



Highlight

Highlight Communications AG

Zwischenbericht zum 31. März 2014





Triumph über den Titelverteidiger: Im Halbfinale der UEFA Champions League konnte Real Madrid den FC Bayern München zweimal besiegen und sich damit die Endspielteilnahme sichern.

Auf einen Blick: Ereignisse im ersten Quartal 2014

JAN Mit Wirkung zum 1. Januar 2014 wechselt Bernhard Burgener, bis dahin Vorstandsvorsitzender der Constantin Film AG, in den Aufsichtsrat des Unternehmens. Am 7. Januar wird er zu dessen Vorsitzenden gewählt. Der bisherige Vorsitzende, Fred Kogel, hatte sein Mandat vorzeitig niedergelegt. Neuer Vorstandsvorsitzender der Constantin Film AG ist Vorstandsmitglied Martin Moszkowicz.

Bei der diesjährigen Verleihung des Bayerischen Filmpreises wird der Constantin Film-Blockbuster „Fack ju Göhste“ Mitte Januar mit dem Publikumspreis ausgezeichnet. Regisseur Bora Dagtekin kann diese Trophäe damit zum zweiten Mal in Folge in Empfang nehmen, nachdem im Vorjahr seine Komödie „Türkisch für Anfänger“ bereits die meisten Stimmen erhalten hatte. Darüber hinaus gewinnt die Constantin Film-Co-Produktion „Ostwind“ den Bayerischen Filmpreis in der Kategorie bester Kinder- und Jugendfilm des Jahres 2013.

FEB Auf dem Berlinale-Empfang des FilmFernsehFonds Bayern wird dem „Fack ju Göhste“-Team Mitte Februar 2014 die „Goldene Leinwand mit Stern“ überreicht. Diese sehr selten vergebene Auszeichnung erhalten ausschließlich Filme, für die in Deutschland mehr als sechs Millionen Kinotickets gelöst wurden. Mit insgesamt rund 7,1 Millionen Besuchern belegt die Komödie außerdem Platz drei der ewigen Bestenliste deutscher Kinoproduktionen.

Die Constantin Film-Co-Produktion „Fünf Freunde 3“ begeistert – nur sechs Wochen nach ihrem Kinostart – bereits mehr als eine Million Zuschauer. Damit ist der dritte Teil der Jugendabenteuer-Reihe, die auf den Romanvorlagen von Enid Blyton basiert, noch erfolgreicher als seine beiden Vorgänger.

MAR Am 18. März 2014 wird die Constantin Film-Co-Produktion „3096 Tage“ mit dem Deutschen Hörfilmpreis in der Kategorie Kino ausgezeichnet. Dieser Preis, der seit dem Jahr 2002 verliehen wird, honoriert die Herstellung von Filmen mit sogenannter Audiodeskription, die es blinden und sehbehinderten Menschen ermöglicht, zentrale Elemente der Handlung über eingesprochene Texte zu verfolgen. Mit dem Publikumspreis des Deutschen Hörfilmpreises wird die Constantin Film-TV-Serie „Dahoam is Dahoam“ gewürdigt.

Bei der Vergabe der Referenzmittel der Filmförderungsanstalt für 2013 sichert sich die Constantin Film-Gruppe Ende März 2014 zum neunten Mal in Folge den „Goldenen FFA-Branchentiger“ in der Kategorie Produktion und zum zehnten Mal in Folge in der Kategorie Verleih. Damit verbunden ist eine Referenzförderung von rund 2,6 Mio. EUR für den Bereich Produktion sowie eine Fördersumme in Höhe von 0,63 Mio. EUR für den Bereich Verleih.

Members of the Highlight Group

Constantin Film

RAINBOW
HOME ENTERTAINMENT

TEAM
MARKETING



HIGHLIGHT EVENT & ENTERTAINMENT

Inhalt

Vorwort	2
Die Highlight-Aktie	4
Zwischenlagebericht	7
Grundlagen des Konzerns	7
Bericht über den Geschäftsverlauf und die Lage im Segment Film	10
Bericht über den Geschäftsverlauf und die Lage im Segment Sport- und Event-Marketing	14
Bericht über den Geschäftsverlauf und die Lage im Segment Übrige Geschäftsaktivitäten	15
Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage der Highlight-Gruppe	16
Personalbericht	19
Nachtragsbericht	19
Risiko- und Chancenbericht	19
Prognosebericht	20
Konsolidierte Quartalsrechnung zum 31. März 2014	25
Konsolidierte Bilanz	26
Konsolidierte Gewinn- und Verlustrechnung	28
Konsolidierte Gesamtergebnisrechnung	29
Entwicklung des konsolidierten Eigenkapitals	30
Konsolidierte Kapitalflussrechnung	32
Anhang zur konsolidierten Quartalsrechnung	33

Termine 2014

(im Umschlag hinten)

VORWORT

Sehr geehrte Aktionäre, sehr geehrte Interessenten,

in einem nach wie vor herausfordernden Marktumfeld konnte die Highlight-Gruppe im ersten Quartal 2014 Umsatz- und Ergebniszahlen erzielen, die im Rahmen der Erwartungen lagen.

Infolge einer deutlichen Umsatzsteigerung im Segment Film stieg der Konzernumsatz auf 125,7 Mio. CHF – ein Plus von 43,8 Mio. CHF bzw. 53,5% gegenüber dem Vergleichswert des Vorjahres (81,9 Mio. CHF). Die aktivierten Filmproduktionen und andere aktivierte Eigenleistungen verzeichneten dagegen eine Abnahme um 7,5 Mio. CHF auf 7,8 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 15,3 Mio. CHF), die auf ein niedrigeres Produktionsvolumen im Vergleich zum ersten Quartal 2013 zurückzuführen ist.

Der operative Konzernaufwand erhöhte sich gleichzeitig um 36,5 Mio. CHF bzw. 36,3% auf 137,2 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 100,7 Mio. CHF). Diese Zunahme ist in erster Linie auf die Abschreibungen und Wertminderungen – insbesondere auf das Filmvermögen – zurückzuführen, die auf 65,2 Mio. CHF anstiegen (Vergleichsperiode: 19,2 Mio. CHF). Das Konzernperiodenergebnis lag mit 1,0 Mio. CHF unter dem Vergleichswert des Vorjahres (2,2 Mio. CHF). Auf die Highlight-Aktionäre entfällt davon ein Anteil von 0,7 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 1,8 Mio. CHF), was einem Gewinn je Aktie in Höhe von 0,02 CHF (Vergleichsperiode: 0,04 CHF) entspricht.

Die Constantin Film-Gruppe konnte insbesondere im Kinoverleih gute Resultate erzielen. Mit der Performance aller ihrer Filme, die im ersten Quartal 2014 in den deutschen Kinos liefen, erreichte sie einen beachtlichen Marktanteil von 11,9% nach Besuchern und 11,0% nach Umsatz. Damit belegte sie einmal mehr den Spitzenplatz unter den Independent-Verleihern. Die Basis für diesen Erfolg war einerseits das gute Abschneiden des Jugendabenteuers „Fünf Freunde 3“, das Mitte Januar 2014 anlief und rund 1,2 Millionen Besucher begeisterte. Andererseits lockte der bereits im November 2013 gestartete Sensationserfolg „Fack ju Göhte“ in den ersten drei Monaten dieses Jahres noch einmal rund 1,5 Millionen Zuschauer in die Kinos. Ausserdem konnte die Constantin Film-Gruppe infolge des weltweiten Vertriebs der Co-Produktion „Pompeii“ sowohl im Kinoverleih als auch im Lizenzhandel deutlich höhere Erlöse erzielen als im ersten Quartal 2013.

Das Geschäftsfeld Home Entertainment profitierte im ersten Quartal 2014 von weiterhin stabilen Verkäufen – sowohl von Neuerscheinungen als auch von Katalogtiteln. Besonders erfolgreich verkaufte sich die Constantin Film-Co-Produktion „Chroniken der Unterwelt – City of Bones“, die Mitte Januar in den Handel kam und sich direkt an die Spitze der deutschen Verkaufs-Charts setzte. Insgesamt konnten bis zum Quartalsende bereits 200.000 Einheiten des Titels im deutschsprachigen Raum abgesetzt werden.

Infolge dieser Entwicklungen erhöhten sich die Ausenumsätze des Segments Film um 64,3% auf 112,7 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 68,6 Mio. CHF). Diesem Mehrumsatz stand ein starker Anstieg der Aufwendungen gegenüber, da mit dem Kinostart von „Pompeii“ auch die aktivierten Produktionskosten des Films entsprechend abgeschrieben wurden. Darüber hinaus belasteten Wertminderungen auf das Filmvermögen, insbesondere für den Film „Tarzan“, das Ergebnis. Das Segmentergebnis für die ersten drei Monate des laufenden Geschäftsjahres lag daher mit -2,5 Mio. CHF unter dem Vergleichswert des Jahres 2013 (-1,3 Mio. CHF).

Die TEAM-Gruppe konnte im ersten Quartal 2014 weitere wichtige Abschlüsse im Vermarktungsprozess für die kommerziellen Rechte der UEFA Champions League und der UEFA Europa League (jeweils für den Spielzyklus 2015/16 bis 2017/18) realisieren. TV-Verträge wurden dabei in so unterschiedlichen Märkten wie Italien, Israel oder Myanmar abgeschlossen. Im Bereich der Sponsorenrechte konnte mit dem japanischen Automobilhersteller Nissan ein neuer Sponsor für die UEFA Champions League gewonnen werden.

Die Aussenumsätze des Segments Sport- und Event-Marketing blieben mit 12,4 Mio. CHF nahezu unverändert gegenüber der Vergleichsperiode 2013 (12,5 Mio. CHF). Die Segmentaufwendungen konnten im Berichtszeitraum um 0,4 Mio. CHF auf 7,1 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 7,5 Mio. CHF) reduziert werden, sodass sich das Segmentergebnis auf 5,4 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 5,0 Mio. CHF) verbesserte.

Im Fokus der Highlight Event AG stand zunächst die erfolgreiche kommerzielle Abwicklung des Neujahrskonzerts 2014 der Wiener Philharmoniker. Ein weiterer Schwerpunkt lag auf der Vorbereitung eines Gedenkkonzerts, das das Orchester anlässlich des Ausbruchs des Ersten Weltkriegs vor 100 Jahren spielen wird. Bei dieser Veranstaltung, die Ende Juni in Sarajevo/Bosnien-Herzegowina stattfindet, wird die Highlight Event AG erstmals direkt als Bindeglied zwischen dem Orchester und der Europäischen Rundfunkunion fungieren.

Die Aussenumsätze des Segments Übrige Geschäftsaktivitäten gingen leicht von 0,9 Mio. CHF auf 0,7 Mio. CHF zurück. Gleiches gilt für die Segmentaufwendungen, die sich von 1,7 Mio. CHF auf 1,5 Mio. CHF reduzierten. Der Segmentverlust, der aus dem Bereich Online-/Social-Gaming resultiert, lag bei 0,7 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 0,5 Mio. CHF).

Im Bereich Kinoproduktion sind nach der aktuellen Planung 2014 zehn vielversprechende Filmprojekte für den Kinostart 2015 in der Pipeline. Drei dieser Filme – darunter die Fortsetzungen der weltweiten Kinomagneten „Fantastic Four 2“ und „Resident Evil 6“ – sind englischsprachige Produktionen, die auf den internationalen Markt zugeschnitten sind. Für den deutschen Kinomarkt sollen unter anderem „Ostwind 2 – Die Rückkehr nach Kaltenbach“ sowie ein zweiter Teil von „Fack ju Göhte“ produziert werden.

Für das Geschäftsjahr 2014 rechnen wir auch weiterhin mit einem Konzernumsatz zwischen 380 bis 410 Mio. CHF sowie einem positiven Konzernergebnis.

DIE HIGHLIGHT-AKTIE

Entwicklung der Kapitalmärkte

Nach dem starken Aufwärtstrend im zweiten Halbjahr 2013 tendierten die globalen Aktienmärkte im ersten Quartal 2014 bei hoher Volatilität eher seitwärts oder sogar abwärts. Diese Entwicklung ist auf eine ganze Reihe von Einflussfaktoren zurückzuführen. Dazu zählten ab Mitte Januar Turbulenzen in vielen aufstrebenden Schwellenländern sowie beunruhigende Konjunkturdaten in China und den USA, den beiden grössten Volkswirtschaften der Welt. Hinzu kamen im weiteren Quartalsverlauf wenig überzeugende Jahresergebnisse vieler börsennotierter Unternehmen und die sich stetig zuspitzende Krim-Krise in der Ukraine.

Vor diesem Hintergrund verlor beispielsweise der amerikanische Dow Jones Industrial Average Index in den ersten drei Monaten des laufenden Jahres 1,5 % an Wert und ging am 31. März 2014 mit 16.323 Punkten aus dem Handel. Einen regelrechten Einbruch erlebte der japanische Nikkei 225, der im Vorjahr noch mit hohen zweistelligen Zuwachsraten gegläntzt hatte. Mit einer Schlussnotierung von 14.828 Punkten musste er im ersten Quartal 2014 ein Minus von 9,0 % hinnehmen.

Eine deutlich bessere Performance zeigte der Swiss Market Index (SMI), der auf 8.454 Punkte anstieg und damit einen Zuwachs von 3,1 % erzielen konnte. Im Gegensatz dazu war der deutsche Aktienmarkt von einer uneinheitlichen Entwicklung geprägt. Während der Leitindex DAX mit 9.556 Punkten nahezu unverändert gegenüber seinem Stand zum Jahresende 2013 (9.552 Punkte) blieb, konnte der Small-Cap-Index SDAX um 5,6 % auf 7.169 Punkte zulegen. Der Index für deutsche Medienwerte (DAXsector Media) verlor mit einer Schlussnotierung von 318 Punkten dagegen 6,7 % an Wert.

Entwicklung der Highlight-Aktie im ersten Quartal 2014

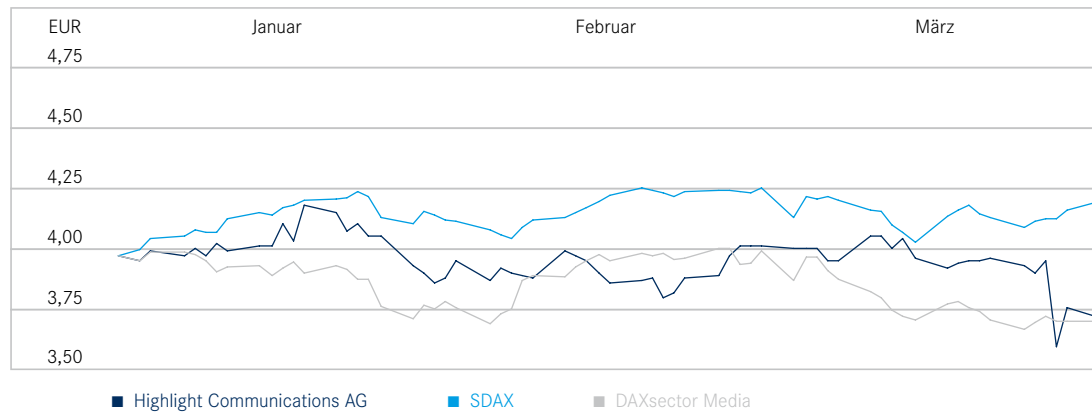
Mit einem Jahresschlusskurs von 3,97 EUR in das neue Börsenjahr gestartet, war der Kursverlauf der Highlight-Aktie in den ersten beiden Handelswochen von einer deutlichen Aufwärtsbewegung gekennzeichnet. In dieser Phase erreichte die Notierung am 17. Januar ihr vorläufiges Schlusskurs-Jahreshoch bei 4,18 EUR. Bedingt durch die allgemeine Marktschwäche setzte danach ein starker Abschwung ein, der bis Ende Januar anhielt und bei einem Kursniveau von 3,86 EUR endete.

Die Monate Februar und März waren dann in weiten Teilen von einer Seitwärtstendenz geprägt, bei der die Notierung in einem Korridor zwischen 3,80 EUR und 4,05 EUR pendelte. Nach der Veröffentlichung unseres Geschäftsberichts 2013 sank der Kurs kurzfristig auf 3,60 EUR, lag am darauffolgenden Tag jedoch schon wieder bei 3,76 EUR. Am 31. März ging die Highlight-Aktie mit 3,72 EUR aus dem Xetra-Handel und verzeichnete somit im ersten Quartal 2014 ein Kursminus von 6,3 %. Das 52-Wochen-Hoch lag zum Quartalsende bei 4,45 EUR (2. April 2013) und das 52-Wochen-Tief bei 3,43 EUR (7. November 2013).

Im Zeitraum Januar bis März 2014 wurden 1,40 Millionen Highlight-Aktien im Xetra-Handelssystem der Deutsche Börse AG umgesetzt, was einem Tagesdurchschnitt von knapp 22.300 Stück entspricht. Im Vergleich zum ersten Quartal 2013 (53.800 Stück pro Handelstag) haben sich die Umsätze des Titels somit deutlich verringert. Im Handelsvolumen-Ranking der Deutsche Börse AG für die Segmente unterhalb des DAX lag die Highlight-Aktie zum 31. März 2014 damit auf Platz 110 (Jahresende 2013: 103). Beim Bewertungskriterium „Free-Float-Marktkapitalisierung“ ergab sich ebenfalls Rang 110 (Jahresende 2013: 111).

Xetra-Schlusskurse der Highlight-Aktie im Vergleich zu SDAX und DAXsector Media

Indizes zum Vergleich indexiert auf den Highlight-Schlusskurs zum 31. Dezember 2013



Gezeichnetes Kapital und Aktionärsstruktur

Beim gezeichneten Kapital der Highlight Communications AG ergaben sich im ersten Quartal 2014 keine Veränderungen. Zum Stichtag 31. März 2014 betrug es weiterhin 47,25 Mio. CHF, eingeteilt in 47,25 Millionen Inhaberaktien zum Nennwert von 1,00 CHF. Transaktionen mit eigenen Anteilen wurden im Berichtszeitraum nicht getätigt, sodass der Bestand an eigenen, nicht stimmberechtigten Aktien zum Quartalsende nach wie vor bei rund 2,72 Millionen Stück lag. In Relation zum gezeichneten Kapital entspricht dies einem Anteil von 5,75%. Nach Abzug dieser Anteile befanden sich demzufolge 44,53 Millionen Aktien im Umlauf.

Auch in der Aktionärsstruktur ergaben sich im Berichtszeitraum keine Veränderungen. 52,39% der Highlight-Aktien befinden sich im Besitz der Constantin Medien AG. Weitere wesentliche Aktienpakete werden von Mitgliedern des Verwaltungsrates sowie von privaten und institutionellen Investoren gehalten. Der Streubesitz (Free Float) gemäss Definition der Deutsche Börse AG lag zum 31. März 2014 bei 41,86%.

Investor-Relations-Aktivitäten

Einer der Schwerpunkte unserer Investor-Relations-Aktivitäten ist die zeitnahe und umfassende Information von Investoren, Analysten und der Finanzpresse. Die Basis dafür bilden in erster Linie unsere regelmässig veröffentlichten Geschäfts- und Zwischenberichte, die einen detaillierten Einblick in die aktuelle Entwicklung unseres Unternehmens vermitteln. Darüber hinaus informieren wir die Kapitalmarktteilnehmer über alle wesentlichen Ereignisse in Form von Presse- und Ad-hoc-Mitteilungen. Umfangreiche Fakten zur Highlight-Gruppe werden ausserdem auf unserer Webseite (www.highlight-communications.ch) zur Verfügung gestellt.

Das Kernelement unserer Investor-Relations-Arbeit ist und bleibt jedoch die persönliche Kommunikation über aktive und offene Dialoge. Zu diesem Zweck führen wir Präsentationen und Roadshows an internationalen Finanzplätzen durch und nehmen an Veranstaltungen für Analysten und Investoren teil. Es ist unser erklärtes Ziel, mit dieser Form der Öffentlichkeitsarbeit sowohl eine faire Bewertung der Highlight-Aktie zu erreichen als auch potenzielle Anteilseigner von der Werthaltigkeit eines Investments in unser Unternehmen zu überzeugen.

Die Highlight-Aktie wird derzeit aktiv von zahlreichen Researchhäusern beobachtet. Aktuell sind folgende Studien mit Kurszielen erstellt worden:

Close Brothers Seydler Research	Einschätzung: Kaufen	Kursziel: 5,00 EUR
DZ BANK	Einschätzung: Kaufen	Kursziel: 7,00 EUR

Informationen zur Highlight-Aktie zum 31. März 2014

ISIN/Börsenkürzel	CH 000 653 9198/HLG
Index	DAXsector Media
Schlusskurs	3,72 EUR
52-Wochen-Hoch	4,45 EUR
52-Wochen-Tief	3,43 EUR
Gezeichnetes Kapital	47,25 Mio. CHF
Aktien im Umlauf	44,53 Mio. Stück
Marktkapitalisierung (bezogen auf Aktien im Umlauf)	165,7 Mio. EUR

Directors' Dealings/Aktienbesitz von Organen zum 31. März 2014

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

Der Präsident und Delegierte des Verwaltungsrates, Bernhard Burgener, und das Verwaltungsratsmitglied René Camenzind hielten zum 31. März 2014 jeweils direkt oder indirekt einen Bestand an Highlight-Aktien, der mehr als 1 % des gezeichneten Kapitals entsprach. Der jeweilige Aktienbesitz und die Aktienansprüche aus Optionsrechten der Mitglieder des Verwaltungsrates und der Konzernleitung (inkl. der ihnen nahestehenden Personen) stellten sich zum Ende des ersten Quartals wie folgt dar:

Verwaltungsrat	Aktienbesitz	Aktienanspruch aus Optionen
Bernhard Burgener, Präsident und Delegierter, exekutives Mitglied	2.000.000	-
Martin Wagner, Vizepräsident, exekutives Mitglied	-	-
Antonio Arrigoni, nicht exekutives Mitglied	-	-
René Camenzind, nicht exekutives Mitglied	628.715	-
Dr. Erwin V. Conradi, nicht exekutives Mitglied	177.000	-
Dr. Dieter Hahn, nicht exekutives Mitglied	21.000	-
Martin Hellstern, nicht exekutives Mitglied	200.000	-
Dr. Ingo Mantzke, exekutives Mitglied	100.000	-
Konzernleitung		
Dr. Paul Graf, Managing Director	-	-
Peter von Büren, Managing Director	-	-

ZWISCHENLAGEBERICHT

GRUNDLAGEN DES KONZERNS

Konzernstruktur und Geschäftstätigkeit

Die seit Mai 1999 an der Frankfurter Wertpapierbörse notierte Highlight Communications AG ist eine international ausgerichtete Strategie- und Finanzholding mit Sitz in Pratteln bei Basel. Über ihre operativ tätigen Tochtergesellschaften agiert sie in den Segmenten Film, Sport- und Event-Marketing sowie Übrige Geschäftsaktivitäten.

Segment Film

Im Segment Film hält die Highlight Communications AG eine 100%-Beteiligung an der Constantin Film AG, München, die mit ihren Tochter- und Beteiligungsgesellschaften Deutschlands bedeutendster unabhängiger Produzent und Verleiher von Kinofilmen ist. Ihr Tätigkeitsfeld umfasst die Entwicklung und Herstellung von Filmen sowie die Auswertung von eigenproduzierten und erworbenen Filmrechten. Die selbst produzierten Filme werden in der Regel weltweit vermarktet, die Fremdproduktionen im Wesentlichen im deutschsprachigen Raum. Dabei werden alle Stufen der Verwertungskette – vom Kinoverleih über DVD-/Blu-ray-Veröffentlichungen bis hin zur TV-Ausstrahlung – ausgeschöpft. Neben Kinofilmen erstellt die Constantin Film-Gruppe fiktionale und non-fiktionale Produkte für deutsche und ausländische TV-Sender.

Im Schweizer Kinomarkt ist die Highlight-Gruppe durch die Constantin Film Schweiz AG, Pratteln, präsent, an der die Highlight Communications AG indirekt zu 100% beteiligt ist. Die Gesellschaft ist auf die Herstellung und den Vertrieb von Film-, Fernseh- und Videoproduktionen sowie die Erbringung von Dienstleistungen im Bereich Unterhaltung und neue Medien spezialisiert.

Zur bestmöglichen Verwertung der Videorechte an Eigen- und Lizenztiteln besitzt die Highlight Communications AG eine eigene Vertriebsorganisation. In der Schweiz und in Österreich erfolgt der Vertrieb über die Tochtergesellschaften Rainbow Home Entertainment, die sich zu jeweils 100% im Besitz des Unternehmens befinden. Im deutschen Markt arbeitet die Highlight Communications (Deutschland) GmbH mit Paramount Home Entertainment zusammen.

Die wesentlichen Finanzierungsquellen im Segment Film resultieren aus der Auswertung der eigenproduzierten und erworbenen Filmrechte über alle Stufen der Verwertungskette. Weitere Einnahmen werden aus den Produktionsaufträgen für TV-Sender und aus den nationalen und internationalen Zuwendungen aus der Filmförderung generiert. Die wesentlichen Aufwandsposten umfassen Erwerbs- und Verwertungsrechte an Drehbüchern und Stoffen, Produktionskosten sowie Vermarktungs- und Herausbringungskosten für die einzelnen Filme (Marketing und Kopien).

Segment Sport- und Event-Marketing

Im Segment Sport- und Event-Marketing hält die Highlight Communications AG eine 100%ige Beteiligung an der Team Holding AG (TEAM). Die in Luzern ansässige TEAM-Gruppe ist auf die globale Vermarktung internationaler Sport-Grossveranstaltungen spezialisiert. Als eine der weltweit führenden Agenturen auf diesem Gebiet vermarktet sie im Auftrag des Europäischen Fussballverbands (UEFA) exklusiv sowohl die UEFA Champions League als auch die UEFA Europa League und den UEFA Super Cup.

Die wesentlichen Finanzierungsquellen im Segment Sport- und Event-Marketing sind die mit der Vermarktung der TV- und Sponsorenrechte verbundenen Agenturprovisionen.

Segment Übrige Geschäftsaktivitäten

Das Segment Übrige Geschäftsaktivitäten umfasst die Aktivitäten der an der Schweizer Börse (SIX Swiss Exchange) notierten Highlight Event & Entertainment AG, Dürnten, an der die Highlight Communications AG mit 68,63% beteiligt ist. Das Unternehmen agiert im Event- und Entertainment-Geschäft und besitzt die Vermarktungsmandate für den Eurovision Song Contest und die Wiener Philharmoniker. Darüber hinaus

hält die Highlight-Tochtergesellschaft Rainbow Home Entertainment AG einen Anteil von 50,004 % an der Full-Service-Agentur Pokermania GmbH, Köln, die sich auf die Entwicklung von Online-Gaming-Geschäftsmodellen sowie auf den Markt der Social Games spezialisiert hat. Diese Aktivitäten im Bereich Online-/Social-Gaming werden dem Segment Übrige Geschäftsaktivitäten zugerechnet.

Die wesentlichen Finanzierungsquellen im Segment Übrige Geschäftsaktivitäten sind die mit der Vermarktung der TV- und Sponsorenrechte verbundenen Agenturprovisionen sowie die aus der Vermarktung der Social-/Online-Gaming-Produkte resultierenden Erlöse. Die wesentlichen Aufwandsposten umfassen hier Technikkosten sowie jene Kosten, die mit der Entwicklung und Programmierung neuer Social-/Online-Gaming-Produkte verbunden sind.

Steuerungssystem und Leistungsindikatoren

Konzernsteuerung

Verantwortlich für die strategische Ausrichtung und Steuerung der Highlight-Gruppe ist der Verwaltungsrat der Highlight Communications AG. Die Verantwortung für die operativen Aktivitäten liegt dagegen beim Führungsgremium der jeweiligen Tochtergesellschaft. Bei der Team Holding AG ist dies der Verwaltungsrat, der aktuell aus vier Mitgliedern besteht, bei der Constantin Film AG der Vorstand, der drei Personen umfasst, und bei der Highlight Event & Entertainment AG der ebenfalls aus drei Mitgliedern bestehende Verwaltungsrat. Grundlage für die Steuerung aller Aktivitäten innerhalb der Highlight-Gruppe sind Kurz- und Mittelfristplanungen sowie regelmässige Reportings.

Finanzielle Leistungsindikatoren

Vorrangiges Ziel der Highlight-Gruppe ist die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes. Zur Planung, Steuerung und Kontrolle der Geschäfte wurde daher ein Wertmanagement-System entwickelt und eingeführt. Die wesentlichen finanziellen Steuerungsgrössen sind das Betriebsergebnis (EBIT) und die EBIT-Marge, die sich aus dem Verhältnis zwischen EBIT und Umsatzerlösen errechnet. Ein weiterer wichtiger Parameter ist das Ergebnis je Aktie.

Nicht finanzielle Leistungsindikatoren

Der wirtschaftliche Erfolg der Gruppe wird darüber hinaus von nicht finanziellen Leistungsindikatoren beeinflusst, die aus den Anforderungen des jeweiligen Geschäftsmodells in den Segmenten Film, Sport- und Event-Marketing sowie Übrige Geschäftsaktivitäten resultieren:

- Im Geschäftsfeld TV-Auftragsproduktion sind Reichweiten und Marktanteile wichtige Bezugsgrössen zur Beurteilung des Publikumserfolgs eines ausgestrahlten Formats und häufig die Grundlage bei Entscheidungen über zukünftige Beauftragungen.
- Im Geschäftsfeld Kinoverleih ist die Anzahl der Zuschauer, die ein Film generiert, einer der entscheidenden Faktoren, da sich der Kinoerfolg in der Regel auch auf die nachfolgenden Auswertungsstufen – insbesondere im Bereich Home Entertainment – auswirkt. Trotz intensiver vorheriger Marktbeobachtungen in den Zielgruppen ist der Geschmack des Kinopublikums allerdings nur begrenzt einschätzbar. Darüber hinaus konkurrieren die von der Constantin Film-Gruppe herausgebrachten Kinofilme stets mit den gleichzeitig laufenden Titeln anderer Verleiher, sodass auch eine perfekt auf den jeweiligen Film abgestimmte Marketingkampagne nicht immer zu den erwarteten Besucherzahlen führen kann.
- Beim Erwerb der Rechte an literarischen Vorlagen und Drehbüchern sowie beim Abschluss von Verträgen mit erfolgreichen Regisseuren, Schauspielern und Filmstudios ist die Constantin Film-Gruppe einem starken Wettbewerb ausgesetzt. Daher arbeitet sie schon seit Jahrzehnten sehr eng mit renommierten und erfahrenen Drehbuchautoren, Regisseuren und Produzenten im In- und Ausland zusammen, die über grosses Know-how bei der Produktion von Kinofilmen und TV-Formaten verfügen.

- Nicht nur im Hinblick auf das zunehmend digitale und konvergente Mediennutzungsverhalten und die Transformation hin zur Nutzung plattformübergreifender Angebote sind sowohl die technische als auch die inhaltliche Kompetenz entscheidend. Entsprechend wichtig ist die Rekrutierung, Förderung und Sicherung von gut ausgebildeten, fachkundigen, engagierten und kreativen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.
- Darüber hinaus sind ein ausgeprägtes Kontaktnetz sowie enge und vertrauensvolle Beziehungen zu den Geschäftspartnern wichtige Indikatoren für den Erfolg der Highlight-Gruppe. Im Segment Film kommt insbesondere der Zusammenarbeit mit Drehbuchautoren, Regisseuren und Produzenten im In- und Ausland eine grosse Bedeutung zu. In den Segmenten Sport- und Event-Marketing und Übrige Geschäftsaktivitäten sind bei der Vermarktung internationaler Sport-Gross- und Entertainment-Veranstaltungen vertrauensvolle Geschäftsbeziehungen zu den Rechteinhaltern sowie bestehenden und potenziellen Sponsoren entscheidend.

Rechtliche Einflussfaktoren

Die Highlight Communications AG hat einer Vielzahl börsenrechtlicher und gesetzlicher Vorschriften zu folgen. Als Aktiengesellschaft nach Schweizer Recht richtet sie sich – neben den Bestimmungen der Frankfurter Wertpapierbörse für den regulierten Markt (Prime Standard) – nach den „Codes of Best Practice“ der SIX Swiss Exchange. Die operativen Aktivitäten der Highlight-Tochter- und Beteiligungsgesellschaften erfolgen im Einklang mit einer Vielzahl medien-, datenschutz- und urheberrechtlicher sowie regulatorischer Vorgaben.

Im Vergleich zur Darstellung im Bericht über die Lage der Highlight-Gruppe des Geschäftsberichts 2013 der Highlight Communications AG gab es bei den rechtlichen Einflussfaktoren im Segment Film folgende Veränderungen:

Bei der Produktion von Filmen nutzt die Constantin Film-Gruppe verschiedene nationale und internationale öffentliche Filmfördermittel. Die deutsche Bundesregierung fördert die Produktion von Kinofilmen in Deutschland, um die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Filmwirtschaft in Deutschland zu verbessern, filmwirtschaftliche Unternehmen und deren internationale Wettbewerbsfähigkeit zu unterstützen sowie den Filmproduktionsstandort Deutschland nachhaltig auszubauen. Im Jahr 2013 stellte die Bundesregierung über Förderprogramme und Auszeichnungen rund 30 Mio. EUR für die Produktion deutscher Filme zur Verfügung. Im Jahr 2014 stellt sie zudem 60 Mio. EUR für den „Deutschen Filmförderfonds“ (DFFF) zur Verfügung, aus dem den Produzenten bis zu insgesamt 20% bestimmter Filmproduktionskosten erstattet werden. Auch die Bundesländer stellen jährlich nicht unerhebliche Finanzmittel für die Produktion von deutschen Filmen zur Verfügung. Ausserdem werden von der Europäischen Union Filmförderungen vergeben.

Der vom deutschen Bundeskabinett beschlossene Gesetzesentwurf zur Novellierung des Filmförderungsgesetzes (FFG) ist mit den geplanten Änderungen (Ausweitung der Abgabepflicht auf weitere Filmverwerter, Flexibilisierung der Sperrfristen etc.) zum 1. Januar 2014 in Kraft getreten. Die Verfassungsmässigkeit des FFG wurde am 28. Januar 2014 durch die Richter des deutschen Bundesverfassungsgerichts bestätigt.

Der Europäische Gerichtshof hat mit seinem Urteil vom 27. März 2014 bejaht, dass Gerichte Internetanbieter dazu verpflichten können, Webseiten, die illegale Inhalte anbieten, für ihre Kunden zu sperren. Mit diesem Urteil ist ein weiterer Meilenstein gegen die Piraterie und für die Kreativindustrie geschaffen worden.

Marktforschung und Entwicklung

Im Vergleich zur Darstellung im Bericht über die Lage der Highlight-Gruppe des Geschäftsberichts 2013 der Highlight Communications AG gab es im Hinblick auf die Aktivitäten der Gesellschaften in den verschiedenen Segmenten im Bereich Marktforschung und Entwicklung keine Veränderungen.

BERICHT ÜBER DEN GESCHÄFTSVERLAUF UND DIE LAGE IM SEGMENT FILM

Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Kinoproduktion/Rechteerwerb

Auf dem Filmmarkt der diesjährigen Berlinale im Februar 2014 waren sowohl das Angebot als auch die Nachfrage nach hochwertiger Lizenzware eher schwach – eine Tatsache, die im Vorjahr bereits auf den Filmmärkten in Cannes, Toronto und Los Angeles festzustellen war. Diese Entwicklung ist in erster Linie darauf zurückzuführen, dass der Abschluss entsprechender Verträge auf diesen Märkten inzwischen eher die Ausnahme als die Regel ist. Darüber hinaus sind die einschneidenden Veränderungen in der Filmindustrie auch an den Filmmärkten nicht spurlos vorübergegangen, wobei insbesondere die Möglichkeiten der Digitalisierung und die strategische Neuausrichtung der Hollywood-Studios den Markt verändert haben.

TV-Auftragsproduktion

Die Diskussionen über die Verlagerung vom klassischen TV-Konsum hin zur zeitlich individuellen Nutzung von internetbasierten Programminhalten haben weiter zugenommen. Insbesondere das Nutzungsverhalten jüngerer Zuschauer verändert sich, wobei Social Media, YouTube oder die Nutzung eines zweiten Bildschirms (Smartphone, Tablet-PC etc.) eine immer grössere Rolle beim Konsum von Bewegtbild-Inhalten spielen. Aus diesem Grund werden verstärkt Konzepte umgesetzt, die plattformübergreifend oder sogar komplett losgelöst vom klassischen Fernsehen funktionieren. Beispielhaft dafür steht die Online-Sendergruppe Mediakraft Networks, die Programmformate produziert und – ohne vorherige TV-Ausstrahlung – über Portale wie YouTube, Clipfish und Snack-TV verbreitet.

In anderen Ländern hat sich die Fernsehlandschaft durch Online-Dienste wie Netflix, amazon, Hulu und andere Anbieter bereits massgeblich verändert. So können beispielsweise Netflix-Nutzer in den USA für nur knapp acht US-Dollar monatlich unbegrenzt bestimmte Filme und Serien ohne festgelegtes Programmschema abrufen. Auch in Deutschland ist der Weg für Netflix inzwischen frei geworden, nachdem der gemeinsame Video-on-Demand-Dienst von ARD und ZDF nach einer Intervention der Aufsichtsbehörden eingestellt werden musste.

Auf der Seite der TV-Produzenten ist die Absenkung des Rundfunkbeitrags, die von der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten empfohlen wurde, auf einstimmige Ablehnung gestossen. So forderte beispielsweise die Produzentenallianz, auf eine Beitragssenkung zu verzichten. Der erwartete Überschuss aus den Rundfunkbeiträgen sollte eher dazu genutzt werden, die gestiegenen Kosten im Produktionsbereich auszugleichen, die in der Vergangenheit von den TV-Produzenten getragen werden mussten. Nur auf diese Weise sei es möglich, Umfang und Qualität der TV-Produktionen zukünftig nicht weiter zu gefährden.

Kinoverleih

In den deutschen Kinos wurden in den ersten drei Monaten des Jahres 2014 rund 248 Mio. EUR (erstes Quartal 2013: rund 265 Mio. EUR) umgesetzt und gut 30,7 Millionen Kinotickets (erstes Quartal 2013: 33,1 Millionen) verkauft. Gemessen am Umsatz lag der Kinomarkt damit um 6,4 % und nach Besuchern um 7,3 % unter den Vergleichswerten des Vorjahres.

Dieser Rückgang ist vor allem auf die relativ schwache Performance vieler Hollywood-Produktionen zurückzuführen, wobei insbesondere die auf ein junges Publikum zugeschnittenen US-Filme deutlich hinter den Erwartungen zurückblieben. Überzeugende Resultate erzielte nur das Finanzdrama „The Wolf of Wall Street“, das mit knapp 2,4 Millionen Zuschauern der besucherstärkste Film des ersten Quartals war. Daneben konnten lediglich zwei amerikanische Produktionen siebenstelligen Zuschauerzahlen generieren: das Fantasy-Spektakel „Der Hobbit: Smaugs Einöde“ (rund 1,5 Millionen) und der CGI-Film „Die Eiskönigin – Völlig unverfroren“ (mehr als 1,2 Millionen), die allerdings schon Mitte Dezember bzw. Ende November 2013 angelaufen waren.

Im Gegensatz dazu konnten im ersten Quartal 2014 bereits fünf deutsche Eigen- und Co-Produktionen mehr als eine Million Besucher in die Kinos locken. An der Spitze der Neustarts stand dabei die Matthias Schweighöfer-Komödie „Vaterfreuden“ (knapp 2,3 Millionen), gefolgt vom Überraschungserfolg „Stromberg – Der Film“ (mehr als 1,2 Millionen) und der Constantin Film-Co-Produktion „Fünf Freunde 3“ (rund 1,2 Millionen). Hinzu kamen die bereits im Vorjahr angelaufenen Blockbuster „Der Medicus“ (erstes Quartal 2014: mehr als 2,4 Millionen) und „Fack ju Göhte“ (erstes Quartal 2014: knapp 1,5 Millionen).

Auf der Basis dieser Publikumserfolge erhöhte sich der Besucher-Marktanteil deutscher Filme in den ersten drei Monaten des laufenden Jahres auf 41,7 % (erstes Quartal 2013: 31,9 %) – ein Wert, der schon seit Jahrzehnten nicht mehr erreicht werden konnte.

Home Entertainment

Die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) prognostizierte für die ersten beiden Monate des Jahres 2014* einen Gesamtumsatz von 271 Mio. EUR im deutschen Video-Kauf- und -Leihmarkt. Damit lag die deutsche Home-Entertainment-Branche leicht unter dem Vergleichswert des Vorjahres von 276 Mio. EUR.

Mit dem Verkauf von DVDs und Blu-ray-Discs wurde nach der GfK-Prognose in den Monaten Januar und Februar 2014 ein Einzelhandelsumsatz von 191 Mio. EUR (Vergleichszeitraum 2013: 207 Mio. EUR) erwirtschaftet. Davon entfielen 131 Mio. EUR auf die DVD – 11,4 % weniger als im Vorjahreszeitraum (148 Mio. EUR). Die Umsätze mit Blu-ray-Discs stiegen dagegen von 59 Mio. EUR auf 60 Mio. EUR an und gewannen damit weiter an Bedeutung.

Weiterhin im Aufwind befand sich auch der digitale Video-Kaufmarkt: Der Umsatz mit Electronic-Sell-Through erhöhte sich in den ersten beiden Monaten des Jahres 2014 um 33,3 % auf 16 Mio. EUR (Vergleichszeitraum 2013: 12 Mio. EUR). Die Umsatzsteigerungen bei Blu-ray und Electronic-Sell-Through konnten den Umsatzrückgang bei der DVD allerdings nicht ganz kompensieren, sodass der Gesamtumsatz im physischen und digitalen Kaufmarkt von 219 Mio. EUR auf 207 Mio. EUR zurückging.

Für den Video-Leihmarkt prognostizierte die GfK in den Monaten Januar und Februar 2014 einen Gesamtumsatz von 64 Mio. EUR – ein Plus von 12,3 % gegenüber dem Vergleichszeitraum 2013 (57 Mio. EUR). Davon entfielen 38 Mio. EUR (Vergleichszeitraum 2013: 39 Mio. EUR) auf Leihvorgänge mit DVDs und Blu-ray-Discs und 26 Mio. EUR (Vergleichszeitraum 2013: 18 Mio. EUR) auf digitale Leihvorgänge via Video-on-Demand oder Pay-per-View. Der digitale Video-Leihmarkt konnte damit um 44,4 % zulegen und seine positive Entwicklung des Vorjahres fortsetzen. Dieser Zuwachs steht insbesondere im Zusammenhang mit den steigenden Verkaufszahlen internetfähiger TV-Geräte, die den digitalen Verleih vorantreiben.

**) Die Daten für das erste Quartal 2014 lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor.*

Lizenzhandel/TV-Auswertung

Nach aktuellen Auswertungen verbrachte im Jahr 2013 jeder Erwachsene und Jugendliche (ab 14 Jahren) in Deutschland durchschnittlich 221 Minuten pro Tag vor dem Fernsehgerät. Allerdings konkurrieren die frei empfangbaren Fernsehsender immer stärker mit Bezahlsendern, Downloadportalen und Streaming-Plattformen, wobei Pay-TV teilweise sogar als wachstumsstärkstes Segment im deutschen Fernsehmarkt bezeichnet wird. Insbesondere beim Konsum von Serien scheinen Streaming-Plattformen wie massgeschneidert für die Bedürfnisse der Zuschauer zu sein, da sie sich dort mehrere Folgen oder sogar ganze Staffeln am Stück ansehen können.

Eine immer grössere Rolle spielen auch Video-on-Demand-Angebote, wie beispielsweise die von Apple betriebene Plattform iTunes, Maxdome von ProSiebenSat.1, Videoload, das Video-on-Demand-Angebot der Deutschen Telekom, Select Video von Kabel Deutschland oder auch Prime von amazon.

Operative Entwicklung

Neue Eigen- und Co-Produktionen im Bereich Kinoproduktion

Nach dem grossen Erfolg der Romanverfilmung „Dampfnudelblues. Ein Eberhoferkrimi“, die im vergangenen Jahr sowohl die Kinobesucher als auch die Fernsehzuschauer begeisterte, ging im ersten Quartal 2014 mit „Winterkartoffelknödel“ ein weiterer Teil der Bestseller-Buchreihe von Rita Falk in Dreh. Die Dreharbeiten wurden Anfang April beendet, der Kinostart ist für Mitte Oktober 2014 geplant.

Mitte März fiel in Köln die erste Klappe zur neuen Sönke Wortmann-Komödie „Frau Müller muss weg“, die auf dem gleichnamigen und preisgekrönten Theaterstück der Autoren Lutz Hübner und Sarah Nemitz basiert. Der Film soll Mitte November 2014 in den deutschen Kinos anlaufen.

Drehstart für zwei ZDF-Projekte in der TV-Auftragsproduktion

Bei der MOOVIE – the art of entertainment GmbH starteten Ende Februar die Dreharbeiten zum ZDF-Zweiteiler „Die Abrechnung“. Inspiriert von wahren Begebenheiten wie beispielsweise der Schlecker-Pleite thematisiert der Film den Zusammenbruch eines Drogerie-Imperiums. Ausgestrahlt wird das Drama voraussichtlich im Herbst dieses Jahres. Ebenfalls im Auftrag des ZDF ging Anfang März der Fernsehfilm „Das Zeugenhaus“ in Dreh, der auf wahren Begebenheiten rund um die Nürnberger Prozesse im Jahr 1945 basiert.

Im Auftrag von Sat.1 produzierte die Constantin Entertainment GmbH im ersten Quartal 2014 weitere Folgen der Dailys „Schicksale“ und „Im Namen der Gerechtigkeit“. Darüber hinaus wurde die Pilotsendung zu „Geht's noch?! Kayas Woche“ für RTL aufgezeichnet. Sieben weitere Folgen dieses Formats sind beauftragt und werden seit dem 25. April 2014 wöchentlich ausgestrahlt.

Im europäischen Ausland produzierten die Tochterfirmen der Constantin Entertainment GmbH in Polen u. a. neue Staffeln der bewährten Formate „Kuchenne Rewolucje“ und „Malanowski & Partnerzy“, in Israel „The Voice of Israel 3“ und „Dan Shilon Show“ sowie in der Schweiz „The Voice of Switzerland 2“ und in Ungarn „Családi Titkok“.

„Fünf Freunde“-Reihe erneut erfolgreich im Kinoverleih

Im Geschäftsfeld Kinoverleih brachte die Constantin Film-Gruppe im Berichtszeitraum insgesamt fünf Filme (vier Eigen-/Co-Produktionen und ein Lizenztitel) in die deutschen Kinos. Hoch in der Publikumsgunst standen insbesondere „Fack ju Göhte“ und das Jugendabenteuer „Fünf Freunde 3“, das noch erfolgreicher abschnitt als die beiden ersten Teile.

Stabile Marktposition im Bereich Home Entertainment

Die Highlight-Gruppe konnte im ersten Quartal 2014 ihre Marktposition im deutschsprachigen Home-Entertainment-Markt stabilisieren. Dabei konnte sie insbesondere von den Neuveröffentlichungen unter dem Constantin Film-Label, allen voran „Chroniken der Unterwelt – City of Bones“ profitieren. Sehr erfreuliche Verkaufsergebnisse erzielte darüber hinaus der Lizenztitel „Ender's Game – Das grosse Spiel“, der Anfang März in den Handel kam.

Umsatzrelevante Entwicklung im Bereich Lizenzhandel/TV-Auswertung

Im Geschäftsfeld Lizenzhandel der Constantin Film-Gruppe hat sich für den Free-TV-Bereich im ersten Quartal 2014 insbesondere der Beginn der Erstlizenzen von „Glück“ (ZDF), „Benvenuti al Sud“ (ProSiebenSat.1), „Werner – Eiskalt“ (ProSiebenSat.1) und „Wrong Turn 4“ (ProSiebenSat.1) umsatzrelevant ausgewirkt. Hinzu kamen im Pay-TV die Erstlizenzen von u. a. „Freelancers“, „LOL“, „Step Up: Miami Heat“, und „Resident Evil: Retribution“, die alle für Sky Deutschland lizenziert wurden.

Analyse der nicht finanziellen Leistungsindikatoren

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

Die Constantin Film AG setzt auch weiterhin stark auf die Bindung von Talenten und arbeitet schon seit Jahrzehnten sehr eng mit renommierten und erfahrenen Drehbuchautoren und Produzenten im In- und Ausland zusammen, die über grosses Know-how bei der Produktion von Kinofilmen und TV-Formaten verfügen.

Erneute Quotenerfolge in der TV-Auftragsproduktion

Auch im ersten Quartal 2014 konnten zwei TV-Produktionen der Constantin Film-Tochtergesellschaften sehr erfreuliche Quotenerfolge erzielen. Die Anfang März ausgestrahlte „Tatort“-Folge „Kopfgeld“ mit Til Schweiger in der Hauptrolle, eine Auftragsproduktion der Constantin Television GmbH für die ARD, wurde von insgesamt 10,12 Millionen Zuschauern verfolgt, was einem Marktanteil von 27,7 % beim Gesamtpublikum entsprach. Damit erzielte die ARD die höchste Quote dieses Wochenendes.

Eines der grossen TV-Projekte der MOOVIE – the art of entertainment GmbH, „Die Hebamme“ mit Josefine Preuß in der Hauptrolle, war Ende März auf Sat.1 zu sehen und erzielte mit einem Marktanteil von 22,8 % (2,64 Millionen Zuschauer) den Tagessieg in der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen. Mit einer Reichweite von 5,36 Millionen Zuschauern beim Gesamtpublikum (Marktanteil: 17,5%) erreichte sie ausserdem Platz drei dieses Fernsehends.

Constantin Film bleibt Deutschlands erfolgreichster Independent-Verleiher

Im Geschäftsfeld Kinoverleih konnte die Constantin Film-Gruppe im ersten Quartal 2014 gute Resultate erzielen und sich mit gleich zwei Filmen in den Top Ten der deutschen Kinocharts platzieren. Rang fünf ging an den bereits im November 2013 gestarteten Sensationserfolg „Fack ju Göhte“, der in den ersten drei Monaten dieses Jahres noch einmal rund 1,5 Millionen Zuschauer in die Kinos lockte. Platz acht belegte das Jugendabenteuer „Fünf Freunde 3“, das Mitte Januar 2014 in die Kinos kam und mit rund 1,2 Millionen Besuchern ebenfalls eine siebenstellige Zuschauerzahl erreichen konnte.

Mit der Performance aller ihrer Filme, die im ersten Quartal 2014 in den deutschen Kinos liefen, erreichte die Constantin Film-Gruppe einen beachtlichen Marktanteil von 11,9% nach Besuchern und 11,0% nach Umsatz. Im Verleiher-Ranking beider Kategorien lag sie damit auf Platz drei hinter Warner und Universal, was ihr einmal mehr den Spitzenplatz unter den Independent-Verleihern Deutschlands einbrachte.

„Chroniken der Unterwelt – City of Bones“ Bestseller in der Home-Entertainment-Auswertung

Der Bereich Home Entertainment profitierte im ersten Quartal 2014 von weiterhin stabilen Verkäufen – sowohl von Neuerscheinungen als auch von Katalogtiteln. So konnte sich beispielsweise die Constantin Film-Co-Produktion „Chroniken der Unterwelt – City of Bones“, die Mitte Januar in den Handel kam, direkt an die Spitze der deutschen Verkaufs-Charts setzen und bis Mitte März einen Platz unter den Top Ten behaupten. Insgesamt konnten bis zum Quartalsende bereits 200.000 Einheiten des Titels im deutschsprachigen Raum abgesetzt werden.

Auf der Basis einer attraktiven Programmstaffel und einer Vielzahl absatzstarker Zweitvermarktungen konnte die Highlight-Gruppe in den Monaten Januar und Februar 2014 *) – in Zusammenarbeit mit ihrem Vertriebspartner Paramount Home Entertainment – einen gemeinsamen Marktanteil von 10% (Vergleichszeitraum 2013: 9%) im deutschen Video-Kaufmarkt erzielen.

**) Die Daten für das erste Quartal 2014 lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor.*

Mit der Erstausstrahlung des Trickfilms „Werner – Eiskalt“, der mit Lizenzzeitbeginn im ersten Quartal 2014 umsatzrelevant war, erreichte ProSieben Ende April insgesamt 2,13 Millionen Zuschauer und konnte damit einen guten Marktanteil von 7,6% beim Gesamtpublikum (13,2% bei den 14- bis 49-Jährigen) erzielen.

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

Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Die Veränderungen der Medienlandschaft und des Medieneigentums haben die Position von Sportinhalten im Medienmix gestärkt. Insbesondere kommerzielle Sender brauchen Zuschauer magneten, um ihre Abonnenten zu binden und Werbeeinnahmen sicherzustellen. Dafür sind Sportveranstaltungen bestens geeignet. Einen Beweis dafür lieferte der US-amerikanische Kabelsender Comcast, der im ersten Quartal 2014 einen Anstieg der Nettoerträge um 30 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum meldete. Ein grosser Teil dieser Steigerung ist auf die TV-Ausstrahlung der Olympischen Winterspiele in Sotschi im Februar 2014 zurückzuführen.

Operative Entwicklung

Weitere Vermarktungserfolge bei den UEFA-Wettbewerben

Nach den positiven Resultaten, die im Geschäftsjahr 2013 erzielt wurden, konnte die TEAM-Gruppe auch im ersten Quartal 2014 weitere wichtige Abschlüsse im Vermarktungsprozess für die kommerziellen Rechte der UEFA Champions League und der UEFA Europa League (jeweils für den Spielzyklus 2015/16 bis 2017/18) realisieren.

TV-Verträge wurden dabei in so unterschiedlichen Märkten wie Italien (Mediaset und Sky Italia), Israel oder Myanmar abgeschlossen. Auch im Bereich der Sponsorenrechte konnten weitere Fortschritte erzielt werden. Bereits ab der Saison 2014/15 wird der japanische Automobilhersteller Nissan als Sponsor der UEFA Champions League fungieren und damit den langjährigen Sponsoringpartner Ford ersetzen.

Finalspiele im Blickfeld

Aus operativer Sicht lag der TEAM-Fokus auf der aktiven Unterstützung der kommerziellen Partner in den K.-o.-Runden beider Wettbewerbe. Darüber hinaus liefen bereits die Vorbereitungen für die grossen Finalspiele am 14. Mai in Turin (UEFA Europa League) und am 24. Mai in Lissabon (UEFA Champions League).

Analyse der nicht finanziellen Leistungsindikatoren

UEFA Champions League generiert hohe Zuschauerzahlen

Die TV-Übertragung der UEFA Champions League-Spiele steht nach wie vor hoch in der Publikumsgunst. So wurden beispielsweise in Deutschland die Begegnungen der Gruppenphase in der laufenden Saison von durchschnittlich 8,0 Millionen Zuschauern im Free-TV sowie von 2,1 Millionen im Pay-TV verfolgt. Beide Werte sind die höchsten, die in den vergangenen acht Spielzeiten erzielt wurden. Gleiches gilt für Italien, wo mit einem Zuschauerdurchschnitt von 9,9 Millionen ebenfalls der beste Wert für die Gruppenphase in den letzten acht Spielzeiten erreicht wurde.

BERICHT ÜBER DEN GESCHÄFTSVERLAUF UND DIE LAGE IM SEGMENT ÜBRIGE GESCHÄFTSAKTIVITÄTEN

Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Event- und Entertainment-Geschäft

Sponsoring gewinnt im Finanzierungsmix der Kulturanbieter in deutschsprachigen Ländern immer mehr an Bedeutung. Während im Jahr 2007 nur durchschnittlich 6,7 % ihrer Gesamteinnahmen aus Sponsorengeldern stammten, hat sich dieser Anteil im Jahr 2013 auf 16,5 % erhöht und damit mehr als verdoppelt. Auffallend ist darüber hinaus eine deutliche Zunahme der langfristig angelegten Partnerschaften zwischen dem jeweiligen Kulturanbieter und den Sponsoren. An der Spitze der Kultursponsoren rangiert dabei mit weitem Abstand der Finanzdienstleistungssektor (Banken, Versicherungen etc.), gefolgt von der Medienbranche (TV, Hörfunk, Verlage) und den Energieanbietern.

Online-/Social-Gaming

Eine aktuelle Repräsentativumfrage des Bundesverbands Interaktive Unterhaltungssoftware (BIU) zeigt, dass sich Computer- und Videospiele in Deutschland inzwischen zu einem Massenmedium entwickelt haben. Zu Beginn des Jahres 2014 wurden digitale Spiele von rund 34,2 Millionen Deutschen genutzt, was einem Anteil von 46 % der Bevölkerung entspricht. Im Vergleich zum Vorjahr (31,4 Millionen) hat sich die Anzahl der aktiven Spieler damit um 9 % erhöht. Besonders deutlich fiel die Zunahme bei den täglichen Nutzern digitaler Spiele aus, deren Zahl um rund 31 % auf 13,5 Millionen angestiegen ist. Immer beliebter werden Computer- und Videospiele aber auch bei Frauen (+12 %) sowie bei der Generation der über 50-Jährigen (+12 %).

Operative Entwicklung

Erfolgreiche Abwicklung des Neujahrskonzerts

Zum Jahresbeginn waren die Aktivitäten der Highlight Event AG zunächst auf die erfolgreiche kommerzielle Abwicklung des Neujahrskonzerts 2014 der Wiener Philharmoniker fokussiert, das bereits zum zweiten Mal vom weltweit bekannten Dirigenten Daniel Barenboim musikalisch geleitet wurde.

Grossevents in Vorbereitung

Gut vorangeschritten sind im Berichtszeitraum auch die operativen Vorbereitungen für den 59. Eurovision Song Contest, der vom 6. bis 10. Mai 2014 in der dänischen Hauptstadt Kopenhagen ausgetragen wurde. Die Aktivitäten konzentrierten sich dabei insbesondere auf die Umsetzung von Design, Hospitality-Bereich, Medienpräsenz der Sponsoren (TDC/Samsung, Visit Denmark und ALCON), Eurovision Village, Sponsorenkampagnen und Merchandising.

Ein weiterer Schwerpunkt der Highlight Event AG lag auf der Vorbereitung eines Gedenkkonzerts, das die Wiener Philharmoniker anlässlich des Ausbruchs des Ersten Weltkriegs vor 100 Jahren spielen werden. Dieses Konzert, das Ende Juni 2014 in Sarajevo/Bosnien-Herzegowina stattfindet, wurde von der Europäischen Rundfunkunion (EBU) zu einem der zentralen Events für alle öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten Europas erklärt. Die Highlight Event AG wird bei dieser Veranstaltung erstmals direkt als Bindeglied zwischen dem Orchester und der EBU fungieren.

Kontinuierliche Weiterentwicklung der FunPoker-Software

Die Pokermania GmbH hat ihre „Whitelabel“-Software FunPoker auch im ersten Quartal 2014 kontinuierlich weiterentwickelt. Zielsetzung dieser Entwicklungsarbeit ist es, weitere Pokerspielformen in das Spiel zu integrieren, um auch im internationalen Umfeld neue Spieler akquirieren zu können.

Analyse der nicht finanziellen Leistungsindikatoren

Neujahrskonzert erneut weltweit ausgestrahlt

Die erfolgreichen Marketingaktivitäten der Highlight Event AG haben massgeblich dazu beigetragen, dass das Neujahrskonzert 2014 der Wiener Philharmoniker – wie schon im Vorjahr – erneut in mehr als 80 Ländern ausgestrahlt wurde. Mit dieser internationalen Reichweite bewies das Neujahrskonzert einmal mehr, dass es im Klassikbereich das grösste Musik-Event der Welt ist.

ERTRAGS-, VERMÖGENS- UND FINANZLAGE DER HIGHLIGHT-GRUPPE

Ertragslage der Gruppe

Im ersten Quartal 2014 erzielte die Highlight-Gruppe einen Konzernumsatz von 125,7 Mio. CHF – ein Plus von 43,8 Mio. CHF bzw. 53,5% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (81,9 Mio. CHF), das aus dem Segment Film resultiert. Die aktivierten Filmproduktionen und andere aktivierte Eigenleistungen verzeichneten dagegen eine Abnahme um 7,5 Mio. CHF auf 7,8 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 15,3 Mio. CHF), die auf ein niedrigeres Produktionsvolumen im Vergleich zum ersten Quartal 2013 zurückzuführen ist.

Trotz dieses Rückgangs lag die Gesamtleistung für die ersten drei Monate des laufenden Geschäftsjahres mit 133,5 Mio. CHF deutlich über dem Vergleichswert des Vorjahres (97,2 Mio. CHF). Die sonstigen betrieblichen Erträge blieben mit 4,6 Mio. CHF leicht unter dem Niveau der Vergleichsperiode (5,1 Mio. CHF).

Der operative Konzernaufwand hat sich im Vergleich zum Dreimonatszeitraum 2013 (100,7 Mio. CHF) um 36,5 Mio. CHF bzw. 36,3% auf 137,2 Mio. CHF erhöht. Die Zunahme ist in erster Linie auf die Abschreibungen und Wertminderungen zurückzuführen, die auf 65,2 Mio. CHF anstiegen (Vergleichsperiode: 19,2 Mio. CHF).

Im Gegensatz dazu verringerte sich der Material- und Lizenzaufwand produktionsbedingt um 9,6 Mio. CHF auf 32,0 Mio. CHF, während der Personalaufwand mit 23,0 Mio. CHF nahezu auf dem Niveau des ersten Quartals 2013 (23,5 Mio. CHF) blieb. Gleiches gilt für die sonstigen betrieblichen Aufwendungen, die um 0,4 Mio. CHF auf 16,9 Mio. CHF anstiegen.

Infolge des überproportionalen Kostenanstiegs – insbesondere im Bereich Abschreibungen und Wertberichtigungen – im Vergleich zur Steigerung der Gesamtleistung lag das Betriebsergebnis (EBIT) für die ersten drei Monate des Geschäftsjahres 2014 mit 0,9 Mio. CHF leicht unter dem Vergleichswert des Vorjahres (1,6 Mio. CHF).

Das Finanzergebnis fiel mit 0,1 Mio. CHF etwas schwächer aus als im ersten Quartal 2013 (0,7 Mio. CHF). Einem Anstieg der Finanzerträge von 2,3 Mio. CHF auf 2,4 Mio. CHF stand dabei eine Erhöhung der Finanzaufwendungen von 1,5 Mio. CHF auf 2,2 Mio. CHF gegenüber.

Nach Abzug des Steueraufwands (Ertragsteuern und latente Steuern) von 0,1 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 0,1 Mio. CHF) weist die Highlight-Gruppe für das erste Quartal 2014 ein Konzernperiodenergebnis von 1,0 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 2,2 Mio. CHF) aus. Von diesem Gewinn ist ein Anteil von 0,3 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 0,4 Mio. CHF) den Anteilen ohne beherrschenden Einfluss zuzurechnen. Der Ergebnisanteil der Highlight-Anteilseigner beträgt demnach 0,7 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 1,8 Mio. CHF), was in Relation zu der Aktienanzahl, die sich durchschnittlich im Umlauf befand, einem Gewinn je Aktie in Höhe von 0,02 CHF (Vergleichsperiode: 0,04 CHF) entspricht.

Ertragslage der Segmente

Das Segment Film verzeichnete in den ersten drei Monaten 2014 einen Umsatz von 112,7 Mio. CHF, 64,3% mehr als im gleichen Zeitraum des Vorjahres (68,6 Mio. CHF). Insbesondere die Bereiche Kinoverleih und Lizenzhandel konnten aufgrund des weltweiten Vertriebs des Filmtitels „Pompeii“ deutlich höhere Erlöse als im ersten Quartal des Vorjahres erzielen. Hier wurden mit Start des Films die Minimumgarantien, die zur Finanzierung der Produktionskosten des Films dienen, realisiert. Gleichzeitig wurden die aktivierten Produktionskosten des Films abgeschrieben, sodass den Minimumgarantien entsprechende Abschreibungen gegenüberstanden. Des Weiteren belasteten Wertminderungen auf das Filmvermögen, insbesondere für den Film „Tarzan“, das Ergebnis. So stiegen die Wertminderungen auf das Filmvermögen im ersten Quartal 2014 um 7,0 Mio. CHF auf 8,9 Mio. CHF. Das Segmentergebnis in den ersten drei Monaten 2014 lag daher mit -2,5 Mio. CHF unter dem Wert des Vorjahres (-1,3 Mio. CHF).

Die Aussenumsätze des Segments Sport- und Event-Marketing blieben mit 12,4 Mio. CHF nahezu unverändert gegenüber der Vergleichsperiode (12,5 Mio. CHF). Die Segmentaufwendungen konnten im Berichtszeitraum um 0,4 Mio. CHF auf 7,1 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 7,5 Mio. CHF) reduziert werden, sodass sich das Segmentergebnis auf 5,4 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 5,0 Mio. CHF) verbesserte.

Das Segment Übrige Geschäftsaktivitäten erzielte Aussenumsätze in Höhe von 0,7 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 0,9 Mio. CHF) und übrige Erträge von 0,2 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 0,3 Mio. CHF). Nach Abzug der Segmentaufwendungen von 1,5 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 1,7 Mio. CHF) ergab sich daraus ein Segmentverlust von 0,7 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 0,5 Mio. CHF), der aus dem Bereich Online-/Social-Gaming resultiert.

Die Kosten, die für die Holding-Aktivitäten anfielen, verringerten sich im Berichtszeitraum um 0,2 Mio. CHF auf 1,3 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 1,5 Mio. CHF).

Vermögenslage

Zum 31. März 2014 wies die Highlight-Gruppe eine Bilanzsumme von 395,9 Mio. CHF aus, was einem Rückgang um 47,4 Mio. CHF im Vergleich zum Jahresende 2013 (443,3 Mio. CHF) entspricht. Auf der Vermögensseite der Bilanz resultierte die Abnahme vor allem aus den langfristigen Vermögenswerten, die sich um 43,2 Mio. CHF auf 200,3 Mio. CHF (31. Dezember 2013: 243,5 Mio. CHF) verringerten. Der Anteil der langfristigen Vermögensgegenstände am Gesamtvermögen ging dadurch auf 50,6% (31. Dezember 2013: 54,9%) zurück.

Bei den kurzfristigen Vermögenswerten ergab sich eine Abnahme um 4,3 Mio. CHF auf 195,6 Mio. CHF (31. Dezember 2013: 199,9 Mio. CHF), die in erster Linie auf einen Rückgang der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Forderungen gegenüber Dritten um 9,1 Mio. CHF zurückzuführen ist. Darüber hinaus reduzierten sich die sonstigen finanziellen Vermögenswerte um 1,5 Mio. CHF, während die Vorräte um 1,1 Mio. CHF und die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente um 4,2 Mio. CHF anstiegen.

Das Filmvermögen summierte sich zum Bilanzstichtag auf 165,2 Mio. CHF, was einem Rückgang um 45,8 Mio. CHF gegenüber dem Jahresende 2013 (211,0 Mio. CHF) entspricht. Von diesem Gesamtwert entfallen 125,9 Mio. CHF (31. Dezember 2013: 175,2 Mio. CHF) auf Eigenproduktionen und 39,3 Mio. CHF (31. Dezember 2013: 35,8 Mio. CHF) auf Fremdproduktionen. Die Abnahme im Bereich Eigenproduktionen resultiert aus den planmässigen Abschreibungen und Wertberichtigungen auf Filme in Auswertung, die im Berichtszeitraum deutlich über den Zugängen lagen.

Auf der Kapitalseite der Bilanz reduzierten sich die langfristigen Schulden um 3,8 Mio. CHF auf 14,8 Mio. CHF (31. Dezember 2013: 18,6 Mio. CHF). Hauptgrund hierfür war eine Verringerung der latenten Steuerschulden um 4,2 Mio. CHF. Die kurzfristigen Schulden verzeichneten einen Rückgang um 42,3 Mio. CHF auf 275,1 Mio. CHF (31. Dezember 2013: 317,4 Mio. CHF) ab, wobei insbesondere die Finanzverbindlichkeiten (-31,1 Mio. CHF) und die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Verbindlichkeiten gegenüber Dritten (-11,9 Mio. CHF) sanken.

Das Konzerneigenkapital (mit Anteilen ohne beherrschenden Einfluss) lag zum 31. März 2014 mit 106,0 Mio. CHF leicht unter dem Stand zum Jahresende 2013 (107,2 Mio. CHF). Die Abnahme resultiert im Wesentlichen aus Währungseffekten (-0,5 Mio. CHF), der Neubewertung der Pensionsverpflichtung (-0,7 Mio. CHF) sowie Verlusten aus der Bewertung finanzieller Vermögenswerte zum beizulegenden Zeitwert in Höhe von 1,1 Mio. CHF. Ein positiver Effekt von 1,0 Mio. CHF ergab sich aus dem Periodenergebnis.

In Relation zur jetzt ebenfalls niedrigeren Bilanzsumme erhöhte sich die rechnerische Eigenkapitalquote von 24,2% (31. Dezember 2013) auf 26,8% (31. März 2014). Die bereinigte Eigenkapitalquote (nach Saldierung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente mit den Finanzverbindlichkeiten sowie der erhaltenen Anzahlungen mit dem Filmvermögen) verbesserte sich noch deutlicher von 31,5% auf 36,0%.

Finanzlage

Zum Ende des ersten Quartals 2014 verfügte die Highlight-Gruppe über Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 48,5 Mio. CHF – ein Plus von 4,2 Mio. CHF gegenüber dem Jahresende 2013 (44,3 Mio. CHF). Diesem Geldbestand standen Finanzverbindlichkeiten in Höhe von 120,9 Mio. CHF (31. Dezember 2013: 152,0 Mio. CHF) gegenüber. Die Nettoverschuldung hat sich dementsprechend um 35,3 Mio. CHF auf 72,4 Mio. CHF (31. Dezember 2013: 107,7 Mio. CHF) reduziert.

Aus der betrieblichen Geschäftstätigkeit konnte die Highlight-Gruppe in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres einen Mittelzufluss von 56,2 Mio. CHF erzielen, was einem Plus von 37,0 Mio. CHF gegenüber der Vergleichsperiode des Vorjahres (19,2 Mio. CHF) entspricht. Der Anstieg ist vor allem auf den Mittelzufluss aus dem Filmgeschäft zurückzuführen.

Beim Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit ergab sich ein leichter Anstieg um 2,1 Mio. CHF auf 20,9 Mio. CHF (Vergleichsperiode: 18,8 Mio. CHF). Diese Zunahme ist insbesondere auf die Auszahlungen für Filmvermögen zurückzuführen, die sich im Periodenvergleich um 1,5 Mio. CHF auf 19,7 Mio. CHF erhöhten. Die Auszahlungen für Sachanlagen lagen mit 0,4 Mio. CHF dagegen auf dem Niveau des ersten Quartals 2013.

Aus der Finanzierungstätigkeit resultierte im Zeitraum Januar bis März 2014 ein Mittelabfluss von 30,8 Mio. CHF. Der Anstieg um 19,3 Mio. CHF gegenüber dem Vergleichswert des Vorjahres (11,5 Mio. CHF) ist fast ausschliesslich auf die Nettoschuldentilgung zurückzuführen.

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

PERSONALBERICHT

Zum 31. März 2014 beschäftigte die Highlight-Gruppe insgesamt 879 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (31. März 2013: 781), wobei Arbeitnehmer mit projektbezogenen befristeten Verträgen in der Gesamtzahl enthalten sind.

NACHTRAGSBERICHT

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.

RISIKO- UND CHANCENBERICHT

Risikomanagement-System

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

Das Risikomanagement-System der Highlight-Gruppe umfasst Risiken und Chancen gleichermaßen. Entsprechend der dezentralen Konzernstruktur liegt die operative Verantwortung im Umgang mit den Risiken bei den jeweiligen Risikoverantwortlichen. Im Wesentlichen sind dies die Geschäftsleitungsmitglieder, Vorstände und Gremien bzw. die Geschäftsführer und Abteilungsleiter der einzelnen Tochtergesellschaften. Auf Ebene der Highlight Communications AG werden die gemeldeten Risiken konsolidiert, gegebenenfalls einheitlich kategorisiert, auf Konzernebene bewertet und in Form eines Risikoberichts vierteljährlich an die Konzernleitung und jährlich zur Abnahme an den Verwaltungsrat weitergeleitet.

Eine detaillierte Beschreibung des Risikomanagement-Systems befindet sich im Risiko- und Chancenbericht des Geschäftsberichts 2013 der Highlight Communications AG. Gleiches gilt für die einzelnen Chancen und Risiken sowie die Beschreibung des internen Kontrollsystems bezogen auf den Konzernrechnungslegungsprozess der Highlight-Gruppe.

Wesentliche Änderungen der Chancen und Risiken im Berichtszeitraum

Das Chancen- und Risikoprofil der Highlight-Gruppe für die kommenden Monate nach Abschluss der ersten drei Monate 2014 entspricht im Wesentlichen den Einschätzungen im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2013. Eine detaillierte Darstellung der Unternehmensrisiken befindet sich im Risiko- und Chancenbericht des Geschäftsberichts 2013 der Highlight Communications AG.

Im Vergleich zu den bisherigen Berichten, insbesondere dem Konzernlagebericht des Geschäftsjahres 2013, wurden auch keine nennenswerten Abweichungen bei der Verteilung der einzelnen Faktoren in die verschiedenen Klassen festgestellt. Die aktuelle Bewertung der Risikofaktoren durch die jeweiligen Verantwortlichen unterstützt nach wie vor die im Risiko- und Chancenbericht des Geschäftsberichts 2013 der Highlight Communications AG getroffene Einstufung der Chancen und Risiken.

Zusammengefasste Darstellung der Chancen- und Risikolage

Die grössten Risikofaktoren sieht die Konzernleitung weiterhin in den regulatorischen Eingriffen sowie der Antizipation des Kundengeschmacks und der zukünftigen Mediennutzung. Die grössten Chancen sieht die Konzernleitung nach wie vor in der Zusammenarbeit mit Drehbuchautoren, Regisseuren und Produzenten im In- und Ausland sowie dem Zugriff auf attraktive Stoffe und Lizenzen, die die Highlight-Gruppe nicht zuletzt ihrem Image und ihrem kreativen und engagierten Personal verdankt. Darüber hinaus kann sie auf ein grosses Portfolio an bestehenden Rechten und Lizenzen zurückgreifen.

Auf Basis der vorliegenden Informationen und der Einschätzungen, insbesondere der Eintrittswahrscheinlichkeiten, der maximalen Schadenshöhe und der Wirkung der getroffenen Gegenmassnahmen, kommt die Konzernleitung der Highlight Communications AG zu der Überzeugung, dass diese Risiken keinen den Bestand des Konzerns gefährdenden Charakter aufweisen. Dies gilt für die Risiken im Einzelnen sowie auch deren Gesamtheit, sofern sich die Auswirkung der Gesamtheit sinnvoll simulieren oder anderweitig abschätzen lässt. Für den Umgang mit den nicht durch Gegenmassnahmen reduzierten Restrisiken sieht die Konzernleitung den Konzern ausreichend gerüstet. Er ist der Überzeugung, dass die getroffenen Massnahmen das Risiko in einem wirtschaftlich vertretbaren Ausmass halten und erachtet die Risikotragfähigkeit des Konzerns als ausreichend.

PROGNOSEBERICHT

Segment Film

Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Durch die inzwischen gesicherte Fortführung und Erhöhung des DFFF bis zum Jahr 2016 wird auch in den kommenden Jahren ein wichtiger Beitrag zur Finanzierung deutscher Filme geleistet, der Produktionsunternehmen wie die Constantin Film AG zu einem kreativen und ambitionierten Produktionsgeschäft in Deutschland anregen wird. Die Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts, die die uneingeschränkte Rechtmässigkeit des Filmförderungsgesetzes bestätigte, gibt der gesamten Branche eine immens wichtige Grundlage für nachhaltige Wachstumsperspektiven.

Im Geschäftsfeld TV-Auftragsproduktion ist bei den privaten Programmanbietern aufgrund von zum Teil stagnierenden Quoten bei langjährigen Formaten von Neuerungen im Produktportfolio auszugehen. Ein interessanter Partner für Auftragsproduktionen könnte zunehmend das Pay-TV werden, dessen Wachstum derzeit stark und stabil ist. Fans von Sport, Filmen und anspruchsvollen TV-Serien wenden sich immer stärker dem Bezahlfernsehen zu. Auch das Internet wird als mögliche Konkurrenz für das kommerzielle Fernsehen und damit als eventueller neuer Partner genau zu beobachten sein.

Im Geschäftsfeld Kinoverleih kann davon ausgegangen werden, dass der Kinomarkt in Deutschland – trotz der anstehenden Fussball-Weltmeisterschaft – im zweiten Quartal 2014 nach Umsatz und Besuchern ein gutes Ergebnis erzielen kann. Denn in diesem Zeitraum gehen unter anderem internationale Titel wie „The Amazing Spider-Man 2: Rise of Electro“, „Die Schadenfreundinnen“, „Godzilla“, „X-Men: Zukunft ist Vergangenheit“, „Maleficent – Die dunkle Fee“ und „A Million Ways to Die in the West“ an den Start.

Auf dem deutschen Home-Entertainment-Markt werden die digitalen Auswertungsformen (Electronic-Sell-Through, Video-on-Demand und Pay-per-View) auch weiterhin an Bedeutung gewinnen. Die Constantin Film AG rechnet beispielweise damit, dass Video-on-Demand – gemessen am heutigen Marktvolumen – in den nächsten Jahren einen Marktanteil im hohen zweistelligen Prozentbereich erreichen wird.

Schwerpunkte im Geschäftsjahr 2014

Im Geschäftsfeld Kinoproduktion konzentriert sich die Constantin Film AG weiterhin auf die kontinuierliche Optimierung der anhaltend hohen Qualität ihrer nationalen und internationalen Eigenproduktionen. Ziel ist es, vor allem Titel zu produzieren, die emotional stark auf die Bedürfnisse des Publikums ausgerichtet sind und z. B. auf bestimmten Marken basieren und/oder Event-Charakter haben. Doch auch Produktionen mit kleineren Budgets und demzufolge auch einem überschaubaren Besucherrisiko sind interessant, wenn sie konzeptionell überzeugend sind. Jedes Projekt muss sich dabei an hohen kreativen und wirtschaftlichen Massstäben messen lassen.

Nach der aktuellen Planung sind für den Rest des Jahres 2014 noch zehn vielversprechende Filmprojekte in der Pipeline. Drei dieser Kinofilme – darunter „Fantastic Four 2“ und „Resident Evil 6“ sind englischsprachige Produktionen, die auf den internationalen Markt zugeschnitten sind. Für den deutschen Kinomarkt werden unter anderem „Ostwind 2 – Die Rückkehr nach Kaltenbach“ sowie ein zweiter Teil von „Fack ju Göhte“ produziert.

Im Geschäftsfeld TV-Auftragsproduktion arbeiten die Tochtergesellschaften der Constantin Film AG kontinuierlich an der Entwicklung innovativer TV-Formate und dem Ausbau ihrer Kontakte zu den grossen TV-Sendern. Für die kommenden Monate erwartet die Constantin Film AG eine Verbesserung der Auftragslage in diesem Geschäftsfeld, die auch durch die zunehmend aggressive Einkaufspolitik der grossen Online-Portale positiv beeinflusst werden könnte. In 2014 sind unter anderem noch die Produktion der Ken Follett-Verfilmung „Die Pfeiler der Macht“ sowie ein weiterer Rita Falk-Provinzkrimi „Schweinskopf al dente“ geplant.

Im Kinoverleih setzt die Constantin Film AG nach wie vor auf die bewährte Strategie der Kombination von nationalen und internationalen Eigen- und Co-Produktionen mit hochwertigen Fremdtiteln, die mit einer adäquaten Presse- und Marketingstrategie zu einem strategisch günstigen Zeitpunkt ins Kino gebracht werden. Vor dem Hintergrund, dass vor allem die amerikanischen Studios bei den Starts ihrer grossen Event-Filme mit sehr hohem Marketingeinsatz um die Aufmerksamkeit des Publikums werben, wird die Constantin Film AG künftig noch genauer analysieren, wann und wie sie ihre Filme im deutschen Kinomarkt positioniert.

Aus derzeitiger Sicht werden im Zeitraum April bis Dezember 2014 voraussichtlich noch neun Filme in den heimischen Kinos anlaufen. Im zweiten Quartal 2014 ist dabei – aufgrund der Fussball-Weltmeisterschaft – mit „Irre sind männlich“ (seit 24. April in den Kinos) nur ein Filmstart vorgesehen. Weitere Kinostarts sind – dem üblichen saisonalen Trend entsprechend – ab August geplant, da der Kinomarkt in den Sommermonaten von US-Blockbustern beherrscht wird, die weltweit anlaufen.

Das Geschäftsfeld Home Entertainment wird im laufenden Geschäftsjahr insbesondere von der Neuveröffentlichung des Kinohits „Fack ju Göhte“ profitieren, der Anfang Mai auf den Markt kam. Weitere signifikante Umsatzerlöse werden aus Titeln wie „Pompeii“, „Need for Speed“ und „Fünf Freunde 3“ erwartet.

Die Umsätze in der Free-TV-Auswertung werden im zweiten Quartal 2014 im Wesentlichen vom Lizenzbeginn der Filme „Agent Ranjid rettet die Welt“ (ZDF), „Die drei Musketiere“ (ProSiebenSat.1), „Der Gott des Gemetzels“ (ARD), „Wickie auf grosser Fahrt“ (ProSiebenSat.1) und „Blutzbrüdad“ (ProSiebenSat.1) bestimmt. In der Pay-TV-Auswertung werden „So Undercover“, „Fünf Freunde 2“, „The Legend is back – the Texas Chainsaw Massacre“ und „Wrong Turn 5“ im zweiten Quartal 2014 Umsätze generieren.

Segment Sport- und Event-Marketing

Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Das Beratungsunternehmen für Sponsoringmessung IEG prognostiziert, dass die weltweiten Sponsoringausgaben im Jahr 2014 um 4,1 % (Vorjahr: 3,9 %) auf 55,3 Mrd. USD ansteigen werden. Den grössten prozentualen Wachstumsschub erwartet IEG dabei erneut in der Region Asien/Pazifik (5,6 % nach 5,0 % im Vorjahr), aber auch der mittel- und südamerikanische Raum soll infolge der in Brasilien ausgetragenen Fussball-Weltmeisterschaft deutlich zulegen (5,0 % nach 2,6 % im Vorjahr). Eine starke Drosselung des Wachstumstempos prognostiziert IEG dagegen in Europa (2,1 % nach 2,8 % im Vorjahr), während der Anstieg in Nordamerika mit 4,3 % nur leicht unter dem Vorjahreswert (4,5 %) liegen soll.

Schwerpunkte im Geschäftsjahr 2014

Aufgrund der wiederholten Verlängerung des TEAM-Mandats zur Vermarktung der kommerziellen Rechte für die UEFA Champions League, die UEFA Europa League und den UEFA Super Cup (jeweils für die Spielzeiten 2015/16 bis 2017/18) ergeben sich auch weiterhin sehr gute Perspektiven zur Fortsetzung der engen Zusammenarbeit mit dem Europäischen Fussballverband. Wenn im Rahmen des laufenden Vermarktungsprozesses vertraglich vereinbarte Leistungsziele erreicht werden, verlängert sich das TEAM-Mandat automatisch um drei weitere Spielzeiten (2018/19 bis 2020/21). Deshalb ist es das primäre Ziel der TEAM-Gruppe, eine vorzeitige Vertragsverlängerung mit der UEFA zu erreichen.

Zu diesem Zweck sollen im laufenden Geschäftsjahr – sowohl im Bereich der TV-Rechte als auch bei den Sponsorenrechten – möglichst viele neue Abschlüsse zu den bestmöglichen Konditionen realisiert werden. Als ideale Verkaufsplattformen bieten sich in der derzeitigen Vermarktungsphase die beiden Finalsplele in Turin und Lissabon an.

Segment Übrige Geschäftsaktivitäten

Branchenspezifische Rahmenbedingungen

PwC prognostiziert, dass der Games-Markt in Deutschland in den kommenden Jahren wieder stärker wachsen wird, und erwartet für das Jahr 2016 einen Umsatz von 2,4 Mrd. EUR. Ausgehend von einem Vergleichswert von 1,85 Mrd. EUR im Jahr 2012 entspräche dies einer durchschnittlichen jährlichen Steigerung von 3,9 %. Als einen der wichtigsten Wachstumstreiber nennt PwC dabei virtuelle Zusatzinhalte im sogenannten Free-to-Play-Bereich. Bei diesem Geschäftsmodell stellen die Spieleproduzenten die grundlegenden Spielinhalte kostenlos zur Verfügung, um potenziellen Nutzern eine möglichst niedrige Einstiegsschwelle zu bieten. Zusätzliche Inhalte wie Spielerweiterungen oder funktionelle Gegenstände können dann im Spielverlauf gegen Entgelt erworben werden. PwC geht davon aus, dass dieses Segment um durchschnittlich 10 % pro Jahr wachsen wird – und damit deutlich stärker als der Gesamtmarkt.

Schwerpunkte im Geschäftsjahr 2014

Im Fokus der Highlight Event AG steht in erster Linie eine qualitativ hochwertige Umsetzung der Events der Wiener Philharmoniker und der EBU, da diese Projekte die grössten Chancen für die Zukunft bieten. Im Hinblick auf die neu hinzugewonnenen Projekte (Merchandising des Eurovision Song Contest und Eurovision Young Musicians) ergeben sich allerdings auch gute strategische Möglichkeiten, die bestehenden Geschäftsfelder noch weiter auszubauen. Dies gilt insbesondere für das Eurovision Young Musicians-Projekt, das die bestehenden Aktivitäten im Bereich der klassischen Musik mit denen der EBU verbindet, mit der eine langjährige und erfolgreiche Partnerschaft besteht.

Darüber hinaus bietet Online-Gaming die grosse Chance, im zukunftssträchtigen Geschäftsfeld Social Media, Events und Entertainment mit den Benutzern/Fans in Interaktionen zu treten. Entsprechend werden die bereits umgesetzten Aktivitäten verstärkt weiter ausgebaut.

Finanzielle Ziele der Highlight-Gruppe

Im Segment Film ist nach wie vor davon auszugehen, dass im laufenden Geschäftsjahr wieder mindestens zwei Kinofilme der Constantin Film-Gruppe unter den Besuchermillionären vertreten sein werden. Allerdings bestehen vor allem im Hinblick auf die Performance der anderen Kinostarts des Jahres 2014 sowie die Entwicklung des deutschen TV-Auftragsproduktionsmarktes noch Unsicherheiten. Daher ist eine verlässliche Jahresprognose derzeit noch nicht abschliessend möglich. Im Bereich Kinoverleih sind, aufbauend auf den vielversprechenden Filmprojekten und erwarteten höheren Weltvertriebserlösen, Umsätze zu erwarten, die deutlich über denen des Jahres 2013 liegen werden. Allerdings stehen den höheren Umsätzen auch steigende Herausbringungskosten gegenüber, die aus der Anzahl der Filme sowie höheren Abschreibungen auf das Filmvermögen resultieren. Deshalb ist zu erwarten, dass der Mehrumsatz durch den Anstieg der Aufwendungen vollständig kompensiert wird. Im Bereich Home Entertainment ist davon auszugehen, dass die Umsätze des Jahres 2013 im laufenden Geschäftsjahr deutlich übertroffen werden können. In der TV-Auftragsproduktion und im Lizenzhandel dagegen wird aufgrund der bestehenden Marktunsicherheit und Wettbewerbssituation mit leicht unter den Vorjahreswerten liegenden Umsätzen gerechnet. Insgesamt gehen wir im Segment Film für das Geschäftsjahr 2014 derzeit von höheren Umsatzerlösen bei einem niedrigeren Ergebnis im Vergleich zum Vorjahr aus.

Im Segment Sport- und Event-Marketing sind innerhalb der aktuellen Vertragsvereinbarung für die Vermarktung der UEFA Champions League und der UEFA Europa League, die von der Saison 2012/13 bis zur Saison 2014/2015 andauert, die erwarteten Umsatz- und Ergebnisziele auf unverändertem Niveau.

Im Segment Übrige Geschäftsaktivitäten wird die bestehende vertragliche Zusammenarbeit mit der EBU und den Wiener Philharmonikern im laufenden Geschäftsjahr im gleichen Umfang fortgesetzt. Die daraus erwarteten Umsatz- und Ergebnisziele bleiben somit auf dem Niveau des Geschäftsjahres 2013. Der Bereich Online-/Social-Gaming wird auch im Jahr 2014 investitionsintensiv bleiben. Daher gehen wir von keinen nennenswerten Umsätzen und einem weiterhin negativen Ergebnisbeitrag aus. Für das Segment insgesamt wird ebenfalls ein negatives Ergebnis erwartet.

Auf der Basis der beschriebenen voraussichtlichen Entwicklungen in den einzelnen Segmenten liegen unsere Umsatzerwartungen auf Konzernebene nach wie vor zwischen 380 und 410 Mio. CHF. Darüber hinaus rechnen wir auch weiterhin mit einem positiven Konzernergebnis.

KONSOLIDIERTE QUARTALSRECHNUNG

zum 31. März 2014 der Highlight Communications AG, Pratteln

KONSOLIDIERTE BILANZ ZUM 31. MÄRZ 2014 (ungeprüft)

Highlight Communications AG, Pratteln

AKTIVA (TCHF)	31.3.2014	31.12.2013
Langfristige Vermögenswerte		
Eigenproduktionen	125.897	175.201
Fremdproduktionen	39.338	35.843
Filmvermögen	165.235	211.044
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	1.986	2.214
Geschäfts- oder Firmenwert	17.569	17.597
Sachanlagen	5.019	5.117
Anteile an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	461	402
Langfristige Forderungen gegenüber Dritten	1.378	1.068
Forderungen gegenüber assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	3.616	3.079
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	218	227
Latente Steueransprüche	4.820	2.708
	200.302	243.456
Kurzfristige Vermögenswerte		
Vorräte	4.966	3.896
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen gegenüber Dritten	117.078	126.199
Forderungen gegenüber nahestehenden Unternehmen und Personen	35	77
Forderungen gegenüber assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	2.267	2.283
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	16.136	17.627
Forderungen aus Ertragsteuern	2.722	1.632
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	48.529	44.259
Zur Veräusserung gehaltene langfristige Vermögenswerte	3.900	3.900
	195.633	199.873
Aktiva	395.935	443.329

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

PASSIVA (TCHF)	31.3.2014	31.12.2013
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	47.250	47.250
Eigene Anteile	-2.716	-2.716
Kapitalrücklage	-104.534	-104.534
Andere Rücklagen	-26.679	-26.187
Gewinnvortrag	181.867	182.862
Auf die Anteilseigner entfallendes Eigenkapital	95.188	96.675
Anteile ohne beherrschenden Einfluss	10.792	10.573
	105.980	107.248
Langfristige Schulden		
Pensionsverpflichtungen	6.904	6.015
Rückstellungen	1.166	1.601
Latente Steuerschulden	6.770	11.022
	14.840	18.638
Kurzfristige Schulden		
Finanzverbindlichkeiten	120.873	151.997
Erhaltene Anzahlungen	52.645	58.881
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten gegenüber Dritten	88.619	100.471
Verbindlichkeiten gegenüber nahestehenden Unternehmen und Personen	289	282
Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	3.023	26
Rückstellungen	3.961	4.768
Ertragsteuerschulden	5.705	1.018
	275.115	317.443
Passiva	395.935	443.329

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

KONSOLIDIERTE GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

1. JANUAR BIS 31. MÄRZ 2014 (ungeprüft)

Highlight Communications AG, Pratteln

(TCHF)	1.1. bis 31.3.2014	1.1. bis 31.3.2013
Umsatzerlöse	125.731	81.929
Aktiviert Filmproduktionen und andere aktivierte Eigenleistungen	7.801	15.264
Gesamtleistung	133.532	97.193
Sonstige betriebliche Erträge	4.603	5.122
Aufwendungen für Lizenzen, Provisionen und Material	-6.268	-9.298
Aufwendungen für bezogene Leistungen	-25.737	-32.277
Material- und Lizenzaufwand	-32.005	-41.575
Gehälter	-20.320	-20.785
Soziale Abgaben, Aufwendungen für Altersvorsorge	-2.683	-2.683
Personalaufwand	-23.003	-23.468
Abschreibungen und Wertminderungen auf Filmvermögen	-64.270	-17.922
Abschreibungen und Wertminderungen auf immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens und Sachanlagen	-978	-1.242
Abschreibungen und Wertminderungen	-65.248	-19.164
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-16.938	-16.528
Betriebsergebnis	941	1.580
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	61	5
Finanzerträge	2.378	2.266
Finanzaufwendungen	-2.244	-1.530
Finanzergebnis	134	736
Ergebnis vor Steuern	1.136	2.321
Ertragsteuern	-6.345	-652
Latente Steuern	6.239	528
Steuern	-106	-124
Konzernperiodenergebnis	1.030	2.197
davon Ergebnisanteil Anteilseigner	677	1.826
davon Ergebnisanteil Anteile ohne beherrschenden Einfluss	353	371

(CHF)	1.1. bis 31.3.2014	1.1. bis 31.3.2013
Ergebnis je Aktie		
Ergebnisanteil Anteilseigner je Aktie unverwässert	0,02	0,04
Ergebnisanteil Anteilseigner je Aktie verwässert	0,02	0,04
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	44.534.350	46.093.433
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien (verwässert)	44.534.350	46.093.433

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

KONSOLIDIERTE GESAMTERGEBNISRECHNUNG

1. JANUAR BIS 31. MÄRZ 2014 (ungeprüft)

Highlight Communications AG, Pratteln

(TCHF)	1.1. bis 31.3.2014	1.1. bis 31.3.2013
Konzernperiodenergebnis	1.030	2.197
Unterschiede Währungsumrechnung	-515	1.263
Posten zukünftig möglicherweise umgliederbar in die Gewinn- und Verlustrechnung	-515	1.263
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste von leistungsorientierten Vorsorgeplänen	-654	-
Gewinne/Verluste aus finanziellen Vermögenswerten zum beizulegenden Zeitwert über Gesamtergebnisrechnung	-1.054	2.888
Posten zukünftig nicht umgliederbar in die Gewinn- und Verlustrechnung	-1.708	2.888
Summe sonstiges Ergebnis (nach Steuern)	-2.223	4.151
Gesamtperiodenergebnis	-1.193	6.348
davon Ergebnisanteil Anteilseigner	-1.487	5.959
davon Ergebnisanteil Anteile ohne beherrschenden Einfluss	294	389

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

ENTWICKLUNG DES KONSOLIDierten EIGENKAPITALS

1. JANUAR BIS 31. MÄRZ 2014 (ungeprüft)

Highlight Communications AG, Pratteln

(TCHF)	Auf die	
	Gezeichnetes Kapital	Eigene Anteile
Saldo zum 1. Januar 2014	47.250	-2.716
Unterschiede Währungsumrechnung	-	-
Posten zukünftig möglicherweise umgliederbar in die Gewinn- und Verlustrechnung	-	-
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste von leistungsorientierten Vorsorgeplänen	-	-
Gewinne/Verluste aus finanziellen Vermögenswerten zum beizulegenden Zeitwert über Gesamtergebnisrechnung	-	-
Posten zukünftig nicht umgliederbar in die Gewinn- und Verlustrechnung	-	-
Summe sonstiges Ergebnis (nach Steuern)	-	-
Konzernperiodenergebnis	-	-
Gesamtperiodenergebnis	-	-
Erwerb eigene Anteile	-	-
Veräußerung eigene Anteile	-	-
Dividendenausschüttungen	-	-
Veränderung Anteile ohne beherrschenden Einfluss	-	-
Sonstige Veränderungen	-	-
Saldo zum 31. März 2014	47.250	-2.716
Saldo zum 1. Januar 2013	47.250	-1.157
Unterschiede Währungsumrechnung	-	-
Posten zukünftig möglicherweise umgliederbar in die Gewinn- und Verlustrechnung	-	-
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste von leistungsorientierten Vorsorgeplänen	-	-
Gewinne/Verluste aus finanziellen Vermögenswerten zum beizulegenden Zeitwert über Gesamtergebnisrechnung	-	-
Posten zukünftig nicht umgliederbar in die Gewinn- und Verlustrechnung	-	-
Summe sonstiges Ergebnis (nach Steuern)	-	-
Konzernperiodenergebnis	-	-
Gesamtperiodenergebnis	-	-
Erwerb eigene Anteile	-	-
Veräußerung eigene Anteile	-	-
Dividendenausschüttungen	-	-
Veränderung Anteile ohne beherrschenden Einfluss	-	-
Sonstige Veränderungen	-	-
Saldo zum 31. März 2013	47.250	-1.157

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

Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital

Kapital- rücklage	Andere Rücklagen	Gewinn- vortrag	Summe	Anteile ohne beherrschenden Einfluss	Summe Eigenkapital
-104.534	-26.187	182.862	96.675	10.573	107.248
-	-492	-	-492	-23	-515
-	-492	-	-492	-23	-515
-	-	-618	-618	-36	-654
-	-	-1.054	-1.054	-	-1.054
-	-	-1.672	-1.672	-36	-1.708
-	-492	-1.672	-2.164	-59	-2.223
-	-	677	677	353	1.030
-	-492	-995	-1.487	294	-1.193
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-75	-75
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-104.534	-26.679	181.867	95.188	10.792	105.980
-103.614	-28.106	183.673	98.046	13.231	111.277
-	1.245	-	1.245	18	1.263
-	1.245	-	1.245	18	1.263
-	-	-	-	-	-
-	-	2.888	2.888	-	2.888
-	-	2.888	2.888	-	2.888
-	1.245	2.888	4.133	18	4.151
-	-	1.826	1.826	371	2.197
-	1.245	4.714	5.959	389	6.348
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-103.614	-26.861	188.387	104.005	13.620	117.625

KONSOLIDIERTE KAPITALFLUSSRECHNUNG

1. JANUAR BIS 31. MÄRZ 2014 (ungeprüft)

Highlight Communications AG, Pratteln

(TCHF)	1.1. bis 31.3.2014	1.1. bis 31.3.2013
Konzernperiodenergebnis	1.030	2.197
Latente Steuern	-6.239	-528
Ertragsteuern	6.345	652
Finanzergebnis (ohne Währungsergebnis)	807	-458
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	-61	-5
Abschreibungen und Wertminderungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	65.248	19.164
Gewinn (-)/Verlust (+) aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	-	5
Übrige nicht zahlungswirksame Posten	162	-114
Zunahme (-)/Abnahme (+) der Vorräte, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	8.195	-9.018
Abnahme (-)/Zunahme (+) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-15.778	11.101
Erhaltene Dividenden aus assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	-	-
Gezahlte Zinsen	-853	-709
Erhaltene Zinsen	83	318
Gezahlte Ertragsteuern	-2.751	-7.038
Erhaltene Ertragsteuern	10	3.585
Cashflow aus betrieblicher Geschäftstätigkeit	56.198	19.152
Auszahlungen für immaterielle Vermögenswerte	-218	-211
Auszahlungen für Filmvermögen	-19.728	-18.213
Auszahlungen für Sachanlagen	-447	-427
Auszahlungen für Finanzanlagen	-537	-
Einzahlungen aus Abgängen von Sachanlagen	-	5
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-20.930	-18.846
Auszahlungen durch Tilgung von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	-31.602	-12.539
Einzahlungen durch Aufnahme von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	866	1.000
Ausschüttungen	-75	-
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-30.811	-11.539
Cashflow der Berichtsperiode	4.457	-11.233
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn der Berichtsperiode	44.259	72.517
Auswirkungen Währungsdifferenzen	-187	720
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode	48.529	62.004
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	4.457	-11.233

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

ANHANG ZUR KONSOLIDIERTEN QUARTALSRECHNUNG ZUM 31. MÄRZ 2014

Highlight Communications AG, Pratteln

1. Allgemeine Angaben zum Konzern

Die Highlight Communications AG als Konzernobergesellschaft hat ihren Sitz an der Netzibodenstrasse 23b, Pratteln, Schweiz.

Der Verwaltungsrat der Highlight Communications AG hat am 19. Mai 2014 den vorliegenden ungeprüften, verkürzten Konzernzwischenabschluss zur Veröffentlichung freigegeben.

2. Rechnungslegung und Bewertungsgrundsätze

Die Erstellung des ungeprüften, verkürzten Konzernzwischenabschlusses für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. März 2014 erfolgte in Übereinstimmung mit dem International Accounting Standard zur Zwischenberichterstattung (IAS 34).

Der verkürzte Konzernzwischenabschluss enthält nicht sämtliche für den Abschluss des Geschäftsjahres vorgeschriebenen Erläuterungen und Angaben und sollte im Zusammenhang mit dem von der Gesellschaft veröffentlichten Konzernabschluss zum 31. Dezember 2013 gelesen werden.

Die bei der Erstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden entsprechen mit Ausnahme der unten erläuterten Erstanwendung von neuen bzw. geänderten Standards und Interpretationen den bei der Erstellung des Konzernabschlusses für das Geschäftsjahr 2013 angewandten Grundsätzen (siehe Geschäftsbericht 2013, Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung, Kapitel 4).

Der Abschluss ist in Schweizer Franken aufgestellt, der die funktionale und die Berichtswährung der Konzernobergesellschaft darstellt. Die Betragsangaben erfolgen grundsätzlich in Tausend Schweizer Franken (TCHF), sofern nichts anderes vermerkt ist.

Die Erstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses verlangt vom Management, Einschätzungen und Annahmen zu treffen, welche die ausgewiesenen Erträge, Aufwendungen, Vermögenswerte, Verbindlichkeiten, Eventualverbindlichkeiten und Eventualforderungen zum Zeitpunkt der Bilanzierung beeinflussen. Diese Schätzungen und Annahmen basieren auf der bestmöglichen Beurteilung durch das Management aufgrund von Erfahrungen aus der Vergangenheit und weiteren Faktoren, einschliesslich der Einschätzung künftiger Ereignisse. Die Einschätzungen und Annahmen werden laufend überprüft. Änderungen der Einschätzungen sind notwendig, sofern sich die Gegebenheiten, auf denen die Einschätzungen basieren, geändert haben oder neue Informationen und zusätzliche Erkenntnisse vorliegen. Solche Änderungen werden in jener Berichtsperiode erfasst, in der die Einschätzung angepasst wurde. Für weitere Informationen siehe Geschäftsbericht 2013, Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung, Kapitel 5.

3. Änderungen bei den Grundsätzen der Rechnungslegung

Aus der ab 1. Januar 2014 verpflichtenden Anwendung der folgenden Rechnungslegungsvorschriften und Interpretationen ergaben sich keine wesentlichen Änderungen in diesem verkürzten Konzernzwischenabschluss bzw. es werden keine wesentlichen Änderungen für den Konzernjahresabschluss erwartet:

Standards/Änderungen/Interpretationen	Verpflichtend anzuwenden auf Geschäftsjahre beginnend am oder nach dem
Investment Entities (Änderungen an IFRS 10, IFRS 12 und IAS 27)	1. Januar 2014
IAS 32 Finanzinstrumente: Darstellung – Saldierung von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten (Änderung)	1. Januar 2014
IAS 39 Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung – Novation von Derivaten (Änderung)	1. Januar 2014
IFRIC 21 Abgaben	1. Januar 2014

Den Änderungsstandard IAS 36, Wertminderungen, hat die Highlight-Gruppe bereits im Geschäftsjahr 2013 vorzeitig freiwillig angewendet.

Die Highlight-Gruppe hat auf die freiwillige vorzeitige Anwendung von neuen bzw. überarbeiteten Standards und Interpretationen, die noch nicht verpflichtend im Geschäftsjahr 2014 anzuwenden sind, verzichtet. Für weitere Informationen siehe Geschäftsbericht 2013, Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung, Kapitel 2.

4. Veränderungen im Konsolidierungskreis

Am 1. Januar 2014 wurde die Constantin Production Services Inc., USA, auf die Constantin Film Development Inc., USA, verschmolzen. Aus dieser Transaktion ergibt sich kein Effekt auf den vorliegenden Konzernzwischenabschluss.

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

Die Bilanzsumme zum 31. März 2014 beträgt 395.935 TCHF nach 443.329 TCHF zum 31. Dezember 2013. Während sich die langfristigen Vermögenswerte insbesondere aufgrund eines Rückgangs des Filmvermögens um insgesamt 43.154 TCHF verringerten, nahmen die kurzfristigen Vermögenswerte zum 31. März 2014 um 4.240 TCHF ab. Die Abnahme bei den kurzfristigen Vermögenswerten resultiert im Wesentlichen aus einer Reduktion der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Forderungen von 126.199 TCHF auf 117.078 TCHF. Gegenläufig wirkte sich der Bestand an Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten aus, welcher sich um 4.270 TCHF erhöhte. Auf der Passivseite haben die langfristigen Schulden um 3.798 TCHF und die kurzfristigen Schulden um 42.328 TCHF abgenommen. Des Weiteren sank das Eigenkapital um 1.268 TCHF auf 105.980 TCHF.

Filmvermögen

Im Vergleich zum 31. Dezember 2013 hat das Filmvermögen zum 31. März 2014 um 45.809 TCHF abgenommen. Während sich die Eigenproduktionen um 49.304 TCHF verringerten, erhöhte sich der Bestand an Fremdproduktionen um insgesamt 3.495 TCHF. Der Rückgang des Filmvermögens resultiert im Wesentlichen aus planmässigen Abschreibungen der Eigenproduktionen.

Kurzfristige Vermögenswerte

Die kurzfristigen Forderungen haben sich im Vergleich zum 31. Dezember 2013 stichtagsbedingt um 9.179 TCHF verringert. Dies ist zurückzuführen auf die Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen von 4.987 TCHF und der sonstigen Forderungen von 4.134 TCHF sowie auf den Rückgang der Forderungen gegenüber assoziierten Unternehmen und Joint Ventures um 16 TCHF. Weiter haben sich die Forderungen gegenüber nahestehenden Unternehmen und Personen um insgesamt 42 TCHF verringert.

Die sonstigen kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte haben um 1.491 TCHF auf 16.136 TCHF abgenommen. Die Veränderung ist vor allem bedingt durch den Effekt des Wertrückgangs der gehaltenen Aktien an der Constantin Medien AG, deren Wertveränderung über die Gesamtergebnisrechnung abgebildet wird, sowie durch den Verkauf von sonstigen Finanzanlagen.

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente haben sich zum 31. März 2014 von 44.259 TCHF auf 48.529 TCHF erhöht. Aus der Finanzierungstätigkeit ergab sich ein Mittelabfluss von 30.811 TCHF, in erster Linie bedingt durch die Tilgung von Finanzverbindlichkeiten. Aus der Investitionstätigkeit der Gruppe zeigte sich ein Mittelabfluss von 20.930 TCHF, der im Wesentlichen auf die Auszahlungen für Filmvermögen zurückzuführen ist. Aus der operativen Tätigkeit zeigte sich ein positiver Cashflow in Höhe von 56.198 TCHF.

Eigenkapital

Zum 31. März 2014 beliefen sich die direkt und indirekt selbst gehaltenen stimmrechtslosen eigenen Aktien unter Berücksichtigung der von den Tochtergesellschaften gehaltenen Position auf 2.715.650 Aktien der Highlight Communications AG (31. Dezember 2013: 2.715.650). In der Berichtsperiode wurden keine eigenen Anteile erworben oder verkauft.

Das Eigenkapital reduzierte sich von 107.248 TCHF um 1.268 TCHF auf 105.980 TCHF zum 31. März 2014. Diese Abnahme ergab sich im Wesentlichen aus dem in der Gewinnrücklage erfassten Wertrückgang der Constantin Medien-Aktien in Höhe von 1.054 TCHF. Aus der Neubewertung der Pensionsverpflichtung reduzierte sich zudem die Gewinnrücklage um 618 TCHF, insbesondere aufgrund der Abnahme des Diskontsatzes. Die Abnahme der anderen Rücklagen um 492 TCHF basiert auf der Umrechnung des Eigenkapitals von Gesellschaften, die nicht den Schweizer Franken als funktionale Währung haben. Das Periodenergebnis von 1.030 TCHF trug zu einem positiven Effekt bei.

Verbindlichkeiten

Während die langfristigen Schulden mit 3.798 TCHF im Vergleich zum Jahresende leicht abnahmen, sanken die kurzfristigen Schulden um insgesamt 42.328 TCHF. Dabei haben sich die Finanzverbindlichkeiten um 31.124 TCHF auf 120.873 TCHF verringert. Gleichzeitig sanken die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 11.856 TCHF und die sonstigen Verbindlichkeiten nahmen um 4 TCHF zu.

Umsatzerlöse und übrige Erträge

Die Umsatzerlöse der Berichtsperiode betrugen 125.731 TCHF, nach 81.929 TCHF in der Vergleichsperiode. Während sich die Umsatzerlöse des Segments Sport- und Event-Marketing um 63 TCHF verringerten, erhöhten sich die des Segments Film um 44.113 TCHF. Bei den aktivierten Filmproduktionen und anderen aktivierten Eigenleistungen ist zur Vergleichsperiode eine Abnahme von 7.463 TCHF festzustellen. Diese Abnahme ist grösstenteils dem Segment Film zuzuordnen und reflektiert das niedrigere Produktionsvolumen im Vergleich zum ersten Quartal des Jahres 2013.

Betriebsaufwendungen

Der Material- und Lizenzaufwand hat sich zur Vergleichsperiode um 9.570 TCHF verringert. Die Abnahme resultiert in erster Linie aus dem im Vergleich zum ersten Quartal des Jahres 2013 niedrigeren Produktionsvolumen im Segment Film.

Der Personalaufwand betrug in der Berichtsperiode 23.003 TCHF und blieb damit leicht unter dem Niveau der Vergleichsperiode.

Die Abschreibungen und Wertminderungen auf das Filmvermögen sowie auf immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens und Sachanlagen von insgesamt 65.248 TCHF (Vergleichsperiode: 19.164 TCHF) enthalten 56.331 TCHF planmässige Abschreibungen (Vergleichsperiode: 17.305 TCHF) und 8.917 TCHF Wertminderungen (Vergleichsperiode: 1.859 TCHF), wobei die Wertminderungen vollständig auf das Filmvermögen entfallen.

Nicht erfasster anteiliger Verlust von at-Equity bewerteten Unternehmen

Der in der Berichtsperiode nicht erfasste anteilige Verlust von at-Equity bewerteten Unternehmen beträgt 395 TCHF (Vergleichsperiode: 477 TCHF). Der kumulative nicht erfasste anteilige Verlust beträgt 3.083 TCHF (31. Dezember 2013: 2.688 TCHF).

Finanzergebnis

Das Finanzergebnis hat sich in der Berichtsperiode zur Vergleichsperiode um insgesamt 602 TCHF verringert. In der Vergleichsperiode wurde ein Gewinn aus der Änderung des zum beizulegenden Zeitwerts bewerteten und inzwischen veräusserten Finanzinstruments aus einer „Equity-Swap-Transaktion“ in Höhe von 509 TCHF erfasst.

6. Finanzielles Risikomanagement

Der Konzern ist verschiedenen finanziellen Risiken ausgesetzt, die sich aus den betrieblichen Geschäftstätigkeiten und den Finanzierungstätigkeiten des Konzerns ergeben. Die für den Konzern bedeutendsten finanziellen Risiken ergeben sich aus Änderungen der Fremdwährungskurse, aus Marktrisiken der finanziellen Vermögenswerte sowie aus der Änderung der Zinssätze, der Liquidität, der Kreditwürdigkeit und der Zahlungsfähigkeit der Geschäftspartner des Konzerns. Bei der Zuordnung der finanziellen Vermögenswerte und Schulden auf die einzelnen Klassen ergaben sich gegenüber dem Konzernjahresabschluss keine Veränderungen. Für weitere Informationen siehe Geschäftsbericht 2013, Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung, Kapitel 8.

Beizulegender Zeitwert von finanziellen Vermögenswerten und Schulden

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

31.3.2014 (TCHF)		Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Gesamt
Finanzielle Vermögenswerte, die zum Marktwert bewertet werden					
	FVPL/ohne Kategorie	-	174	-	174
Derivative Finanzinstrumente					
Finanzielle Vermögenswerte, erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet	FVPL	218	-	1.831	2.049
Finanzielle Vermögenswerte (Eigenkapitalinstrumente)	FVOCI	14.305	-	-	14.305
Finanzielle Verbindlichkeiten, die zum Marktwert bewertet werden					
Finanzverbindlichkeiten mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	ohne Kategorie	-	-	-	-
Derivative Finanzinstrumente	FLPL/ohne Kategorie	-	473	-	473

31.12.2013 (TCHF)		Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Gesamt
Finanzielle Vermögenswerte, die zum Marktwert bewertet werden					
Derivative Finanzinstrumente	FVPL/ohne Kategorie	-	666	-	666
Finanzielle Vermögenswerte, erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet	FVPL	227	-	2.268	2.495
Finanzielle Vermögenswerte (Eigenkapitalinstrumente)	FVOCI	15.359	-	-	15.359
Finanzielle Verbindlichkeiten, die zum Marktwert bewertet werden					
Finanzverbindlichkeiten mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	ohne Kategorie	-	506	-	506
Derivative Finanzinstrumente	FLPL/ohne Kategorie	-	1.500	-	1.500

Angaben zu Finanzinstrumenten der Stufe 3:

Bezeichnung des Finanzinstruments	Vorzugsaktien
Fair Value 1. Januar 2014	2.268
Fremdwährungsdifferenzen erfolgsneutral im Eigenkapital	-76
Verkauf	-361
Fair Value 31. März 2014	1.831

Die finanziellen Vermögenswerte, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden und in Stufe 1 enthalten sind, werden über Börsenpreise ermittelt. Die in Stufe 2 enthaltenen derivativen Finanzinstrumente werden zu aktuellen Marktwerten bewertet. Zur Bestimmung des beizulegenden Zeitwerts der Finanzinstrumente der Stufe 2 wurde ein Discounted-Cashflow-Verfahren verwendet. Die Veränderung des beizulegenden Zeitwerts der in Stufe 3 dargestellten finanziellen Vermögenswerte ist auf Verkäufe in Höhe von 361 TCHF und auf Effekte aus Währungsumrechnungen von -76 TCHF zurückzuführen.

Der Buchwert der zum Marktwert bewerteten finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten entspricht dem beizulegenden Zeitwert.

Umgliederungen zwischen den einzelnen Stufen der Fair Value-Hierarchie wurden nicht vorgenommen.

Zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanzierte finanzielle Vermögenswerte und Schulden

Aufgrund der kurzen Restlaufzeit entsprechen die Buchwerte von kurzfristigen finanziellen Forderungen bzw. Schulden zum Stichtag näherungsweise dem beizulegenden Zeitwert. Die langfristigen Forderungen werden entsprechend ihrer Laufzeit abgezinst; somit approximieren die Buchwerte ebenfalls den beizulegenden Zeitwert.

Beizulegender Zeitwert von nicht finanziellen Vermögenswerten und Schulden

Zum 31. März 2014 sind, mit Ausnahme der Liegenschaft (siehe Geschäftsbericht 2013, Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung, Kapitel 6.14), keine nicht finanziellen Vermögenswerte und nicht finanziellen Schulden zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Die zum beizulegenden Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten bewertete Liegenschaft ist, wie zum 31. Dezember 2013, der Stufe 2 zugeordnet.

7. Segmentberichterstattung

Die nachfolgenden Segmentinformationen basieren auf dem sogenannten Management Approach.

Die Konzernleitung der Gesellschaft als Hauptentscheidungsträger (Chief Operating Decision Maker) entscheidet über die Ressourcenzuteilung auf die Segmente und beurteilt deren Erfolg unverändert anhand der Kennzahlen Umsatzerlöse und Segmentergebnis. Die Konzernleitung nimmt keine Bewertung der Segmente auf Basis von Vermögenswerten und Schulden vor.

Auf Basis des internen Management-Berichtssystems und der dem internen Berichtswesen zugrunde liegenden Organisationsstruktur ist der Konzern unverändert in die drei operativen Segmente Film, Sport- und Event-Marketing sowie Übrige Geschäftsaktivitäten gegliedert. Unter Sonstiges werden die administrativen Funktionen der Holdinggesellschaft Highlight Communications AG berichtet. In der Überleitungsspalte sind die Eliminationen der Intersegmentbeziehungen ausgewiesen.

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

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

Segmentinformationen 1. 1. bis 31. 3. 2014

(TCHF)	Film	Sport- und Event- Marketing	Übrige Geschäfts- aktivitäten	Sonstiges	Überleitung	Konzern
Aussenumsätze	112.674	12.407	650	-	-	125.731
Übrige Segmenterträge	12.266	136	246	-	-244	12.404
Segmentaufwendungen	-127.466	-7.101	-1.546	-1.325	244	-137.194
<i>davon planmässige Abschreibungen</i>	-55.784	-216	-331	-	-	-56.331
<i>davon Wertminderungen</i>	-8.917	-	-	-	-	-8.917
Segmentergebnis	-2.526	5.442	-650	-1.325	-	941
Nicht zugeordnete Ergebniselemente:						
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures						61
Finanzerträge						2.378
Finanzaufwendungen						-2.244
Ergebnis vor Steuern						1.136

Segmentinformationen 1. 1. bis 31. 3. 2013

(TCHF)	Film	Sport- und Event- Marketing	Übrige Geschäfts- aktivitäten	Sonstiges	Überleitung	Konzern
Aussenumsätze	68.561	12.470	898	-	-	81.929
Übrige Segmenterträge	20.345	26	257	-	-242	20.386
Segmentaufwendungen	-90.255	-7.525	-1.669	-1.528	242	-100.735
<i>davon planmässige Abschreibungen</i>	-16.703	-259	-343	-	-	-17.305
<i>davon Wertminderungen</i>	-1.859	-	-	-	-	-1.859
Segmentergebnis	-1.349	4.971	-514	-1.528	-	1.580
Nicht zugeordnete Ergebniselemente:						
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures						5
Finanzerträge						2.266
Finanzaufwendungen						-1.530
Ergebnis vor Steuern						2.321

8. Haftungsverhältnisse, Eventualverbindlichkeiten und sonstige finanzielle Verpflichtungen

Gegenüber dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2013 haben sich die Haftungsverhältnisse, die Eventualverbindlichkeiten und die sonstigen finanziellen Verpflichtungen zum 31. März 2014 um 9.971 TCHF auf 73.713 TCHF verringert.

9. Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen

Die Gesellschaft unterhält mit assoziierten Unternehmen, Joint Ventures, der Hauptaktionärin und deren Tochtergesellschaften sowie Unternehmen, die von Verwaltungsratsmitgliedern kontrolliert werden, Beziehungen im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit. Die Forderungen gegenüber assoziierten Unternehmen und Joint Ventures beinhalten teilweise auch Darlehen, welche aus nicht verpflichtenden Finanzierungen von operativen Projekten entstanden sind.

Der Umfang der im Berichtszeitraum getätigten Transaktionen ist aus der nachfolgenden Tabelle ersichtlich:

Joint Ventures

(TCHF)	31.3. 2014	31.12. 2013
Forderungen	2.244	2.283
Verbindlichkeiten	2.979	-

(TCHF)	1.1. bis 31.3. 2014	1.1. bis 31.3. 2013
Umsatzerlöse und sonstige Erträge	1.297	2.272
Material- und Lizenzaufwand und sonstige Aufwendungen	1.156	2.363

Assoziierte Unternehmen

(TCHF)	31.3. 2014	31.12. 2013
Forderungen	3.639	3.079
Verbindlichkeiten	44	26

(TCHF)	1.1. bis 31.3. 2014	1.1. bis 31.3. 2013
Umsatzerlöse und sonstige Erträge	1	-
Material- und Lizenzaufwand und sonstige Aufwendungen	45	43

Sonstige nahestehende Unternehmen und Personen

(TCHF)	31.3. 2014	31.12. 2013
Forderungen	-	-
Verbindlichkeiten	138	106

(TCHF)	1.1. bis 31.3. 2014	1.1. bis 31.3. 2013
Umsatzerlöse und sonstige Erträge	-	-
Material- und Lizenzaufwand und sonstige Aufwendungen	180	180

Mutterunternehmen und deren direkte Tochtergesellschaften

(TCHF)	31.3. 2014	31.12. 2013
Forderungen	35	77
Verbindlichkeiten	151	176

(TCHF)	1.1. bis 31.3. 2014	1.1. bis 31.3. 2013
Umsatzerlöse und sonstige Erträge	44	95
Material- und Lizenzaufwand und sonstige Aufwendungen	128	151

Die Transaktionen mit den sonstigen nahestehenden Personen und Unternehmen beinhalten im Wesentlichen die folgenden Beziehungen:

Im Berichtszeitraum sind aus dem Beratervertrag zwischen der Constantin Film-Gruppe und der Fred Kogel GmbH, der die Bereiche Lizenzhandel, TV-Auftragsproduktion und Filmverleih umfasst, Aufwendungen in Höhe von 92 TCHF (Vergleichsperiode: 92 TCHF) angefallen. Zum 31. März 2014 bestanden hieraus Verbindlichkeiten in Höhe von 30 TCHF (31. Dezember 2013: 31 TCHF).

Gegenüber verschiedenen Verwaltungsratsmitgliedern und Managing Directors bestehen zum 31. März 2014 weitere Verbindlichkeiten in Höhe von 107 TCHF (31. Dezember 2013: 74 TCHF).

Nahestehende Personen umfassen die Verwaltungsräte und Konzernleitungsmitglieder sowie deren Angehörige.

Wesentliche Leistungen gegenüber Gesellschaften, die durch Nahestehende kontrolliert werden, wurden von der Highlight Communications AG in der Berichtsperiode, wie auch in der Vergleichsperiode, nicht erbracht.

Alle Geschäfte mit nahestehenden Unternehmen und Personen werden zu Bedingungen ausgeführt, wie sie auch mit fremden Dritten üblich sind.

10. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Der Geschäftsführung und dem Verwaltungsrat sind keine Ereignisse bekannt, die nach dem Bilanzstichtag eingetreten sind und einen wesentlichen Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Highlight-Gruppe haben.

Impressum

Herausgeber und verantwortlich für den Inhalt: Highlight Communications AG, Pratteln

Konzeption, Redaktion, Design und Produktion: GFD Finanzkommunikation, Frankfurt am Main

*Bildnachweis: dpa Picture-Alliance, Frankfurt am Main (Umschlag innen, vorne und hinten), TEAM-Gruppe, Luzern (Umschlag aussen)
Constantin Film-Gruppe, München (Umschlag aussen), Highlight Event & Entertainment-Gruppe, Düdingen (Umschlag aussen)*



Verdienter Lohn:
Die Erfolgskomödie „Fack ju
Göhte“ wurde mit dem Pub-
likumspreis des Bayerischen
Filmpreises ausgezeichnet.

Termine 2014

Bereich Kino	Filmfestspiele Cannes	14. - 25. Mai
	Filmfestspiele Locarno	6. - 16. August
	Filmfestspiele Venedig	27. August - 6. September
	Filmfestspiele Toronto	4. - 14. September
Bereich Fussball	UEFA Europa League-Finale	14. Mai
	UEFA Champions League-Finale	24. Mai
Bereich Musik	Eurovision Song Contest, Halbfinale	6. und 8. Mai
	Eurovision Song Contest, Finale	10. Mai
	Sommernachtskonzert der Wiener Philharmoniker	29. Mai
Bereich Investor Relations	Zwischenberichte	August/November
	Generalversammlung	30. Mai
	Deutsches Eigenkapitalforum	24. - 26. November

