



Highlight

Highlight Communications AG



1Q2020

QUARTALSMITTEILUNG ZUM 31. MÄRZ 2020

Umsatz der Highlight-Gruppe entwickelte sich im ersten Quartal 2020 im Rahmen der Erwartungen, während Ergebnisse diese übertrafen.

- Der Konzernumsatz lag mit 89,3 Mio. CHF um 27,4 Mio. CHF unter dem Vergleichswert des ersten Quartals 2019.
- Das Betriebsergebnis (EBIT) konnte um 4,1 Mio. CHF auf 1,2 Mio. CHF erhöht werden und ist deutlich im positiven Bereich, nachdem im Vorjahresquartal -2,9 Mio. CHF ausgewiesen wurde.
- Das Konzernperiodenergebnis verbesserte sich gegenüber dem Vergleichswert des ersten Quartals 2019 um 3,4 Mio. CHF auf -1,1 Mio. CHF.

Wirtschaftliche Entwicklung der Highlight-Gruppe

Umsatz und Ergebnis (in Mio. CHF)

	1Q2020	1Q2019	Veränderung
Umsatzerlöse	89,3	116,7	-23,5%
Betriebsergebnis (EBIT)	1,2	-2,9	n/a
Konzernperiodenergebnis	-1,1	-4,5	74,4%
Ergebnisanteil Anteilseigner	-0,9	-3,4	75,0%
Ergebnis je Aktie (in CHF)	-0,02	-0,06	66,7%

Der Rückgang der Umsatzerlöse resultiert insbesondere durch geringere Umsatzerlöse im Segment Film, wo sich die COVID-19-bedingten Massnahmen ab März auswirkten, während die Umsatzerlöse in den übrigen Segmenten – Sport- und Event-Marketing und Sport – in etwa auf Vorjahresniveau blieben. Die aktivierten Filmproduktionen und anderen aktivierten Eigenleistungen lagen mit 27,3 Mio. CHF um 3,5 Mio. CHF unter dem Vorjahreswert. Gleiches gilt für die sonstigen betrieblichen Erträge, die um 0,5 Mio. CHF auf 3,8 Mio. CHF sanken.

Der operative Konzernaufwand konnte um 35,6 Mio. CHF bzw. 23,0% auf 119,2 Mio. CHF gesenkt werden. Massgeblich dafür waren in erster Linie Rückgänge des Material- und Lizenzaufwands (um 11,0 Mio. CHF auf 52,0 Mio. CHF) sowie der Abschreibungen und Wertminderungen (um 22,0 Mio. CHF auf 11,9 Mio. CHF), während der Personalaufwand mit 40,7 Mio. CHF nur leicht unter dem Vorjahreswert von 40,9 Mio. CHF lag.

Infolge resultiert ein EBIT von 1,2 Mio. CHF, nach -2,9 Mio. CHF im Vorjahresquartal. Beim Konzernperiodenergebnis von -1,1 Mio. CHF, nach -4,5 Mio. CHF im Vorjahresquartal, wirkte sich insbesondere eine Verbesserung des Finanzergebnisses um 0,6 Mio. CHF aus.

Vermögens- und Finanzlage (in Mio. CHF)

	31.03.2020	31.12.2019	Veränderung
Bilanzsumme	656,0	673,9	-2,7%
Eigenkapital	191,3	197,7	-3,2%
Eigenkapitalquote (in %)	29,2	29,3	-0,1 Punkte
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	80,3	66,7	20,4%
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	51,1	53,0	-3,6%

Die langfristigen Vermögenswerte blieben mit einer Abnahme um 0,7 Mio. CHF auf 457,1 Mio. CHF auf dem Niveau des Jahresendes 2019. Zum Anstieg des Werts des Filmvermögens um 4,2 Mio. CHF auf 178,8 Mio. CHF trug eine Zunahme der Eigenproduktionen bei, während die Fremdproduktionen leicht rückläufig waren.

Die kurzfristigen Vermögenswerte reduzierten sich um 17,2 Mio. CHF auf 198,9 Mio. CHF, wobei einem Rückgang der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Forderungen um 17,4 Mio. CHF ein Anstieg der Vertragsvermögenswerte um 2,6 Mio. CHF gegenüberstand.

Hauptgründe für den Rückgang des Eigenkapitals sind neben dem Konzernperiodenergebnis von -1,1 Mio. CHF insbesondere Währungseffekte in Höhe von insgesamt -4,3 Mio. CHF.

Operative und wirtschaftliche Entwicklung des Segments Film

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

Bei der Vergabe der Referenzmittel der Filmförderungsanstalt für das Jahr 2019 wurde die Constantin Film-Gruppe erneut als erfolgreichster deutscher Produzent und Verleiher ausgezeichnet. Damit verbunden ist eine Referenzförderung von rund 3,3 Mio. EUR für den Bereich Produktion und von rund 0,6 Mio. EUR für den Bereich Verleih.

Home Entertainment – Bis zum Ausbruch der Corona-Pandemie verlief das erste Quartal 2020, in welchem die Kinoproduktionen „Die Drei !!!“ und die bayerische Komödie „Eine ganz heisse Nummer 2“ veröffentlicht wurden, weitgehend im Rahmen der Planung.

Zu dem positiven Gesamtergebnis trugen auch die Erfolge im Digitalvertrieb sowie die unverändert guten Umsatzzahlen der Katalogtitel bei, allen voran die „Fack Ju Göhte“-Reihe, „Ostwind – Aris Ankunft“ und der Kinoerfolg „After Passion“. Ende März erfolgte die Veröffentlichung des Kino-Grosserfolges „Das perfekte Geheimnis“; infolge der Corona-Pandemie und der damit verbundenen Schliessung der meisten 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 „Mortal Instruments“ (ProSieben) und „Das Pubertier“ (ProSieben) sowie „Das perfekte Geheimnis“ (Sky) im Pay-TV (Pay-per-View).

TV-Auftragsproduktion – Die Dreharbeiten zu der zweiten Staffel der TV-Serie „Die Heiland“ (Olga Film GmbH für ARD) wurden im Januar fortgesetzt, und der Dreh der High-End Serie „Wir Kinder vom Bahnhof Zoo“ (Constantin Television GmbH für Amazon) konnte im Februar erfolgreich abgeschlossen werden. Bei der Moovie GmbH wurden die Einzelstücke „Nicht tot zu kriegen“ (ZDF) u.a. mit Iris Berben und Nina Grosse und „Gott“ nach Ferdinand von Schirach (ARD) gedreht.

Aufgrund der COVID-19 Situation musste der Dreh der Daily „Dahoam is Dahoam“ (Constantin Television GmbH für BR) Mitte März unterbrochen werden, ebenso der Dreh weiterer Folgen der TV-Reihe „Kroatien Krimi“ (Constantin Television GmbH für ARD) und des Projekts „Transatlantic 473“ (Rat Pack Filmproduktion GmbH für NETFLIX).

Bei der Constantin Entertainment GmbH wurden unter anderem weitere Folgen der Weekly „Darf er das? Live – Die Chris Tall Show“ (RTL) und „K11 – Die neuen Fälle“ (Sat. 1) gedreht. Zudem wurden weitere Folgen von „Shopping Queen“ (VOX) und der Quizsendung „Genial daneben – Das Quiz“ (Sat. 1) produziert, welche aber wegen COVID-19 unterbrochen werden mussten.

Die Marktanteile (Gesamtmarkt) mehrerer TV-Auftragsproduktionen lagen im ersten Quartal 2020 im zweistelligen Prozentbereich. Insbesondere die Ausstrahlung des Tatorts „Die Nacht“ – eine Produktion der Hager Moss GmbH für die ARD – erzielte am 1. März einen Marktanteil von 23,1% und „Der Kroatien-Krimi: Tote Mädchen“ – eine Produktion der Constantin Television GmbH ebenfalls für die ARD – erzielte am 12. März einen Marktanteil von 13,0 % (alle genannten Marktanteile beziehen sich auf den Gesamtmarkt). Die Unterhaltungsshow „Darf er das? Live – Die Chris Tall Show“ der Constantin Entertainment GmbH erzielte am 21. Februar einen starken Marktanteil von 22,9 % bei den 14-49jährigen.

Umsatz und Ergebnis (in Mio. CHF)

	1Q2020	1Q2019	Veränderung
Segmentumsatz	48,1	72,4	-33,5%
Segmentergebnis	0,4	-3,5	n/a

Zum Umsatzrückgang des Segments trugen insbesondere die Massnahmen im Zusammenhang der COVID-19-Pandemie bei, die die gesamte Branche betrafen.

Die übrigen Segmenterträge, die weitgehend von den aktivierten Filmproduktionen beeinflusst werden, sanken aufgrund des aktuell niedrigeren Produktionsvolumens um 3,9 Mio. CHF auf 29,6 Mio. CHF an. Die Segmentaufwendungen sanken um 32,0 Mio. CHF auf 77,3 Mio. CHF.

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

Die Aktivitäten von TEAM konzentrierten sich auf den Vertriebsprozess für die UEFA Champions League sowie den kombinierten Prozess für die UEFA Europa League und die neu geschaffene UEFA European Conference League für den Rechtezyklus 2021/22 bis 2023/24.

Weitere Entwicklungen in diesem Bereich sowie Medienrechte-Ausschreibungen in neuen Märkten verzögern sich aufgrund der Covid-19-Pandemie auf unbestimmte Zeit.

Auch die Vorbereitungen zur Unterstützung von Geschäftspartnern bei der Aktivierung für das Finale der UEFA Europa League in Danzig und der UEFA Champions League in Istanbul wurden ausgesetzt, da die Finalsplele infolge der Corona-Krise verschoben wurden.

Seit dem 1. Januar 2020 wird die Highlight Event AG im Konsolidierungskreis der Highlight-Gruppe vollkonsolidiert und wird dem Segment Sport- und Event-Marketing zugewiesen.

Im Rahmen des Wiener Philharmoniker Projekts ist der Highlight Event AG die frühzeitige Verlängerung des exklusiven Hauptsponsorenvertrages für weitere fünf Jahre gelungen. Vorgegangen war aufgrund der erfolgreichen Partnerschaft bereits die Verlängerung des Agenturvertrages für den Vertragszyklus 2023-2027. Auf der Eventseite konnte das Neujahrskonzert 2020 sowohl für die beteiligten TV-Stationen in über 90 Länder als auch die Sponsoren sehr erfolgreich umgesetzt werden.

Kernfokus für den – in der Zwischenzeit aufgrund der COVID-19-Pandemie abgesagten – Eurovision Song Contest 2020 war die Implementierung der verschiedenen Medien- und Sponsorenvereinbarungen. Die Highlight Event AG arbeitete insofern eng mit der Europäischen Fernsehunion (EBU) zusammen. Dies auch um die gesetzten finanziellen Ziele zur automatischen Verlängerung des Agenturvertrages mit der EBU für den Vertragszeitraum 2021-2024 zu erreichen, was trotz der Corona-bedingten Krisensituation weiterhin absolut realistisch erscheint.

Umsatz und Ergebnis (in Mio. CHF)

	1Q2020	1Q2019	Veränderung
Segmentumsatz	16,2	16,5	-1,5%
Segmentergebnis	7,8	8,5	-9,1%

Der leichte Rückgang der Aussenumsätze des Segments Sport- und Event-Marketing resultiert aus geringeren Agenturprovisionen, die die TEAM-Gruppe infolge der Vermarktung der UEFA-Klubwettbewerbe für die Spielzeiten für 2020/21 bis 2021/22 erzielen konnte.

Aufgrund eines Anstiegs der Segmentaufwendungen um 0,8 Mio. CHF auf 8,8 Mio. CHF sank das Segmentergebnis um 9,1% auf 7,8 Mio. CHF.

Operative und wirtschaftliche Entwicklung des Segments Sport

Das Produktangebot und Rechteportfolio von SPORT1 wurde im ersten Quartal 2020 erweitert: Im Februar wurde die neue SPORT1 App gelauncht mit News, Videos, Interviews, Statistiken und Liveticker zu über 50 Sportarten und 200 Wettbewerben. Rechte erwarb die Sport1 GmbH unter anderem im Fussball am Coupe de France sowie im Motorsport an der US-Rennserie NASCAR Cup Series und der FIA World Rallycross Championship. Im eSports-Bereich wurden die Kooperationen mit der FIFA und DreamHack verlängert, die die FIFA 20 Global Series und den FIFA eWorld Cup 2020™ bzw. Dota 2-Events umfassen. Zudem wird im Rahmen einer Vereinbarung mit 7Sports die ESL Pro League übertragen. Aufgrund der ab März aus der Corona-Pandemie resultierenden Absagen bzw. Verschiebungen von Sportveranstaltungen schloss SPORT1 mit der FIFA eine umfangreiche Programmkooperation und akquirierte darüber hinaus weitere Sportdoku- und Dokutainment-Formate. Bei den weiteren Tochterunternehmen der Sport1 Medien AG standen im ersten Quartal 2020 ebenfalls der Erhalt und Ausbau bestehender sowie der Aufbau neuer Kundenbeziehungen im Fokus. So setzte PLAZAMEDIA Produktionen für Constantin Film („Caveman“), Constantin Entertainment („Die SAT.1 Comedy Konferenz – Promis in Quarantäne“) und MingaMedia („An die Töpfe, fertig, lecker!“) um.

Die SPORT1 Free-TV-Marktanteile bei den Zuschauern ab drei Jahren und in der Kernzielgruppe Männer 14 bis 59 Jahre lagen mit 0,5 bzw. 0,9 % unter Vorjahresquartal, insbesondere aufgrund des Corona-bedingten Entfalls fast aller Sportevents ab März.

Das Programm wurde entsprechend angepasst und bietet seitdem zahlreiche Sonderprogrammierungen und Thementage mit Highlights grosser Sportereignisse, eSports-Events, Talk, News und Dokutainment.

Die fehlenden Sportveranstaltungen verursachten auch einen Rückgang der Visits. Die Zahl der Unique User lag im ersten Quartal dagegen über Vorjahresquartal, besonders durch die Social- und SEO-Aktivitäten im Mobile-Bereich. Die Video Views und Livestreams auf den SPORT1 Plattformen übertrafen im Januar und Februar die Vorjahres-Reichweiten deutlich, sodass trotz der Corona-Auswirkungen im März das Vorjahreslevel im ersten Quartal 2020 gehalten wurde. Die YouTube Video Views stiegen im Vorjahresvergleich um 28 % weiter an, sodass SPORT1 im ersten Quartal 2020 das zweitbeste Quartal seit Start seiner YouTube Aktivitäten erreichte.

Umsatz und Ergebnis (in Mio. CHF)

	1Q2020	1Q2019	Veränderung
Segmentumsatz	25,0	28,1	-11,0%
Segmentergebnis	-5,2	-6,1	15,1%

Der leichte Rückgang der Aussenumsätze des Segments Sport um 3,1 Mio. CHF auf 25,0 Mio. CHF ist im Wesentlichen auf Fremdwährungseffekte zurückzuführen.

Gleichzeitig sanken die Segmentaufwendungen überproportional zum Umsatzrückgang um 4,4 Mio. CHF auf 31,5 Mio. CHF, so dass sich das Segmentergebnis insgesamt um 0,9 Mio. CHF auf -5,2 Mio. CHF gegenüber dem Vorjahresquartal verbesserte.

Risiko- und Chancenbericht

Bei den Risiken und Chancen der Highlight-Gruppe haben sich im ersten Quartal 2020 keine Veränderungen ergeben. Eine detaillierte Beschreibung des Risikomanagementsystems sowie des Risiko- und Chancenprofils befindet sich im Lagebericht unseres Geschäftsberichts 2019.

Ausblick

Die Ausführungen zum Ausblick 2020 sind vor dem Hintergrund der derzeitigen COVID-19-Situation und die zeitlich nicht absehbare Beendigung des Lock Downs zu werten; die derzeitigen Planungen sind nicht belastbar.

Momentan kann – nach Beendigung des Lock Downs – 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 2020 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 2020 zehn Filmstarts geplant. Unter anderem sollten „After 2“, „Die Stasi Komödie“ (Leander Hausmann), „Ostwind – Der große Orkan“, „Contra“ (eine neue Sönke Wortmann Produktion, Genre „Komödie“, in den Hauptrollen Christoph Maria Herbst, Nilam Farooq, Hassan Akkouch), „Monster Hunter“, „Drachenreiter“ und „Kaiserschmarrndrama“, die bereits siebte Leinwandadaption der Rita Falk-Kriminalreihe, 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 allenfalls der Kinostart in das kommende Jahr verschoben werden muss.

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

Infolge der Corona-Krise und der damit verbundenen Restriktionen im Einzelhandel erwarten wir für das physische Geschäft, welches den Verkauf von bespielten Bild-Tonträgern umfasst, ein schwieriges Geschäft. Erschwerend dürfte sich im öffentlichen Raum auch die mit COVID-19 verbundene Verunsicherung des Endverbrauchers auswirken. Infolge der Schliessung des gesamten Kinomarktes werden Neu-Veröffentlichung von Kinoproduktionen in das zweite Halbjahr verschoben, die Terminverschiebungen werden sich auch auf den Bereich Home-Entertainment auswirken.

Der Free-TV-Bereich des Geschäftsfelds Lizenzhandel/TV-Auswertung wird im zweiten Quartal dieses Jahres vor allem von den Umsätzen der Kinofilme „Fack Ju Göhte 3“ und „Jugend ohne Gott“ geprägt sein. In der Pay-TV-Auswertung werden unter anderem „Ostwind – Aris Ankunft“ (Pay-per-View) und „Die schönste Zeit unseres Lebens“ (Pay-per-View) Umsatzerlöse erzielen.

Da in ganz Europa die Fussballsaison unterbrochen werden musste, wird sich TEAM auf die Unterstützung der UEFA bei der kommerziellen und zeitlichen Planung der Wiederaufnahme der UEFA-Vereinswettbewerbe in den Sommermonaten konzentrieren. Dies umfasst die Vorbereitung der kommerziellen Analyse mehrerer Formatänderungen, um die laufende Saison rechtzeitig für den Start der neuen Saison abzuschliessen. Darüber hinaus unterstützt TEAM die UEFA dabei, die möglichen Folgen der Saisonunterbrechung für die Geschäftspartner zu bewerten.

Trotz der Corona-Reisebeschränkungen, die zum Ende des Quartals in Kraft traten, werden sich unsere Vertriebsteams aktiv auf eine betriebsamere Verkaufsphase im 3. und 4. Quartal 2020 sowie im Jahr 2021 vorbereiten, die einsetzen dürfte, sobald die Beschränkungen aufgehoben werden.

Der Fokus der Highlight Event AG liegt auf der Verlängerung der Medienverträge (u.a. TV, Radio, Streaming) für das Neujahrs- und Sommernachtskonzert der Wiener Philharmoniker für den Vertragszyklus 2023-2027. Bezüglich des Eurovision Song Contests 2021 beginnt die intensive Vermarktungsphase bereits jetzt. Trotz der durch die Corona-Krise entstandenen Herausforderungen ist der Ausblick für beide Projekte positiv, da bereits erste Vereinbarungen abgeschlossen werden konnten.

Im Segment Sport liegt der grundsätzliche Fokus auch im Geschäftsjahr 2020 auf der konsequenten multimedialen Content-Nutzung, -Verbreitung und -Kapitalisierung. Neben der Stärkung des Portfolios durch den Erwerb neuer Rechte, der Verlängerung bestehender Partnerschaften sowie der Erschliessung neuer Content-Kooperationen und Geschäftsfelder stehen

die plattformübergreifende Auswertung und Inszenierung etablierter Programmsäulen auch weiterhin im Mittelpunkt. Dazu zählen als Kernsportarten insbesondere Fussball, Motorsport, Eishockey, Basketball, Volleyball, Darts, Tennis, Boxen, US-Sport und eSports. Angesichts der nach wie vor massiv wachsenden digitalen und plattformübergreifenden Nutzung von Medienangeboten wird das Segment Sport ausserdem die digitale Diversifizierung der Marke SPORT 1 weiter vorantreiben und gleichzeitig neue Inhalte und Vermarktungsumfelder schaffen.

Bei PLAZAMEDIA bilden auch 2020 neben der Realisierung von komplexen Live- und Non-Live-Produktionen die Entwicklung und Weiterentwicklung von Produktionstechnologien, Content-Management-Lösungen sowie die produktionstechnische Content-Distribution Schwerpunkte. Auch bei den weiteren Tochterunternehmen der Sport 1 Medien AG stehen der Erhalt und Ausbau bestehender sowie der Aufbau neuer Kundenbeziehungen im Mittelpunkt. Besonderer Fokus wird dabei auf eine bestmögliche Nutzung der Synergien im Sportbereich gelegt, in dem die Tochterunternehmen die gesamte Wertschöpfungskette abbilden und entsprechend integrierte Dienstleistungen für Partner und Kunden erbringen.

Mit Blick auf die durch die Corona-Pandemie entstandenen Herausforderungen ist es im Segment Sport das Ziel, die insbesondere durch den Rückgang von Werbeerlösen verursachten Umsatzverluste durch Einsparungen, zum Beispiel bei Lizenz- und Herstellungskosten sowie Personal- und Mietkosten, so weit wie möglich zu kompensieren. Die Umsatzpotenziale werden in der Vermarktung noch einmal verstärkt.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Die weltweite Ausbreitung des neuartigen Coronavirus hat im ersten Quartal 2020 stetig zugenommen. Der Verwaltungsrat überwacht weiterhin die Situation und hat entsprechende Massnahmen eingeleitet. Der Verwaltungsrat geht davon aus, dass die Ausbreitung des Coronavirus Auswirkungen auf die Highlight-Gruppe haben wird.

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