



# 2Q 2022

## ZWISCHENBERICHT zum 30. Juni 2022

### Deutlich positive Umsatzentwicklung bei der Highlight-Gruppe

- Der Konzernumsatz stieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 29,8% auf 268,2 Mio. CHF.
- Die Eigenkapitalquote erhöhte sich leicht im ersten Halbjahr 2022 auf 29,4% (31. Dezember 2021: 29,1%).
- Das Betriebsergebnis (EBIT) liegt erwartungsgemäss bei -3,7 Mio. CHF.

# INHALT

## ZWISCHENLAGEBERICHT

- Geschäftsentwicklung der Segmente:
  - FILM 3
  - SPORT UND EVENT 5
- Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage der Highlight-Gruppe 8
- Risiko- und Chancenbericht 10
- Prognosebericht 11

## KONSOLIDIERTE HALBJAHRESRECHNUNG

- Konsolidierte Bilanz 15
- Konsolidierte Gewinn- und Verlustrechnung 16
- Konsolidierte Gesamtergebnisrechnung 17
- Entwicklung des konsolidierten Eigenkapitals 18
- Konsolidierte Kapitalflussrechnung 19
- Anhang zur konsolidierten Halbjahresrechnung 20

# ZWISCHENLAGEBERICHT

## GESCHÄFTSENTWICKLUNG DES SEGMENTS FILM

### Branchenspezifische Rahmenbedingungen Kinoverleih

#### Home Entertainment

Im ersten Halbjahr 2022 wurde der Home-Entertainment-Bereich nur noch punktuell durch die Corona-Pandemie beeinträchtigt. Die Wiedereröffnung der Kinos im Sommer 2021 führte 2022 zu einem erhöhten Angebot an Erstveröffentlichungen.

Während die digitalen Vertriebsformen TVoD (Transactional-Video-on-Demand) und EST (Electronic-Sell-Through) ein ausgeglichenes Ergebnis erzielen konnten, entwickelte sich der klassische Home-Entertainment-Gesamtmarkt weiterhin rückläufig. Im Zeitraum Januar bis Juni 2022 wurden Umsätze in Höhe von 370,0 Mio. EUR erzielt, was einem Minus von -1,34 % gegenüber dem Vergleichszeitraum 2021 (375,0 Mio. EUR) entspricht.

Das stark wachsende SVoD-Geschäft (Subscription-Video-on-Demand), das im Berichtszeitraum einen Umsatz von 1,137 Mrd. EUR (Vergleichszeitraum 2021: 1.003,0 Mio. EUR) erzielte, ist in diesen Zahlen allerdings nicht enthalten.

Der Rückgang im klassischen Gesamtmarkt ist auf ein weiterhin sinkendes Umsatzvolumen beim Verkauf und Verleih physischer Trägermedien (DVD und Blu-ray) um rund -7,7% auf 157,0 Mio. EUR (Vergleichszeitraum 2021: 170,0 Mio. EUR) zurückzuführen. Die digitalen Verwertungsformen (EST und TVoD), deren Umsätze mit 208,0 Mio. EUR um rund 5,0% über dem Vergleichswert des Vorjahres (198,0 Mio. EUR) lagen, konnten gesteigert werden.

### Operative Entwicklung

Es wurden diverse Library-Deals mit mehreren TV-Auswertern und Streaming-Plattformen – darunter ProSieben, SAT.1, Netflix, Amazon Prime und RTL – abgeschlossen.

#### Kinoproduktion

Im ersten Halbjahr 2022 starteten die Dreharbeiten zu „Three Musketeers“ (Fortsetzung aus 2021), „Manta, Manta 2“ mit Til Schweiger als Regisseur und in der Hauptrolle, „Perfect Addiction“ und „19:04“.

Im Bereich Rechteerwerb sicherte sich die Constantin Film-Gruppe im gleichen Zeitraum die Auswertungsrechte an „Natural Born Liar aka Menteur“.

#### Kinoverleih

Im ersten Halbjahr 2022 konnten die deutschen Kinos aufgrund der COVID-19-Pandemie erst ab dem 02.04.2022 ohne Auflagen ihre Filme dem Zuschauer präsentieren. Von daher starteten nur zwei Filme der Constantin-Gruppe: „Stasikomödie“ (eine Leander-Haußmann-Verfilmung) und „Mia & Me“.

#### Home Entertainment

Zu den Neuveröffentlichungen im Home-Entertainment-Markt des ersten Halbjahrs 2022 zählten insbesondere die internationale Kino-Eigenproduktion „Resident Evil – Welcome to Raccoon City“ sowie die deutsche Kino-Eigenproduktion „Contra“.

Darüber hinaus wurde gleich zu Jahresbeginn der Kinoerfolg „After Love“ veröffentlicht.

### **Lizenzhandel/TV-Auswertung**

In der deutschen Free-TV-Auswertung wirkte sich im zweiten Quartal des laufenden Jahres insbesondere der Lizenzstart des Kinofilms „The Silence“ umsatzrelevant aus. Im Pay-TV-Bereich hatten unter anderem „Breaking News in Yuba County“ sowie „Die in a Gunfight“ (Sky) Lizenzbeginn.

### **TV-Auftragsproduktion**

Die Constantin Entertainment GmbH produzierte im Berichtszeitraum u. a. Folgen der neuen Daily „Doppelt kocht besser“ mit Starkoch Alexander Kumptner (SAT.1).

Die Constantin Television GmbH drehte zwei weitere Folgen des „Kroatien-Krimis“ für die Degeto, des Weiteren begannen die Dreharbeiten zur Streaming-Serie „Liebes Kind“ für Netflix sowie die Dreharbeiten für die TV-Serie „Im Zeichen des Wassermanns“ für die ARD. Zudem wurden weitere Folgen der Daily „Dahoam is Dahoam“ für den BR gedreht.

Bei der Hager Moss Film GmbH wurden der TV-Film „Gaffer – und ihr schaut zu“ für den SWR sowie eine weitere Folge der TV-Reihe „Ein Krimi aus Passau“ für den BR (Bayerischer Rundfunk) gedreht.

Des Weiteren begannen bei der Moovie GmbH die Dreharbeiten zur TV-Serie „Hübsches Gesicht“ für RTL+ sowie bei der Olga Film GmbH die Dreharbeiten für zwei weitere Folgen der Kriminalfilmreihe „Kommissarin Lucas“ für das ZDF.

Bei der Rat Pack Filmproduktion GmbH wurden zwei Produktionen für internationale Streamer gedreht sowie die Dreharbeiten für zwei weitere ARD-Folgen der Reihe „Daheim in den Bergen“ begonnen.

## **Analyse der nicht finanziellen Leistungsindikatoren**

### **Kinoverleih**

Von den Constantin Film-Titeln, die im ersten Halbjahr 2022 in den deutschen Kinos liefen, verzeichnete „Contra“, der bereits 2021 im Kino gestartet wurde, ca. 762.000 Besucher und einen Umsatz von ca. 6,7 Mio. EUR. Der Constantin Top-Titel im 1. Halbjahr 2022 war „Mia and Me“.

### **Home Entertainment**

Im Zeitraum Januar bis Juni 2022 erzielte die Highlight-Gruppe – ohne ihre Vertriebspartner Paramount Home Entertainment und Universal Home Entertainment – einen Marktanteil von 3,0% im deutschen Video-Markt. Die Marktposition zum Vergleichszeitraum 2021 (3,0%) konnte im Jahr 2022 dank dem breiten Programmangebot und guten Absatzzahlen gehalten werden. Positiv auf die Entwicklung im ersten Halbjahr 2022 haben sich die Verkaufszahlen des Kinohits „After Love“ ausgewirkt, im Digitalvertrieb erzielte der Titel über 250.000 Digital-Transaktionen.

Während sich der rückläufige Trend im physischen Home-Entertainment-Markt weiterhin fortsetzen dürfte, sind die Wachstumsaussichten im digitalen Bereich des Home-Entertainment-Markts unverändert positiv. So wird, auch infolge von weiteren SVoD-Plattformen, welche in den Markt drängen, ein Wachstum erwartet.

### **Lizenzhandel/TV-Auswertung**

Die ARD-Erstaussstrahlung von Teil 4 der „Ostwind“-Reihe, „Ostwind – Aris Ankunft“, konnte zur Osterzeit, am 15.04.2022, nicht nur bei den Kindern, sondern auch beim Erwachsenenpublikum punkten: 1,36 Millionen Zuschauer ab 3 Jahren konnten sich für den Familienspielfilm begeistern. Dies entspricht einem Marktanteil von 11,2%. Auch die wiederholte Ausstrahlung der „Fack Ju Göhte“-Reihe konnte bei SAT.1 im Juni gute Quoten erzielen.

### **TV-Auftragsproduktion**

Bei den TV-Auswertungen konnten auch im zweiten Quartal 2022 sehr gute Quoten erzielt werden. So erreichten die ARD-Ausstrahlungen „Die Toten am Meer – Die Wikinger“ (Moovie GmbH) einen Gesamtmarktanteil von knapp 20,2% sowie der „Tatort: Warum“ (Hager Moss Film GmbH) sogar einen Gesamtmarktanteil von 25%. Mit rund 22,4% Gesamtmarktanteil war auch die weitere Folge der ZDF-Reihe „Kommissarin Lucas – Goldrausch“ (Olga Film) äusserst erfolgreich.

Bei der Dahoam Television lieferte die Daily „Dahoam is Dahoam“ im Berichtszeitraum weiterhin solide Quoten mit einem durchschnittlichen Gesamtmarktanteil in Deutschland von gut 16%, die politische Kabarettssendung „SchleichFernsehen“ erreichte bei ihren Folgen im Berichtszeitraum einen Gesamtmarktanteil im BR (Bayerischer Rundfunk) von bis zu 13,7%.

Überaus erfolgreich war zudem das Comedy-Format „LOL: Last One Laughing“ (Constantin Entertainment), welches in seiner 3. Staffel erneut zum erfolgreichsten Programm auf Amazon Prime wurde. Die erfolgreiche Daily „Shopping Queen“ feierte ihren 10. Geburtstag und konnte ebenfalls nach wie vor mit sehr guten Quoten am VOX-Nachmittag überzeugen.

## **GESCHÄFTSENTWICKLUNG DES SEGMENTS SPORT UND EVENT**

### **Branchenspezifische Rahmenbedingungen**

Angesichts der andauernden COVID-19-Pandemie, des Kriegsausbruchs in Europa und der daraus resultierenden globalen makroökonomischen Herausforderungen bleiben die Aussichten für das Segment Sport und Event ungewiss.

### **TEAM-Gruppe**

Auf dem britischen Medienmarkt fand 2022 eine Konsolidierung statt, nachdem British Telecommunications (BT) und Warner Bros Discovery sich auf eine Fusion ihrer Sportangebote in Grossbritannien und Irland geeinigt hatten. Damit werden die Kanäle BT Sport und Eurosport UK in ein Joint Venture eingebracht, das Übertragungsrechte für die Olympischen Spiele, die Grand-Slam-Turniere im Tennis, die Premiership Rugby und die Englische Premier League sowie die UEFA Champions League, die UEFA Europa League und die UEFA Europa Conference League besitzt. Die Fusion kam zustande, nachdem sich der OTT-Sender DAZN, der ebenfalls an BT Sport interessiert war, zu Beginn des Jahres mit der BT Group nicht über die Übernahmbedingungen einig wurde.

Apple und die Major League Soccer (MLS) unterschrieben einen 10-Jahres-Vertrag über die weltweite Übertragung sämtlicher MLS-Matches ab 2023. Zum ersten Mal in der Geschichte der Sportmedien umfasst die Vereinbarung sämtliche Märkte, ohne lokale „Blackouts“ oder Beschränkungen. Bereits Anfang 2022 machte Apple sein zunehmendes Interesse an Sportinhalten deutlich, als das Unternehmen die Übertragungsrechte für rund 50 Freitagabend-Spiele der Major League Baseball erwarb.

## Sport1 Medien AG

Der Werbetrend des Mess- und Datenanalyse-Unternehmens Nielsen zeigte in der Halbjahresbilanz ein leichtes Plus – mit 2,6% mehr Brutto-Werbeausgaben als im ersten Halbjahr 2021. Die umsatzstärkste Gattung ist weiterhin TV – hier lag das kumulierte Wachstum analog zum Gesamtmarkt bei 2,6%. Die grössten Steigerungen gegenüber dem ersten Halbjahr 2021 erzielten Kino – aufgrund der pandemiebedingt niedrigen Umsätze im Vorjahreszeitraum ein Plus von rund 44,0% – und Radio mit einem Zuwachs von 11,7%. Direct Mailings legten in den ersten sechs Monaten mit einem Plus von 9,7% ebenfalls deutlich zu. Das Wachstum bei Zeitungen, Online (jeweils +2%) und Publikumszeitschriften (+0,6%) fiel etwas moderater aus.

## Operative Entwicklung

Der Verwaltungsrat der Highlight-Gruppe hat die Entscheidung getroffen, per 01.01.2022 die Segmente Sport (Konzerngesellschaft Sport1 Medien AG) und Sport- und Event-Marketing (Konzerngesellschaften TEAM-Gruppe und Highlight Event AG) im Segment Sport und Event auszuweisen.

### TEAM-Gruppe

In der ersten Jahreshälfte 2022 lag der Hauptfokus der TEAM-Gruppe auf dem Abschluss des globalen Vertriebsprozesses für die kommerziellen Rechte an der UEFA Champions League, der UEFA Europa League und der UEFA Europa Conference League für die Spielzeiten 2024/25 bis 2026/27.

Die ersten beiden Ausschreibungen wurden in Grossbritannien und Frankreich lanciert. Dabei erwarb Canal+ sämtliche Rechte in Frankreich, und der etablierte Sender BT Sport konnte sich den Grossteil der britischen Rechte sichern, wobei auch der globale Tech-Riese Amazon ein Paket erwarb, ebenso wie die BBC, die als frei empfangbarer Sender den Zuschlag für die Rechte an Spielhighlights erhielt. Es ist das erste Mal, dass der öffentlich-rechtliche Sender aus Grossbritannien Rechte an einem UEFA-Vereinswettbewerb (UCC) erwirbt.

Daneben unterstützte die TEAM-Gruppe die UEFA beim erfolgreichen Abschluss des Rechtezyklus bis 2021/22, der ersten Saison des neuen Geschäftszyklus. TEAM konzentrierte sich auf die Durchführung der UCC-Finals in Paris, Sevilla und Tirana für die Geschäftspartner, die zum ersten Mal seit der COVID-19-Pandemie ohne Zuschauerbeschränkungen stattfanden.

### Highlight Event AG

Die Aktivitäten der Highlight Event AG konzentrierten sich im Berichtszeitraum auf die Umsetzung einer Reihe von Events, angefangen mit dem Eurovision Song Contest 2022 in Turin über zwei Sponsorenveranstaltungen der Wiener Philharmoniker in Köln und Brüssel bis hin zum Sommernachtskonzert 2022 des Orchesters in den Schlossgärten von Schönbrunn. Alle Veranstaltungen konnten erstmals wieder völlig frei von Restriktionen durchgeführt werden. Die Verpflichtungen aus den Medien- und Sponsorenverträgen wurden dementsprechend vollumfänglich erfüllt.

Das TV-Format des Eurovision Song Contests wurde erfolgreich in den Vereinigten Staaten vertrieben, wo erstmals ein „American Song Contest“ durchgeführt und über NBC (via TV und Stream) ausgestrahlt wurde. Neben den mehr als 150 Millionen TV-Zuschauern in über 40 Ländern ist dies eine sehr erfreuliche Entwicklung. Die Ausstrahlung der Events der Wiener Philharmoniker erfolgte in knapp 100 Ländern. Mit medici.tv, einer führenden Klassik-Streamingplattform, konnte die globale Ausstrahlung in den verbleibenden Ländern erstmals abgedeckt und gesichert werden.

## Sport1 Medien AG

Der Fokus der 360°-Sportplattform SPORT1 lag auch im ersten Halbjahr 2022 auf der Optimierung des Rechteportfolios: Für weitere fünf Jahre bis 2026 wurden Verwertungsrechte an zahlreichen Turnieren der Professional Darts Corporation (PDC) erworben, die die Weltmeisterschaft und viele weitere Top-Events umfassen. Zudem akquirierte SPORT1 unter anderem Rechte an der 2022 ausgetragenen FIFA Klub-Weltmeisterschaft VAE 2021™, den ISTAF INDOOR Leichtathletik-Events in Berlin und Düsseldorf sowie im Golfsport an den BMW International Open in Eichenried bei München.

Weitere Rechte konnte sich SPORT1 im eSports an der bevestor Virtual Bundesliga, die von der DFL Deutsche Fußball Liga gemeinsam mit der ESL Gaming ausgerichtet wird, im Bereich Mixed Martial Arts (MMA) im Rahmen einer Kooperation mit FIGHTING.de an zahlreichen Live-Events sowie Übertragungsrechte an den World Games 2022, die vom 7. bis 17. Juli im US-Bundesstaat Alabama stattfanden, sichern. Auf SPORT1 Extra wurde über die bestehenden Livesport-Highlights hinaus – darunter die im April gestartete Major League Baseball und die Volleyball-Bundesliga der Frauen – im Februar das neue Angebotspaket „24/7 Sports Pack“ gelauncht, das die Sender Sportdigital FUSSBALL, Motorvision.TV, fight24 HD, EDGEsport und SPORT1+ umfasst. Mit „Fußball für Besserwisser“ ging im März zudem ein neues Quiz an den Start. Zudem startete SPORT1 im Juni mit „Triebwerk – Das Automagazin mit Tim Schrick“ eine Format-Offensive im Motorbereich, in deren Rahmen auch die TV-Premiere von „Car Maniac“ bekanntgegeben wurde – dem ersten Magazin zur Elektromobilität im deutschen Fernsehen.

PLAZAMEDIA realisierte im ersten Halbjahr 2022 unter anderem in seinem Mixed-Reality-Studio für Alpha-Tauri, die Premium-Fashion-Brand von Red Bull, eine Kampagne, in der virtuelle und reale Elemente verschmelzen. Darüber hinaus setzte PLAZAMEDIA für Constantin Entertainment die Produktion der neuen SAT.1 Kochshow „Doppelt kocht besser“ in seinem Studio 4 mit neuer IP-Regie um.

Die Consulting-Unit LEITMOTIF erweiterte im zweiten Quartal ihr Angebot um Social Media sowie Influencer Marketing und Management und gewann zahlreiche Neukunden.

## Analyse der nicht finanziellen Leistungsindikatoren

### TEAM-Gruppe

Das Finale der UEFA Champions League in Paris wurde in über 200 Ländern weltweit ausgestrahlt und erreichte im Durchschnitt ein Publikum von rund 110 Millionen Zuschauern auf allen Plattformen. Am Finalwochenende konnten 1,2 Milliarden Interaktionen in Zusammenhang mit dem UCL-Finale verzeichnet werden. Diese Zuschauerzahlen bedeuten einen erheblichen Anstieg um 29% gegenüber denen des Finals 2021 in Porto und unterstreichen umso mehr den Status des Finals als eines der weltweit beliebtesten Sportereignisse des Jahres.

Das Finale der UEFA Europa League in Sevilla und das allererste Finale der UEFA Europa Conference League in Tirana wurden in mehr als 100 Ländern der Welt übertragen und im Durchschnitt von rund 30 bzw. 20 Millionen Zuschauern gesehen.

### Sport1 Medien AG

Im Free-TV lagen die Marktanteile von SPORT1 im ersten Halbjahr 2022 bei den Zuschauern ab drei Jahren (Z3+) mit 0,5% und in der Kernzielgruppe Männer 14 bis 59 Jahre (M14-59) mit 0,9% auf Vorjahresniveau. Zu den Quoten-Highlights gehörten insbesondere die Darts-WM im Januar und die Eishockey-WM im Mai sowie im Fußball die Samstagabend-Topspiele der 2. Bundesliga, die Achtel- und Viertelfinalsplele im DFB-Pokal und reichweitenstarke Formate wie „Der STAHLWERK Doppelpass“.



Die Pay-TV-Verbreitung lag zum 30. Juni 2022 bei SPORT1+ bei insgesamt 2,15 Millionen Abonnenten (30. Juni 2021: 2,34 Millionen), bei eSPORTS1 bei 2,07 Subscribern (30. Juni 2021: 2,09 Millionen) und beim internationalen Sender eSportsONE bei 2,24 Millionen Abonnenten (30. Juni 2021: 2,19 Millionen).

Auf den Digital-Plattformen von SPORT1 stiegen die Visits im ersten Halbjahr 2022 im Vergleich zu den ersten sechs Monaten 2021 um rund 3%. Im ersten Halbjahr 2022 wurden die Video Views auf den SPORT1 Plattformen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 19% auf 100,8 Millionen gesteigert. Bei YouTube wurden in den ersten Halbjahren 2021 und 2022 jeweils 118 Millionen Videoabrufe erreicht. Darüber hinaus war der Mai 2022 im Videobereich ein Rekord-Monat für SPORT1 – mit 19,2 Mio. Video und Livestream Views auf seinen eigenen Digital-Plattformen.

## ERTRAGS-, VERMÖGENS- UND FINANZLAGE DER HIGHLIGHT-GRUPPE

### Ertragslage der Gruppe

(Mio. CHF)	01.01. bis 30.06.2022	01.01. bis 30.06.2021	Veränderung
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>268,2</b>	<b>206,7</b>	<b>29,8%</b>
<b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>	<b>-3,7</b>	<b>6,0</b>	<b>n/a</b>
<b>Konzernperiodenergebnis</b>	<b>-10,7</b>	<b>0,0</b>	<b>n/a</b>
<b>Ergebnisanteil Anteilseigner</b>	<b>-10,6</b>	<b>-0,2</b>	<b>n/a</b>
<b>Ergebnis je Aktie (in CHF)</b>	<b>-0,19</b>	<b>0,00</b>	<b>n/a</b>

Im ersten Halbjahr 2022 konnte eine Erhöhung der Umsatzerlöse im Segment Film, welches auch von der Abschwächung der COVID-19-Pandemie profitierte, um 67,7 Mio. CHF verzeichnet werden, während das Segment Sport und Event einen Rückgang der Umsätze um 6,2 Mio. CHF verzeichnete. Die aktivierten Filmproduktionen und anderen aktivierten Eigenleistungen verringerten sich auswertungs- und produktionsbedingt um 54,0 Mio. CHF auf 11,8 Mio. CHF.

Der operative Konzernaufwand lag produktionsbedingt mit 294,7 Mio. CHF über dem Vorjahresniveau (274,8 Mio. CHF), wobei sich die Positionen Personalaufwand (von 94,5 Mio. CHF auf 81,3 Mio. CHF) sowie Abschreibungen und Wertminderungen (von 47,9 Mio. CHF auf 37,8 Mio. CHF) reduzierten, während die Position Material- und Lizenzaufwand (von 108,4 Mio. CHF auf 147,0 Mio. CHF) im Vergleich zur Vorjahresperiode anstieg. In der Folge resultiert ein EBIT von -3,7 Mio. CHF, nach 6,0 Mio. CHF im ersten Halbjahr 2021.

Das Finanzergebnis mit -3,4 Mio. CHF lag leicht unter dem Vorjahreswert (-3,3 Mio. CHF), während die Steueraufwendungen mit 2,6 Mio. CHF auf dem Vorjahresniveau lagen. In der Folge resultierte ein Konzernperiodenergebnis von -10,7 Mio. CHF (Vorjahr: 0,0 Mio. CHF).



## Ertragslage der Segmente

### Segment Film

(Mio. CHF)	01.01. bis 30.06.2022	01.01. bis 30.06.2021	Veränderung
<b>Segmentumsatz</b>	<b>189,3</b>	<b>121,6</b>	<b>55,7%</b>
<b>Segmentergebnis</b>	<b>3,6</b>	<b>4,8</b>	<b>-25,5%</b>

Der Umsatzanstieg im Segment Film reflektiert positive Entwicklungen im Home Entertainment sowie bei TV-Auftragsproduktionen; darüber hinaus konnten aufgrund der Öffnungen der Kinos - mit der Zurücknahme der COVID-19-Auflagen - gestiegene Umsätze im Kinoverleih verbucht werden.

Die übrigen Segmenterträge, die massgeblich von den aktivierten Filmproduktionen geprägt sind, lagen mit 20,1 Mio. CHF um 51,6 Mio. CHF unter dem Vergleichswert des Vorjahrs (71,7 Mio. CHF). Dieser Rückgang resultiert im Wesentlichen aus der Umsatzlegung von Auftragsproduktionen, deren aktivierte Herstellungskosten in den Vorjahren über die aktivierten Eigenleistungen im Vorratsvermögen aktiviert wurden und im ersten Halbjahr 2022 zu Verbrauch geführt haben. Der Verbrauch dieser im Vorratsvermögen aktivierten Herstellungskosten vermindert die Position der aktivierten Eigenleistungen. Die Segmentaufwendungen verzeichneten einen Anstieg um 17,4 Mio. CHF auf 205,8 Mio. CHF (Vorjahresperiode: 188,5 Mio. CHF), sodass in der Folge das Segmentergebnis sank.

### Segment Sport und Event

(Mio. CHF)	01.01. bis 30.06.2022	01.01. bis 30.06.2021 <sup>1</sup>	Veränderung
<b>Segmentumsatz</b>	<b>78,9</b>	<b>85,1</b>	<b>-7,3%</b>
<b>Segmentergebnis</b>	<b>-4,2</b>	<b>4,0</b>	<b>n/a</b>

Die Aussenumsätze des Segments Sport und Event verringerten sich um 6,2 Mio. CHF gegenüber dem Vorjahr. Gleichzeitig stiegen die Segmentaufwendungen um 3,1 Mio. CHF auf 86,9 Mio. CHF, sodass das Segmentergebnis in der Folge mit -4,2 Mio. CHF um 8,2 Mio. CHF unter dem Vorjahreswert lag.

<sup>1</sup> Aufgrund der besseren Vergleichbarkeit wurden die Vorjahreswerte der Segmente Sport und Sport- und Event-Marketing angepasst.

## Vermögenslage

(Mio. CHF)	30.06.2022	31.12.2021	Veränderung
<b>Bilanzsumme</b>	<b>607,6</b>	<b>674,5</b>	<b>-9,9%</b>
<b>Eigenkapital</b>	<b>178,8</b>	<b>196,1</b>	<b>-8,8%</b>
<b>Eigenkapitalquote (in %)</b>	<b>29,4</b>	<b>29,1</b>	<b>0,3 Punkte</b>
<b>Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten</b>	<b>102,7</b>	<b>190,6</b>	<b>-46,1%</b>
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</b>	<b>17,7</b>	<b>48,3</b>	<b>-63,3%</b>

Auf der Vermögensseite der Bilanz verringerten sich die langfristigen Vermögenswerte um 5,5 Mio. CHF auf 386,5 Mio. CHF (31. Dezember 2021: 391,9 Mio. CHF). Die Abnahme ist im Wesentlichen auf niedrigere aktivierte Eigen- und Fremdproduktionen im Filmvermögen zurückzuführen.

Die kurzfristigen Vermögenswerte lagen zum Ende des ersten Halbjahrs 2022 mit 221,2 Mio. CHF um 61,4 Mio. CHF unter dem Wert zum 31. Dezember 2021 (282,6 Mio. CHF).

Auf der Kapitalseite der Bilanz verzeichneten die langfristigen Schulden einen Anstieg um 69,9 Mio. CHF auf 139,8 Mio. CHF (31. Dezember 2021: 69,9 Mio. CHF). Gleichzeitig verringerten sich die kurzfristigen Schulden um insgesamt 119,5 Mio. CHF auf 289,0 Mio. CHF (31. Dezember 2021: 408,5 Mio. CHF). Dabei verzeichneten sowohl die Finanzverbindlichkeiten einen Rückgang (um 88,0 Mio. CHF) als auch die erhaltenen Anzahlungen (um 10,5 Mio. CHF) sowie die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Verbindlichkeiten (um 20,3 Mio. CHF).

Das Konzerneigenkapital (mit Anteilen ohne beherrschenden Einfluss) verringerte sich auf 178,8 Mio. CHF - unter anderem aufgrund von Währungseffekten von -6,9 Mio. CHF.

## **Finanzlage**

Aus der betrieblichen Geschäftstätigkeit ergab sich im Zeitraum Januar bis Juni 2022 ein Mittelzufluss von 8,0 Mio. CHF. Die Zunahme um 6,6 Mio. CHF gegenüber der Vergleichsperiode des Vorjahrs (1,5 Mio. CHF) ist in erster Linie auf Veränderungen des Nettoumlaufvermögens zurückzuführen.

Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit lag mit 25,2 Mio. CHF unter Vorjahresniveau (31,7 Mio. CHF), wobei Auszahlungen für Filmvermögen (-9,5 Mio. CHF im Vergleich zur Vorjahresperiode) sowie Auszahlungen für den Erwerb von Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen (+2,8 Mio. CHF) die beiden grössten gegenläufigen Positionen bildeten.

Die Finanzierungstätigkeit führte zu einem Mittelabfluss von 12,9 Mio. CHF (Vorjahresperiode: Mittelzufluss von 16,5 Mio. CHF), der im Wesentlichen auf Auszahlungen durch die Tilgung von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten zurückzuführen ist.

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente reduzierten sich im ersten Halbjahr 2022 um 30,6 Mio. CHF auf 17,7 Mio. CHF.

## RISIKO- UND CHANCENBERICHT

Bei den Risiken und Chancen der Highlight-Gruppe haben sich im ersten Halbjahr 2022 keine wesentlichen Veränderungen ergeben. Eine detaillierte Beschreibung des Risikomanagementsystems sowie des Risiko- und Chancenprofils befindet sich im Lagebericht unseres Geschäftsberichts 2021.

## PROGNOSEBERICHT

### Branchenspezifische Rahmenbedingungen

#### Segment Film

Nach Abgabe der Prognose im Abschlussbericht für 2021 entfielen am 02.04.2022 alle coronabedingten Einschränkungen und damit auch alle Hygienevorschriften und Zugangsbeschränkungen für die Kinos. Seitdem läuft die Kinonutzung nur sehr langsam an und erreicht bislang noch nicht das Niveau vor der Pandemie 2019. Die Erfolgsaussichten einzelner Filme werden unter dem gesamten Überangebot leiden, da viele Filme, die während des Lockdowns oder während der Zugangsbeschränkungen nicht veröffentlicht wurden, ihren Start haben. Zudem werden die Kinos auch mit anderen Konsum- und Freizeitangeboten um Aufmerksamkeit und Umsatz konkurrieren.

Während sich der rückläufige Trend im physischen Home-Entertainment-Markt weiterhin fortsetzen dürfte, sind die Wachstumsaussichten im digitalen Bereich des Home-Entertainment-Markts unverändert positiv.

So wird, auch infolge von weiteren SVoD-Plattformen, welche in den Markt drängen, weiteres Wachstum erwartet.

#### Segment Sport und Event

##### TEAM-Gruppe

Das Beratungsunternehmen für Medien- und Telekommunikationstechnologie, Zenith, rechnet für das Jahr 2022 mit einem Anstieg der globalen Werbeausgaben um 8,0%, nachdem es im Dezember 2021 noch mit 9,1% gerechnet hatte. Wachstumsfördernd werden sich die Winterolympiade und die Fussball-Weltmeisterschaft auswirken. Für 2023 wird ein Wachstumsrückgang auf 5,4% erwartet.

##### Sport1 Medien AG

Der „Global Ad Spend Forecast“ von Dentsu geht für 2022 von einem Wachstum der weltweiten Werbeausgaben um 8,7% aus und hat damit die ursprüngliche Wachstumsprognose für 2022 geringfügig um 0,4 Prozentpunkte nach unten korrigiert. Für die Analyse wurden die aktuellen und historischen Vergleichsdaten angepasst, um die russischen Investitionen aus der Prognose zu streichen. Die aktuelle Datenlage deutet auf ein anhaltendes Wachstum in 2023 (+5,4%) und 2024 (+5,1%) hin.

Die Mediaagentur Zenith senkt in ihren „Advertising Expenditure Forecasts“ die ursprüngliche Prognose etwas stärker und rechnet 2022 nur noch mit einer Steigerung der weltweiten Werbeinvestitionen um 8,0% gegenüber 2021. Für Deutschland werden in den kommenden Jahren folgende Steigerungen vorhergesagt: 2022: +2,8%, 2023: +3,8%, 2024 +4,8%. Als stärkste Wachstumstreiber in Deutschland werden weiterhin TV und Online angesehen.

GroupM rechnet für Deutschland im Jahr 2022 mit einem Anstieg der Werbeinvestitionen im hohen einstelligen Bereich. Dentsu geht für 2022 ebenfalls von einem soliden Wachstum der Netto-Werbependings in Höhe von +3,8% und 2023 von +3,4% aus. Laut Dentsu profitiert Digital vom Boom von Social Media, Online-Video und Paid Search und wächst 2022 mit 6,4% am stärksten. Die digitalen Medien hätten dann mit 61,1% den grössten Anteil an den Werbeausgaben in Deutschland. Aussenwerbung soll 2022 um 6,1% wachsen und erhält damit weiterhin 4% der Gesamtspendings. Ebenfalls steigen sollen die Gattungen Hörfunk (+1%) und Kino (+60%). Beide haben jedoch einen verhältnismässig geringen Anteil an den Werbependings (Hörfunk 2,8% und Kino 0,1%). Allen anderen Gattungen sagt Dentsu für 2022 Verluste voraus. Im TV sollen die Ausgaben um -1,3% fallen, wodurch der Anteil an den Gesamtspendings auf 15,8% sinken wird. Bei Zeitungen und Zeitschriften erwartet Dentsu einen Rückgang von -0,3% bzw. -0,5%.

## Schwerpunkte

### Segment Film

Nach der aktuellen Planung ist für das Geschäftsfeld Kinoproduktion/Rechteerwerb/Streaming im zweiten Halbjahr 2022 unter anderem noch der Dreh zu „Rehragout-Rendezvous“, „Skatergirlz“, „Hagen von Tronje“, „Wow! Nachricht aus dem All“ und „Silber“ geplant.

Im Kinoverleih sind für das zweite Halbjahr 2022 derzeit sieben Kinoneustarts geplant, sofern die Gesamtsituation in Deutschland dies zulässt. Die geplanten Starts sind unter anderem: „Liebesdings“ (Start am 07.07.2022 erfolgt), „Guglhupfgeschwader“ (Start am 04.08.2022 erfolgt), „After forever“, „Freibad“, „Der Nachname“ und „Caveman“.

Der Free-TV-Bereich des Geschäftsfelds Lizenzhandel/TV-Auswertung wird im dritten Quartal dieses Jahres vor allem von den Umsätzen des Kinofilms „Horizon“ (ZDF Enterprise) und „Das perfekte Geheimnis“ (ProSieben) profitieren. In der Pay-TV-Auswertung wird „After Love“ (Pay-per-Channel, Sky) Umsatzerlöse generieren.

Im Geschäftsfeld TV-(Auftrags-)Produktion bereiten die Constantin Film-Tochtergesellschaften zahlreiche neue Projekte vor, darunter weitere Folgen der Erfolgs-Reihe „Die Heiland“ (ARD).

### Segment Sport und Event

#### TEAM-Gruppe

Im zweiten Halbjahr 2022 werden sich die Aktivitäten der TEAM-Gruppe auf den erfolgreichen Abschluss der Vertriebsprozesse der Rechte der UEFA Champions League, der UEFA Europa League und der UEFA Europa Conference League für den Rechtezyklus 2024/25 bis 2026/27 konzentrieren.

Daneben wird die TEAM-Gruppe die UEFA weiter bei der Umsetzung der zweiten Saison des aktuellen Geschäftszyklus aller drei Wettbewerbe unterstützen.

#### Highlight Event AG

Beim Eurovision Song Contest richtet sich der Fokus der Highlight Event AG in der zweiten Jahreshälfte auf den Verkauf und die Verhandlung der Sponsoren- und Medienrechte.

Bei den Wiener Philharmonikern konzentrieren sich die Aktivitäten auf die Vorbereitungen der Umsetzung verschiedener Sponsorenveranstaltungen sowie auf die Vertragsverhandlungen für Veranstaltungen im Zeitraum 2023–2024.

## Sport1 Medien AG

Im Segment Sport liegt der Fokus auch im Geschäftsjahr 2022 auf der konsequenten multimedialen Content-Nutzung, -Verbreitung und -Kapitalisierung. Neben der Stärkung des SPORT1 Portfolios durch den Erwerb neuer Rechte, der Verlängerung bestehender Partnerschaften sowie der Erschließung neuer Content-Kooperationen und Geschäftsfelder stehen die plattformübergreifende Auswertung und Inszenierung etablierter Programmsäulen auch weiterhin im Mittelpunkt. Dazu zählen als Kernsportarten insbesondere Fussball, Darts, Motorsport, Eishockey, Basketball, Volleyball, Tennis, US-Sport und eSports. Angesichts der nach wie vor massiv wachsenden digitalen und plattformübergreifenden Nutzung von Medienangeboten wird ausserdem die digitale Diversifizierung der Marke SPORT1 weiter vorangetrieben und es werden gleichzeitig neue Inhalte und Vermarktungsumfelder geschaffen – zum Beispiel mit den bei der DFL-Rechtevergabe erworbenen Highlight- und Archiv-Clips der Bundesliga und 2. Bundesliga zur Auswertung auf den Digital-Plattformen.

Bei PLAZAMEDIA bilden auch 2022 – neben der Realisierung von komplexen Live- und Non-Live-Produktionen – die Entwicklung und Weiterentwicklung von Produktionstechnologien, Content-Management-Lösungen sowie die produktionstechnische Content-Distribution Schwerpunkte.

Auch bei den weiteren Tochterunternehmen der Sport1 Medien AG im Sportbereich stehen der Erhalt und Ausbau bestehender sowie der Aufbau neuer Kundenbeziehungen im Mittelpunkt. Besonderer Fokus wird dabei auf eine bestmögliche Nutzung der Synergien im Sportbereich gelegt, in dem die Tochterunternehmen die gesamte Wertschöpfungskette abbilden und entsprechend integrierte Dienstleistungen für Partner und Kunden erbringen können.

### **Hinweise und zukunftsbezogene Aussagen**

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

*Dieser Bericht enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf Einschätzungen und Erwartungen seitens der Konzernleitung basieren. Diese Aussagen sind erkennbar an Formulierungen wie „antizipieren“, „beabsichtigen“, „erwarten“, „können/könnte“, „planen“, „vorgesehen“, „weitere Verbesserung“, „Ziel ist es“ und ähnlichen Formulierungen.*

*Zukunftsbezogene Aussagen sind keine historischen Fakten. Sie unterliegen Risiken, Ungewissheiten und Faktoren, von denen die meisten schwierig einzuschätzen sind und die im Allgemeinen ausserhalb der Kontrolle der Konzernleitung liegen. Sollte sich eines oder mehrere dieser Risiken oder Ungewissheiten realisieren oder sollte es sich erweisen, dass die zugrundeliegenden Erwartungen nicht eintreten bzw. Annahmen nicht korrekt waren, können die tatsächlichen Ergebnisse, Leistungen und Erfolge der Highlight-Gruppe wesentlich von denjenigen Ergebnissen abweichen, die ausdrücklich oder implizit in den zukunftsbezogenen Aussagen genannt worden sind. Die Highlight Communications AG beabsichtigt nicht, die in diesem Bericht enthaltenen Aussagen fortlaufend zu aktualisieren.*

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

# KONSOLIDIERTE HALBJAHRESRECHNUNG

zum 30. Juni 2022 der Highlight Communications AG, Pratteln

# KONSOLIDIERTE BILANZ

zum 30. Juni 2022 (ungeprüft) – Highlight Communications AG, Pratteln

<b>AKTIVA</b> (TCHF)	30.06.2022	31.12.2021
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		
Eigenproduktionen	106.365	117.051
Fremdproduktionen	7.500	10.015
Filmvermögen	113.865	127.066
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	55.912	58.151
Geschäfts- oder Firmenwert	115.326	119.162
Sachanlagen	12.189	12.711
Nutzungsrechte	43.909	48.326
Anteile an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen	2.041	49
Langfristige Forderungen	30.418	13.726
Sonstige Vermögenswerte	1.372	1.560
Latente Steueransprüche	11.436	11.189
	<b>386.468</b>	<b>391.940</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>		
Vorräte	19.670	69.301
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	156.689	133.068
Vertragsvermögenswerte	25.651	31.155
Forderungen gegenüber assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen	348	201
Forderungen aus Ertragsteuern	1.078	520
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	17.720	48.345
	<b>221.156</b>	<b>282.590</b>
<b>Aktiva</b>	<b>607.624</b>	<b>674.530</b>
<b>PASSIVA</b> (TCHF)		
<b>Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital	63.000	63.000
Eigene Anteile	-6.300	-6.300
Kapitalrücklage	-104.571	-104.686
Andere Rücklagen	-64.490	-57.726
Gewinnvortrag	288.723	298.022
Auf die Anteilseigner entfallendes Eigenkapital	176.362	192.310
Anteile ohne beherrschenden Einfluss	2.443	3.813
	<b>178.805</b>	<b>196.123</b>
<b>Langfristige Schulden</b>		
Finanzverbindlichkeiten	76.687	-
Leasingverbindlichkeiten	34.943	39.371
Sonstige Verbindlichkeiten	87	90
Pensionsverpflichtungen	2.917	4.108
Latente Steuerschulden	25.202	26.325
	<b>139.836</b>	<b>69.894</b>
<b>Kurzfristige Schulden</b>		
Finanzverbindlichkeiten	102.682	190.647
Leasingverbindlichkeiten	9.532	9.496
Erhaltene Anzahlungen	29.549	40.015
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	117.923	138.247
Vertragsverbindlichkeiten	13.355	13.654
Rückstellungen	1.957	2.089
Ertragsteuerschulden	13.985	14.365
	<b>288.983</b>	<b>408.513</b>
<b>Passiva</b>	<b>607.624</b>	<b>674.530</b>

Der Anhang auf den Seiten 20 – 25 ist ein integrierter Bestandteil dieses Konzernzwischenabschlusses.



# KONSOLIDIERTE GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

1. Januar bis 30. Juni 2022 (ungeprüft) – Highlight Communications AG, Pratteln

(TCHF)	01.01. bis 30.06.2022	01.01. bis 30.06.2021
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>268.249</b>	<b>206.721</b>
<b>Aktivierete Filmproduktionen und andere aktivierete Eigenleistungen</b>	<b>11.786</b>	<b>65.757</b>
<b>Sonstige betriebliche Erträge</b>	<b>10.938</b>	<b>8.279</b>
Aufwendungen für Lizenzen, Provisionen und Material	-28.664	-23.859
Aufwendungen für bezogene Leistungen	-118.291	-84.526
<b>Material- und Lizenzaufwand</b>	<b>-146.955</b>	<b>-108.385</b>
Gehälter	-71.322	-83.273
Soziale Abgaben, Aufwendungen für Altersvorsorge	-9.928	-11.190
<b>Personalaufwand</b>	<b>-81.250</b>	<b>-94.463</b>
Abschreibungen und Wertminderungen auf Filmvermögen	-27.014	-37.113
Abschreibungen und Wertminderungen auf immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens und Sachanlagen	-6.150	-6.112
Abschreibungen und Wertminderungen auf Nutzungsrechte	-4.589	-4.645
<b>Abschreibungen und Wertminderungen</b>	<b>-37.753</b>	<b>-47.870</b>
<b>Sonstige betriebliche Aufwendungen</b>	<b>-28.646</b>	<b>-24.161</b>
<b>Wertminderungen und Wertaufholungen auf finanziellen Vermögenswerten</b>	<b>-75</b>	<b>86</b>
<b>Gewinne und Verluste aus der Ausbuchung finanzieller Vermögenswerte bewertet zu fortgeführten Anschaffungskosten</b>	<b>-10</b>	<b>-1</b>
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>-3.716</b>	<b>5.963</b>
<b>Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen</b>	<b>-901</b>	<b>-</b>
Finanzerträge	3.455	4.487
Finanzaufwendungen	-6.857	-7.818
<b>Finanzergebnis</b>	<b>-3.402</b>	<b>-3.331</b>
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>-8.019</b>	<b>2.632</b>
Ertragsteuern	-3.594	-5.109
Latente Steuern	959	2.478
<b>Steuern</b>	<b>-2.635</b>	<b>-2.631</b>
<b>Konzernperiodenergebnis</b>	<b>-10.654</b>	<b>1</b>
davon Ergebnisanteil Anteilseigner	-10.569	-164
davon Ergebnisanteil Anteile ohne beherrschenden Einfluss	-85	165
<b>Ergebnis je Aktie (CHF)</b>		
Ergebnisanteil Anteilseigner je Aktie unverwässert	-0,19	0,00
Ergebnisanteil Anteilseigner je Aktie verwässert	-0,19	0,00
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	56.700.499	56.700.499
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien (verwässert)	56.700.499	56.700.499

Der Anhang auf den Seiten 20 - 25 ist ein integrierter Bestandteil dieses Konzernzwischenabschlusses.

# KONSOLIDIERTE GESAMTERGEBNISRECHNUNG

1. Januar bis 30. Juni 2022 (ungeprüft) – Highlight Communications AG, Pratteln

(TCHF)	01.01. bis 30.06.2022	01.01. bis 30.06.2021 restated*
<b>Konzernperiodenergebnis</b>	<b>-10.654</b>	<b>1</b>
Unrealisierte Gewinne/Verluste aus Währungsumrechnung (restated)	-6.889	3.199
Ergebniswirksame Umbuchung realisierter Gewinne/Verluste	-	-
Unterschiede Währungsumrechnung	-6.889	3.199
Gewinne/Verluste aus Cashflow Hedges	-110	-255
<b>Posten, die in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden dürfen</b>	<b>-6.999</b>	<b>2.944</b>
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste von leistungsorientierten Vorsorgeplänen	1.270	1.672
Gewinne/Verluste aus finanziellen Vermögenswerten zum beizulegenden Zeitwert über Gesamtergebnisrechnung	-	-
<b>Posten, die nicht in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden</b>	<b>1.270</b>	<b>1.672</b>
<b>Summe sonstiges Ergebnis (nach Steuern)</b>	<b>-5.729</b>	<b>4.616</b>
<b>Gesamtperiodenergebnis</b>	<b>-16.383</b>	<b>4.617</b>
davon Ergebnisanteil Anteilseigner	-16.063	4.419
davon Ergebnisanteil Anteile ohne beherrschenden Einfluss	-320	198

\*siehe Änderungen bei den Grundsätzen der Rechnungslegung in Kapitel 3 des Anhangs

Der Anhang auf den Seiten 20 - 25 ist ein integrierter Bestandteil dieses Konzernzwischenabschlusses.

# ENTWICKLUNG DES KONSOLIDierten EIGENKAPITALS

1. Januar bis 30. Juni 2022 (ungeprüft) – Highlight Communications AG, Pratteln

Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes  
Eigenkapital

(TCHF)	Gezeich- netes Kapital	Eigene Anteile	Kapital- rück- lage	Andere Rück- lagen	Gewinn- vortrag	Summe	Anteile ohne beherr- schenden Einfluss	Summe Eigen- kapital
<b>Saldo zum 1. Januar 2022</b>	<b>63.000</b>	<b>-6.300</b>	<b>-104.686</b>	<b>-57.726</b>	<b>298.022</b>	<b>192.310</b>	<b>3.813</b>	<b>196.123</b>
Unterschiede Währungsumrechnung	-	-	-	-6.654	-	-6.654	-235	-6.889
Gewinne/Verluste aus Cashflow Hedges	-	-	-	-110	-	-110	-	-110
<b>Posten, die in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden dürfen</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-6.764</b>	<b>-</b>	<b>-6.764</b>	<b>-235</b>	<b>-6.999</b>
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste von leistungsorientierten Vorsorgeplänen	-	-	-	-	1.270	1.270	-	1.270
Gewinne/Verluste aus finanziellen Vermögenswerten zum beizulegenden Zeitwert über Gesamtergebnisrechnung	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Posten, die nicht in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1.270</b>	<b>1.270</b>	<b>-</b>	<b>1.270</b>
<b>Summe sonstiges Ergebnis (nach Steuern)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-6.764</b>	<b>1.270</b>	<b>-5.494</b>	<b>-235</b>	<b>-5.729</b>
Konzernperiodenergebnis	-	-	-	-	-10.569	-10.569	-85	-10.654
<b>Gesamtperiodenergebnis</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-6.764</b>	<b>-9.299</b>	<b>-16.063</b>	<b>-320</b>	<b>-16.383</b>
Dividendenausschüttungen	-	-	-	-	-	-	-1.050	-1.050
Personalaufwand aus aktienbasierter Vergütung	-	-	115	-	-	115	-	115
<b>Saldo zum 30. Juni 2022</b>	<b>63.000</b>	<b>-6.300</b>	<b>-104.571</b>	<b>-64.490</b>	<b>288.723</b>	<b>176.362</b>	<b>2.443</b>	<b>178.805</b>
<b>Saldo zum 1. Januar 2021 (restated)*</b>	<b>63.000</b>	<b>-6.300</b>	<b>-99.973</b>	<b>-47.636</b>	<b>280.714</b>	<b>189.805</b>	<b>8.157</b>	<b>197.962</b>
Unterschiede Währungsumrechnung (restated)	-	-	-	3.166	-	3.166	33	3.199
Gewinne/Verluste aus Cashflow Hedges	-	-	-	-255	-	-255	-	-255
<b>Posten, die in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden dürfen</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2.911</b>	<b>-</b>	<b>2.911</b>	<b>33</b>	<b>2.944</b>
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste von leistungsorientierten Vorsorgeplänen	-	-	-	-	1.672	1.672	-	1.672
Gewinne/Verluste aus finanziellen Vermögenswerten zum beizulegenden Zeitwert über Gesamtergebnisrechnung	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Posten, die nicht in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1.672</b>	<b>1.672</b>	<b>-</b>	<b>1.672</b>
<b>Summe sonstiges Ergebnis (nach Steuern)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2.911</b>	<b>1.672</b>	<b>4.583</b>	<b>33</b>	<b>4.616</b>
Konzernperiodenergebnis	-	-	-	-	-164	-164	165	1
<b>Gesamtperiodenergebnis</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2.911</b>	<b>1.508</b>	<b>4.419</b>	<b>198</b>	<b>4.617</b>
Dividendenausschüttungen	-	-	-	-	-	-	-1.116	-1.116
Veränderung Anteile ohne beherrschenden Einfluss	-	-	-452	-	-	-452	-222	-674
<b>Saldo zum 30. Juni 2021</b>	<b>63.000</b>	<b>-6.300</b>	<b>-100.425</b>	<b>-44.725</b>	<b>282.222</b>	<b>193.772</b>	<b>7.017</b>	<b>200.789</b>

\*siehe Änderungen bei den Grundsätzen der Rechnungslegung in Kapitel 3 des Anhangs

Der Anhang auf den Seiten 20 - 25 ist ein integrierter Bestandteil dieses Konzernzwischenabschlusses.

# KONSOLIDIERTE KAPITALFLUSSRECHNUNG

1. Januar bis 30. Juni 2022 (ungeprüft) – Highlight Communications AG, Pratteln

(TCHF)	01.01. bis 30.06.2022	01.01. bis 30.06.2021
<b>Konzernperiodenergebnis</b>	<b>-10.654</b>	<b>1</b>
Latente Steuern	-959	-2.478
Ertragsteuern	3.594	5.109
Finanzergebnis (ohne Währungsergebnis)	3.465	2.656
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen	901	-
Abschreibungen und Wertminderungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	37.753	47.870
Gewinn (-)/Verlust (+) aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	-24	-29
Übrige nicht zahlungswirksame Posten	-2.731	-1.579
Zunahme (-)/Abnahme (+) der Vorräte, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	10.849	-24.902
Abnahme (-)/Zunahme (+) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-26.750	-20.721
Erhaltene Dividenden von assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen	-	-
Gezahlte Zinsen	-3.467	-2.683
Erhaltene Zinsen	41	510
Gezahlte Ertragsteuern	-4.079	-3.083
Erhaltene Ertragsteuern	92	810
<b>Cashflow aus betrieblicher Geschäftstätigkeit</b>	<b>8.031</b>	<b>1.481</b>
Auszahlungen für immaterielle Vermögenswerte	-2.321	-1.688
Auszahlungen für Filmvermögen	-18.479	-28.015
Auszahlungen für Sachanlagen	-1.694	-2.092
Auszahlung für Erwerb von Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen	-2.769	-
Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten und Filmvermögen	-	1
Einzahlungen aus Abgängen von Sachanlagen	68	82
Einzahlungen aus Abgängen von Finanzanlagen	-	58
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-25.195</b>	<b>-31.654</b>
Auszahlungen durch Kauf Anteile ohne beherrschenden Einfluss	-	-674
Auszahlungen durch Tilgung von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	-24.581	-7.767
Auszahlungen durch Tilgung von Leasingverbindlichkeiten	-4.559	-4.836
Einzahlungen durch Aufnahme von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	17.263	30.851
Ausschüttungen	-1.050	-1.116
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-12.927</b>	<b>16.458</b>
<b>Cashflow der Berichtsperiode</b>	<b>-30.091</b>	<b>-13.715</b>
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn der Berichtsperiode	48.345	48.178
Auswirkungen Währungsdifferenzen	-534	574
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode	17.720	35.037
<b>Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</b>	<b>-30.091</b>	<b>-13.715</b>

Der Anhang auf den Seiten 20 - 25 ist ein integrierter Bestandteil dieses Konzernzwischenabschlusses.

# ANHANG ZUR KONSOLIDIERTEN HALBJAHRESRECHNUNG

zum 30. Juni 2022 (ungeprüft) – 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 18. August 2022 den vorliegenden ungeprüften, verkürzten Konzernzwischenabschluss zur Veröffentlichung freigegeben.

## 2. RECHNUNGSLEGUNG UND BEWERTUNGSGRUNDSÄTZE

Die Erstellung des ungeprüften, verkürzten Konzernzwischenabschlusses für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. Juni 2022 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 2021 gelesen werden.

Die bei der Erstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden entsprechen den bei der Erstellung des Konzernabschlusses für das Geschäftsjahr 2021 angewandten Grundsätzen (siehe Geschäftsbericht 2021, Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung, Kapitel 4).

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

Die Erstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses verlangt vom Management, Einschätzungen und Annahmen zu treffen, welche die ausgewiesenen Vermögenswerte, Verbindlichkeiten, Eventualverbindlichkeiten und Eventualforderungen zum Zeitpunkt der Bilanzierung sowie die Erträge und Aufwendungen der Berichtsperiode beeinflussen (siehe Geschäftsbericht 2021, Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung, Kapitel 5).

## 3. ÄNDERUNGEN BEI DEN GRUNDSÄTZEN DER RECHNUNGSLEGUNG

### 3.1 Erstmalig angewendete relevante Standards und Interpretationen

In der aktuellen Berichtsperiode traten nur wenige Änderungen an Standards in Kraft, aus denen sich jedoch keine Auswirkungen auf die Rechnungslegungsmethoden des Konzerns oder die Notwendigkeit rückwirkender Anpassungen ergaben.

### 3.2 Veröffentlichte, noch nicht angewendete bzw. überarbeitete relevante Standards und Interpretationen

Die Highlight-Gruppe hat auf die vorzeitige Anwendung weiterer neuer bzw. überarbeiteter Standards und Interpretationen verzichtet, deren Erstanwendungszeitpunkt für die Highlight Communications AG noch nicht verpflichtend ist. Die Auswirkungen dieser neuen Regelungen auf die laufende oder auf künftige Berichtsperioden sowie auf absehbare künftige Transaktionen werden vom Konzern als nicht wesentlich angesehen.

### 3.3 Restatement Vorjahreszahlen konsolidierte Jahresrechnung

Gemäss IAS 21 Ziffer 47 müssen Geschäfts- oder Firmenwerte, die aus der Akquisition eines ausländischen Geschäftsbetriebs entstanden sind, als Vermögenswert behandelt werden. Der Firmenwert soll in der funktionalen Währung des ausländischen Geschäftsbetriebs zum jeweiligen Stichtagskurs gemäss den Paragraphen 39 und 42 umgerechnet werden. Im Konzernabschluss der Vorjahre wurden auf dem Goodwill der Sport1 Medien AG aus dem Jahr 2018 diese Umrechnungen nicht vorgenommen. Die Auswirkung war, dass sowohl der Geschäfts- oder Firmenwert als auch die Währungsrücklage überbewertet waren. Gemäss IAS 8, Fehlerkorrekturen wurde das Vorjahr angepasst (siehe Geschäftsbericht 2021, Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung, Kapitel 2.3).

Im 1. Halbjahr 2021 wurden die Währungsrücklagen in der Bilanz um +1.423 TCHF im Konzernabschluss geändert. Diese Korrekturen hatten keine Auswirkungen auf die konsolidierte Gewinn- und Verlustrechnung oder auf den unverwässerten und verwässerten Verlust je Aktie.

#### 4. VERÄNDERUNGEN IM KONSOLIDIERUNGSKREIS

Rückwirkend zum 1. Januar 2022 wurde die Constantin Film Licensing Unipessoal Lda liquidiert.

Am 2. Februar 2022 wurde der Squeeze-out an der Sport1 Medien AG im Handelsregisteramt München eingetragen. Durch die Eintragung wurde der Squeeze-out wirksam.

Mit Datum vom 4. Januar 2022 wurde die Constantin Holding Inc., Delaware, gegründet. Die Constantin Television, München, hält 100% der Anteile an dieser Gesellschaft. Die Constantin Holding Inc. hält wiederum eine Beteiligung in Höhe von 3 Mio. USD an der Upgrade Productions LLC, Delaware, die mit Wirkung zum 2. Februar 2022 anhand der Equity-Methode in den Konzernabschluss der Highlight Communications AG eingezogen wird.

Am 4. Februar 2022 wurde die PLAZAMEDIA Swiss AG, Pratteln, liquidiert und im Handelsregister gelöscht.

#### 5. ERLÄUTERUNGEN ZU AUSGEWÄHLTEN POSTEN DER BILANZ SOWIE DER GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

##### 5.1 Filmvermögen

Im Vergleich zum 31. Dezember 2021 hat das Filmvermögen zum 30. Juni 2022 um 13.201 TCHF abgenommen. Während sich die Fremdproduktionen um 2.515 TCHF verringerten, nahm der Bestand an Eigenproduktionen um insgesamt 10.686 TCHF ab.

##### 5.2 Vertragsvermögenswerte

Der Buchwert der Vertragsvermögenswerte hat sich von 31.155 TCHF auf 25.651 TCHF verringert.

##### 5.3 Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente haben sich zum 30. Juni 2022 von 48.345 TCHF auf 17.720 TCHF verringert. Aus der Finanzierungstätigkeit ergab sich ein Mittelabfluss von 12.927 TCHF, in erster Linie bedingt durch die Tilgung kurzfristiger Finanzverbindlichkeiten. Aus der Investitionstätigkeit der Gruppe zeigte sich ein Mittelabfluss von 25.195 TCHF, der im Wesentlichen auf die Auszahlungen für Filmvermögen zurückzuführen ist. Aus der operativen Tätigkeit ergab sich ein positiver Cashflow von 8.031 TCHF.

##### 5.4 Eigenkapital

Zum 30. Juni 2022 beliefen sich die direkt und indirekt selbst gehaltenen stimmrechtslosen eigenen Aktien auf 6.299.501 Aktien der Highlight Communications AG (31. Dezember 2021: 6.299.501).

Die Neubewertung der Pensionsverpflichtungen führte zu einer Zunahme der Gewinnrücklage um 1.270 TCHF, insbesondere aufgrund der Zunahme des Diskontsatzes und Planänderungen.

Die anderen Rücklagen beliefen sich zum Bilanzstichtag auf insgesamt -64.490 TCHF (31. Dezember 2021: -57.726 TCHF). Diese bestehen zum 30. Juni 2022 aus der Umrechnung des Eigenkapitals von Gesellschaften, die nicht den Schweizer Franken als funktionale Währung haben (-64.248 TCHF, 31. Dezember 2021: -57.594 TCHF), sowie aus sonstigen Rücklagen aus Cashflow Hedges in Höhe von -242 TCHF (31. Dezember 2021: -132 TCHF).

##### 5.5 Vertragsverbindlichkeiten

Der Buchwert der Vertragsverbindlichkeiten hat sich von 13.654 TCHF auf 13.355 TCHF verringert.

##### 5.6 Abschreibungen und Wertminderungen

(TCHF)	01.01. bis 30.06.2022	01.01. bis 30.06.2021
Planmässige Abschreibungen auf Filmvermögen	23.599	36.377
Planmässige Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte	4.305	3.801
Planmässige Abschreibungen auf Sachanlagen	1.845	2.311
Planmässige Abschreibungen auf Nutzungsrechte	4.589	4.645
<b>Planmässige Abschreibungen</b>	<b>34.338</b>	<b>47.134</b>
Wertminderungen auf Filmvermögen	3.415	736
<b>Wertminderungen</b>	<b>3.415</b>	<b>736</b>

## 5.7 Finanzergebnis

### Finanzerträge

(TCHF)	01.01. bis 30.06.2022	01.01. bis 30.06.2021
Zinsen und ähnliche Erträge	536	512
Gewinne aus Änderungen des beizulegenden Zeitwerts von Finanzinstrumenten	-	501
Währungsgewinne	2.919	3.474
<b>Summe</b>	<b>3.455</b>	<b>4.487</b>

### Finanzaufwendungen

(TCHF)	01.01. bis 30.06.2022	01.01. bis 30.06.2021
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	3.332	3.289
Verluste aus Änderungen des beizulegenden Zeitwerts von Finanzinstrumenten	122	58
Währungsverluste	2.856	4.149
Zinsaufwand aus Leasingverbindlichkeiten	547	322
<b>Summe</b>	<b>6.857</b>	<b>7.818</b>

## 6. ANGABEN ZUM FINANZIELLEN RISIKOMANAGEMENT

### 6.1 Beizulegender Zeitwert von finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten

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

#### Fair Value-Hierarchie

30.06.2022 (TCHF)		Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Gesamt
Finanzielle Vermögenswerte, die zum Marktwert bewertet werden					
	FVTPL /ohne Kategorie	-	61	230	291
Derivative Finanzinstrumente					
Finanzielle Vermögenswerte, erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet					
	FVTPL	-	12.170	-	12.170
Finanzielle Vermögenswerte (Eigenkapitalinstrumente)	FVTOCI	-	-	39	39
Finanzielle Verbindlichkeiten, die zum Marktwert bewertet werden					
Derivative Finanzinstrumente	FLTPL	-	34	-	34
30.06.2021 (TCHF)					
Finanzielle Vermögenswerte, die zum Marktwert bewertet werden					
	FVTPL /ohne Kategorie	-	278	176	454
Derivative Finanzinstrumente					
Finanzielle Vermögenswerte, erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet					
	FVTPL	-	12.342	-	12.342
Finanzielle Vermögenswerte (Eigenkapitalinstrumente)	FVTOCI	-	-	43	43
Finanzielle Verbindlichkeiten, die zum Marktwert bewertet werden					
Derivative Finanzinstrumente	FLTPL	-	269	-	269

*FVTOCI: Financial assets at fair value through OCI/Finanzielle Vermögenswerte zum beizulegenden Zeitwert über Gesamtergebnisrechnung*

*FVTPL: Financial assets at fair value through profit or loss/Finanzielle Vermögenswerte erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet*

*FLTPL: Financial liabilities at fair value through profit or loss/Finanzielle Verbindlichkeiten erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet*



### Angaben zu Finanzinstrumenten der Stufe 3:

	Beteiligung Geenee Inc.	AGF Video- forschung GmbH	Summacum GmbH	Sonstige Beteili- gungen	Wandel- darlehen	Optionen
<b>Fair Value 31. Dezember 2020</b>	-	-	<b>34</b>	<b>20</b>	<b>12</b>	<b>174</b>
Gewinne/(Verluste) in Gewinn- und Verlustrechnung	-	-	-	-	-	245
Gewinne/(Verluste) erfolgsneutral im Eigenkapital	-	-	-3	1	-	-8
Kauf	-	-	-	-	-	49
Verkauf	-	-	-	-12	-12	-35
Transfer in Stufe 3/(Transfer aus Stufe 3)	-	-	-	-	-	-186
<b>Fair Value 31. Dezember 2021</b>	-	-	<b>31</b>	<b>9</b>	-	<b>239</b>
Gewinne/(Verluste) erfolgsneutral im Eigenkapital	-	-	-1	-	-	-9
<b>Fair Value 30. Juni 2022</b>	-	-	<b>30</b>	<b>9</b>	-	<b>230</b>

Die finanziellen Vermögenswerte, die 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 derivativen Finanzinstrumente der Stufe 2 wurde ein Discounted Cash-flow-Verfahren verwendet.

Die der Stufe 3 der Fair Value-Hierarchie zugeordneten Anteile an der Geenee Inc. und der AGF Videoforschung GmbH wurden bereits in den Vorjahren vollständig wertberichtigt. Anzeichen für eine Wertaufholung bestanden in der Berichtsperiode nicht. Die Anteile an der Summacum GmbH wurden ebenfalls in den Vorjahren wertberichtigt. Anzeichen für eine weitere Wertminderung oder eine Wertaufholung bestanden in der Berichtsperiode nicht. Die Anteile an der Diggin Ltd. wurden im Vorjahr für 12 TCHF verkauft. Aus Wesentlichkeitsgründen werden die sonstigen Eigenkapitalinstrumente von insgesamt 9 TCHF (31. Dezember 2021: 9 TCHF) zu den historischen Anschaffungskosten bilanziert.

Das Wandeldarlehen Dynamic Bets Inc. wurde im Vorjahr für 12 TCHF verkauft.

Die eingebetteten Derivate und Optionen im Zusammenhang mit einem Media-for-Equity-Fonds basieren auf dem Preis aus den letzten Finanzierungsrunden der entsprechenden Beteiligungen.

Im Vorjahr wurde eine Umgliederung zwischen den Fair Value-Stufen bei den eingebetteten Optionen vorgenommen. Aufgrund eines Börsengangs des Underlying Assets wurde eine eingebettete Option von der Stufe 3 in die Stufe 1 umgegliedert. In der Berichtsperiode wurde keine Umgliederung zwischen den einzelnen Stufen der Fair Value-Hierarchie vorgenommen.

#### 6.2 Zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanzierte finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten

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.

#### 6.3 Beizulegender Zeitwert von nicht finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten

Zum 30. Juni 2022 wie auch zum 31. Dezember 2021 sind keine nicht finanziellen Vermögenswerte und nicht finanziellen Schulden zum beizulegenden Zeitwert bewertet.

## 7. SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

### Segmentinformationen 01.01. bis 30.06. 2022

(TCHF)	Film	Sport und Event*	Sonstiges	Überleitung	Konzern
Aussenumsätze	189.339	78.910	-	-	268.249
Konzerninnenumsätze	-	1.113	-	-1.113	-
Umsatzerlöse gesamt	189.339	80.023	-	-1.113	268.249
Übrige Segmenterträge	20.104	2.696	-	-76	22.724
Segmentaufwendungen	-205.833	-86.911	-3.134	1.189	-294.689
<i>davon planmässige Abschreibungen</i>	-25.829	-8.509	-	-	-34.338
<i>davon Wertminderungen</i>	-3.415	-	-	-	-3.415
<b>Segmentergebnis</b>	<b>3.610</b>	<b>-4.192</b>	<b>-3.134</b>	<b>-</b>	<b>-3.716</b>

#### Zeitbezug der Umsatzerlöse

Zeitraumbezogen	135.770	23.912	-	-	159.682
Zeitpunktbezogen	53.569	54.998	-	-	108.567
	<b>189.339</b>	<b>78.910</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>268.249</b>

#### Umsatzerlöse nach Produktarten

Film	53.569	-	-	-	53.569
Produktionsdienstleistungen	135.770	-	-	-	135.770
Sport und Event	-	34.070	-	-	34.070
Plattform	-	35.870	-	-	35.870
Services	-	8.970	-	-	8.970
	<b>189.339</b>	<b>78.910</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>268.249</b>

### Segmentinformationen 01.01. bis 30.06. 2021

(TCHF)	Film	Sport und Event*	Sonstiges	Überleitung	Konzern
Aussenumsätze	121.626	85.095	-	-	206.721
Konzerninnenumsätze	-	211	-	-211	-
Umsatzerlöse gesamt	121.626	85.306	-	-211	206.721
Übrige Segmenterträge	71.677	2.546	-	-187	74.036
Segmentaufwendungen	-188.455	-83.803	-2.934	398	-274.794
<i>davon planmässige Abschreibungen</i>	-38.573	-8.561	-	-	-47.134
<i>davon Wertminderungen</i>	-736	-	-	-	-736
<b>Segmentergebnis</b>	<b>4.848</b>	<b>4.049</b>	<b>-2.934</b>	<b>-</b>	<b>5.963</b>

#### Zeitbezug der Umsatzerlöse

Zeitraumbezogen	57.363	27.161	-	-	84.524
Zeitpunktbezogen	64.263	57.934	-	-	122.197
	<b>121.626</b>	<b>85.095</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>206.721</b>

#### Umsatzerlöse nach Produktarten

Film	64.263	-	-	-	64.263
Produktionsdienstleistungen	57.363	-	-	-	57.363
Sport und Event	-	34.450	-	-	34.450
Plattform	-	37.942	-	-	37.942
Services	-	12.703	-	-	12.703
	<b>121.626</b>	<b>85.095</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>206.721</b>

\* Der Verwaltungsrat der Highlight-Gruppe hat die Entscheidung getroffen, per 01.01.2022 das operative Geschäft der Segmente Sport (Konzerngesellschaft Sport1 Medien AG) und Sport- und Event-Marketing (Konzerngesellschaften TEAM-Gruppe und Highlight Event AG) im Segment Sport und Event auszuweisen.

In der Überleitungsspalte sind die Eliminationen der Intersegmentbeziehungen ausgewiesen.

**8. HAFTUNGSVERHÄLTNISSE, EVENTUALVERBINDLICHKEITEN UND SONSTIGE NICHT BILANZIERTE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN**

Gegenüber dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2021 haben sich die Haftungsverhältnisse, die Eventualverbindlichkeiten und die sonstigen nicht bilanzierten finanziellen Verpflichtungen zum 30. Juni 2022 um 33.465 TCHF auf 197.361 TCHF verringert.

**9. BEZIEHUNGEN ZU NAHESTEHENDEN UNTERNEHMEN UND PERSONEN**

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

**Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen**

(TCHF)	30.06.2022	31.12.2021
Forderungen	-	-
Verbindlichkeiten	41	54
	01.01. bis 30.06.2022	01.01. bis 30.06.2021
(TCHF)		
Umsatzerlöse und sonstige Erträge	-	-
Material- und Lizenzaufwand und sonstige Aufwendungen	11	25

**Mutterunternehmen und deren direkte Tochtergesellschaften**

(TCHF)	30.06.2022	31.12.2021
Forderungen	8.061	12.774
Verbindlichkeiten	2.129	2.158
	01.01. bis 30.06.2022	01.01. bis 30.06.2021
(TCHF)		
Umsatzerlöse und sonstige Erträge	192	37
Material- und Lizenzaufwand und sonstige Aufwendungen	119	-

**Assoziierte Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen**

(TCHF)	30.06.2022	31.12.2021
Forderungen	348	201
Verbindlichkeiten	-	-
	01.01. bis 30.06.2022	01.01. bis 30.06.2021
(TCHF)		
Umsatzerlöse und sonstige Erträge	-	-
Material- und Lizenzaufwand und sonstige Aufwendungen	-	-

Gegenüber verschiedenen Verwaltungsratsmitgliedern und Managing Directors bestehen zum 30. Juni 2022 Verbindlichkeiten in Höhe von 41 TCHF (31. Dezember 2021: 54 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 im Berichtsjahr wie auch in der Vergleichsperiode nicht erbracht.

**10. ANGABEN ZU EREIGNISSEN 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