



Highlight

Highlight Communications AG



1Q2021

QUARTALSMITTEILUNG zum 31. März 2021

Konzernumsatz und Betriebsergebnis der Highlight-Gruppe entwickelten sich im ersten Quartal 2021 positiv.

- Der Konzernumsatz erhöhte sich um 17,2 Mio. CHF auf 106,5 Mio. CHF (Vorjahr 89,3 Mio. CHF)
- Das Betriebsergebnis (EBIT) konnte um 0,1 Mio. CHF auf 1,3 Mio. CHF erhöht werden und liegt damit erneut deutlich im positiven Bereich.
- Das Konzernperiodenergebnis verringerte sich währungsbedingt gegenüber dem Vergleichswert des ersten Quartals 2020 um 1,0 Mio. CHF auf -2,1 Mio. CHF.

Wirtschaftliche Entwicklung der Highlight-Gruppe

Umsatz und Ergebnis (in Mio. CHF)

	1Q2021	1Q2020	Veränderung
Umsatzerlöse	106,5	89,3	19,3%
Betriebsergebnis (EBIT)	1,3	1,2	6,9%
Konzernperiodenergebnis	-2,1	-1,1	n/a
Ergebnisanteil Anteilseigner	-1,9	-0,9	n/a
Ergebnis je Aktie (in CHF)	-0,03	-0,02	n/a

Der Anstieg der Umsatzerlöse resultierte aus höheren Umsatzerlösen im Segment Film, während die Umsatzerlöse im Segment Sport- und Event-Marketing leicht über und die im Segment Sport unter dem Vorjahresniveau lagen. Die aktivierten Filmproduktionen und anderen aktivierten Eigenleistungen lagen mit 30,4 Mio. CHF um 3,1 Mio. CHF über dem Vorjahreswert.

Der operative Konzernaufwand lag um 18,9 Mio. CHF bzw. 15,8% mit 138,1 Mio. CHF über dem Vorjahresniveau. Massgeblich dafür waren die Auftragsproduktionen im Filmsegment sowie eine leichte Erhöhung des Personalaufwands um 2,6 Mio. CHF auf 43,3 Mio. CHF.

Infolge resultiert ein EBIT von 1,3 Mio. CHF, nach 1,2 Mio. CHF im Vorjahresquartal. Beim Konzernperiodenergebnis von -2,1 Mio. CHF, -1,0 Mio. CHF gegenüber Vorjahresquartal, wirkte sich das währungsbedingt geringere Finanzergebnis aus.

Vermögens- und Finanzlage (in Mio. CHF)

	31.03.2021	31.12.2020	Veränderung
Bilanzsumme	663,4	661,3	0,3%
Eigenkapital	207,3	207,0	0,1%
Eigenkapitalquote (in %)	31,2	31,3	-0,1 Punkte
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	83,5	69,4	20,2%
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	66,3	48,2	37,6%

Die langfristigen Vermögenswerte lagen mit einer Abnahme um 11,6 Mio. CHF auf 425,8 Mio. CHF leicht unter dem Niveau des Jahresendes 2020. Der Rückgang des Werts des Filmvermögens um 10,0 Mio. CHF auf 152,0 Mio. CHF resultierte sowohl aus einer Abnahme der Eigenproduktionen als auch der Fremdproduktionen.

Die kurzfristigen Vermögenswerte erhöhten sich um 13,7 Mio. CHF auf 237,5 Mio. CHF, wobei Rückgängen der Vertragsvermögenswerte um 18,9 Mio. CHF sowie der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Forderungen um 7,2 Mio. CHF ein Anstieg der Vorräte um 22,1 Mio. CHF gegenüberstand.

Das Eigenkapital blieb mit 207,3 Mio. CHF gegenüber dem Jahresende 2020 nahezu unverändert.

Operative und wirtschaftliche Entwicklung des Segments Film

Vorbemerkung

Aufgrund der anhaltenden Pandemiesituation lassen sich in allen unten aufgeführten Bereichen nur Aussagen für einen mehr oder minder kurzen, überschaubaren Zeitraum treffen, mittelfristig belastbar sind sie nicht. Vergleichswerte für diese Situation existieren nicht.

Bereits im Abschluss 2020 wurde über den von der deutschen Bundesregierung finanzierten Ausfallfond I (50 Millionen Euro für Kinofilm- und Serienproduktionen) berichtet. Damit sollen COVID19-bedingte Produktionsstörungen abgedeckt und eine Wiederaufnahme der Produktion von Kinofilmen und High-End-Serien in Deutschland ermöglicht werden. Der Ausfallfond ist Teil des Programms NEUSTART KULTUR, aus dem insgesamt 165 Millionen Euro für die Unterstützung der Filmbranche vorgesehen sind.

Im Berichtszeitraum (konkret ab Januar 2021) können zusätzliche Produzentenhilfen aus dem von den deutschen Bundesländern und TV-Sendern aufgesetzten Ausfallfonds II für TV- und Streaming-Produktionen beantragt werden. Rückwirkend zum 1. November 2020 erhalten Produktionsunternehmen für den Zeitraum der Dreharbeiten eine finanzielle Unterstützung durch diesen Fonds, wenn sie aufgrund einer Corona-bedingten Produktionsstörung einen finanziellen Schaden erleiden und eine übliche Versicherung keine Absicherung gewährt.

Kinoverleih – Aufgrund der COVID-19-Situation haben die Länderregierungen entschieden, die Kinos weiterhin geschlossen zu halten. Im Berichtszeitraum konnte deshalb kein Kinofilm gestartet werden.

Home Entertainment – Trotz Corona-Pandemie und der mit dieser teilweise verbundenen Schliessung von Verkaufsstätten im Einzelhandel verlief das erste Quartal 2021, in welchem die Kinoproduktionen „After Truth“, sowie die Constantin Eigenproduktion „Drachenreiter“ veröffentlicht wurden, weitgehend im Rahmen der Planung. Zu dem positiven Gesamtergebnis trugen massgeblich die sowohl im physischen Vertrieb als auch im Digitalvertrieb erzielten Umsatzzahlen der Katalogtitel bei, allen voran Titel wie „Das perfekte Geheimnis“, „After Passion“, sowie die „Ostwind Reihe“ und die „Werner Reihe“. Im Monat März erfolgten die physische Veröffentlichung der Kinoproduktionen „After Truth“ und „Drachenreiter“. Infolge der Corona-Pandemie und der teilweisen Einschränkung auf vielen Verkaufsflächen im deutschsprachigen Raum, konnte das Distributionsziel nicht erreicht werden. Dem gegenüber lagen die elektronischen Transaktionen (TVoD und EST) deutlich über den Planungen.

Lizenzhandel/TV-Auswertung – Lizenzstarts im Free-TV hatten unter anderem die Kinofilme „Papillon“ (ProSieben) und im Pay-TV (Pay-per View) „Die schönste Zeit unseres Lebens“ (Sky).

TV-Auftragsproduktion – Die Dreharbeiten zu der dritten Staffel der TV-Serie „Die Heiland“ (Olga Film für die ARD) und der High-End-Serie „Der Palast - AT“ (Constantin Television für das ZDF) konnten erfolgreich fortgesetzt werden. Zudem startete der Dreh zu einer weiteren Doppelfolge der TV-Erfolgsreihe „Kommissarin Lucas“ (Olga Film für das ZDF). Bei der RatPack wurde die sechsteilige Primetime-Serie „Mein Freund, das Ekel“ (Fortsetzung der gleichnamigen ZDF-Komödie) erfolgreich abgedreht. Zudem konnten weitere Folgen der Daily „Dahoam is Dahoam“ (Constantin Television) und der Frankentatort (Hager Moss) – beides BR – abgedreht werden.

Bei der Constantin Entertainment GmbH wurden unter anderem weitere Folgen der Weekly „Darf er das? Live – Die Chris Tall Show“ (RTL), von „K11 – Die neuen Fälle“ (Sat.1) und von „Fraueng'schichten“ (BR) gedreht.

Die Marktanteile (Gesamtmarkt) mehrerer TV-Auftragsproduktionen lagen im ersten Quartal 2021 im zweistelligen Prozentbereich. Insbesondere die Ausstrahlung des TV-Events „Feinde“ nach Ferdinand von Schirach erzielte mit der Version „Gegen die Zeit“ 21,8% Marktanteil und mit der Version „Recht oder Gerechtigkeit?“ 19,5% Marktanteil. Die Ausstrahlung einer weiteren Folge „Kommissarin Lucas“ zur Primetime im ZDF erzielte 22,1% Marktanteil. Die Ausstrahlung der ZDF-Serie „Kanzlei Berger“ erreichte durchschnittlich rund 11,2 % Marktanteil und die des ARD-Films „Jackpot“ 12,9% Marktanteil (alle genannten Marktanteile beziehen sich auf den Gesamtmarkt).

Ein besonderer Erfolg sind zudem die Gesamtabrufe der High-End-Serie „Wir Kinder vom Bahnhof Zoo“ auf Amazon Prime. Mit 2,3 Mio. Abrufen allein in der Launch-Woche ist „Wir Kinder vom Bahnhof Zoo“ auf Amazon Prime deutlich stärker gestartet als etliche Vergleichstitel. In den ersten 30 Tagen nach Veröffentlichungszeitpunkt erzielte sie sogar 13,4 Mio. Abrufe.

Umsatz und Ergebnis (in Mio. CHF)

	1Q2021	1Q2020	Veränderung
Segmentumsatz	67,9	48,1	41,2%
Segmentergebnis	3,3	0,4	674,4%

Die Umsatzsteigerung des Segments lag insbesondere am niedrigen Vergleichsniveau des Vorjahres welches von den Unsicherheiten rund um die Massnahmen im Zusammenhang mit der COVID-19-Pandemie geprägt war.

Die übrigen Segmenterträge, die weitgehend von den aktivierten Filmproduktionen beeinflusst werden, stiegen aufgrund des sich erholenden Produktionsvolumens um 1,8 Mio. CHF auf 31,5 Mio. CHF an. Die Segmentaufwendungen stiegen um 18,8 Mio. CHF auf 96,1 Mio. CHF.

Operative und wirtschaftliche Entwicklung des Segments Sport- und Event-Marketing

Im ersten Quartal 2021 hat TEAM den Vertriebsprozess für die UEFA Champions League sowie den kombinierten Prozess für die UEFA Europa League und die neu geschaffene UEFA Europa Conference League für den Rechtezyklus 2021/22 bis 2023/24 weiter vorangetrieben.

TEAM hat ausserdem mit den Vorbereitungen zur Unterstützung der Partner-Aktivitäten für das UEFA Champions League Finale und UEFA Europa League Finale begonnen. Beide Spiele sollten in der Lage sein, eine begrenzte Anzahl von Fans und Gästen der Partner zu beherbergen, vorbehaltlich der Bestätigung durch die UEFA und die lokalen Behörden.

Hauptfokus der Highlight Event hinsichtlich des Wiener Philharmoniker Projekts im ersten Quartal war die Umsetzung des Neujahrskonzerts ohne Publikum im Saal sowie COVID-Kompensationsregelungen mit den Sponsoren- bzw. Medienpartnern. Darüber hinaus konnten weitere Medienvereinbarungen bis 2027 abgeschlossen werden sowie Veranstaltungen im Jahr 2021 (u.a. Sommernachtskonzert, Sponsorenveranstaltungen in Mailand, Florenz, Amsterdam, Kopenhagen und Barcelona) unter COVID-Bedingungen geplant werden.

Mit Blick auf den ESC 2021 lag der Fokus im ersten Quartal auf dem Abschluss weiterer Sponsorenvereinbarungen (u.a. booking.com), den COVID-Kompensationsregelungen mit dem Hauptsponsor sowie den Event-Vorbereitung unter COVID-Bedingungen (ESC 2021 in Rotterdam). Die Highlight Event ist in allen genannten Bereichen auf einem guten Weg bzw. es konnten gute Ergebnisse erzielt werden.

Umsatz und Ergebnis (in Mio. CHF)

	1Q2021	1Q2020	Veränderung
Segmentumsatz	16,9	16,2	3,9%
Segmentergebnis	8,0	7,8	3,1%

Der leichte Anstieg der Aussenumsätze des Segments Sport- und Event-Marketing resultiert aus Währungseffekten.

Die Segmentaufwendungen blieben mit 8,9 Mio. CHF auf Vorjahresniveau, so dass das Segmentergebnis um 0,2 Mio. CHF auf 8,0 Mio. CHF anstieg.

Operative und wirtschaftliche Entwicklung des Segments Sport

Im ersten Quartal 2021 baute die Sport1 GmbH ihr Produkt- und Programmportfolio weiter aus: An der FIA World Rally Championship (WRC) wurden Rechte für ein einstündiges Highlight-Magazin und die Verwertung im „AvD Motor & Sport Magazin“ erworben, das am 21. März im Rahmen einer erweiterten Kooperation mit dem Automobilclub von Deutschland e.V. in die neue Motorsport-Saison startete. Zudem akquirierte SPORT1 unter anderem Handball-Rechte am DHB-Pokal der Frauen mit dem im Mai ausgetragenen OLYMP Final4 und baute sein Audio-Angebot mit neuen Podcasts auf aktuell bereits über 20 Formate aus.

Im Distributionsbereich wurden im Januar Kooperationen zur Verbreitung der beiden deutschsprachigen Pay-TV-Sender SPORT1+ und eSPORTS1 auf Joyn sowie von eSPORTS1 bei Amazon Prime Video Channels vereinbart. Im März folgte eine Partnerschaft mit Telenor, die die Distribution des im November 2020 gestarteten neuen paneuropäischen Senders eSportsONE in Norwegen und Schweden umfasst. Bei den weiteren Tochterunternehmen der Sport1 Medien AG standen im ersten Quartal 2021 ebenfalls der Erhalt und Ausbau bestehender sowie der Aufbau neuer Kundenbeziehungen im Fokus.

Die Free-TV-Marktanteile von SPORT1 bei den Zuschauern ab drei Jahren und in der Kernzielgruppe Männer 14 bis 59 Jahre lagen mit 0,5 % bzw. 0,8 % auf bzw. leicht unter Vorjahresquartal, insbesondere aufgrund der andauernden Corona-bedingten Auswirkungen, darunter die Verschiebung der Darts Premier League ins zweite Quartal 2021.

Im Digitalbereich wurden im ersten Quartal 2021 die Visits um 5 % und die Video Views um 18 % gegenüber Vorjahresquartal gesteigert – u.a. ein Resultat der Livestream-Offensive. Auch die VoD-Reichweiten auf den SPORT1 Plattformen wuchsen – vor allem durch den Ausbau des Videoangebots – während auf YouTube die Video Views leicht zurückgingen. Die Zahl der Unique User lag im ersten Quartal 16 % über den Werten aus dem ersten Quartal 2020, vor allem bedingt durch die vielen Zugriffe über Suchmaschinen.

Umsatz und Ergebnis (in Mio. CHF)

	1Q2021	1Q2020	Veränderung
Segmentumsatz	21,8	25,0	-12,8%
Segmentergebnis	-8,5	-5,2	n/a

Die Aussenumsätze des Segments Sport reduzierten sich um 3,2 Mio. CHF auf 21,8 Mio. CHF.

Die übrigen Segmenterträge erhöhten sich um 0,2 Mio. CHF auf 1,5 Mio. CHF während die Segmentaufwendungen um 0,5 Mio. CHF auf 31,9 Mio. CHF stiegen, so dass sich das Segmentergebnis insgesamt um 3,4 Mio. CHF auf -8,5 Mio. CHF gegenüber dem Vorjahresquartal reduzierte.

Risiko- und Chancenbericht

Bei den Risiken und Chancen der Highlight-Gruppe haben sich im ersten Quartal 2021 keine Veränderungen ergeben. Eine detaillierte Beschreibung des Risikomanagementsystems sowie des Risiko- und Chancenprofils befindet sich im Lagebericht unseres Geschäftsberichts 2020.

Ausblick

Die Ausführungen zum Ausblick 2021 sind vor dem Hintergrund der derzeitigen COVID-19-Situation und der zeitlich nicht absehbaren Beendigung des Lockdowns zu werten; die derzeitigen Planungen sind nicht belastbar.

Momentan kann – nach der erwarteten Beendigung des Lockdowns – noch von einem steigenden Medienkonsum und einer weltweit stärkeren Nachfrage nach audiovisuellen Produkten und damit von einer positiv zu bewertenden Gesamtsituation im Segment Film ausgegangen werden. Die grösste Herausforderung wird dabei – neben marktstarken Wettbewerbern – sein, die durch COVID-19 verursachten Produktions- und Auswertungspausen im laufenden Geschäftsjahr wieder aufzuholen.

Dies vorausgesetzt basiert die Umsatzerwartung für das Jahr 2021 insgesamt auf einem Erfolg versprechenden Portfolio aus attraktiven Eigen-/ Co-Produktionen und Lizenzfilmen für die Bereiche Kino und Home Entertainment. Darüber hinaus werden die Aktivitäten im Geschäftsfeld TV-Auftragsproduktion zunehmen.

Im Kinoverleih waren für das Jahr 2021 vierzehn Filmstarts geplant. Unter anderem sollten „Ostwind – Der große Orkan“ und „Monster Hunter“ anlaufen. Zum jetzigen Zeitpunkt sind diese Planungen mit hoher Unsicherheit behaftet, weil derzeit nicht absehbar ist, wann und in welchem Umfang die Kinos wieder öffnen werden und welches Konkurrenzumfeld an den jeweiligen Startterminen bestehen wird.

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

Infolge der Corona-Krise und der damit verbundenen Restriktionen im Einzelhandel wird für das physische Geschäft, das den Verkauf von bespielten Bild-Tonträgern umfasst, ein schwieriges Umfeld erwartet. Erschwerend dürfte sich im öffentlichen Raum auch die mit COVID-19 verbundene Verunsicherung des Endverbrauchers auswirken. Infolge der noch immer anhaltenden Schliessung des gesamten Kinomarktes werden Neu-Veröffentlichungen von Kinoproduktionen für den Home Entertainment Bereich in das vierte Quartal 2021 verschoben, die Terminverschiebungen werden den Bereich Home-Entertainment im laufenden Geschäftsjahr teilweise belasten.

Der Free-TV-Bereich des Geschäftsfelds Lizenzhandel/TV-Auswertung wird im zweiten Quartal dieses Jahres vor allem von den Umsätzen der Kinofilme „Nur Gott kann mich richten“ und „Der Vorname“ geprägt sein. Im zweiten Quartal hat kein Kinofilm Lizenzstart im Pay-TV-Segment.

TEAM wird sich auf den Abschluss des Medien- und Sponsorenverkaufsprozesses für die UEFA Champions League und den kombinierten Prozess für die UEFA Europa League und die UEFA Europa Conference League für den Rechtezyklus 2021/22 bis 2023/24 konzentrieren, der im August 2021 beginnt.

TEAM wird die UEFA und ihre Partner ausserdem dabei unterstützen, eine erfolgreiche K.-o.-Phase sowie die Endspiele der laufenden Saison, der letzten des aktuellen Rechtezyklus, zu organisieren.

Der Fokus der Highlight Event AG liegt im Rahmen des Wiener Philharmoniker Projekts weiterhin auf der Verlängerung der Medienverträge bis 2027 und der Umsetzung der Events des Orchesters im Jahr 2021 sowie hinsichtlich des ESC 2021 auf der Umsetzung der Veranstaltung, so dass alle Sponsoren- und Medienvereinbarungen bestmöglich erfüllt werden können. Trotz der weiterhin bestehenden COVID-Herausforderungen ist der Ausblick für beide Projekte sehr positiv.

Im Segment Sport liegt der Fokus auch im Geschäftsjahr 2021 auf der konsequenten multimedialen Content-Nutzung, -Verbreitung und -Kapitalisierung. Neben der Stärkung des SPORT1 Portfolios durch den Erwerb neuer Rechte, der Verlängerung bestehender Partnerschaften sowie der Erschliessung neuer Content-Kooperationen und Geschäftsfelder stehen die plattformübergreifende Auswertung und Inszenierung etablierter Programmsäulen auch weiterhin im Mittelpunkt. Dazu zählen als Kernsportarten insbesondere Fussball, Motorsport, Eishockey, Basketball, Volleyball, Darts, Tennis, US-Sport und eSports. Angesichts der nach wie vor massiv wachsenden digitalen und plattformübergreifenden Nutzung von Medienangeboten wird ausserdem die digitale Diversifizierung der Marke SPORT1 weiter vorangetrieben und es werden gleichzeitig neue Inhalte- und Vermarktungsumfelder geschaffen – zum Beispiel mit den bei der DFL-Rechtevergabe erworbenen Highlight- und Archiv-Clips der Bundesliga und 2. Bundesliga zur Auswertung auf den Digital-Plattformen.

Bei PLAZAMEDIA bilden 2021 neben der Realisierung von komplexen Live- und Non-Live-Produktionen und Weiterentwicklung von Produktionstechnologien, Content-Management-Lösungen sowie die produktionstechnische Content-Distribution Schwerpunkte. Auch bei den weiteren Tochterunternehmen der Sport 1 Medien AG im Sportbereich stehen der Erhalt bestehender sowie der Aufbau neuer Kundenbeziehungen im Mittelpunkt.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Die weltweite Corona-Pandemie bleibt auch über das erste Quartal 2021 hinaus ein wichtiges Thema. Der Verwaltungsrat überwacht die Situation fortlaufend und hat bereits entsprechende Massnahmen eingeleitet.

Hinweise und zukunftsbezogene Aussagen

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

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

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

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

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

Impressum

*Herausgeber und verantwortlich für den Inhalt: Highlight Communications AG, Pratteln
Konzeption, Redaktion, Design und Produktion: GFD Finanzkommunikation, Frankfurt am Main
Bildnachweis: dpa Picture-Alliance, Frankfurt am Main und Ralf Wilschewski, Greiling*