mitte September einen neuen historischen Höchststand von rund 17.351 Punkten. Obwohl er bis zum Monatsende wieder auf 17.043 Punkte zurückfiel, konnte er im dritten Quartal 2014 einen Zuwachs von 1,3% (+2,8% seit Jahresbeginn) erzielen. Eine noch bessere Performance zeigte der japanische Nikkei 225, der nach sechs Monaten noch deutlich im Minus gelegen hatte. Begünstigt von einem schwächeren Yen, ging er Ende September mit 16.174 Punkten aus dem Handel, was einem Anstieg um 6,7% im dritten Quartal (-0,7% seit Jahresbeginn) entspricht.

Der Swiss Market Index (SMI) konnte seine Spitzenposition unter den europäischen Leitindizes auch nach neun Monaten des laufenden Jahres behaupten. Im September erreichte er – erstmals seit dem Jahr 2007 – wieder ein Niveau von über 8.800 Punkten und profitierte dabei insbesondere von der starken Kursentwicklung der Pharma-Unternehmen Roche und Novartis. Mit einer Schlussnotierung von 8.835 Punkten konnte der SMI im dritten Quartal noch einmal um 3,3% (+7,7% seit Jahresbeginn) zulegen.

Im Gegensatz dazu verlor der DAX, der bei 9.474 Punkten schloss, im Zeitraum Juli bis September 3,7% an Wert und büsste damit den Zuwachs, den er im ersten Halbjahr erzielt hatte, komplett wieder ein. Auf Neunmonatssicht lag er somit um 0,8% im Minus. Ähnliches gilt für den Small-Cap-Index SDAX, der auf 6.853 Punkte zurückfiel, was einer Performance von -7,2% im dritten Quartal (+0,9% seit Jahresbeginn) entspricht. Der Index für deutsche Medienwerte (DAXsector Media), der im Vorjahr noch mit hohen zweistelligen Zuwachsraten gegläntzt hatte, verzeichnete im Zeitraum Juli bis September einen weiteren Wertverlust von 3,2% (-6,9% seit Jahresbeginn) auf 318 Punkte.

Entwicklung der Highlight-Aktie im dritten Quartal 2014

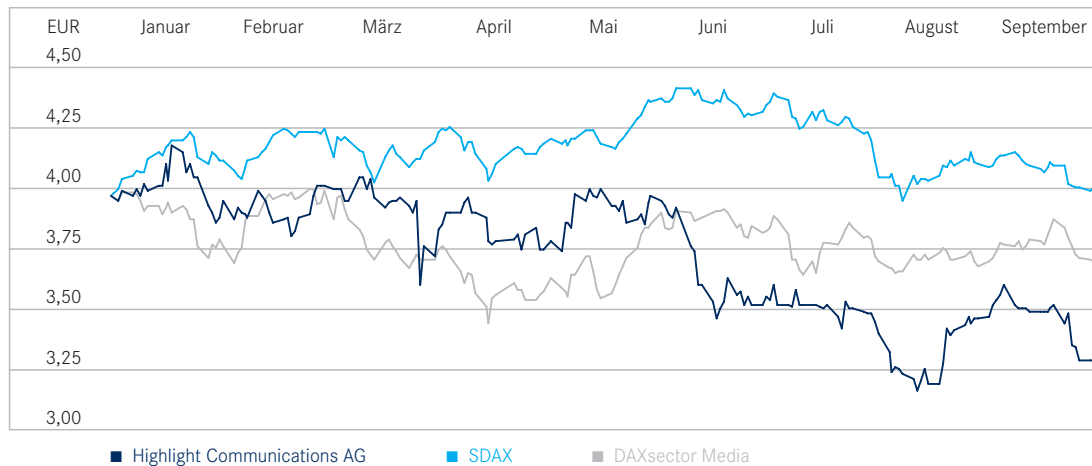
Mit einem Halbjahres-Schlusskurs von 3,52 EUR in das Berichtsquartal gestartet, entwickelte sich die Notierung der Highlight-Aktie im gesamten Juli tendenziell seitwärts, wobei der Kurs in einem Korridor zwischen 3,42 EUR und 3,60 EUR pendelte. Bedingt durch die allgemeine Marktschwäche in den ersten beiden August-Wochen setzte danach ein starker Abschwung ein, in dessen Verlauf die Notierung am 12. August ihr vorläufiges Schlusskurs-Jahrestief bei 3,16 EUR markierte.

Ein darauf folgender Anstieg brachte den Kurs der Highlight-Aktie bis Anfang September dann noch einmal auf ein Niveau von 3,60 EUR, das allerdings nicht lange gehalten werden konnte. Ab Mitte September gab die Notierung erneut deutlich nach und ging am Quartalsende mit 3,29 EUR aus dem Xetra-Handel – ein Minus von 6,5% im Berichtsquartal und von 17,1% seit dem Jahresbeginn. Das 52-Wochen-Hoch lag zum Ende des dritten Quartals bei 4,18 EUR (17. Januar 2014) und das 52-Wochen-Tief bei 3,15 EUR (12. August 2014).

Im Zeitraum Juli bis September 2014 wurden im Xetra-Handelssystem der Deutsche Börse AG rund 0,71 Millionen Highlight-Aktien umgesetzt, was einem Rückgang um 1,31 Millionen gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres (2,02 Millionen) entspricht. Dementsprechend reduzierte sich auch der Durchschnitt pro Handelstag von 30.630 Stück auf 11.040 Stück. Gleiches gilt für die Neunmonatsbetrachtung, bei der sich das Handelsvolumen von 7,53 Millionen Aktien (rund 39.430 Stück pro Handelstag) auf 3,18 Millionen Aktien (rund 16.830 Stück pro Handelstag) reduzierte. Im entsprechenden Ranking der Deutsche Börse AG für die Segmente unterhalb des DAX lag die Highlight-Aktie zum 30. September 2014 damit auf Platz 119 (30. Juni 2014: 117). Beim Bewertungskriterium „Free-Float-Marktkapitalisierung“ ergab sich Rang 115 (30. Juni 2014: 112).

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

Beim gezeichneten Kapital der Highlight Communications AG ergaben sich im dritten Quartal 2014 keine Veränderungen. Zum Stichtag 30. September 2014 betrug es weiterhin 47,25 Mio. CHF, eingeteilt in 47,25 Millionen Inhaberaktien zum Nennwert von 1,00 CHF. Transaktionen mit eigenen Anteilen wurden im Berichtszeitraum nicht getätigt, sodass der Bestand an eigenen, nicht stimmberechtigten Aktien zum Quartalsende nach wie vor 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.

Auch in der Aktionärsstruktur ergaben sich im Berichtszeitraum keine Veränderungen. 52,39% der Highlight-Aktien befinden sich weiterhin im Besitz der Constantin Medien AG. Darüber hinaus halten Mitglieder des Verwaltungsrates sowie private und institutionelle Investoren weitere wesentliche Aktienpakete. Der Streubesitz (Free Float) gemäss Definition der Deutsche Börse AG lag zum 30. September 2014 bei 41,86%.

Investor-Relations-Aktivitäten

Einer der Schwerpunkte unserer Investor-Relations-Aktivitäten ist die zeitnahe und umfassende Information von Investoren, Analysten und der 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: 5,20 EUR

Informationen zur Highlight-Aktie zum 30. September 2014

ISIN/Börsenkürzel	CH 000 653 9198/HLG
Index	DAXsector Media
Schlusskurs	3,29 EUR
52-Wochen-Hoch	4,18 EUR
52-Wochen-Tief	3,15 EUR
Gezeichnetes Kapital	47,25 Mio. CHF
Aktien im Umlauf	44,53 Mio. Stück
Marktkapitalisierung (bezogen auf Aktien im Umlauf)	146,5 Mio. EUR

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

Im dritten Quartal 2014 hat die Highlight Communications AG von den Mitgliedern des Verwaltungsrates und der Konzernleitung keine Meldungen über mitteilungspflichtige Aktienerwerbs- oder -veräusserungsgeschäfte erhalten.

Der Präsident und Delegierte des Verwaltungsrates, Bernhard Burgener, und das Verwaltungsratsmitglied René Camenzind hielten zum 30. September 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 Verwaltungsrats- und Konzernleitungsmitglieder (inkl. der ihnen nahestehenden Personen) stellten sich zum Ende des dritten Quartals wie folgt dar:

<u>Verwaltungsrat</u>	<u>Aktienbesitz</u>	<u>Aktienanspruch aus Optionen</u>
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	-
<u>Konzernleitung</u>		
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 non-fiktionale 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 sowie aus den nationalen und internationalen Zuwendungen aus der Filmförderung generiert. Die wesentlichen Aufwandsposten umfassen Erwerbs- und Verwertungsrechte an Drehbüchern und Stoffen, Produktionskosten sowie Vermarktungs- und Herausbringungskosten für die einzelnen Filme (Marketing und Kopien).

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

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

Steuerungssystem und Leistungsindikatoren

Konzernsteuerung

Verantwortlich für die strategische Ausrichtung und Steuerung der Highlight-Gruppe ist der Verwaltungsrat der Highlight Communications AG. Die Verantwortung für die operativen Aktivitäten liegt dagegen beim Führungsgremium der jeweiligen Tochtergesellschaft. Bei der Team Holding AG ist dies der Verwaltungsrat, der aus vier Mitgliedern besteht, bei der Constantin Film AG der Vorstand, der im Berichtszeitraum drei Personen umfasste, 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 die 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. Ausserdem 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 Sport-Gross- 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 Veränderung:

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 Fördertopf 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

Vor dem Hintergrund der geplanten Absenkung des DFFF um weitere 10 Mio. EUR für das Jahr 2015 zeigt eine aktuelle Studie der Strategie- und Unternehmensberatung Roland Berger, welche einschneidenden Konsequenzen dieser Schritt hätte. Auf der Basis von Analysen und Schätzungen kommt das Unternehmen zu dem Schluss, dass bereits eine Kürzung der aktuellen DFFF-Mittel um 10 % (= 6 Mio. EUR) – bezogen auf das Fördervolumen 2012 – zu einem Rückgang des Filmproduktionsvolumens in Deutschland in Höhe von bis zu 49 Mio. EUR führen würde. Darüber hinaus sei mit dem Verlust indirekter und induzierter Umsätze von weiteren 69 Mio. EUR zu rechnen.

Insgesamt gingen dadurch mehr als 800 Arbeitsplätze und Steuereinnahmen in Höhe von 16 Mio. EUR verloren – fast das Dreifache des Betrags, der durch die Kürzung des DFFF eingespart würde. Neben diesen materiellen Einbußen müsste vermutlich mit einem Vertrauensverlust internationaler Produzenten in den Filmstandort Deutschland gerechnet werden. Deshalb raten die Verfasser der Studie dazu, das Fördervolumen des DFFF eher aufzustocken, dieses Volumen möglichst langfristig festzuschreiben und die bislang bestehende Kappungsgrenze pro Film abzuschaffen.

TV-Auftragsproduktion

Nachdem die ARD bereits im September 2013 der Forderung nach mehr Transparenz bei Auftragsproduktionen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk nachgekommen war, hat im August 2014 auch das ZDF erstmals konkrete Zahlen zu seinen TV-Produktionen veröffentlicht. So liegen beispielsweise die Produktionsbudgets für „Kleine Fernsehspiele“ in einer Bandbreite von 100.000 bis 400.000 EUR, bei Event-Mehrteilern bei bis zu 2,6 Mio. EUR pro Folge und bei Vorabend-Serien bei durchschnittlich 400.000 EUR für eine 45-minütige Folge.

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

Kinoverleih

Nach einem – bedingt durch die Fußball-Weltmeisterschaft – verhaltenen Start in das dritte Quartal 2014 hat sich der deutsche Kinomarkt in den Monaten August und September deutlich erholt, wobei die Wochenendergebnisse bereits ab Mitte Juli kontinuierlich über den Vergleichswerten des Vorjahres lagen. Insgesamt wurden in den ersten neun Monaten des laufenden Jahres rund 648,3 Mio. EUR (Januar bis September 2013: rund 648,9 Mio. EUR) in den deutschen Kinos umgesetzt und rund 79,5 Millionen Tickets (Januar bis September 2013: rund 81,5 Millionen) verkauft. Gemessen am Umsatz lag der Kinomarkt damit um 0,1% und nach Besuchern um 2,5% unter den Vergleichswerten des Vorjahres.

Diese gute Zwischenbilanz war so nicht erwartet worden, da es bis Ende September dieses Jahres noch keinem Neustart gelungen war, die Marke von drei Millionen Zuschauern zu übertreffen. Auslöser der Aufholjagd war der Kinostart des Science-Fiction-Abenteuers „Transformers: Ära des Untergangs“, das mit einem Boxoffice von 28,5 Mio. EUR zum bislang umsatzstärksten Film des Jahres 2014 avancierte. Nach Besuchern (2,5 Millionen) musste sich der Film lediglich dem französischen Überraschungshit „Monsieur Claude und seine Töchter“ geschlagen geben, der mit 2,9 Millionen Zuschauern die am besten besuchte Produktion war.

Die Liste der erfolgreichsten deutschen Filme 2014 wird nach wie vor vom Blockbuster „Der Medicus“ (Kinostart 2013) mit 2,4 Millionen Besuchern angeführt, gefolgt von der Matthias Schweighöfer-Komödie „Vaterfreuden“ mit gut 2,3 Millionen Zuschauern und der Constantin Film-Co-Produktion „Fack ju Göhte“ (Kinostart 2013) mit knapp 1,6 Millionen Besuchern. Insgesamt lag der Besucher-Marktanteil deutscher Produktionen in den ersten neun Monaten dieses Jahres bei 23,4%, was einer klaren Verbesserung gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres (Januar bis September 2013: 21,4%) entspricht.

Home Entertainment

Die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) prognostizierte für die ersten acht Monate des Jahres 2014*) einen Gesamtumsatz von 971 Mio. EUR im deutschen Video-Kauf- und -Leihmarkt. Damit lag die deutsche Home-Entertainment-Branche um 4,1 % unter dem Vergleichswert des Vorjahres von 1,01 Mrd. EUR.

Mit dem Verkauf von DVDs und Blu-ray-Discs wurde nach der GfK-Prognose in den Monaten Januar bis August 2014 ein Einzelhandelsumsatz von 731 Mio. EUR (Vergleichszeitraum 2013: 784 Mio. EUR) erwirtschaftet. Davon entfielen 499 Mio. EUR auf die DVD – 9,0% weniger als im Vorjahreszeitraum (554 Mio. EUR). Die Umsätze mit Blu-ray-Discs sind im Vergleich zum Vorjahreszeitraum mit 232 Mio. EUR dagegen in etwa gleich geblieben (Vergleichszeitraum 2013: 230 Mio. EUR).

Weiterhin im Aufwind befindet sich der digitale Video-Kaufmarkt: Der Umsatz mit Electronic-Sell-Through erhöhte sich in den ersten acht Monaten des Jahres 2014 um 15,6% auf 37 Mio. EUR (Vergleichszeitraum 2013: 32 Mio. EUR). Die Umsatzsteigerung bei Electronic-Sell-Through konnte den Umsatzrückgang bei den physischen Produkten allerdings nicht kompensieren, sodass der Gesamtumsatz im physischen und digitalen Kaufmarkt von 816 Mio. EUR auf 768 Mio. EUR zurückging.

Für den Video-Leihmarkt prognostizierte die GfK in den Monaten Januar bis August 2014 einen Gesamtumsatz von 203 Mio. EUR (inklusive Subscription Video-on-Demand = SVoD) bzw. 171 Mio. EUR (ohne SVoD) – ein Wert, der ungefähr auf dem Niveau des Vergleichszeitraums 2013 liegt (174 Mio. EUR ohne SVoD und 196 Mio. EUR mit SVoD). Davon entfielen 117 Mio. EUR (Vergleichszeitraum 2013: 130 Mio. EUR) auf Leihvorgänge von DVDs und Blu-ray-Discs und 86 Mio. EUR (Vergleichszeitraum 2013: 66 Mio. EUR) auf digitale Leihvorgänge via Video-on-Demand oder Pay-per-View (inklusive SVoD, das einen Umsatz von 32 Mio. EUR im Zeitraum Januar bis August 2014 erwirtschaftete). Der digitale Video-Leihmarkt konnte damit um 30,3% zulegen und seine positive Entwicklung des Vorjahres fortsetzen. Dieser Zuwachs steht insbesondere im Zusammenhang mit den steigenden Verkaufszahlen internetfähiger TV-Geräte, die den digitalen Verleih vorantreiben.

**) Die Daten für die ersten neun Monate des Jahres 2014 lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor.*

Lizenzhandel/TV-Auswertung

Gemäss einer repräsentativen Umfrage des Bundesverbands Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM) ist das TV-Gerät – trotz der rasant wachsenden Verbreitung mobiler Endgeräte – für die Mehrheit der deutschen Verbraucher unverzichtbar. Fünf von sechs Nutzern (86%) erklärten demnach, „gar nicht“ auf ihren Fernseher verzichten zu können, während dieser Anteil beispielsweise bei DVD-Playern nur bei 31% lag. Als einen der Hauptgründe für diesen grossen Zuspruch nennt BITKOM die steigende Zahl von Smart-TVs, die eine vielseitigere Nutzung der Geräte ermöglichen.

Zunehmender Beliebtheit erfreuen sich in diesem Zusammenhang die Mediatheken der Free-TV-Sender, die aktuell von 32% aller Fernsehzuschauer genutzt werden. Mit einem Anteil von 42% ist die Nutzung bei den 14- bis 29-Jährigen dabei besonders stark ausgeprägt. Diese Entwicklung hat zu deutlicher Kritik seitens der Urheberverbände, darunter der Regieverband (BVR) und der Drehbuchautorenverband (VDD), geführt. Sie argumentieren, dass der Kreativwirtschaft infolge der steigenden, kostenfreien Mediathekennutzung Einnahmen aus anderen Auswertungsstufen – wie beispielsweise DVD/Blu-ray oder kostenpflichtiges Video-on-Demand – verloren gehen, und fordern deshalb einen angemessenen Ausgleich.

Operative Entwicklung

„Ostwind 2“, „Fünf Freunde 4“ und „Check It Out“ abgedreht

Unter der Regie von Katja von Garnier wurde von Anfang Juli bis Anfang September 2014 die Constantin Film-Co-Produktion „Ostwind 2“ gedreht. Die Fortsetzung des erfolgreichen und mehrfach ausgezeichneten Jugendabenteuers „Ostwind“ (darunter Deutscher Filmpreis in der Kategorie „Bester Kinderfilm“) soll Mitte Mai 2015 auf die Leinwand kommen.

Mitte August fiel in Tunis die letzte Klappe zum bereits vierten Teil der „Fünf Freunde“-Erfolgsreihe, die auf den Jugendbüchern der Bestsellerautorin Enid Blyton basiert. Der Kinostart dieser Constantin Film-Co-Produktion mit der SamFilm GmbH ist für Ende Januar 2015 geplant. Mitte September fiel dann die letzte Klappe zur Komödie „Check It Out“, einer Produktion der Rat Pack Filmproduktion GmbH, die Mitte Mai 2015 in die Kinos kommen soll.

Drehstart für ein ZDF-Grossprojekt in der TV-Auftragsproduktion

Seit Mitte September 2014 dreht die Constantin Television GmbH im Auftrag des ZDF den Zweiteiler „Die Pfeiler der Macht“ – eine Roman-Adaption des britischen Bestseller-Autors Ken Follet. Unter der Regie von Christian Schwochow stehen dabei unter anderem Dominic Thorburn, Nicole de Boer, Rolf Hoppe und Yvonne Catterfeld vor der Kamera. Ein Ausstrahlungstermin für diese Grossproduktion steht bislang noch nicht fest.

Im Auftrag von Sat.1 produzierte die Constantin Entertainment GmbH im dritten Quartal 2014 weitere Folgen der Dailys „Schicksale“ und „Im Namen der Gerechtigkeit“ sowie die ersten Folgen der neuen Sat.1-Daily „In Gefahr – Ein verhängnisvoller Moment“. Darüber hinaus wurden mehrere Folgen der zweiten Staffel der RTL-Comedyshow „Geht's noch?! Kayas Woche“ aufgezeichnet.

Im europäischen Ausland produzierten die Tochterfirmen der Constantin Entertainment GmbH in Polen unter anderem neue Staffeln der bewährten Wochen-Formate „Kuchenne Rewolucje“ und „Nasz Nowy Dom“ sowie der täglichen Formate „Malanowski & Partnerzy“ und „Ukryta Prawda“. In Israel waren „The Voice of Israel 3“ und die Kochshow „Game of Chefs“ in Produktion und in Ungarn die neue Scripted Reality „Zsaruk“.

Zwei Filme mit guter Performance im Kinoverleih

Im Geschäftsfeld Kinoverleih brachte die Constantin Film-Gruppe im dritten Quartal 2014 insgesamt drei Filme (zwei Lizenztitel und eine Co-Produktion) in die deutschen Kinos. Hoch in der Zuschauergunst standen insbesondere der fünfte Teil des erfolgreichen Tanzfranchise „Step Up: All In“ und die Komödie „Madame Mallory und der Duft von Curry“. Das Publikumsinteresse an der Verfilmung des Charlotte Roche-Bestsellers „Schossgebete“ blieb dagegen unter den Erwartungen.

Festigung der Marktposition im Bereich Home Entertainment

Im deutschsprachigen Home-Entertainment-Markt konnte die Highlight-Gruppe ihre Marktposition im Zeitraum Januar bis August 2014*) festigen. Das Produktportfolio wurde dabei insbesondere von den Neueröffentlichungen unter dem Constantin Film-Label getragen – allen voran die beiden Constantin Film-Co-Produktionen „Fack ju Göhte“ und „Chroniken der Unterwelt – City of Bones“. Sehr gute Verkaufsergebnisse erzielten auch der Lizenztitel „Ender's Game – Das grosse Spiel“ und die Constantin Film-Eigenproduktion „Pompeii“.

*) Die Daten für die ersten neun Monate des Jahres 2014 lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor.

Wesentliche Abschlüsse im Bereich Lizenzhandel/TV-Auswertung

Im Geschäftsfeld Lizenzhandel/TV-Auswertung der Constantin Film-Gruppe hat sich für den Free-TV-Bereich im dritten Quartal 2014 insbesondere der Beginn der Erstlizenzen von „Krieg der Götter“ (ProSiebenSat.1), „Fünf Freunde“ (ProSiebenSat.1) und „3096 Tage“ (ARD) umsatzrelevant ausgewirkt. Hinzu kamen im Pay-TV unter anderem die Erstlizenzen von „Chroniken der Unterwelt - City of Bones“ (Sky), „Da geht noch was“ (Sky), „Movie 43“ (Teleclub), „Parker“ (Teleclub), „Shootout - Keine Gnade“ (Teleclub) und „Ostwind“ (Teleclub).

Analyse der nicht finanziellen Leistungsindikatoren

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

Die Constantin Film AG setzt auch weiterhin 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.

Erneute Quotenerfolge in der TV-Auftragsproduktion

Die Folge „Der nette Herr Wong“ der Kriminalreihe „Kommissarin Lucas“, eine Auftragsproduktion der Olga Film GmbH, die das ZDF Mitte September 2014 ausstrahlte, wurde von 4,35 Mio. Zuschauern verfolgt, was einem sehr erfreulichen Marktanteil von 16,1 % beim Gesamtpublikum entspricht.

Die Constantin Entertainment GmbH konnte mit der Sat.1-Daily „Schicksale“ im September 2014 einen guten durchschnittlichen Marktanteil von 13,2% in der Zielgruppe der 14- bis 59-Jährigen erzielen. In der gleichen Zielgruppe erreichte die neue Daily „In Gefahr - Ein verhängnisvoller Moment“, die seit Mitte August 2014 im Vorabendprogramm von Sat.1 läuft, im September einen Marktanteil von durchschnittlich 10,4%. Darüber hinaus kam die beliebte Styling-Doku „Shopping Queen“, die die Constantin Entertainment GmbH für VOX realisiert, Mitte September 2014 auf einen Marktanteil von 10% bei den 14- bis 59-Jährigen.

Constantin Film verteidigt den Spitzenplatz unter den deutschen Independent-Verleihern

Im Geschäftsfeld Kinoverleih ist die Constantin Film-Gruppe mit „Fack ju Göhte“ auch nach neun Monaten des Jahres 2014 immer noch in den Top Ten der deutschen Kinocharts vertreten. Die Bora Dagtekin-Komödie, die schon Anfang November 2013 angelaufen war, lockte im laufenden Jahr noch einmal rund 1,6 Millionen Zuschauer in die Kinos. Gute Besucherzahlen erzielte auch das Jugendabenteuer „Fünf Freunde 3“, das rund 1,2 Millionen Zuschauer begeisterte.

Mit der Performance aller ihrer Filme, die im Zeitraum Januar bis September 2014 in den deutschen Kinos liefen, erreichte die Constantin Film-Gruppe einen Marktanteil von 6,7% nach Besuchern und 6,3% nach Umsatz. Im Besucher-Ranking lag sie damit auf Platz fünf hinter Fox, Universal, Warner und Disney, nach Umsatz belegte sie Rang sechs hinter Fox, Universal, Warner, Disney und Paramount. Mit diesen Resultaten konnte sich Constantin Film einmal mehr den Spitzenplatz unter den deutschen Independent-Verleihern sichern.

„Fack ju Göhte“ ist der absolute Bestseller in der Home-Entertainment-Auswertung

Nach dem grossen Kinoerfolg mit insgesamt mehr als 7,3 Millionen Besuchern setzte „Fack ju Göhte“ auch in der Home-Entertainment-Vermarktung neue Massstäbe. Ende August 2014 übertraf die Komödie die magische Grenze von einer Million verkaufter DVDs und Blu-rays und bis Ende September lag der Abverkauf bei mehr als 1,05 Millionen Einheiten. Hinzu kamen mehr als 750.000 bezahlte Downloads in der Digitalvermarktung - ein Volumen, das in Deutschland in diesem Bereich bislang noch kein Film generieren konnte.

Weitere Verkaufserfolge im Zeitraum Januar bis September 2014 waren die Bestseller-Verfilmung „Chroniken der Unterwelt – City of Bones“, von der bis Ende September 260.000 physische Datenträger abgesetzt werden konnten, sowie der Science-Fiction-Film „Ender’s Game – Das grosse Spiel“, von dem bislang rund 150.000 Einheiten über die Ladentische gingen. Sehr erfreuliche Resultate erzielte darüber hinaus das Historienepos „Pompeii“, das Anfang August in den Handel kam.

Auf der Basis dieser Verkaufserfolge kam die Highlight-Gruppe in den Monaten Januar bis August 2014*) – in Zusammenarbeit mit ihrem Vertriebspartner Paramount Home Entertainment – auf einen gemeinsamen Marktanteil von 11 % (Vergleichszeitraum 2013: 10 %) im deutschen Video-Kaufmarkt.

**) Die Daten für die ersten neun Monate des Jahres 2014 lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor.*

Überzeugende Quoten in der TV-Auswertung

Mit der Erstaussstrahlung der Komödie „Wer’s glaubt wird selig“, die Mitte August 2014 im Rahmen der Reihe „Sommerkino im Ersten“ gesendet wurde, konnte die ARD einen Marktanteil von 12 % beim Gesamtpublikum erzielen und sich damit den Tagessieg sichern. Noch besser schnitt die Verfilmung des bekannten Theaterstücks „Der Gott des Gemetzels“ ab, die Mitte Juli in der ARD von 3,61 Millionen Zuschauern (Gesamtpublikum) gesehen wurde, was einem Marktanteil von 12,5 % entsprach. Die Zweitausstrahlung der Culture-Clash-Komödie „Türkisch für Anfänger“, die ebenfalls Mitte Juli in der ARD lief, konnte sogar 4,63 Millionen Zuschauer (Gesamtpublikum) begeistern.

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

Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Beim Konsum von Sportmedien ist das Fernsehen nach wie vor die weltweit wichtigste Informationsquelle der Sportfans. Allerdings hat sich inzwischen auch das Internet fest etabliert. Insbesondere in Westeuropa ist der Sportkonsum via Internet stark angestiegen und hat im laufenden Jahr die Printmedien erstmals vom zweiten Rang der Beliebtheitsskala verdrängt. Darüber hinaus wächst der Konsum über mobile Endgeräte und soziale Medien auf den meisten Märkten weiter an. Infolge dieser Entwicklungen ergeben sich für Rechteinhaber, Sender, Sponsoren und Agenturen neue Anforderungen im Hinblick auf die Bündelung, Verhandlung und den Verkauf bzw. Erwerb von Sportrechten, wobei jeder der genannten Akteure nach Möglichkeiten sucht, vom steigenden Sportkonsum zu profitieren.

Darüber hinaus hat sich die Rolle der Fans im Bereich der Zusammenstellung und Verbreitung von Sportinhalten deutlich verändert. Spätestens seit der Fussball-Weltmeisterschaft in Brasilien werden Fussball-Clips, die von Fans auf sozialen Netzwerken verbreitet werden, dokumentiert und diskutiert. Dadurch haben sich viele offene Fragen hinsichtlich Exklusivität und Kontrolle der Inhalte ergeben. Vor diesem Hintergrund hat im August beispielsweise die englische Premier League die Fussballfans davor gewarnt, Videos oder Bilder von Spitzenspielen hochzuladen, da dies gegen das Urheberrecht verstosse.

Operative Entwicklung

Neue Vertragsabschlüsse bei den UEFA-Wettbewerben

Nach den positiven Resultaten, die bereits im ersten Halbjahr 2014 erzielt wurden, konnte die TEAM-Gruppe auch im dritten Quartal dieses Jahres weitere wichtige Abschlüsse im Vermarktungsprozess für die kommerziellen Rechte der UEFA Champions League und der UEFA Europa League (jeweils für den Spielzyklus 2015/16 bis 2017/18) realisieren.

Im Bereich der Sponsorenrechte konnten weitere Fortschritte erzielt werden. Aufgrund von erfolgreich geführten Vertragsverhandlungen ist davon auszugehen, dass im vierten Quartal 2014 weitere Abschlüsse kommuniziert werden können.

Professionelle Abwicklung des UEFA Super Cups

Aus operativer Sicht unterstützte TEAM im August 2014 die UEFA bei der Auslosung der Gruppenphasen der UEFA Champions League und der UEFA Europa League sowie bei der Abwicklung des UEFA Super Cups, der am 14. August im Cardiff City Stadium in Wales ausgetragen wurde. In einem rein spanischen „Gipfeltreffen“ standen sich dabei der amtierende UEFA Champions League-Gewinner Real Madrid CF und der diesjährige UEFA Europa League-Sieger Sevilla FC gegenüber, wobei sich Real Madrid CF mit 2:0 durchsetzen und damit einen weiteren Titel feiern konnte. Der nächste UEFA Super Cup findet im August 2015 in Tiflis, Georgien, statt.

Analyse der nicht finanziellen Leistungsindikatoren

UEFA Super Cup mit hoher Zuschauerbeteiligung in Spanien

Das Spiel um den UEFA Super Cup 2014 wurde in mehr als 90 Ländern gesendet und weltweit von insgesamt rund 43 Millionen Fussballfans am Fernsehgerät verfolgt. In Spanien lag die Zuschauerbeteiligung bei 5,1 Millionen, was einem Marktanteil von 42,1 % entsprach – die höchste Quote, die in diesem Land in den letzten sechs Jahren bei der Übertragung dieses Events erzielt wurde. In Deutschland stiess das Spiel ohne Beteiligung eines deutschen Teams auf ein geringeres Interesse. Im Schnitt wurde eine Zuschauerzahl von 3,22 Millionen gemessen, was einem Marktanteil von 12 % beim Gesamtpublikum entsprach. Zum Vergleich: Bei der letztjährigen Austragung zwischen dem FC Bayern München und Chelsea FC verfolgten durchschnittlich 7,68 Millionen Fussballfans dieses Spiel, wodurch der Marktanteil bei 30,7 % (Gesamtpublikum) lag.

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 (Ausgaben auf mobilen Endgeräten, Browserspiele, 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

Eurovision Song Contest und Neujahrskonzert 2015 im Blickfeld

Im Fokus der Highlight Event AG standen erste Vorbereitungen für den Eurovision Song Contest, der im kommenden Jahr in der Stadthalle der österreichischen Hauptstadt Wien ausgetragen wird. Um eine reibungslose Abwicklung der Veranstaltung zu gewährleisten, fand bereits ein erstes Organisationstreffen mit der übertragenden TV-Station (ORF) statt. Darüber hinaus bildeten erste Gespräche mit möglichen Sponsoren einen Schwerpunkt.

Auch die organisatorischen Vorbereitungen für das Neujahrskonzert 2015 der Wiener Philharmoniker, das unter der musikalischen Leitung des renommierten indischen Dirigenten Zubin Mehta stehen wird, konnten im Berichtszeitraum intensiv vorangetrieben werden.

Weiterentwicklung der FunPoker-Software abgeschlossen

Nach dem Abschluss der Entwicklungsarbeiten an der FunPoker-Software ist der Fokus der Pokermania GmbH auf eine breite Marktdurchdringung und die Gewinnung von neuen Spielern ausgerichtet. Neue Kundenaufträge im Online-/Social-Gaming-Bereich bestätigen die Qualität der Programme aus der bestehenden Softwareplattform. Unter der Dachmarke Kuuluu wurde das Celebrity Mobile Game „Recharge – Wastelands“ lanciert, das gemeinsam mit der Musikband Linkin Park entwickelt wurde. Der Erfolg aus dieser Zusammenarbeit mit Linkin Park führte zu weiteren interessanten Kontakten mit Prominenten aus der Unterhaltungsbranche, die ebenfalls die Entwicklung eines Celebrity Mobile Games mit Kuuluu prüfen.

Analyse der nicht finanziellen Leistungsindikatoren

Erfolgreiche Vermarktung dank intensiver Beziehungen und langjährigem Know-how

Aufgrund der Tatsache, dass die Highlight Event AG den Eurovision Song Contest bereits seit dem Jahr 2004 und die Wiener Philharmoniker seit dem Jahr 2009 vermarktet, verfügt sie über ein intensives Beziehungsnetzwerk zu TV-Sendern und Sponsoren, das über Jahre hinweg aufgebaut wurde. Sowohl diese engen und vertrauensvollen Beziehungen als auch die langjährige Marktexpertise des Unternehmens kommen ihm auch im aktuellen Vermarktungsprozess für die laufenden Projekte zugute.

ERTRAGS-, VERMÖGENS- UND FINANZLAGE DER HIGHLIGHT-GRUPPE

Ertragslage der Gruppe

Im Zeitraum Januar bis September 2014 erzielte die Highlight-Gruppe einen Konzernumsatz von 312,2 Mio. CHF – ein Plus von 50,2 Mio. CHF bzw. 19,2% gegenüber dem Vorjahreszeitraum (262,0 Mio. CHF), das weitestgehend vom Segment Film erwirtschaftet wurde.

Die aktivierten Filmproduktionen und anderen aktivierten Eigenleistungen lagen mit 33,2 Mio. CHF um 40,7 Mio. CHF unter dem Vergleichswert des Vorjahres (73,9 Mio. CHF), was auf ein aktuell niedrigeres Produktionsvolumen im Segment Film zurückzuführen ist. Trotz dieses Rückgangs stieg die Gesamtleistung des Konzerns von 336,0 Mio. CHF auf 345,4 Mio. CHF an. Die sonstigen betrieblichen Erträge in Höhe von 14,1 Mio. CHF blieben im Vergleich zu den ersten neun Monaten des Vorjahres (13,9 Mio. CHF) nahezu unverändert.

Der operative Konzernaufwand summierte sich auf 340,2 Mio. CHF, was einem leichten Minus von 2,4 Mio. CHF bzw. 0,7% gegenüber dem Vergleichszeitraum (342,6 Mio. CHF) entspricht. Dieser Rückgang resultiert in erster Linie aus dem Material- und Lizenzaufwand, der sich produktionsbedingt um 27,3 Mio. CHF auf 116,6 Mio. CHF verringerte. Darüber hinaus konnten sowohl der Personalaufwand (-5,4 Mio. CHF auf 72,0 Mio. CHF) als

auch die sonstigen betrieblichen Aufwendungen (-2,8 Mio. CHF auf 48,8 Mio. CHF) gesenkt werden. Die Abschreibungen und Wertminderungen erhöhten sich dagegen um 33,2 Mio. CHF auf 102,9 Mio. CHF.

Diese Entwicklungen bewirkten eine sehr deutliche Verbesserung des Betriebsergebnisses (EBIT) um 12,0 Mio. CHF bzw. 164,4% auf 19,3 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 7,3 Mio. CHF).

Beim Ergebnis aus Beteiligungen aus assoziierten Unternehmen und Joint Ventures ergab sich im Berichtszeitraum ein Ertrag von 162 TCHF gegenüber einem Aufwand von 25 TCHF im Vergleichszeitraum. Das Finanzergebnis verringerte sich dagegen - in erster Linie aufgrund von Währungseffekten - um insgesamt 5,4 Mio. CHF auf -5,2 Mio. CHF. Einem Anstieg der Finanzerträge um 2,4 Mio. CHF auf 8,4 Mio. CHF stand dabei eine Erhöhung der Finanzaufwendungen um 7,8 Mio. CHF auf 13,6 Mio. CHF gegenüber.

Nach Abzug des Steueraufwands (Ertragsteuern und latente Steuern) in Höhe von 3,9 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 0,6 Mio. CHF) weist die Highlight-Gruppe für den Zeitraum Januar bis September 2014 einen Konzerngewinn von 10,3 Mio. CHF aus. Im Vergleich zu den ersten neun Monaten des Vorjahres (6,8 Mio. CHF) entspricht das einer Steigerung um 51,5%.

Von diesem Periodengewinn entfallen 0,7 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 0,7 Mio. CHF) auf Anteile ohne beherrschenden Einfluss und 9,6 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 6,1 Mio. CHF) auf die Anteilseigner der Highlight Communications AG. In Relation zur Anzahl der Aktien, die sich im Berichtszeitraum durchschnittlich im Umlauf befand (44,5 Millionen), entspricht das einem Gewinn je Aktie von 0,21 CHF - ein Anstieg um 61,5% gegenüber der Vergleichsperiode (0,13 CHF).

Ertragslage der Segmente

Getragen von steigenden Erlösen in allen Geschäftsfeldern konnte das Segment Film in den ersten neun Monaten des Jahres 2014 Aussenumsätze in Höhe von 272,4 Mio. CHF realisieren und den Vergleichswert des Vorjahres (222,7 Mio. CHF) damit um 49,7 Mio. CHF bzw. 22,3% übertreffen. Ein besonderes Highlight waren in diesem Zusammenhang die ausserordentlich guten Verkaufsergebnisse der Erfolgskomödie „Fack ju Göhste“ in der Home-Entertainment-Auswertung.

Die übrigen Segmenterträge, die weitgehend von den aktivierten Filmproduktionen beeinflusst werden, sanken um 40,4 Mio. CHF auf 47,2 Mio. CHF. Dieser Rückgang spiegelt das aktuell niedrigere Produktionsvolumen im Vergleich zum Neunmonatszeitraum 2013 wider. Die Segmentaufwendungen blieben mit 310,3 Mio. CHF dagegen nahezu unverändert (Vergleichsperiode: 310,2 Mio. CHF). Infolge dieser Entwicklungen verbesserte sich das Ergebnis des Segments Film deutlich um 9,2 Mio. CHF auf 9,3 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 0,1 Mio. CHF).

Die Aussenumsätze des Segments Sport- und Event-Marketing lagen mit 37,1 Mio. CHF um 0,6 Mio. CHF bzw. 1,6% über dem Neunmonatswert des Vorjahres (36,5 Mio. CHF). Gleichzeitig stiegen die übrigen Erträge von 0,2 Mio. CHF auf 0,3 Mio. CHF an, während die Segmentaufwendungen durch Kosteneinsparungen um 1,3 Mio. CHF auf 21,7 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 23,0 Mio. CHF) reduziert wurden. Dementsprechend erhöhte sich das Segmentergebnis um 14,6% auf 15,7 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 13,7 Mio. CHF).

Das Segment Übrige Geschäftsaktivitäten generierte Aussenumsätze von 2,7 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 2,8 Mio. CHF) und übrige Erträge von 0,5 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 0,8 Mio. CHF). Nach Abzug der Aufwendungen, die um 0,9 Mio. CHF auf 4,9 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 5,8 Mio. CHF) gesenkt werden konnten, wies das Segment für die ersten neun Monate des laufenden Geschäftsjahres einen Verlust von 1,7 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 2,1 Mio. CHF) aus. Dieser Verlust ist im Wesentlichen auf die Aktivitäten im Bereich Online-/Social-Gaming zurückzuführen. Die Vermarktungsprojekte „Eurovision Song Contest“ und „Wiener Philharmoniker“ wurden dagegen mit positiven Ergebnissen abgeschlossen.

Die Kosten der Holding-Aktivitäten gingen im Berichtszeitraum um 9,1% auf 4,0 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 4,4 Mio. CHF) zurück.

Vermögenslage

Im Vergleich zum Jahresende 2013 (443,3 Mio. CHF) hat sich die Bilanzsumme der Highlight-Gruppe zum Stichtag 30. September 2014 um 61,5 Mio. CHF auf 381,8 Mio. CHF verringert. Auf der Vermögensseite der Bilanz reduzierten sich die langfristigen Vermögenswerte um 38,7 Mio. CHF auf 204,8 Mio. CHF (31. Dezember 2013: 243,5 Mio. CHF). Im Wesentlichen wirkten sich dabei die Veränderungen im Filmvermögen aus.

Die mit Abstand grösste Abnahme im Bereich der kurzfristigen Vermögenswerte ergab sich bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Forderungen gegenüber Dritten, die um 19,2 Mio. CHF auf 107,0 Mio. CHF (31. Dezember 2013: 126,2 Mio. CHF) sanken. 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 Neunmonatsrechnung.

Das Filmvermögen summierte sich zum 30. September 2014 auf 165,9 Mio. CHF – ein Minus von 45,1 Mio. CHF gegenüber dem Stand zum Jahresende 2013 (211,0 Mio. CHF). Von diesem Gesamtwert entfallen 124,2 Mio. CHF (31. Dezember 2013: 175,2 Mio. CHF) auf Eigenproduktionen und 41,7 Mio. CHF (31. Dezember 2013: 35,8 Mio. CHF) auf Fremdproduktionen. Der Rückgang im Bereich Eigenproduktionen ist auf die planmässigen Abschreibungen und Wertberichtigungen auf Filme in Auswertung zurückzuführen, die im Berichtszeitraum über den Zugängen lagen.

Auf der Kapitalseite der Bilanz verzeichneten die langfristigen Schulden eine Abnahme um 3,0 Mio. CHF auf 15,6 Mio. CHF (31. Dezember 2013: 18,6 Mio. CHF), was in erster Linie auf eine Verringerung der latenten Steuerschulden um 5,3 Mio. CHF zurückzuführen ist. Die kurzfristigen Schulden reduzierten sich um insgesamt 52,3 Mio. CHF auf 265,1 Mio. CHF (31. Dezember 2013: 317,4 Mio. CHF). Wesentliche Rückgänge ergaben sich dabei bei den Finanzverbindlichkeiten (-45,9 Mio. CHF), den erhaltenen Anzahlungen (-5,3 Mio. CHF) sowie den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Verbindlichkeiten gegenüber Dritten (-8,9 Mio. CHF).

Das Konzerneigenkapital (mit Anteilen ohne beherrschenden Einfluss) lag mit 101,1 Mio. CHF um 6,1 Mio. CHF unter dem Vergleichswert (31. Dezember 2013: 107,2 Mio. CHF). Dieser Rückgang resultiert in erster Linie aus Dividendenausschüttungen (8,9 Mio. CHF), Verlusten aus der Bewertung finanzieller Vermögenswerte zum beizulegenden Zeitwert (4,0 Mio. CHF), Währungsumrechnungsdifferenzen (1,4 Mio. CHF) sowie der Neubewertung der Pensionsverpflichtungen (2,1 Mio. CHF). Kapitalerhöhend wirkte sich dagegen das Konzernperiodenergebnis von 10,3 Mio. CHF aus.

In Relation zur jetzt deutlich niedrigeren Bilanzsumme lag die rechnerische Eigenkapitalquote zum Ende des dritten Quartals 2014 bei 26,5% (31. Dezember 2013: 24,2%). Die bereinigte Eigenkapitalquote (nach Saldierung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente mit den Finanzverbindlichkeiten sowie der erhaltenen Anzahlungen mit dem Filmvermögen) verbesserte sich von 31,5% auf 36,0%.

Finanzlage

Zum 30. September 2014 verfügte die Highlight-Gruppe über Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 47,2 Mio. CHF. Im Vergleich zum Jahresende 2013 (44,3 Mio. CHF) entspricht das einem leichten Zuwachs von 2,9 Mio. CHF. Gleichzeitig sanken die Finanzverbindlichkeiten um 45,9 Mio. CHF auf 106,1 Mio. CHF (31. Dezember 2013: 152,0 Mio. CHF), wodurch die Nettoverschuldung von 107,7 Mio. CHF auf 58,9 Mio. CHF abgebaut werden konnte. In Relation zum Eigenkapital errechnet sich daraus ein Verschuldungsgrad von 58,2% (31. Dezember 2013: 100,5%).

Aus der betrieblichen Geschäftstätigkeit ergab sich im Zeitraum Januar bis September 2014 ein Mittelzufluss von 117,6 Mio. CHF. Die deutliche Zunahme um 57,8 Mio. CHF gegenüber der Vergleichsperiode des Vorjahres (59,8 Mio. CHF) ist im Wesentlichen auf die Veränderungen im betrieblichen Netto-Umlaufvermögen sowie auf die Mittelzuflüsse aus dem Filmgeschäft zurückzuführen.

Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit verringerte sich im Vergleich zu den ersten neun Monaten des Vorjahres (94,8 Mio. CHF) um 34,3 Mio. CHF auf 60,5 Mio. CHF. Massgeblich dafür war in erster Linie ein Rückgang der Auszahlungen für Filmvermögen um 36,9 Mio. CHF auf 55,8 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 92,7 Mio. CHF). Im Gegensatz dazu erhöhten sich die Auszahlungen für Finanzanlagen um 2,8 Mio. CHF auf 3,0 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 0,2 Mio. CHF).

Die Finanzierungstätigkeit der Highlight-Gruppe bewirkte in der Berichtsperiode einen Mittelabfluss in Höhe von 53,7 Mio. CHF (Vergleichsperiode: Mittelzufluss von 14,8 Mio. CHF). Dieser Abfluss ist weitestgehend auf eine Nettoschuldentilgung von 44,8 Mio. CHF (Vergleichsperiode: Nettoschuldenaufnahme von 35,1 Mio. CHF) sowie Dividendenausschüttungen von 8,9 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 9,4 Mio. CHF) zurückzuführen.

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

PERSONALBERICHT

Zum 30. September 2014 beschäftigte die Highlight-Gruppe insgesamt 910 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (30. September 2013: 869), wobei Arbeitnehmer mit projektbezogenen befristeten Verträgen in der Gesamtzahl enthalten sind.

NACHTRAGSBERICHT

Mit Wirkung zum 1. Oktober 2014 wurde mit dem Medienmanager Fred Kogel ein zusätzliches Mitglied in den Vorstand der Constantin Film AG berufen. Sein Aufgabengebiet umfasst die Bereiche TV, Personal, Prozessmanagement und Integration.

Bei der Verleihung des Deutschen Fernsehpreises 2014, die am 2. Oktober in Köln stattfand, gewann die Constantin Entertainment-Produktion „Shopping Queen“ den Preis in der Kategorie „Bestes Dokutainment“.

RISIKO- UND CHANCENBERICHT

Risikomanagement-System

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

Das RMS der Highlight-Gruppe umfasst Risiken und Chancen gleichermaßen. Entsprechend der dezentralen Konzernstruktur liegt die operative Verantwortung im Umgang mit den Risiken bei den jeweiligen Risikoverantwortlichen. Im Wesentlichen sind dies die 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 RMS 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 Risiken und Chancen im Berichtszeitraum

Das Risiko- und Chancenprofil der Highlight-Gruppe für die kommenden Monate nach Abschluss der ersten neun 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 bestehenden Risiko- und Chancenfaktoren wurde aktualisiert. Einzelne Erwartungswerte, die sich aus dem Produkt der absoluten Schadenshöhe und der Eintrittswahrscheinlichkeit ergeben, sind dabei leicht verändert. Während diese bei den Zins- und Währungsrisiken sowie den Risiken aus der Regulierung leicht gestiegen sind, sanken sie bei Wettbewerbs-, Rechts-, Forderungs- und Steuerrisiken sowie bei der Filmherstellung leicht. Die Bewertung der Chancen ist unverändert. Die Auswirkung der Neubewertung der Faktoren führt jedoch zu keiner Auswirkung auf die Klassifizierung der einzelnen Risiken. In der Berichtsperiode wurden keine neuen Risiken und Chancen identifiziert. Die aktuelle Bewertung der Risikofaktoren durch die jeweiligen Verantwortlichen unterstützt die im Risiko- und Chancenbericht des Geschäftsberichts 2013 der Highlight Communications AG getroffene Einstufung der Risiken und Chancen.

Zusammengefasste Darstellung der Risiko- und Chancenlage

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 umfangreiches 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 Kulturstaatsministerin 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 nach wie vor 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 Pay-TV und Internetportale als potenzielle Auftraggeber an Bedeutung.

Im Geschäftsfeld Kinoverleih wird im vierten Quartal 2014 ein anziehender Markt mit stabilen Ergebnissen erwartet. Die Basis dafür bildet ein breit gefächertes Filmangebot von Hollywood-Produktionen wie „The Equalizer“, „Interstellar“, „Die Tribute von Panem – Mockingjay Teil 1“, „Die Pinguine aus Madagascar (3D)“, „Der Hobbit: Die Schlacht der fünf Heere“ und „Nachts im Museum – Das geheimnisvolle Grabmal“. Aus deutscher Sicht könnten der Til Schweiger-Film „Honig im Kopf“, das Sequel „Bibi & Tina – Voll verhext“ sowie die Constantin Film-Titel „Männerhort“, „Winterkartoffelknödel“ und „Die Mannschaft“ für gute Ergebnisse sorgen.

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 konzentriert sich die Constantin Film-Gruppe weiterhin auf die kontinuierliche 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.

Nach der aktuellen Planung sind für die letzten drei Monate des Jahres 2014 noch drei vielversprechende Filmprojekte in der Pipeline: die Verfilmung des Roman-Bestsellers „Er ist wieder da“ mit Oliver Masucci und Christoph Maria Herbst in den Hauptrollen, ein zweiter Teil von „Fack ju Göhste“ und die antiromantische Liebeskomödie „Gut zu Vögeln“.

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. Das bedeutet, dass neben Scripted Reality auch fiktionale Serien oder Fernsehfilme entstehen sollen. Ziel der Constantin Film AG ist es, von den entwickelten zwölf Serien in den kommenden 18 Monaten vier bis fünf im Markt zu haben. 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 weitere Verbesserung der Auftragslage in diesem Geschäftsfeld, die auch durch die zunehmend aggressive Einkaufspolitik der grossen Online-Portale positiv beeinflusst werden könnte. Im Zeitraum Oktober bis Dezember 2014 sind unter anderem die Auftragsproduktionen „Der Äthiopier“ und „Prenzlberg“ geplant.

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.

Im vierten Quartal 2014 sind insgesamt fünf Neustarts vorgesehen, darunter die bereits sehr erfolgreich angelaufenen Constantin Film-Co-Produktionen „Männerhort“ mit mehr als 1 Million Zuschauern (per Ende Oktober) und „Winterkartoffelknödel“ (bislang rund 320.000 Besucher). Gleiches gilt für die internationale Eigenproduktion „Love, Rosie – Für immer vielleicht“, die am 30. Oktober in die deutschen Kinos kam und am Startwochenende mehr als 125.000 Zuschauer begeisterte. Bis zum Jahresende folgen dann noch die Lizenztitel „Wie schreibt man Liebe?“ mit Hugh Grant und Marisa Tomei in den Hauptrollen sowie „Die Mannschaft“ – eine offizielle Dokumentation der Fußball-Weltmeisterschaft in Brasilien, die den Weg der deutschen Nationalmannschaft, von den Vorbereitungen im Trainingslager bis hin zum Gewinn des begehrten Titels, zeigt.

Das Geschäftsfeld Home Entertainment wird im laufenden Geschäftsjahr insbesondere von der Veröffentlichung 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-Lizenztitel „Need for Speed“ und dem Jugendfilm „Fünf Freunde 3“ erwartet.

Die Umsätze in der Free-TV-Auswertung werden im vierten Quartal 2014 im Wesentlichen vom Lizenzbeginn der Auftragsproduktion „Alles muss raus – Eine Familie rechnet ab“ bestimmt. In der Pay-TV-Auswertung werden in diesem Zeitraum „Ender’s Game – Das grosse Spiel“ (ProSiebenSat.1), „Tarzan“ (Sky), „Dinosaurier – Im Reich der Giganten“ (Sky) und „Scary Movie 5“ (Teleclub) Umsätze generieren.

Segment Sport- und Event-Marketing

Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Im Hinblick auf die Entwicklung der weltweiten Werbeausgaben prognostizierte das Medienplanungs- und -einkaufsunternehmen ZenithOptimedia im September 2014 einen Anstieg um 5,3% auf 523 Mrd. USD im laufenden Jahr und korrigierte seine Juni-Einschätzung (5,4%) damit nur marginal nach unten. ZenithOptimedia geht davon aus, dass der globale Werbemarkt auch in den kommenden beiden Jahren weiter stark wachsen wird und erwartet für 2015 ebenfalls eine Zuwachsrate von 5,3%, die im Jahr 2016 sogar auf 5,9% steigen soll. Als Gründe hierfür nennt das Unternehmen insbesondere die dynamische Entwicklung von Social Media und verbesserte digitale Technologien, die Online-Werbung günstiger, effektiver und einfacher machen.

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 Zusammenarbeit 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 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 weiter ausgebaut.

Finanzielle Ziele der Highlight-Gruppe

Auf der Basis dieser Aktivitäten gehen wir aus heutiger Sicht nunmehr von einem Konzernergebnis Anteilseigner von 12 bis 14 Mio. CHF und einem Gewinn je Aktie in Höhe von 0,27 bis 0,31 CHF für das Geschäftsjahr 2014 aus. An der bisherigen Umsatzprognose halten wir fest und rechnen weiterhin mit einem Konzernumsatz zwischen 380 und 410 Mio. CHF.

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

KONSOLIDIERTE NEUNMONATSRECHNUNG

zum 30. September 2014 der Highlight Communications AG, Pratteln

KONSOLIDIERTE BILANZ ZUM 30. SEPTEMBER 2014 (ungeprüft)

Highlight Communications AG, Pratteln

AKTIVA (TCHF)	30.9.2014	31.12.2013
Langfristige Vermögenswerte		
Eigenproduktionen	124.202	175.201
Fremdproduktionen	41.677	35.843
Filmvermögen	165.879	211.044
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	1.399	2.214
Geschäfts- oder Firmenwert	17.511	17.597
Sachanlagen	5.018	5.117
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	3.900	-
Anteile an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	379	402
Langfristige Forderungen gegenüber Dritten	1.450	1.068
Forderungen gegenüber assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	2.906	3.079
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	1.774	227
Latente Steueransprüche	4.587	2.708
	204.803	243.456
Kurzfristige Vermögenswerte		
Vorräte	4.763	3.896
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen gegenüber Dritten	106.961	126.199
Forderungen gegenüber nahestehenden Unternehmen und Personen	-	77
Forderungen gegenüber assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	4.045	2.283
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	13.045	17.627
Forderungen aus Ertragsteuern	955	1.632
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	47.223	44.259
Zur Veräusserung gehaltene langfristige Vermögenswerte	-	3.900
	176.992	199.873
Aktiva	381.795	443.329

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

PASSIVA (TCHF)	30.9.2014	31.12.2013
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	47.250	47.250
Eigene Anteile	-2.716	-2.716
Kapitalrücklage	-104.541	-104.534
Andere Rücklagen	-27.576	-26.187
Gewinnvortrag	178.909	182.862
Auf die Anteilseigner entfallendes Eigenkapital	91.326	96.675
Anteile ohne beherrschenden Einfluss	9.822	10.573
	101.148	107.248
Langfristige Schulden		
Pensionsverpflichtungen	8.819	6.015
Rückstellungen	1.000	1.601
Latente Steuerschulden	5.746	11.022
	15.565	18.638
Kurzfristige Schulden		
Finanzverbindlichkeiten	106.103	151.997
Erhaltene Anzahlungen	53.625	58.881
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten gegenüber Dritten	91.607	100.471
Verbindlichkeiten gegenüber nahestehenden Unternehmen und Personen	315	282
Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	-	26
Rückstellungen	4.919	4.768
Ertragsteuerschulden	8.513	1.018
	265.082	317.443
Passiva	381.795	443.329

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

KONSOLIDIERTE GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

1. JANUAR BIS 30. SEPTEMBER 2014 (ungeprüft)

Highlight Communications AG, Pratteln

(TCHF)	1.1. bis 30.9.2014	1.1. bis 30.9.2013	3. Quartal 2014	3. Quartal 2013
Umsatzerlöse	312.232	262.042	95.971	105.682
Aktiviert Filmproduktionen und andere aktivierte Eigenleistungen	33.168	73.926	8.783	24.228
Gesamtleistung	345.400	335.968	104.754	129.910
Sonstige betriebliche Erträge	14.091	13.927	6.243	4.148
Aufwendungen für Lizenzen, Provisionen und Material	-20.545	-28.527	-7.543	-10.079
Aufwendungen für bezogene Leistungen	-96.070	-115.368	-29.342	-36.100
Material- und Lizenzaufwand	-116.615	-143.895	-36.885	-46.179
Gehälter	-63.470	-68.798	-20.211	-24.108
Soziale Abgaben, Aufwendungen für Altersvorsorge	-8.511	-8.585	-2.861	-2.907
Personalaufwand	-71.981	-77.383	-23.072	-27.015
Abschreibungen und Wertminderungen auf Filmvermögen	-100.110	-66.193	-25.158	-38.305
Abschreibungen und Wertminderungen auf immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens und Sachanlagen	-2.748	-3.544	-878	-1.169
Abschreibungen und Wertminderungen	-102.858	-69.737	-26.036	-39.474
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-48.762	-51.555	-15.457	-20.010
Betriebsergebnis	19.275	7.325	9.547	1.380
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	162	-25	40	102
Finanzerträge	8.408	5.988	6.770	1.885
Finanzaufwendungen	-13.646	-5.849	-10.297	-1.742
Finanzergebnis	-5.238	139	-3.527	143
Ergebnis vor Steuern	14.199	7.439	6.060	1.625
Ertragsteuern	-10.642	-2.007	470	-825
Latente Steuern	6.754	1.381	-2.113	1.638
Steuern	-3.888	-626	-1.643	813
Konzernperiodenergebnis	10.311	6.813	4.417	2.438
davon Ergebnisanteil Anteilseigner	9.566	6.114	3.970	1.946
davon Ergebnisanteil Anteile ohne beherrschenden Einfluss	745	699	447	492

(CHF)	1.1. bis 30.9.2014	1.1. bis 30.9.2013	3. Quartal 2014	3. Quartal 2013
Ergebnis je Aktie				
Ergebnisanteil Anteilseigner je Aktie unverwässert	0,21	0,13	0,08	0,04
Ergebnisanteil Anteilseigner je Aktie verwässert	0,21	0,13	0,08	0,04
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	44.534.350	45.543.875		
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien (verwässert)	44.534.350	45.543.875		

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

KONSOLIDIERTE GESAMTERGEBNISRECHNUNG

1. JANUAR BIS 30. SEPTEMBER 2014 (ungeprüft)

Highlight Communications AG, Pratteln

(TCHF)	1.1. bis 30.9.2014	1.1. bis 30.9.2013
Konzernperiodenergebnis	10.311	6.813
Unterschiede Währungsumrechnung	-1.431	1.689
Posten zukünftig möglicherweise umgliederbar in die Gewinn- und Verlustrechnung	-1.431	1.689
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste von leistungsorientierten Vorsorgeplänen	-2.076	815
Gewinne/Verluste aus finanziellen Vermögenswerten zum beizulegenden Zeitwert über Gesamtergebnisrechnung	-3.982	1.814
Posten zukünftig nicht umgliederbar in die Gewinn- und Verlustrechnung	-6.058	2.629
Summe sonstiges Ergebnis (nach Steuern)	-7.489	4.318
Gesamtperiodenergebnis	2.822	11.131
davon Ergebnisanteil Anteilseigner	2.229	10.357
davon Ergebnisanteil Anteile ohne beherrschenden Einfluss	593	774

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

ENTWICKLUNG DES KONSOLIDierten EIGENKAPITALS

1. JANUAR BIS 30. SEPTEMBER 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. September 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	-	-1.559
Veräußerung eigene Anteile	-	-
Dividendenausschüttungen	-	-
Veränderung Anteile ohne beherrschenden Einfluss	-	-
Sonstige Veränderungen	-	-
Saldo zum 30. September 2013	47.250	-2.716

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
-	-1.389	-	-1.389	-42	-1.431
-	-1.389	-	-1.389	-42	-1.431
-	-	-1.966	-1.966	-110	-2.076
-	-	-3.982	-3.982	-	-3.982
-	-	-5.948	-5.948	-110	-6.058
-	-1.389	-5.948	-7.337	-152	-7.489
-	-	9.566	9.566	745	10.311
-	-1.389	3.618	2.229	593	2.822
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-7.571	-7.571	-1.326	-8.897
-7	-	-	-7	-18	-25
-	-	-	-	-	-
-104.541	-27.576	178.909	91.326	9.822	101.148
-103.614	-28.106	183.673	98.046	13.231	111.277
-	1.649	-	1.649	40	1.689
-	1.649	-	1.649	40	1.689
-	-	780	780	35	815
-	-	1.814	1.814	-	1.814
-	-	2.594	2.594	35	2.629
-	1.649	2.594	4.243	75	4.318
-	-	6.114	6.114	699	6.813
-	1.649	8.708	10.357	774	11.131
-	-	-6.639	-8.198	-	-8.198
-	-	-	-	-	-
-	-	-7.758	-7.758	-1.666	-9.424
-920	-	-	-920	-1.727	-2.647
-	-	-	-	-	-
-104.534	-26.457	177.984	91.527	10.612	102.139

KONSOLIDIERTE KAPITALFLUSSRECHNUNG

1. JANUAR BIS 30. SEPTEMBER 2014 (ungeprüft)

Highlight Communications AG, Pratteln

(TCHF)	1.1. bis 30.9.2014	1.1. bis 30.9.2013
Konzernperiodenergebnis	10.311	6.813
Latente Steuern	-6.754	-1.381
Ertragsteuern	10.642	2.007
Finanzergebnis (ohne Währungsergebnis)	3.615	1.812
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	-162	25
Abschreibungen und Wertminderungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	102.858	69.737
Gewinn (-)/Verlust (+) aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	-11	24
Übrige nicht zahlungswirksame Posten	111	416
Zunahme (-)/Abnahme (+) der Vorräte, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	16.041	-25.079
Abnahme (-)/Zunahme (+) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-14.863	13.361
Erhaltene Dividenden aus assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	302	254
Gezahlte Zinsen	-2.283	-2.281
Erhaltene Zinsen	210	437
Gezahlte Ertragsteuern	-4.361	-11.015
Erhaltene Ertragsteuern	1.939	4.692
Cashflow aus betrieblicher Geschäftstätigkeit	117.595	59.822
Auszahlungen für immaterielle Vermögenswerte	-280	-696
Auszahlungen für Filmvermögen	-55.764	-92.659
Auszahlungen für Sachanlagen	-1.678	-1.265
Auszahlungen für Finanzanlagen	-2.972	-188
Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten und Filmvermögen	75	-
Einzahlungen aus Abgängen von Sachanlagen	84	34
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-60.535	-94.774
Auszahlung durch Kauf eigene Anteile	-	-8.198
Auszahlung durch Kauf Anteile ohne beherrschenden Einfluss	-25	-2.647
Auszahlungen durch Tilgung von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	-66.857	-49.446
Einzahlungen durch Aufnahme von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	22.091	84.485
Ausschüttungen	-8.897	-9.424
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-53.688	14.770
Cashflow der Berichtsperiode	3.372	-20.182
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn der Berichtsperiode	44.259	72.517
Auswirkungen Währungsdifferenzen	-408	751
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode	47.223	53.086
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	3.372	-20.182

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

ANHANG ZUR KONSOLIDIERTEN NEUNMONATSRECHNUNG ZUM 30. SEPTEMBER 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 11. November 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. September 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 in den ersten drei Quartalen 2014 die folgenden für den Konzern wesentlichen Standards und Änderungen veröffentlicht: IFRS 15, Erlöse aus Verträgen mit Kunden (verpflichtende Erstanwendung für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2017 beginnen), IFRS 9, Finanzinstrumente, vollständiger Standard mit neuen Regelungen zur Erfassung von Wertminderungen und Änderungen zur Klassifizierung und Bewertung finanzieller Vermögenswerte und Sicherungsbeziehungen (verpflichtende Erstanwendung für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2018 beginnen) sowie 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. Am 8. Juli 2014 wurde die nicht konsolidierte Impact Pictures Ltd., UK, liquidiert. Am 15. Juli 2014 wurde die vollkonsolidierte DoA Production Ltd., UK, liquidiert. Die Auswirkungen dieser drei Liquidationen auf den vorliegenden Konzernzwischenabschluss sind unwesentlich.

Am 30. Juni 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.

Am 7. Juli 2014 hat sich die Rainbow Home Entertainment AG mit 24,5 % bzw. 123 TCHF an der neu gegründeten Paperflakes AG, Pratteln, beteiligt. Die Gesellschaft wird als assoziiertes Unternehmen geführt und anhand der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen.

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

Die Bilanzsumme zum 30. September 2014 beträgt 381.795 TCHF nach 443.329 TCHF zum 31. Dezember 2013. Während sich die langfristigen Vermögenswerte insbesondere aufgrund eines Rückgangs des Filmvermögens um insgesamt 38.653 TCHF verringerten, nahmen die kurzfristigen Vermögenswerte zum 30. September 2014 um 22.881 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 106.961 TCHF. Der Bestand an Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten nahm um 2.964 TCHF zu. Auf der Passivseite haben die langfristigen Schulden um 3.073 TCHF und die kurzfristigen Schulden um 52.361 TCHF abgenommen. Des Weiteren sank das Eigenkapital um 6.100 TCHF auf 101.148 TCHF.

Filmvermögen

Im Vergleich zum 31. Dezember 2013 hat das Filmvermögen zum 30. September 2014 um 45.165 TCHF abgenommen. Während sich die Eigenproduktionen um 50.999 TCHF verringerten, erhöhte sich der Bestand an Fremdproduktionen um insgesamt 5.834 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 selbst genutzte 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 ermittelt und entspricht dem bisherigen Buchwert.

Kurzfristige Vermögenswerte

Die kurzfristigen Forderungen haben sich im Vergleich zum 31. Dezember 2013 stichtagsbedingt um 17.553 TCHF verringert. Dies ist zurückzuführen auf die Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen von 5.147 TCHF und der sonstigen Forderungen von 14.091 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 1.762 TCHF erhöht.

Die sonstigen kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte haben um 4.582 TCHF auf 13.045 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. September 2014 von 44.259 TCHF auf 47.223 TCHF erhöht. Aus der Finanzierungstätigkeit ergab sich ein Mittelabfluss von 53.688 TCHF, in erster Linie bedingt durch die Tilgung von Finanzverbindlichkeiten. Aus der Investitionstätigkeit der Gruppe zeigte sich ein Mittelabfluss von 60.535 TCHF, der im Wesentlichen auf die Auszahlungen für Filmvermögen zurückzuführen ist. Aus der operativen Tätigkeit zeigte sich ein positiver Cashflow in Höhe von 117.595 TCHF.

Eigenkapital

Zum 30. September 2014 beliefen sich die direkt und indirekt selbst gehaltenen stimmrechtslosen eigenen Aktien auf 2.715.650 Aktien der Highlight Communications AG (31. Dezember 2013: 2.715.650).

Das Eigenkapital reduzierte sich von 107.248 TCHF um 6.100 TCHF auf 101.148 TCHF zum 30. September 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 3.982 TCHF zurückzuführen. Aus der Neubewertung der Pensionsverpflichtung reduzierte sich zudem die Gewinnrücklage um 1.966 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 1.389 TCHF basiert auf der Umrechnung des Eigenkapitals von Gesellschaften, die nicht den Schweizer Franken als funktionale Währung haben. Das Periodenergebnis von 10.311 TCHF trug zu einem positiven Effekt bei.

Verbindlichkeiten

Während die langfristigen Schulden im Vergleich zum Jahresende um 3.073 TCHF abnahmen, sanken die kurzfristigen Schulden um insgesamt 52.361 TCHF. Dabei haben sich die Finanzverbindlichkeiten um 45.894 TCHF auf 106.103 TCHF verringert. Gleichzeitig nahmen die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 8.978 TCHF ab und die sonstigen Verbindlichkeiten um insgesamt 114 TCHF zu.

Umsatzerlöse und übrige Erträge

Die Umsatzerlöse der Berichtsperiode betragen 312.232 TCHF, nach 262.042 TCHF in der Vergleichsperiode. Die Umsatzerlöse des Segments Sport- und Event-Marketing erhöhten sich um 580 TCHF und die des Segments Film um 49.706 TCHF. Bei den aktivierten Filmproduktionen und anderen aktivierten Eigenleistungen ist zur Vergleichsperiode eine Abnahme von 40.758 TCHF festzustellen. Diese Abnahme ist grösstenteils dem Segment Film zuzuordnen und reflektiert das niedrigere Produktionsvolumen im Vergleich zu den ersten drei Quartalen des Jahres 2013.

Betriebsaufwendungen

Der Material- und Lizenzaufwand hat sich zur Vergleichsperiode um 27.280 TCHF verringert. Die Abnahme resultiert in erster Linie aus dem im Vergleich zu den ersten drei Quartalen des Jahres 2013 niedrigeren Produktionsvolumen im Segment Film.

Der Personalaufwand betrug in der Berichtsperiode 71.981 TCHF und blieb damit unter dem Niveau der Vergleichsperiode (77.383 TCHF).

Die Abschreibungen und Wertminderungen auf das Filmvermögen sowie auf immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens und Sachanlagen von insgesamt 102.858 TCHF (Vergleichsperiode: 69.737 TCHF) enthalten 95.713 TCHF planmässige Abschreibungen (Vergleichsperiode: 67.691 TCHF) und 7.145 TCHF Wertminderungen (Vergleichsperiode: 2.046 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 989 TCHF (Vergleichsperiode: 801 TCHF). Der kumulative nicht erfasste anteilige Verlust beträgt 3.677 TCHF (31. Dezember 2013: 2.688 TCHF).

Finanzergebnis

Das Finanzergebnis hat sich in der Berichtsperiode zur Vergleichsperiode vor allem aufgrund von Währungseffekten um insgesamt 5.377 TCHF verringert. Zudem beinhalten die Finanzaufwendungen eine Wertminderung auf langfristige Forderungen gegenüber dem assoziierten Unternehmen Kuuloo Interactive Entertainment AG in Höhe von 1.500 TCHF (Vergleichsperiode: 0 TCHF). In der Vergleichsperiode wurde zudem ein Gewinn aus der Veräusserung des zum beizulegenden Zeitwert 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:

30.9.2014 (TCHF)		Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Gesamt
Finanzielle Vermögenswerte, die zum Marktwert bewertet werden					
Derivative Finanzinstrumente	FVPL/ohne Kategorie	-	1.312	-	1.312
Finanzielle Vermögenswerte, erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet	FVPL	128	-	3.314	3.442
Finanzielle Vermögenswerte (Eigenkapitalinstrumente)	FVOCI	11.377	-	-	11.377
Finanzielle Verbindlichkeiten, die zum Marktwert bewertet werden					
Finanzverbindlichkeiten mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	ohne Kategorie	-	-	-	-
Derivative Finanzinstrumente	FLPL/ohne Kategorie	-	154	-	154

Angaben zu Finanzinstrumenten der Stufe 3:

Bezeichnung des Finanzinstruments	Langfristige Aktien	Kurzfristige Aktien
Fair Value 1. Januar 2014	-	2.268
Gewinne/Verluste GuV	124	-
Fremdwährungsdifferenzen erfolgsneutral im Eigenkapital	-	37
Kauf	1.522	-
Verkauf	-	-637
Fair Value 30. September 2014	1.646	1.668

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 637 TCHF und auf Effekte aus Währungsumrechnungen von 161 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 approximieren die Buchwerte ebenfalls den beizulegenden Zeitwert.

Beizulegender Zeitwert von nicht finanziellen Vermögenswerten und Schulden

Zum 30. September 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 berichtet. In der Überleitungsspalte sind die Eliminationen der Intersegmentbeziehungen ausgewiesen.

Das Segmentergebnis ist definiert als Ergebnis vor Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures, vor Finanzergebnis und vor Steuern.

Verkäufe und Leistungen zwischen den Geschäftsfeldern werden grundsätzlich zu Preisen erbracht, wie sie auch mit Dritten vereinbart werden würden.

Segmentinformationen 1. 1. bis 30. 9. 2014

(TCHF)	Film	Sport- und Event- Marketing	Übrige Geschäfts- aktivitäten	Sonstiges	Überleitung	Konzern
Aussenumsätze	272.409	37.078	2.745	-	-	312.232
Übrige Segmenterträge	47.209	314	505	-	-769	47.259
Segmentaufwendungen	-310.328	-21.713	-4.942	-4.002	769	-340.216
<i>davon planmässige Abschreibungen</i>	<i>-94.362</i>	<i>-601</i>	<i>-750</i>	-	-	<i>-95.713</i>
<i>davon Wertminderungen</i>	<i>-7.145</i>	-	-	-	-	<i>-7.145</i>
Segmentergebnis	9.290	15.679	-1.692	-4.002	-	19.275
Nicht zugeordnete Ergebniselemente:						
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures						162
Finanzerträge						8.408
Finanzaufwendungen						-13.646
Ergebnis vor Steuern						14.199

Segmentinformationen 1. 1. bis 30. 9. 2013

(TCHF)	Film	Sport- und Event- Marketing	Übrige Geschäfts- aktivitäten	Sonstiges	Überleitung	Konzern
Aussenumsätze	222.703	36.498	2.841	-	-	262.042
Übrige Segmenterträge	87.599	215	796	-	-757	87.853
Segmentaufwendungen	-310.167	-23.026	-5.754	-4.380	757	-342.570
<i>davon planmässige Abschreibungen</i>	<i>-65.835</i>	<i>-748</i>	<i>-1.108</i>	-	-	<i>-67.691</i>
<i>davon Wertminderungen</i>	<i>-2.046</i>	-	-	-	-	<i>-2.046</i>
Segmentergebnis	135	13.687	-2.117	-4.380	-	7.325
Nicht zugeordnete Ergebniselemente:						
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures						-25
Finanzerträge						5.988
Finanzaufwendungen						-5.849
Ergebnis vor Steuern						7.439

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. September 2014 um 14.161 TCHF auf 69.523 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. 9. 2014	31. 12. 2013
Forderungen	3.260	2.283
Verbindlichkeiten	-	-
	1.1. bis	1.1. bis
(TCHF)	30. 9. 2014	30. 9. 2013
Umsatzerlöse und sonstige Erträge	7.589	8.572
Material- und Lizenzaufwand und sonstige Aufwendungen	7.062	9.344

Assoziierte Unternehmen

(TCHF)	30. 9. 2014	31. 12. 2013
Forderungen	3.691	3.079
Verbindlichkeiten	-	26
	1.1. bis	1.1. bis
(TCHF)	30. 9. 2014	30. 9. 2013
Umsatzerlöse und sonstige Erträge	45	2
Material- und Lizenzaufwand und sonstige Aufwendungen	68	134

Sonstige nahestehende Unternehmen und Personen

(TCHF)	30. 9. 2014	31. 12. 2013
Forderungen	-	-
Verbindlichkeiten	288	106
	1.1. bis	1.1. bis
(TCHF)	30. 9. 2014	30. 9. 2013
Umsatzerlöse und sonstige Erträge	-	-
Material- und Lizenzaufwand und sonstige Aufwendungen	546	504

Mutterunternehmen und deren direkte Tochtergesellschaften

(TCHF)	30. 9. 2014	31. 12. 2013
Forderungen	-	77
Verbindlichkeiten	27	176
	1.1. bis	1.1. bis
(TCHF)	30. 9. 2014	30. 9. 2013
Umsatzerlöse und sonstige Erträge	208	1.994
Material- und Lizenzaufwand und sonstige Aufwendungen	204	259

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 314 TCHF (Vergleichsperiode: 277 TCHF) angefallen. Zum 30. September 2014 bestanden hieraus Verbindlichkeiten in Höhe von 37 TCHF (31. Dezember 2013: 31 TCHF). Zum 30. September 2014 wurde dieser Beratervertrag aufgehoben.

Gegenüber verschiedenen Verwaltungsratsmitgliedern und Managing Directors bestehen zum 30. September 2014 weitere Verbindlichkeiten in Höhe von 250 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)*

Europas bester Fußballklub:
Nach dem Triumph im UEFA
Champions League-Finale
gewann Real Madrid CF auch
noch den UEFA Super Cup.



Termine 2015

Bereich Kino	Berlinale	5. - 15. Februar
	Verleihung der Academy Awards	22. Februar
	Filmfestspiele Cannes	13. - 24. Mai
	Filmfestspiele Locarno	5. - 15. August
	Filmfestspiele Venedig	26. August - 5. September
	Filmfestspiele Toronto	10. - 20. September
Bereich Fußball	UEFA Europa League-Finale	27. Mai
	UEFA Champions League-Finale	6. Juni
Bereich Events	Neujahrskonzert der Wiener Philharmoniker	1. Januar
	Sommernachtskonzert der Wiener Philharmoniker	14. Mai
	Eurovision Song Contest, Halbfinale	19. und 21. Mai
	Eurovision Song Contest, Finale	23. Mai
	WTA-Finale	Oktober
Bereich Investor Relations	Geschäftsbericht 2014	März
	Zwischenberichte	Mai/August/November
	Deutsches Eigenkapitalforum	November

