



Highlight

Highlight Communications AG



3Q 2023

QUARTALSMITTEILUNG zum 30. September 2023

Entwicklung der Highlight-Gruppe in den ersten neun Monaten gemäss den Erwartungen

- Der Konzernumsatz lag bei 285,6 Mio. CHF (Vorjahr 386,1 Mio. CHF).
- Das Betriebsergebnis (EBIT) reduzierte sich auf -3,0 Mio. CHF (Vorjahr 1,0 Mio. CHF).
- Die Eigenkapitalquote lag per 30. September 2023 bei 25,8 % (31. Dezember 2022: 29,3 %).

Wirtschaftliche Entwicklung der Highlight-Gruppe

Umsatz und Ergebnis (in Mio. CHF)

	01.01. bis 30.09.2023	01.01. bis 30.09.2022	Veränderung
Umsatzerlöse	285,6	386,1	-26,0%
Betriebsergebnis (EBIT)	-3,0	1,0	n/a
Konzernperiodenergebnis	-18,0	-12,0	n/a
Ergebnisanteil Anteilseigner	-18,4	-12,3	n/a
Ergebnis je Aktie (in CHF)	-0,32	-0,22	n/a

Die im Vergleich zum Vorjahr niedrigeren Umsatzerlöse resultieren aus dem niedrigeren Segmentumsatz im Segment Film.

Die im Vorjahr höheren Umsatzerlöse im Segment Film sind im Wesentlichen auf die im zweiten Quartal 2022 erfolgte Umsatzlegung des internationalen Projekts Venus Flytrap zurückzuführen.

Der operative Konzernaufwand verringerte sich um 78,3 Mio. CHF auf 360,0 Mio. CHF. Massgeblich dafür waren produktionsbedingt der geringere Material- und Lizenzaufwand und der gesunkene Personalaufwand.

Infolgedessen resultiert ein EBIT von -3,0 Mio. CHF (Vorjahr 1,0 Mio. CHF) und ein Konzernperiodenergebnis von -18,0 Mio. CHF gegenüber -12,0 Mio. CHF im Vorjahr.

Vermögens- und Finanzlage (in Mio. CHF)

	30.09.2023	31.12.2022	Veränderung
Bilanzsumme	632,0	634,2	-0,4 %
Eigenkapital	163,0	186,0	-12,4 %
Eigenkapitalquote (in %)	25,8	29,3	-3,5 Punkte
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	208,2	112,3	85,4 %
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	25,9	29,9	-13,5 %

Die langfristigen Vermögenswerte lagen mit einer Zunahme um 23,0 Mio. CHF auf 437,2 Mio. CHF über dem Niveau des Jahresendes 2022. Der Anstieg des Filmvermögens um 37,9 Mio. CHF auf 193,2 Mio. CHF resultierte aus einer Zunahme der Eigenproduktionen im Vergleich zum Jahresende 2022.

Die kurzfristigen Vermögenswerte verminderten sich um 25,3 Mio. CHF auf 194,8 Mio. CHF aufgrund der Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen um 23,6 Mio. CHF.

Das Eigenkapital reduzierte sich um 12,4 % auf 163,0 Mio. CHF gegenüber 186,0 Mio. CHF zum Jahresende 2022.

Operative und wirtschaftliche Entwicklung des Segments Film

Kinoproduktion - Der Kinomarkt in Deutschland ist auf einem guten Weg, sich wieder auf Vorpandemie-Niveau zu stabilisieren. Lediglich die älteren Zielgruppen (55+) haben noch nicht zu ihrem früheren Kinoverhalten zurückgefunden. Zum Berichtsstichtag steht das Kinojahr 2023 bei circa 75 Mio. Besuchern und einem GBO (Gross Box Office/Kartenumsatz) von 700 Mio. Euro; der durchschnittlich angestiegene Ticketpreis kompensiert das bisherige Minus des Besucheraufkommens. Der Streik der Autoren in den USA wurde zwischenzeitlich beendet. Durch den im Berichtszeitraum begonnenen Streik der Darsteller der SAG-AFTRA (Screen Actors Guild – American Federation of Television and Radio Artists) in den USA, besteht weiterhin Planungsunsicherheit bezüglich der Kino-Starttermine internationaler Produktionen. So wurden grosse Titel, wie beispielsweise „Dune 2“ bereits von November 2023 in den März 2024 verlegt. Ebenso haben die wirtschaftlichen Gegebenheiten in Deutschland wie auch Europa Auswirkungen auf das Konsumverhalten, was sich natürlich auch allgemein im internationalen Markt bemerkbar macht.

Kinoverleih - Im Berichtszeitraum startete der Film „Rehagout-Rendezvous“ am 10. August 2023 in den deutschen Kinos und erwies sich als erfolgreichster und meistgesehener Teil der gesamten Eberhofer Reihe. Zum Berichtsstichtag haben sich über 1,4 Mio. Zuschauer „Rehagout-Rendezvous“ im Kino in Deutschland angesehen.

Home Entertainment - Mit den aus der Kinovermarktung erfolgreichen Produktionen „Sonne & Beton“ und „Manta, Manta – Zwoer Teil“ gelangten im dritten Quartal gleich zwei Filme zur Veröffentlichung, für die sich zuvor im Kino ein Millionenpublikum begeistert hatte. Zu den weiteren Kinofilmen zählte die Eigenproduktion „Perfect Addiction“.

Zum positiven Gesamtergebnis trugen auch die sowohl im physischen Vertrieb als auch im Digitalvertrieb erzielten Umsatzzahlen der im ersten Halbjahr 2023 veröffentlichten Filme „After Forever“, „Der Nachname“ und die Videoveröffentlichung „Lamborghini“ bei. Im Digitalvertrieb erzielten die beiden Filme „Der Nachname“ mit 330.000 digitalen Transaktionen sowie „Lamborghini“ mit 150.000 Transaktionen sehr gute Ergebnisse.

Lizenzhandel/TV-Auswertung - Lizenzstarts im Free-TV hatten die Kinofilme „Guglhupfgeschwader“ (Degeto) und „Drachenreiter“ (ProSieben) sowie im Pay-TV (PPC) „Liebesdings“ (Sky) und „Freibad“ (Sky).

TV-Auftragsproduktion - Im dritten Quartal begannen die Dreharbeiten zu „Sie sagt, er sagt“ (Moovie), „Auf der Walz“ (Constantin Television = CTV), „Cassandra“ (Rat Pack), „Achtsam Morden“ (CTV), „Frankentatort“ (Hager Moss), „Im Nebel“ (Hager Moss), „Krimi aus Passau“ (Hager Moss), „Exterritorial“ (CTV) sowie zu der aufwändigen Serie „Smilla's Sense of Snow“ (CTV).

Bei der Constantin Entertainment starteten unter anderem die Dreharbeiten zum XMAS Special von „LOL – Last One Laughing“, zur vierten Staffel von „Das Strafgericht mit Ulrich Wetzels“ sowie zu einer 15. Staffel „Shopping Queen“.

Die erste Folge der neuen Staffel von „Die Heiland – Wir sind Anwalt“ gab bei der ARD mit 4,05 Millionen Zusehern und einem sehr guten Marktanteil von 16,5 % beim Publikum ab drei Jahren ihren Auftakt. 4,8 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer entschieden sich für die Wiederholung des „Kroatien Krimi – Jagd auf einen Toten“, dessen Marktanteil bei 20,7 % beim Gesamtpublikum lag. „Flunkyball“ erzielte den Primetime-Sieg am Filmmittwoch im Ersten mit 3,6 Millionen Zuschauern und 15 % Gesamtmarktanteil.

Die serielle Verfilmung des gleichnamigen Romans von Romy Hausmann „Liebes Kind“ verzeichnete seit Start auf Netflix am 7. September 2023 über 16 Millionen Abrufe in Deutschland und setzte sich über Wochen an die Spitze der Charts. Mit knapp 200 Millionen gestreamten Stunden weltweit positionierte sich die Serie über mehrere Wochen auf Platz 1 der nicht-englischsprachigen TV-Formate und ist damit die erfolgreichste deutschsprachige Serie aller Zeiten auf Netflix.

Als bewährte Quotengaranten des BR (Bayerischer Rundfunk) lieferten die Auftragsproduktionen „Dahoam is Dahoam“ im Schnitt 660.000 Zuschauer und „Der Sonntagsstammtisch“ in der Spitze über 20 % Gesamtmarktanteil.

Umsatz und Ergebnis (in Mio. CHF)

	01.01. bis 30.09.2023	01.01. bis 30.09.2022	Veränderung
Segmentumsatz	171,7	272,1	-36,9 %
Segmentergebnis	5,6	12,2	-54,1 %

Obwohl sich die Segmentaufwendungen produktionsbedingt im Berichtszeitraum um 74,4 Mio. CHF bzw. 24,1 % auf 234,2 Mio. CHF verringert haben, lag das Segmentergebnis aufgrund der Segmentumsätze unter dem Vorjahreswert.

Operative und wirtschaftliche Entwicklung des Segments Sport und Event

Im dritten Quartal 2023 konnte TEAM die Partnerschaft mit Heineken als Sponsor für die UEFA Champions League für die Spielzeiten 2024 bis 2027 verlängern. Engelbert Strauss erneuerte die Partnerschaft mit der UEFA Europa League und der UEFA Conference League für die Spielzeiten 2024 bis 2027.

Die Aktivitäten der Highlight Event AG richteten sich im dritten Quartal einerseits auf die Verhandlung verschiedener TV-Verträge für die Wiener Philharmoniker sowie mit den Sponsorenverträgen verbundene Veranstaltungen in 2024 und 2025 und andererseits auf den Verkauf der Sponsorenrechte für den Eurovision Song Contest 2024.

Im dritten Quartal erweiterte die Sport1 GmbH ihr Programmportfolio unter anderem mit der Europameisterschaft im olympischen 7er-Rugby in Hamburg, der Hockey-EM der Frauen und Männer, der HYLO PDC Europe Super League 2023 und der World Padel Tour, die in Kooperation mit CUPRA erstmals live im deutschen Free-TV übertragen wurde. In die neue Saison der Fussball-Bundesliga starteten SPORT1 und MAGIC SPORTS MEDIA mit namhaften Werbekunden, darunter Das Örtliche, Krombacher und STAHLWERK sowie Tipico, Neobet und Bet-at-home.

Premiere für innovatives Live-Shopping-Format von MediaMarktSaturn auf SPORT1: BRANDSOME, der im Juni 2023 gestartete neue Live-Shopping-Anbieter der Sport1 GmbH, vereinbarte im September mit dem Elektronikhändler Nummer Eins in Deutschland eine Partnerschaft, die die Kreation und Umsetzung von mehreren Folgen eines neuartigen Live-Shopping-Formats für ausgewählte Consumer-Electronics-Produkte von MediaMarktSaturn beinhaltet.

Erfolg für SPORT1 und PLAZAMEDIA beim Deutschen Fernsehpreis: Für seine Liveberichterstattung von der Darts-WM 2023 wurde Deutschlands führende Sportplattform für den Deutschen Fernsehpreis 2023 in der Kategorie „Beste Sportsendung“ nominiert und als eine der drei besten Sendungen ausgezeichnet. Zum ersten Mal in der Geschichte wurde damit von der Jury eine Darts-Übertragung beim renommiertesten Medienpreis Deutschlands in die Top 3 gewählt. Auch die PLAZAMEDIA GmbH erreichte in ihrer Rolle als Produktionsdienstleister für die Realisierung der FIBA (Federation Internationale de Basketball) EuroBasket 2022 für MagentaTV/Telekom Deutschland eine Top-3-Platzierung.

Mit Starzz vereinbarte SPORT1 im Juli eine Kooperation im Bereich Web3: Im Rahmen der Partnerschaft erwirbt die Sport1 GmbH Gesellschafteranteile an der Starzz LLC, während Starzz auf den SPORT1 Plattformen reichweitenstark platziert wird. Darüber hinaus entwickeln beide Partner neue, gemeinsame Ansätze im Bereich Web3-Technologie auf Basis einer direkten, interaktiven Aktivierung von Stars und Fans.

Zur Vermarktung seiner Digital-Angebote schloss die Sport1 GmbH mit Ströer, Deutschlands reichweitenstärkstem Digitalvermarkter, im September eine Partnerschaft: Ab 1. Januar 2024 wird Ströer für SPORT1 die klassische digitale Direktvermarktung übernehmen. Für die gesamte programmatische Vermarktung wird SPORT1 zudem die Adtech-Lösungen der Ströer Tochter Yieldlove einsetzen.

Zudem gab SPORT1 im dritten Quartal die Fortsetzung der Bühnenshow „Doppelpass on Tour“ bekannt, die in der Saison 2023/24 ab November bundesweit Station in über 25 Städten machen wird. Die Event-Reihe zu Deutschlands Fussball-Talk Nummer Eins wird seit 2021 in Kooperation mit der S-Promotion Event GmbH veranstaltet.

Mit Blick auf die Q3-Marktanteile erreichte SPORT1 im Free-TV bei den Zuschauern ab drei Jahren und in der Kernzielgruppe Männer 14 bis 59 Jahre 0,5 % bzw. 0,9 % und lag damit bei Z3+ auf dem Level des Vorjahresquartals bzw. in der Kernzielgruppe leicht darüber (Q3 2022: 0,8%).

Der Pay-TV Sender SPORT1+ verzeichnete zum 30. September 2023 insgesamt rund 1,89 Millionen Subscriber (30. September 2022: 1,84 Mio.). Die Abonnentenzahl von eSPORTS1 lag zum 30. September 2023 bei ca. 2,11 Millionen Subscribern und damit ebenfalls über dem Niveau des Vorjahresquartals (30. September 2022: 2,09 Mio.).

Im Digitalbereich lagen im dritten Quartal 2023 die Visits um 5 % und die Video Views auf den SPORT1 Plattformen um 2 % knapp unter dem Niveau von Q3 2022. Der leichte Rückgang war u.a. auf die Deaktivierung von Facebook Instant Articles und damit eine verringerte Traffic-Zuführung durch Facebook zurückzuführen.

Umsatz und Ergebnis (in Mio. CHF)

	01.01. bis 30.09.2023	01.01. bis 30.09.2022	Veränderung
Segmentumsatz	113,9	114,0	-0,1 %
Segmentergebnis	-4,2	-6,5	35,8 %

Die Aussenumsätze des Segments Sport und Event lagen mit 113,9 Mio. CHF fremdwährungsbedingt um 0,1 % unter dem Niveau des Vorjahres. Die übrigen Segmenterträge verringerten sich um 1,2 Mio. CHF auf 3,5 Mio. CHF während die Segmentaufwendungen um 5,6 Mio. CHF auf 121,7 Mio. CHF abnahmen. Das Segmentergebnis lag fremdwährungsbedingt bei -4,2 Mio. CHF (Vorjahr -6,5 Mio. CHF).

Risiko- und Chancenbericht

Bei den Risiken und Chancen der Highlight-Gruppe haben sich im dritten Quartal 2023 keine Veränderungen ergeben. Eine detaillierte Beschreibung des Risikomanagementsystems sowie des Risiko- und Chancenprofils befindet sich im Lagebericht unseres Geschäftsberichts 2022.

Ausblick

Segment Film

Im vierten Quartal sind folgende Kinostarts von Constantin-Produktionen in deutschen Kinos geplant:

„Die unwahrscheinliche Pilgerreise des Harold Fry“

„Neue Geschichten vom Pumuckl“

„Das Beste kommt noch!“

„WOW! Nachricht aus dem All“

In der Home-Entertainment-Auswertung, die den digitalen und den physischen Vertrieb umfasst, geht Constantin für den Digitalvertrieb von unverändert guten Absatzzahlen der Neuveröffentlichungen und Katalogprodukte aus.

Für das physische Geschäft, das den Verkauf von bespielten Bild-Tonträgern umfasst, wird durch das rückläufige Konsumverhalten ein weiterer Absatzrückgang erwartet.

Mit der Kinoproduktion „Rehagout-Rendezvous“ sowie mit der französischen Grossproduktion „The Three Musketeers – D’Artagnan“ und dem mit einer Starbesetzung aufwartenden Film „Maybe I Do“, mit Diane Keaton und Richard Gere in den Hauptrollen, stehen dem Home-Entertainment Vertrieb im vierten Quartal 2023 erfolgversprechende Produktionen zur Verfügung.

Der Free-TV-Bereich des Geschäftsfelds Lizenzhandel/TV-Auswertung wird im vierten Quartal dieses Jahres vor allem von den Umsätzen des Kinofilms „Contra“ geprägt sein. Im vierten Quartal hat im Pay-TV (PPC)-Segment vor allem „Der Nachname“ Lizenzbeginn.

Segment Sport und Event

Im nächsten Quartal wird sich TEAM darauf konzentrieren, die Vertriebsaktivitäten für Medien- und Sponsorenrechte für den Zyklus 2024–2027 fortzusetzen. Geplant sind Medienrechte-Ausschreibungen in mehreren Märkten.

Weiterhin wird TEAM die UEFA und ihre Partner bei der Durchführung der Gruppenphase der laufenden Saison sowie bei der Auslosung und der Spielkalendererstellung für das Achtelfinale und die weiteren K.-o.-Runden unterstützen.

Der Ausblick für die Projekte der Highlight Event AG ist positiv. Für die Wiener Philharmoniker liegt das Augenmerk auf der Umsetzung/Erfüllung einer Reihe von Sponsoren- und Medienveranstaltungen (18. November 2023 in der Suntory Hall in Tokio sowie 1. März 2024 in der Carnegie Hall in New York), die die globale Präsenz des Orchesters unterstreichen: Hinzu kommen die Vorbereitungen für das Neujahrskonzert 2024. Im Rahmen des ESC haben die Verkaufsaktivitäten für den ESC 2024 in Malmö

(Schweden) begonnen. Verschiedene Sponsorenverträge konnten bereits frühzeitig abgeschlossen werden, sodass der Fokus auch hier auf der erfolgreichen Vertragserfüllung liegt.

Bei der Sport 1 GmbH liegt der grundsätzliche Fokus auch im Geschäftsjahr 2023 auf der konsequenten multimedialen Content-Nutzung, -Verbreitung und -Kapitalisierung. Neben der Stärkung des 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, Motorsport, Volleyball, Darts, US-Sport und eSports. Angesichts der nach wie vor massiv wachsenden digitalen und plattformübergreifenden Nutzung von Medienangeboten wird das Segment Sport ausserdem die digitale Diversifizierung der Marke SPORT1 weiter vorantreiben und gleichzeitig neue Inhalte und Vermarktungsumfelder schaffen. Dabei plant die SPORT1 MEDIEN Gruppe auf Basis der grossen Reichweiten ihrer Plattformen, der langfristig erworbenen Rechte und der vorhandenen Zielgruppe sukzessive eigene, auf die Zielgruppe ihrer Plattformen abgestimmte digitale Produkte zu schaffen und sich somit unabhängiger vom Werbemarkt zu machen. Ein Schwerpunkt liegt darüber hinaus auf der Planung und Umsetzung von zukunftssträchtigen Projekten im Web3-Bereich.

Bei PLAZAMEDIA bilden auch 2023 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.

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.

Hinweise und zukunftsbezogene Aussagen

Dieses Dokument ist eine Quartalsmitteilung gemäss § 51a der Börsenordnung für die Frankfurter Wertpapierbörse.

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.

Dieses Dokument 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. Sollten sich eines oder mehrere dieser Risiken oder Ungewissheiten realisieren oder sollte es sich erweisen, dass die zugrunde liegenden 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 Dokument enthaltenen Aussagen fortlaufend zu aktualisieren.

Obwohl mit grösstmöglicher Sorgfalt überprüft wird, dass die in diesem Dokument 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 Dokument enthaltenen zukunftsbezogenen Aussagen übernommen.

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*