



# Highlight

Highlight Communications AG



## 1Q2023

## QUARTALSMITTEILUNG zum 31. März 2023

### Highlight-Gruppe mit solider Entwicklung im ersten Quartal 2023

- Die Eigenkapitalquote beträgt 28,2 % (Vorjahr 29,3 %)
- Der Konzernumsatz lag mit 81,2 Mio. CHF um 6,9 Mio. CHF unter dem Vorjahreswert
- Das Betriebsergebnis reduzierte sich auf -5,6 Mio. CHF (Vorjahr -4,2 Mio. CHF)

## Wirtschaftliche Entwicklung der Highlight-Gruppe

### Umsatz und Ergebnis (in Mio. CHF)

	1Q2023	1Q2022	Veränderung
Umsatzerlöse	81,2	88,1	-7,9 %
Betriebsergebnis (EBIT)	-5,6	-4,2	n/a
Konzernperiodenergebnis	-9,5	-7,6	n/a
Ergebnisanteil Anteilseigner	-9,6	-7,5	n/a
Ergebnis je Aktie (in CHF)	-0,17	-0,13	n/a

Der Rückgang der Umsatzerlöse resultierte aufgrund der Fremdwährungseffekte. Die aktivierten Filmproduktionen und anderen aktivierten Eigenleistungen lagen mit 25,7 Mio. CHF um 15,8 Mio. CHF über dem Vorjahreswert.

Der operative Konzernaufwand erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr produktionsbedingt um 7,9 Mio. CHF bzw. 7,4% auf 114,7 Mio. CHF. Massgeblich dafür verantwortlich waren die Produktionskosten im Segment Film.

Infolge resultiert ein EBIT von -5,6 Mio. CHF, nach -4,2 Mio. CHF im Vorjahresquartal und ein Konzernperiodenergebnis von -9,5 Mio. CHF gegenüber -7,6 Mio. CHF im Vorjahresquartal.

### Vermögens- und Finanzlage (in Mio. CHF)

	31.03.2023	31.12.2022	Veränderung
Bilanzsumme	629,0	634,2	-0,8 %
Eigenkapital	177,6	186,0	-4,5 %
Eigenkapitalquote (in %)	28,2%	29,3%	-1,1 Punkte
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	113,2	112,3	0,8 %
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	34,0	29,9	13,6 %

Die langfristigen Vermögenswerte lagen mit einer Zunahme von 14,9 Mio. CHF auf 429,0 Mio. CHF über dem Niveau des Jahresendes 2022. Der Anstieg des Werts des Filmvermögens um 17,4 Mio. CHF auf 172,8 Mio. CHF resultierte insbesondere aus der Zunahme bei den Eigenproduktionen.

Die kurzfristigen Vermögenswerte verminderten sich um 20,1 Mio. CHF auf 200,0 Mio. CHF, wobei Rückgängen der Vertragsvermögenswerte um 11,5 Mio. CHF sowie der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Forderungen um 13,8 Mio. CHF ein leichter Anstieg der Forderungen aus Ertragssteuern um 0,4 Mio. CHF gegenüberstand.

Das Eigenkapital reduzierte sich leicht auf 177,6 Mio. CHF gegenüber 186,0 Mio. CHF zum Jahresende 2022.

## Operative und wirtschaftliche Entwicklung des Segments Film

### Vorbemerkung

Auch wenn die Pandemie für beendet erklärt wurde, sind immer noch Ausfälle bei Produktionen aufgrund von Corona zu verzeichnen; einen finanziellen Ausgleich durch Bund- oder Länderfonds gibt es nicht mehr. Die Ausfallversicherer decken dieses Risiko – zumindest derzeit – noch nicht ab.

Darüber hinaus ist schwer abzuschätzen, welche Auswirkungen die wirtschaftlich angespannte Lage, auch in Bezug auf den Ukraine-Krieg, den Anstieg der Energie- und Lebensmittelpreise, der Lebenshaltungskosten, Fachkräftemangel etc. haben wird. Höhere Lebenshaltungskosten könnten zu einer Kürzung der Freizeitbudgets beim Konsumenten führen, was wiederum weniger Kinobesuche und eine Reduzierung der Ausgaben für z.B. Streamer und im Home Entertainment etc. bedeuten könnte. Des Weiteren könnte ein möglicher Konjunkturerinbruch auch in Folge der Ukrainekrise und der anhaltend hohen Inflation zu sinkenden Werbeeinnahmen und damit einhergehenden Budgetreduktionen bei den privaten Free-TV Sendern führen. Im Bereich des öffentlich-rechtlichen Rundfunks steht in Bezug auf die zwar geplante, aber politisch schwer durchsetzbare, Beitragserhöhung durch die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF), eine Reduzierung der Auftragsvergaben im Produktionsbereich im Raum. Die Auftragsvergabe im Streaming Bereich kann sich rückläufig entwickeln, da sich die US- und auch inländischen Dienste einer wirtschaftlichen Überprüfung ihres Geschäftsmodells gegenübergestellt sehen und die Wachstumsstrategie durch eine wirtschaftliche Betrachtung ersetzt wird.

**Kinoverleih** – Im Berichtszeitraum wurden die Steinzeit-Komödie „Caveman“ nach einem bekannten Bühnenstück, das Young Adult Movie „Perfect Addiction“, die Bestsellerverfilmung „Sonne und Beton“ sowie das Legacy Sequel „Manta Manta - Zweiter Teil“ im Kino gestartet.

**Home Entertainment** – Das erste Quartal 2023 mit den Veröffentlichungen der internationalen Kinoproduktion „After Forever“, sowie den Constantin Eigenproduktionen „Der Nachname“ und „Freibad“ verlief weitgehend im Rahmen der Planung. Zu dem positiven Gesamtergebnis trugen massgeblich die im Digitalvertrieb erzielten Umsatzzahlen, sowie das aus dem digitalen und physischen Vertrieb erzielte Ergebnis der Katalogtitel bei. Der Kinoerfolg „After Forever“ verzeichnete einen Absatz von 2 10.000 Einheiten; „Der Nachname“ wurde kurz vor Ende März 2023 veröffentlicht, so dass noch keine aussagekräftigen Zahlen vorliegen.

**Lizenzhandel/TV-Auswertung** – Lizenzzeitstarts im Free-TV hatten der Kinofilm „Das Beste kommt noch“ (Red Bull Media House GmbH) und im Pay-TV (PPV) u.a. „After Forever“, „Freibad“ und „Der Nachname“ (alle Starts bei Sky).

**TV-Auftragsproduktion** – Im ersten Quartal 2023 begannen die Dreharbeiten zur 20. Staffel von „Dahoam is Dahoam“, zu den beiden Folgen 15 und 16 des „Kroatien Krimis“ sowie dem 6. Teil des „Passau Krimis“.

Constantin Entertainment hat bereits seit Oktober 2022 erfolgreich „Das Strafgericht mit Ulrich Wetzels“ um 16:00 Uhr bei RTL „On Air“. Im ersten Quartal 2023 wurden sehr gute Quoten von bis 14,4% Marktanteil in der Zielgruppe der 14-49jährigen erreicht und Staffel 4 mit 100 weiteren Folgen wurde beauftragt.

„LOL4“ wurde im ersten Quartal 2023 produziert. „LOL“ ist das erfolgreichste Programm von Amazon Prime Video Deutschland.

Für Sky wurde die Dokumentation „Der Anschlag – Angriff auf den BVB“ produziert.

Des Weiteren werden Verhandlungen über die Reality „Kaulitz Hills“ mit Netflix geführt, dies wäre der erste Netflix Auftrag für Constantin Entertainment.

Die Marktanteile (Gesamtmarkt) mehrerer TV-Auftragsproduktionen lagen im ersten Quartal 2023 im zweistelligen Prozentbereich. Top-Quoten-Erfolge bei den Erstaussstrahlungen verbuchten die Kroatien Krimis „Der Todesritt“ und „Split vergisst nie“ im Februar und März auf der ARD mit 5,6 Millionen und 5,4 Millionen Zuschauern und jeweils rund 20% Marktanteil. „Kommissarin Lucas - Du bist mein“ erreichte über 6 Millionen Zuschauer bei 21,8% Marktanteil und bescherte dem ZDF damit den Tagessieg. Die Erstaussstrahlung von „Das perfekte Geheimnis“ auf SAT.1 am 02.01.2023 konnte mit über 15,5%

Marktanteil in der Zielgruppe der 14-29-jährigen punkten. Der von Olga Film für Netflix produzierte Spielfilm „Faraway“ behauptete sich in 89 Ländern in den Top Ten und in 41 Ländern auf Platz 1.

### **Umsatz und Ergebnis** (in Mio. CHF)

	<b>1Q2023</b>	<b>1Q2022</b>	<b>Veränderung</b>
Segmentumsatz	45,0	48,2	-6,6 %
Segmentergebnis	1,1	0,8	40,2%

Der Umsatzrückgang des Segments ist aufgrund der Fremdwährungsumrechnungen.

Die übrigen Segmenterträge, die weitgehend von den aktivierten Filmproduktionen beeinflusst werden, stiegen aufgrund des höheren Produktionsvolumens um 13,8 Mio. CHF auf 26,9 Mio. CHF an. Die Segmentaufwendungen stiegen produktionsbedingt ebenfalls um 10,3 Mio. CHF auf 70,8 Mio. CHF.

### **Operative und wirtschaftliche Entwicklung des Segments Sport und Event**

Im ersten Quartal 2023 setzte TEAM den Vertriebsprozess für die UEFA Champions League, die UEFA Europa League und die UEFA Europa Conference League für die Spielzeiten 2024/25 bis 2026/27 fort. Insbesondere wurden im ersten Quartal des Jahres Rechte für die neuen Spielzeiten in Italien und Lateinamerika verkauft.

Darüber hinaus unterstützte TEAM die Geschäftspartner bei den Vorbereitungen für das Finale der UEFA Champions League in Istanbul, das Finale UEFA Europa League in Budapest und das Finale der UEFA Europa Conference League in Prag.

Die Highlight Event AG konnte im ersten Quartal den Agenturvertrag mit den Wiener Philharmonikern frühzeitig bis ins Jahr 2032 verlängern. Zudem wurde das Neujahrskonzert 2023 erfolgreich für die Medien- und Sponsorenpartner abgewickelt. Die Vorbereitungen für den Eurovision Song Contest 2023 in Liverpool wurden intensiviert und insbesondere der Sponsoringverkauf konnte auch in diesem Jahr erfolgreich abgeschlossen werden.

Die Sport1 GmbH erwarb im ersten Quartal neue Rechte für ihr Programmportfolio – und feierte zudem ihr 30-jähriges Jubiläum:

Von ESPN akquirierte SPORT1 exklusive Rechte an der neuen US-amerikanischen Football-Liga XFL für die nächsten beiden Jahre erworben. Die erste Saison der XFL wurde von Februar bis Mai 2023 ausgetragen. Im Motorsport wurden Rechte am ADAC GT Masters und dem ADAC GT4 Germany erworben. Zudem zeigt SPORT1 in diesem Jahr exklusiv im Free-TV das Highlight-Magazin „Sky Formel 1 Highlights“, im Rahmen einer neuen Kooperation mit Sky und präsentiert vom Automobilclub von Deutschland (AvD) als Sponsor, sowie ein Highlight-Format zur FIA World Rally Championship (WRC). Zudem startete SPORT1 das neue Darts-Format „MADHOUSE – Die Darts Show“ auf YouTube, Facebook und der Smart-TV-App sport1TV, das jeden Donnerstag vor den Liveübertragungen der Premier League auf dem Programm steht. Im eSports-Bereich baute SPORT1 die Partnerschaft mit der ESL aus und zeigt die grössten CS:GO-, Dota 2- und StarCraft II-Turniere bis einschliesslich der Saison 2024/25 exklusiv auf eSPORTS1. Darüber hinaus kooperieren beide Partner in diesem Jahr auch wieder zur Virtual Bundesliga (VBL), die von der Deutschen Fussball Liga (DFL) gemeinsam mit der ESL ausgerichtet und auf SPORT1 übertragen wird.

Im Januar feierte SPORT1 zudem sein Jubiläum „30 Jahre #MITTENDRIN“ und begleitete dies mit besonderen Aktionen, unter anderem mit einer Jubiläums-Ausgabe des „STAHLWERK Doppelpass“ am 22. Januar. Grund zum Feiern hatte SPORT1 auch dank der Darts-WM, mit der neue Rekorde aufgestellt wurden: Bei den 28 WM-Sessions waren von Mitte Dezember bis Anfang Januar im Durchschnitt 600.000 Zuschauer ab drei Jahren (Z3+) dabei, 300.000 Zuschauer davon aus der werberelevanten Kernzielgruppe Männer 14 bis 59 Jahre (M14-59). Neue Alltime-Rekorde wurden auch bei den Marktanteilen für das ganze Turnier aufgestellt – mit 3,3 Prozent (Z3+), 7,5 Prozent (M14-59), 9,4 Prozent (M14-49) und 18,4 Prozent (M14-29). Insgesamt wurde im Turnierverlauf zehn Mal die Millionenmarke, dreimal die Zwei-Millionenmarke und dank des historischen Halbfinaleinzugs von Gabriel Clemens sogar erstmals die Drei-Millionenmarke in der Spitze geknackt – ebenfalls neuer Rekord in der 19-jährigen Übertragungsgeschichte der Darts-WM auf SPORT1.

Im Free-TV erreichte SPORT1 bei den Zuschauern ab drei Jahren und in der Kernzielgruppe Männer 14 bis 59 Jahre im ersten Quartal 2023 Marktanteile von 0,6 % bzw. 1,1 % und lag damit um 16 % (Z3+) bzw. in der Kernzielgruppe sogar 29 % (M14-59)

über Vorjahresquartal. Zu dieser positiven Entwicklung trugen besonders die Rekord- Reichweiten und -Markanteile bei der Darts-WM bei – mit Spitzen-Reichweiten von bis zu 3,78 Millionen Zuschauern.

Im Digitalbereich wurden im ersten Quartal 2023 die Visits um 13 % und die Video Views auf den SPORT1 Plattformen um 30 % gegenüber dem Vorjahresquartal gesteigert. Bei YouTube lagen die Video Views im ersten Quartal 2023 um 34 % über/unter den Werten im ersten Quartal 2022. Die Steigerungen wurden bei den Visits getrieben durch starken SEO-Traffic und App-Reichweite, bei den Video Views besonders durch die Fussball- und Darts-Berichterstattung, während bei YouTube zudem auch das neue „Shorts“-Format für hohe Abrufzahlen sorgte.

In der Vermarktung gewann SPORT1 Business zum Fussball-Rückrundenstart SsangYong Motors Deutschland und Santander als neue Co-Sponsoren für „Bundesliga Pur“.

Den Start in ein neues Produktionszeitalter am Medienstandort München feierte PLAZAMEDIA mit der Eröffnung seines neuen Extended Reality (XR) LED Studios: Das „briX|woRk.studio“ bietet mit einer 120 Quadratmeter grossen LED Wand neuartige und vielfältige Anwendungsmöglichkeiten für innovative und nachhaltig realisierte Produktionen – für Film-, Broadcast- und Produktionsfirmen, aber auch für werbetreibende Unternehmen mit ihren Marken sowie Event- und Kreativ-Agenturen.

Auch bei den weiteren Konzerngesellschaften der Sport1 Medien AG standen im Berichtsquartal der Erhalt und Ausbau bestehender sowie der Aufbau neuer Partner- und Kundenbeziehungen im Mittelpunkt.

#### **Umsatz und Ergebnis** (in Mio. CHF)

	1Q2023	1Q2022	Veränderung
Segmentumsatz	36,2	40,0	-9,4 %
Segmentergebnis	-5,2	-3,3	n/a

Die Aussenumsätze des Segments Sport sanken um 3,8 Mio. CHF auf 36,2 Mio. CHF.

Die übrigen Segmenterträge reduzierten sich um 0,3 Mio. CHF auf 1,1 Mio. CHF während die Segmentaufwendungen um 2,1 Mio. CHF auf 42,6 Mio. CHF sanken. Das Segmentergebnis reduzierte sich insgesamt um 1,9 Mio. CHF auf -5,2 Mio. CHF gegenüber dem Vorjahresquartal.

## Risiko- und Chancenbericht

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

## Ausblick

Ukrainekrise, Handelsstreit zwischen USA und China könnten mittelfristig den internationalen Handel beeinflussen oder sogar behindern. Es könnten sich für Drittländer aber auch Chancen entwickeln. So könnten sich z.B. für Filme mit einem nichtamerikanischen Ursprungszeugnis grössere Chancen auf dem chinesischen Absatzmarkt ergeben. Die geltenden EU-Sanktionen gegen Russland haben bisher keine wesentlichen Auswirkungen auf das Geschäftsfeld der Constantin Film-Gruppe.

### Segment Film

Derzeit kann vorsichtig von einem steigenden Medienkonsum und einer weltweit stärkeren Nachfrage nach audiovisuellen Produkten und damit von einer positiv zu bewertenden Gesamtsituation im Segment Film ausgegangen werden.

Dies vorausgesetzt basiert die Umsatzerwartung für das Jahr 2023 insgesamt auf einem Erfolg versprechenden Portfolio aus attraktiven Eigen-/ Co-Produktionen und Lizenzfilmen für die Bereiche Kino und Home Entertainment. Darüber hinaus werden die Aktivitäten im Geschäftsfeld TV-Auftragsproduktion zunehmen.

Im Kinoverleih in Deutschland sind für das Jahr 2023 mindestens neun Filmstarts geplant. Unter anderem soll „Rehagout-Rendezvous“ aus der sehr erfolgreichen Eberhofer-Krimi-Reihe in den Kinos gestartet werden.

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

Infolge der sich stetig verringernden Akzeptanz des physischen Produktes und der teilweise durch die Teuerung eingetrübten Stimmung beim Endverbraucher wird für das physische Geschäft, das den Verkauf von bespielten Bild-Tonträgern umfasst, ein schwieriges Umfeld erwartet.

Im zweiten Quartal dieses Jahres wird kein Kinofilm im Free TV gestartet; im Pay-TV- (PPC) Segment hat „Stasikomödie“ Lizenzbeginn.

### Segment Sport und Event

Im nächsten Quartal wird TEAM die UEFA und ihre Partner dabei unterstützen, die zweite Saison des aktuellen Rechtezyklus, einschliesslich der Endrunde, erfolgreich abzuschliessen.

Darüber hinaus werden die Vorbereitungen für den Zyklus 2024/25 bis 2026/27, mit der Definition der Markenidentität der Wettbewerbe und der Fortführung der Medien- und Sponsoring-Vertriebsprozesse, fortgesetzt.

Kernfokus der Highlight Event AG ist die erfolgreiche Umsetzung der Verträge (Eurovision Song Contest 2023, Sommernachtskonzert 2023 sowie Sponsorenveranstaltungen in Prag und Tokio) und die Vorbereitung zur Verlängerung des Agenturvertrages mit der Europäischen Fernsehunion (EBU).

Bei der Sport1 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, Eishockey, Basketball, Volleyball, Darts, Tennis, 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 Krypto-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.

Bei den Tochterunternehmen der Sport 1 Medien AG im Sportbereich stehen grundsätzlich der Erhalt und Ausbau bestehender sowie der Aufbau neuer Kundenbeziehungen im Mittelpunkt.

### **Ereignisse nach dem Bilanzstichtag**

Bei der Vergabe der Referenzmittel der Filmförderungsanstalt für das Jahr 2022, welche im April 2023 stattfand, wurde Constantin Film als erfolgreichster deutscher Produzent ausgezeichnet, der Bereich Verleih erzielte den 2. Platz. Damit verbunden ist eine Referenzförderung von rund EUR 1,3 Mio. für den Bereich Produktion und von rund EUR 355.000 für den Bereich Verleih. Die höchsten Fördersummen erzielte „Guglhupfgeschwader“.



## **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*