



# Highlight

Highlight Communications AG



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

- Der Konzernumsatz erhöhte sich um 6,3 Mio. CHF auf 264,7 Mio. CHF (Vorjahr 258,4 Mio. CHF).
- Das Betriebsergebnis (EBIT) belief sich aufgrund von einmaligen Sondereffekten -31,6 Mio. CHF (Vorjahr -7,6 Mio. CHF).
- Die Eigenkapitalquote lag per 30. September 2025 bei 18,2 % (31. Dezember 2024: 24,3 %).

## Wirtschaftliche Entwicklung der Highlight-Gruppe

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

	01.01. bis 30.09.2025	01.01. bis 30.09.2024	Veränderung
Umsatzerlöse	264,7	258,4	2,4%
Betriebsergebnis (EBIT)	-31,6	-7,6	n/a
EBITDA	55,6	37,9	n/a
Konzernperiodenergebnis	-41,4	-18,2	n/a
Ergebnisanteil Anteilseigner	-31,2	-18,2	n/a
Ergebnis je Aktie (in CHF)	-0,55	-0,32	n/a

Aufgrund gestiegener Umsatzerlöse im Kino- und Home Entertainmentbereich im Segment Film legten die Umsatzerlöse im Vergleich zum Vorjahr um 2,4 % zu.

Die übrigen Segmenterträge, die massgeblich von den aktivierten Filmproduktionen geprägt sind, lagen hingegen mit 76,1 Mio. CHF leicht unter dem Niveau des Vorjahrs.

Der operative Konzernaufwand stieg produktionsbedingt um 16,5 Mio. CHF auf 372,4 Mio. CHF.

Entsprechend beträgt das EBIT aufgrund von einmaligen Sondereffekten -31,6 Mio. CHF (Vorjahr -7,6 Mio. CHF) und das Konzernperiodenergebnis -41,4 Mio. CHF (Vorjahr -18,2 Mio. CHF).

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

	30.09.2025	31.12.2024	Veränderung
Bilanzsumme	594,6	624,6	-4,8%
Eigenkapital	108,3	151,9	-28,7%
Eigenkapitalquote (in %)	18,2	24,3	-6,1 Punkte
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	202,0	196,5	2,8%
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	25,6	16,8	52,4%

Die langfristigen Vermögenswerte lagen mit 445,6 Mio. CHF leicht unter dem Niveau zum Jahresende 2024 (-5,4%).

Die kurzfristigen Vermögenswerte betrugen 149,0 Mio. CHF und bewegten sich damit auf einem vergleichbaren Niveau zum Vorjahr (153,7). Zwar stiegen die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente um 8,8 Mio. CHF, dem stand jedoch eine Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen um 16,5 Mio. CHF entgegen.

## Operative und wirtschaftliche Entwicklung des Segments Film

**Kinoproduktion** - Im dritten Quartal 2025 begannen die Dreharbeiten zu insgesamt drei Kinofilmen, „Das gewisse Etwas“ (ein Remake der französischen Erfolgskomödie "Un petit truc en plus"), „Steckerlfischfiasko“ (eine Fortführung der Eberhofer-Reihe) sowie „Der perfekte Urlaub“ (Fortsetzung zur Erfolgskomödie „Das perfekte Geheimnis“).

Im Bereich Rechteerwerb sicherte sich die Constantin Film-Gruppe im gleichen Zeitraum „Family Price“, „Frank & Louis“ und „The Unholy Trinity“.

Der deutsche Kinomarkt verzeichnet derzeit einen Anstieg von 0,1 % bei den Besucherzahlen und 3,6 % beim Umsatz im Vergleich zum gleichen Zeitpunkt im Jahr 2024. Für 2025 wird insgesamt ein leichtes Wachstum bei den Besucherzahlen und Umsätzen erwartet, bedingt durch die Vielzahl an Blockbustern, die im vierten Quartal erwartet werden.

Zum Berichtsstichtag steht das Kinojahr 2025 bei circa 64,1 Mio. Besuchern und einem GBO (Gross Box Office/Kartenumsatz) von 637,4 Mio. Euro; der durchschnittliche Ticketpreis ist mit 9,95 EUR nochmals um 3% zum Vorjahr angestiegen.

Zum Stichtag 30.09. lag der deutsche Marktanteil bei ca. 23% (est. 14,8 Mio. Ad.), hiervon hielt die Constantin 41% der verkauften Tickets. Im Ranking befanden wir uns hier auf Platz 5 der Verleiher-Charts mit einem Marktanteil von 10,6%, als erfolgreichster Independent.

Weiterhin haben die wirtschaftlichen Anspannungen in Deutschland wie auch Europa immer noch starke Auswirkungen auf das Konsumverhalten.

**Kinoverleih** - Im Berichtszeitraum starteten die Filme „September 5“ am 09. Januar 2025, „Criminal Squad 2“ am 16. Januar 2025, „Babygirl“ am 30. Januar 2025, „Bad Genius“ am 20.02.2025, „Ein Mädchen Namens Willow“ am 27. Februar 2025, „In the Lost Lands“ am 06. März 2025, „The Last Showgirl“ am 20. März 2025, „Clown in A Cornfield“ am 29. Mai 2025, „Mädchen Mädchen“ am 03. Juli 2025, „Das Kanu des Manitu“ am 14. August 2025, „Bride Hard“ am 28. August 2025, „22 Bahnen“ am 04. September 2025, sowie „Dangerous Animals“ am 11. September 2025.

**Home Entertainment** - Die im dritten Quartal gestartete Vermarktung der Constantin-Eigenproduktion „In The Lost Lands“, welche vom Erfolgsteam der Resident Evil-Reihe unter der Regie von Paul W.S. Anderson realisiert wurde, überzeugte in der digitalen sowie physischen Auswertung mit sehr guten Umsatzzahlen. Zu den weiteren Auswertungen zählten der Kinder- und Familienfilm „Ein Mädchen namens Willow“. Die von den Produzenten der Fünf Freunde- und Ostwind-Reihe liebevoll realisierte Buchverfilmung konnte im schwer umkämpften Jugendmarkt überdurchschnittliche Umsätze generieren. Der Zukauf aus dem Horror/Splatterbereich „Clown in a Cornfield“ ergänzte das Portfolio und lieferte dem Genre entsprechend sehr zufriedenstellende Zahlen.

Zum positiven Gesamtergebnis trugen auch die sowohl im physischen Vertrieb als auch im Digitalvertrieb erzielten Umsatzzahlen der im ersten Halbjahr 2025 veröffentlichten Filme „Der Spitzname“, „Hagen – Im Tal der Nibelungen“, „Criminal Squad 2“, „Babygirl“, „September 5“, „The Last Showgirl“, „Bad Genius“ und „The Surfer“ bei. Die intensive und stetige Vermarktung der Katalogprodukte und die Teilnahme an branchenübergreifenden Vermarktungsaktionen steuerten ebenfalls zu sehr erfreulichen Umsatzzahlen bei. Einen weit überdurchschnittlich positiven Effekt erzielten Drafting-Aktionen zum Kinostart von „Das Kanu des Manitu“.

Starke Marktanteile im zweistelligen Bereich (Gesamtmarkt) lieferte Constantin Film abermals für die ARD bei den Erstausstrahlungen. Der Franken Tatort „Ich sehe Dich“ kam auf stolze 25,6% Marktanteil mit 7,1 Millionen Zuschauern im Gesamtmarkt. Die neuen Folgen der bereits bestens etablierten Passau Krimis glänzten mit hervorragender Resonanz. „Niemand stirbt gern allein. Ein Krimi aus Passau“ erreichte 4,9 Millionen Zuschauer bei 23,1% Marktanteil, „Bis auf den Knochen. Ein Krimi aus Passau“ erreichte 5,3 Millionen Zuschauer bei 23,1% und „Der Rote Wolf. Ein Krimi aus Passau“ erreichte 5,5 Millionen Zuseher bei 25,7% Marktanteil. „Tödliche Schatten“, eine ungewöhnliche Kombination aus Krimi und Demenzedrama, erzielte 21,8% Marktanteil bei 4,5 Millionen Zusehern. Der Spielfilm „Auf der Walz – Drei Jahre und ein Tag“ punktete mit 18,9% Marktanteil und 3,6 Millionen Zuschauern. Einen Einstand nach Mass lieferte die fünfte Staffel von "Die Heiland – Wir sind Anwalt" auf ARD. Mit 4,26 Millionen Zuschauern und einem Marktanteil von 19,2 % war der Staffelstart ein grosser Erfolg und fand vor allem bei der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen hohen Zuspruch.

Auch bei den Wiederholungen konnten signifikante Werte erreicht werden: „Die Toten am Meer“ erzielten 23,8 % Marktanteil im Gesamtmarkt mit 5,5 Millionen Zusehern, die Sönke Wortmann Komödie „Der Nachname“ punktete als bester Titel im ARD Sommerkino mit 4,8 Millionen Zusehern und 20,3% Marktanteil.

Im Streamingsegment überzeugte die am 17.6.2025 auf Netflix gestartete zweite Staffel der Dokutainment-Show „Kaulitz und Kaulitz“. Im dritten Quartal erreichte die Show gesamt über 6 Millionen Abrufe, seit Start in Summe über 15 Millionen Abrufe.

**Lizenzhandel/TV-Auswertung** – Im Bereich Free-TV hatten im dritten Quartal die Kinofilme „Hagen - Im Tal der Nibelungen“ (RTL), „Die unwahrscheinliche Pilgerreise des Harold Fry“ (ARD) und „Get up“ (RTL) Lizenzzeitstart.

Im Pay-TV (PPC) gingen die Filme „200% Wolf“ und „Das Geheimnis von La Mancha“ (beide Sky) in die Erstauswertung.

**TV-Auftragsproduktion** – Im dritten Quartal begannen die Dreharbeiten zur Romantikkomödie „Wingwoman – Ein Profi verliebt sich nicht“ für das ZDF-Herzokino sowie zu einer 23. Staffel von „Dahoam is Dahoam“ für den Bayerischen Rundfunk.

Bei der Constantin Entertainment begannen im Berichtszeitraum die Dreharbeiten zu zahlreichen Produktionen, darunter zur dritten Staffel von „Kaulitz & Kaulitz“ (Netflix), zur siebzehnten Staffel von „Shopping Queen“ (Vox) und zu einer 8. Staffel zu „Musik in den Bergen“ (BR).

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

	01.01. bis 30.09.2025	01.01. bis 30.09.2024	Veränderung
Segmentumsatz	189,7	141,9	33,7%
Segmentergebnis	2,2	0,5	362%

Aufgrund des Erfolges sowohl im Kinoverleih als auch im Home Entertainment konnte die Highlight Communications AG ihren Segmentumsatz um 33,7 % auf 189,7 Mio. CHF steigern. Da der folgende Anstieg der Segmentaufwendungen im Berichtszeitraum mit 32,2 Mio. CHF unter den Umsätzen lag, stieg das Segmentergebnis um 362 % auf 2,2 Mio. CHF.

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

Im dritten Quartal 2025 unterstützte das UC3 Delivery Team der TEAM-Gruppe die UEFA beim Start der zweiten Saison des kommerziellen Zyklus 2024/25 bis 2026/27 für die UEFA-Klubwettbewerbe der Männer, zu denen auch der UEFA Super Cup in Udine, Italien, gehörte, bei dem sich Paris Saint-Germain im Elfmeterschiessen gegen Tottenham Hotspur durchsetzte. Gleichzeitig sicherte sich die Abteilung Business Development der TEAM-Gruppe eine Partnerschaft mit der Baller League, um die Vertriebsinitiativen auszuweiten und langfristige Kooperationsmöglichkeiten zu prüfen.

Die Highlight Event AG war im dritten Quartal vor allem auf den Verkauf der Sponsorenrechte im Rahmen des Eurovision Song Contest 2026 fokussiert.

SPORT1 setzte im dritten Quartal 2025 seine strategische Transformation fort. Ein Teil der strategischen Neuausrichtung war die Veräusserung der Geschäftsanteile an der PLAZAMEDIA GmbH im Juli.

Im Bereich Entertainment starteten die zweite Staffel des Sport-Reality-Formats *EXATLON* sowie die dritte Staffel des Erfolgsformats *Darts Party*. Die etablierte Programmsäule Sport – allen voran Darts und Fussball – blieb auch im dritten Quartal ein zentraler Reichweitentreiber und wurde erfolgreich ausgebaut. Mit dem Start der neuen Saison der UEFA Champions League kehrte das Kultformat *Fantalk* zurück, womit SPORT1 den Wunsch vieler Fans erfüllt. Darüber hinaus übertrug SPORT1 mehrere Qualifikationsspiele der UEFA Europa League und Champions League live im Free-TV und brachte so europäischen Spitzenfussball ins Programm. Ein weiterer Meilenstein war der Start der neuen Saison der Frauen-Bundesliga, für die SPORT1 erneut die Rechte erworben hat und seit September alle Topspiele live überträgt. Zudem wurde die Icon League im September dauerhaft ins TV- und Digitalangebot integriert, nachdem SPORT1 bereits im Mai das Finalevent der vorigen Saison des innovativen Hallenfussball-Formats erfolgreich übertragen hatte. Ein besonderes Highlight im dritten Quartal stellte das 30-jährige Jubiläum des Formats *Doppelpass* dar, welches mit einer Geburtstagsausgabe mit hochkarätigen Gästen und erstmals einem Fan-Experten gefeiert wurde.

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

	01.01. bis 30.09.2025	01.01. bis 30.09.2024	Veränderung
Segmentumsatz	75,0	116,5	-35,7%
Segmentergebnis	-30,0	-4,5	n/a

Die Aussenumsätze des Segments Sport und Event sanken im Berichtszeitraum auf 75,0 Mio. CHF. Die übrigen Segmenterträge hingegen legten von 2,8 Mio. CHF auf 3,3 Mio. CHF zu. Die Segmentaufwendungen reduzierten sich um 15,5 Mio. CHF auf 108,5 Mio. CHF. Das Segmentergebnis betrug daher -30,0 Mio. CHF (Vorjahr -4,5 Mio. CHF).

## Risiko- und Chancenbericht

Bei den Risiken und Chancen der Highlight-Gruppe haben sich im dritten Quartal 2025 keine Veränderungen ergeben. Eine detaillierte Beschreibung des Risikomanagementsystems sowie des Risiko- und Chancenprofils befindet sich im Lagebericht unseres Geschäftsberichts 2024.

## Ausblick

### Segment Film

Im vierten Quartal sind die Kinostarts der Constantin-Produktionen „Momo“ (Co-Produktion), „Regretting You“, „Pumuckl und das grosse Missverständnis“ (Co-Produktion) und „Der Medicus 2“ (Co-Produktion) in den deutschen Kinos geplant.

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 wird durch das rückläufige Konsumverhalten ein weiterer Absatzrückgang erwartet.

Mit dem Vermarktungsstart Ende des vierten Quartals für den erfolgreichsten deutschen Sommer-Blockbuster „Das Kanu des Manitu“ von Michael Bully Herbig ist angesichts des Kinoerfolgs mit sehr guten Home-Entertainment-Abverkaufszahlen zu rechnen.

Ein weiteres Highlight zum Jahresende ist der koproduzierte US-Film „All das Ungesagte zwischen uns – Regretting You“ nach dem Millionenbestseller von Colleen Hoover. Die Eigenproduktion „Mädchen Mädchen“, sowie die Einkaufstitel „Bride Hard“, „Dangerous Animals“, „London Calling“ und „The Unholy Trinity“ mit Pierce Brosnan runden das Portfolio ab.

Der Free-TV-Bereich des Geschäftsfelds Lizenzhandel/TV-Auswertung wird im vierten Quartal hauptsächlich Umsätze aus den Erstverfügbarkeiten für „Die drei Musketiere – Milady“ (ZDF) und „Der Lügner“ (ARD) generieren. Aus dem Bereich Pay-TV (PPC) sind dagegen keine nennenswerten Umsätze zu erwarten.

### Segment Sport und Event

Auch im kommenden Quartal wird die TEAM-Gruppe die UEFA bei der Durchführung der Ligaphase der laufenden Saison der UEFA Champions League, UEFA Europa League und UEFA Conference League unterstützen. Gleichzeitig wird sich die Abteilung Business Development weiterhin auf die Akquisition neuer Kunden und die Erweiterung des Portfolios der TEAM-Gruppe fokussieren.

Die Highlight Event AG konzentriert sich im vierten Quartal auf den Sponsorenevent der Wiener Philharmoniker in Seoul/Korea (20. November 2025) sowie auf die Vorbereitungen für weitere Sponsoren- und Medienevents im Jahr 2026 (Boston, Hamburg und Tokio) und das Neujahrskonzert 2026. Im Rahmen des ESC 2026 werden die Verkaufsaktivitäten weiter intensiviert, damit neben den bestehenden Partnerschaften (MoroccanOil, Easyjet und Idealista) weitere Sponsoren gewonnen werden können.

Auch im weiteren Jahresverlauf 2025 liegt der strategische Fokus von SPORT1 auf der konsequenten Nutzung, Verbreitung und Kapitalisierung von hochwertigen Inhalten aus Sport und Entertainment. Durch die gezielte Verzahnung beider Bereiche soll die Relevanz von SPORT1 sowohl im linearen als auch im digitalen Raum weiter gesteigert werden. Dabei wird die strategische Neuausrichtung mit der Etablierung von Entertainment-Inhalten im Free-TV und Digitalbereich weiter ausgebaut – sowohl programmlich als auch in der Zielgruppenansprache, insbesondere mit Blick auf junge, digitalaffine Nutzer.

## 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: Constantin Film, UEFA, BrauerPhotos / G.Nitschke*