



# Highlight

Highlight Communications AG



## 1Q2022

## QUARTALSMITTEILUNG zum 31. März 2022

### Highlight-Gruppe mit solider Entwicklung im ersten Quartal 2022

- Die Eigenkapitalquote bleibt im Vergleich zum Jahresende konstant bei 29,1%
- Der Konzernumsatz lag mit 88,1 Mio. CHF um 18,4 Mio. CHF unter dem Vorjahreswert
- Das Betriebsergebnis reduzierte sich auf -4,2 Mio. CHF (Vorjahr 1,3 Mio. CHF)

## Wirtschaftliche Entwicklung der Highlight-Gruppe

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

	1Q2022	1Q2021	Veränderung
Umsatzerlöse	88,1	106,5	-17,3%
Betriebsergebnis (EBIT)	-4,2	1,3	n/a
Konzernperiodenergebnis	-7,6	-2,1	n/a
Ergebnisanteil Anteilseigner	-7,5	-1,9	n/a
Ergebnis je Aktie (in CHF)	-0,13	-0,03	n/a

Der Rückgang der Umsatzerlöse resultierte aus niedrigeren Umsatzerlösen im Segment Film. Die aktivierten Filmproduktionen und anderen aktivierten Eigenleistungen lagen mit 9,9 Mio. CHF um 20,5 Mio. CHF unter dem Vorjahreswert.

Der operative Konzernaufwand lag um 31,2 Mio. CHF bzw. 22,6% mit 106,8 Mio. CHF unter dem Vorjahresniveau. Massgeblich dafür waren geringere Abschreibungen und Wertminderungen sowie ein Rückgang des Personalaufwands um 6,1 Mio. CHF auf 37,2 Mio. CHF.

Infolge resultiert ein EBIT von -4,2 Mio. CHF, nach 1,3 Mio. CHF im Vorjahresquartal und ein Konzernperiodenergebnis von -7,6 Mio. CHF gegenüber -2,1 Mio. CHF im Vorjahresquartal.

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

	31.03.2022	31.12.2021	Veränderung
Bilanzsumme	644,9	674,5	-4,4%
Eigenkapital	187,6	196,1	-4,4%
Eigenkapitalquote (in %)	29,1	29,1	n/a
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	93,4	190,6	-51,0%
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	47,7	48,3	-1,4%

Die langfristigen Vermögenswerte lagen mit einer Abnahme um 4,6 Mio. CHF auf 387,3 Mio. CHF leicht unter dem Niveau des Jahresendes 2021. Der Rückgang des Werts des Filmvermögens um 3,4 Mio. CHF auf 123,6 Mio. CHF resultierte insbesondere aus einer Abnahme der Fremdproduktionen, während die Eigenproduktionen im Vergleich zum Jahresende 2021 nahezu unverändert blieben.

Die kurzfristigen Vermögenswerte verminderten sich um 25,0 Mio. CHF auf 257,6 Mio. CHF, wobei Rückgängen der Vertragsvermögenswerte um 16,5 Mio. CHF sowie der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Forderungen um 9,3 Mio. CHF ein leichter Anstieg der Vorräte um 1,2 Mio. CHF gegenüberstand.

Das Eigenkapital reduzierte sich leicht auf 187,6 Mio. CHF gegenüber 196,1 Mio. CHF zum Jahresende 2021.

## Operative und wirtschaftliche Entwicklung des Segments Film

### Vorbemerkung

Im ersten Quartal 2022 musste in den Kinos nach wie vor ein strenges Hygienekonzept beachtet werden, das ein vollbesetztes Kino nicht erlaubte und somit nur ein eingeschränkter Kartenverkauf möglich war. Gleichzeitig waren von Bundesland zu Bundesland unterschiedliche Zugangsvoraussetzungen für einen Kinobesuch vorgeschrieben (beispielsweise 3G, 2G+).

Der von der deutschen Bundesregierung finanzierte Ausfallfond I (EUR 50 Mio. für Kinofilm- und Serienproduktionen) wurde bis zum 30.06.2022 verlängert. Damit sollen COVID19-bedingte Produktionsstörungen abgefedert 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 EUR 165 Mio. für die Unterstützung der Filmbranche vorgesehen sind.

Zusätzliche Produzentenhilfen können aus dem von den deutschen Bundesländern und TV-Sendern aufgesetzten Ausfallfonds II für TV- und Streaming-Produktionen beantragt werden. Produktionsunternehmen erhalten 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. Diese Regelung gilt derzeit bis zum 30.06.2022.

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

Der Ukraine-Krieg hat sich im ersten Quartal 2022 noch nicht auf die einzelnen Constantin Geschäftsbereiche ausgewirkt.

**Kinoverleih** – Im Berichtszeitraum wurde kein Kinofilm gestartet.

**Home Entertainment** – Dank rückläufiger Einschränkungen rund um die Corona-Pandemie, welche den Einzelhandel im vergangenen Jahr stark belastet hatte, verlief das erste Quartal 2022 mit den Veröffentlichungen der Kinoproduktion „After Love“, sowie der Constantin Eigenproduktion „Resident Evil – Welcome to Raccoon City“ weitgehend im Rahmen der Planung. Zu den weiteren Veröffentlichungen zählte der von Tim Fehlbaum inszenierte Film „Tides“, sowie die von der Constantin-Tochter Moomie produzierte TV-Erfolgsserie „Der Palast“.

Zu dem positiven Gesamtergebnis trugen massgeblich die sowohl im physischen Vertrieb als auch im Digitalvertrieb erzielten Umsatzzahlen der Katalogtitel bei, allen voran Titel wie der Kinoerfolg „Monster Hunter“, die „After-Reihe“ und „Ostwind-Reihe“, sowie auch die „Werner-Reihe“. Im Digitalvertrieb erreichten die beiden Kinoerfolge „After Truth“ und „Kaiserschmarrndrama“ jeweils die Marke von 250.000 digitalen Transaktionen.

**Lizenzhandel/TV-Auswertung** – Lizenzstarts im Free-TV hatte der Kinofilm „Thank you for your Service“ (ProSieben) und im Pay-TV (PPC) „Drachenreiter“ (Sky).

**TV-Auftragsproduktion** – Im ersten Quartal 2022 begannen die Dreharbeiten zu den Doppelfolgen 13 und 14 des Kroatien-Krimis (Constantin Television für die ARD) sowie für eine 5. Folge des Passau-Krimis (Hager Moss Film für den BR). Ausserdem starteten die Dreharbeiten zur 19. Staffel der Daily „Dahoam is Dahoam“ (Constantin Television für den BR), die sich noch bis Ende des Jahres erstrecken werden.

Constantin Entertainment sind im ersten Quartal 2022 grosse Verkaufserfolge gelungen, vor allem bei RTL mit der Beauftragung gleich mehrerer Eventshows wie „Die Passion“, „Die Luftballonmeisterschaft“, „Frei Schnauze“ und „Ich setz auf Dich“. Darüber hinaus wurden 100 Episoden der neuen täglichen Kochshow „Doppelt kocht besser“ für den Sat.1 Vorabend platziert, wo sich „K11 – Die neuen Fälle“ schon mit regelmässig über 1 Million Zuschauer (ab 3 Jahren) etabliert hat. „LOL 2“ war – nach „LOL 1“ – das erfolgreichste Programm auf Amazon Prime Video Deutschland aller Zeiten. „LOL 3“ ist am 14.04.2022 um Mitternacht in den Stream gegangen, „LOL 4“ geht im Herbst 2022 ins Studio.

Die Marktanteile (Gesamtmarkt) mehrerer TV-Auftragsproduktionen lagen im ersten Quartal 2022 im zweistelligen Prozentbereich. Zum Finale der 3. Staffel von „Die Heiland“ (Olga Film) im Februar wurde auf der ARD mit 4,99 Millionen Zuschauern ein beeindruckender Marktanteil von 16,2 % erzielt. Der 90-Minüter „Auf dem Grund“ (Hager Moss Film) erreichte in der ARD im März mit über 6 Millionen Zuschauern einen Marktanteil von 21,5 %. Die Daily „Dahoam is Dahoam“ erreichte im ersten Quartal 2022 auf dem BR mit über einer halben Million Zuschauern einen Marktanteil von 14,9 % in Bayern. Und „Der Palast“ mit sechs Folgen im ZDF erreichte alleine in der Mediathek knapp 11 Millionen Sichtungen mit einer durchschnittlichen Sehbeteiligung von knapp 1,2 Millionen.

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

	<b>1Q2022</b>	<b>1Q2021</b>	<b>Veränderung</b>
Segmentumsatz	48,2	67,9	-29,1%
Segmentergebnis	0,8	3,3	-76,3%

Der Umsatzrückgang des Segments lag insbesondere an gesunkenen Umsatzerlösen im Bereich TV- und Streaming-Produktionen im Vergleich zum Vorjahr.

Die übrigen Segmenterträge, die weitgehend von den aktivierten Filmproduktionen beeinflusst werden, sanken aufgrund des niedrigeren Produktionsvolumens um 18,3 Mio. CHF auf 13,1 Mio. CHF an. Die Segmentaufwendungen sanken um 35,6 Mio. CHF auf 60,5 Mio. CHF.

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

Der Verwaltungsrat der Highlight-Gruppe hat die Entscheidung getroffen, per 01.01.2022 die Segmente Sport (Konzerngesellschaft Sport1 Medien AG) und Sport- und Event-Marketing (Konzerngesellschaften TEAM-Gruppe & Highlight Event AG) im Segment Sport und Event auszuweisen.

Im ersten Quartal 2022 begann die TEAM-Gruppe mit der Vorbereitung des Vertriebsprozesses für die Formate UEFA Champions League, UEFA Europa League und UEFA Europa Conference League für den Rechtezyklus 2024/25 bis 2026/27.

Desweiteren unterstützte TEAM die Geschäftspartner bei den Vorbereitungen für das Finale der UEFA Champions League in Paris, dem Finale der UEFA Europa League in Sevilla und dem ersten Finale der UEFA Europa Conference League in Tirana.

Die Highlight Event AG konnte im ersten Quartal trotz schwieriger Pandemie-Situation das Neujahrskonzert 2022 - mit etwa 50 % Publikumsauslastung im Musikverein - in enger Zusammenarbeit mit den Wiener Philharmonikern und dem Host Broadcaster ORF für Medienpartner und Sponsoren erfolgreich abwickeln. Darüber hinaus konnten sowohl die Verkaufsverhandlungen für Sponsoren des ESC 2022 (u.a. booking.com, Idealista, TikTok und Vueling) als auch die Vertragsverhandlungen und Vorbereitungen für Sponsorenveranstaltungen der Wiener Philharmoniker für die Jahre 2022, 2023 und 2024 (u.a. Sommernachtskonzert 2022, Köln, Brüssel, New York und Tokio) abgeschlossen bzw. intensiviert werden.

Die Sport1 GmbH hat im ersten Quartal neue Rechte für ihr Produkt- und Programmportfolio erworben: Dank einer umfangreichen Kooperation mit DAZN schreibt SPORT1 seine Darts-Erfolgsgeschichte langfristig um fünf weitere Jahre bis 2026 fort und hat Verwertungsrechte an zahlreichen Turnieren der Professional Darts Corporation (PDC) erworben: Neben der Weltmeisterschaft und der Premier League Darts als zweitwichtigstem Turnier beinhaltet das Paket die UK Open, den World Grand Prix, die European Championship, die World Series of Darts Finals und den Grand Slam of Darts sowie pro Jahr vier hochkarätige Events der PDC Europe. Dank dieses ausgebauten Rechteumfangs zeigt Deutschlands führende 360°-Sportplattform so viel Darts wie noch nie seit Beginn der Darts-Übertragungen im Jahr 2004.

Zudem akquirierte SPORT1 im Berichtsquartal von Dentsu die Rechte an der FIFA Klub-Weltmeisterschaft VAE 2021™ und den ISTAF INDOOR Leichtathletik-Events in Berlin und Düsseldorf, die im Februar stattfanden, im Golf an den BMW International Open in Eichenried bei München, im eSports an der bevestor Virtual Bundesliga, die von der DFL Deutsche Fußball Liga gemeinsam mit der ESL Gaming ausgerichtet wird, sowie im Bereich Mixed Martial Arts (MMA) im Rahmen einer Kooperation mit FIGHTING.de an zahlreichen Live-Events, die auch auf der neuen Multisport-Streaming-Plattform SPORT1 Extra übertragen werden. Auf SPORT1 Extra wurde im Februar darüber hinaus das neue Angebotspaket „24/7 Sports Pack“ gelauncht, das die Sender Sportdigital FUSSBALL, Motorvision.TV, fight24 HD, EDGEsport und SPORT1+ umfasst. Mit „Fußball für Besserwisser“ ging im März zudem ein neues Quizformat an den Start und mit dem „Fantalk“ feierte im ersten Quartal eines der Erfolgsformate von SPORT1 sein zehnjähriges Jubiläum.

Im Free-TV erreichte SPORT1 bei den Zuschauern ab drei Jahren und in der Kernzielgruppe Männer 14 bis 59 Jahre im ersten Quartal 2022 Marktanteile von 0,5 % bzw. 0,9 % und lag damit um 5 % (Z3+) bzw. 10 % (M14-59) über Vorjahresquartal. Zu dieser positiven Entwicklung trugen besonders der hervorragende Abschluss der Darts-WM und die Topspiele der 2. Bundesliga am Samstagabend bei.

Im Digitalbereich wurden im ersten Quartal 2022 die Visits um 8 % und die Video Views auf den SPORT1 Plattformen um 27 % gegenüber Q1 2021 gesteigert. Die Zunahme der Visits ist auf das hohe Wachstum von Reichweite über Suchmaschinen und Social-Media-Kanäle zurückzuführen, während der Anstieg bei den Video Views insbesondere durch den Mitte 2021 erfolgten Webseite-Relaunch bedingt ist. Bei YouTube lagen die Video Views im ersten Quartal 2022 um 6 % unter den Vorjahreswerten.

SPORT1 Business, die Vermarktungseinheit der Sport1 GmbH, verlängerte im ersten Quartal 2022 unter anderem die Kooperation mit der Automobilmarke SsangYong Motors und baute die Partnerschaft mit dem Automobilclub von Deutschland e.V. (AvD) aus. Auch bei den weiteren Konzerngesellschaften der Sport1 Medien AG standen im Berichtsquartal der Erhalt und Ausbau bestehender sowie der Aufbau neuer Partner- und Kundenbeziehungen im Mittelpunkt.

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

	1Q2022	1Q2021 (Restated) <sup>1</sup>	Veränderung
Segmentumsatz	40,0	38,6	3,5%
Segmentergebnis	-3,3	-0,5	n/a

Die Aussenumsätze des Segments Sport erhöhten sich um 1,4 Mio. CHF auf 40,0 Mio. CHF.

Die übrigen Segmenterträge reduzierten sich um 0,1 Mio. CHF auf 1,5 Mio. CHF während die Segmentaufwendungen um 3,9 Mio. CHF auf 44,8 Mio. CHF stiegen, so dass sich das Segmentergebnis insgesamt um 2,7 Mio. CHF auf -3,3 Mio. CHF gegenüber dem Vorjahresquartal reduzierte.

<sup>1</sup> Aufgrund der besseren Vergleichbarkeit wurden die Vorjahreswerte der Segmente Sport und Sport- und Event-Marketing angepasst.

## Risiko- und Chancenbericht

Bei den Risiken und Chancen der Highlight-Gruppe haben sich im ersten Quartal 2022 keine Veränderungen ergeben. Eine detaillierte Beschreibung des Risikomanagementsystems sowie des Risiko- und Chancenprofils befindet sich im Lagebericht unseres Geschäftsberichts 2021.

## Ausblick

Auch wenn seit dem 03.04.2022 die COVID-Regeln gelockert wurden (in den Kinos gibt es keine 3G/2G Pflicht und keine Maskenpflicht mehr) sind die Inzidenzen nach wie vor hoch, erneute Verschärfungen der Regeln im Laufe des Jahres 2022 können nicht ausgeschlossen werden, so dass die Ausführungen zum Ausblick 2022 nur bedingt belastbar sind.

Die Auswirkungen und die Dauer des Ukraine-Krieges sind aktuell noch nicht abschätzbar.

### Segment Film

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

Dies vorausgesetzt basiert die Umsatzerwartung für das Jahr 2022 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 sind für das Jahr 2022 neun Filmstarts geplant. Unter anderem sollen „Stasikomödie“, „Guglhupfgeschwader“, „Freibad“, „Der Nachname“ und „Caveman“ in den Kinos gestartet werden.

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

Infolge der teilweise durch die Teuerung eingetrübten Stimmung beim Endverbraucher wird für das physische Geschäft, das den Verkauf von bespielten Bild-Tonträgern umfasst, ein schwieriges Umfeld erwartet.

Aufgrund der teilweisen Schliessung des Kinomarktes im letzten Jahr werden Neu-Veröffentlichungen von Kinoproduktionen für den Home-Entertainment-Bereich in das vierte Quartal 2022 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 „The Silence“ und „Die schönste Zeit unseres Lebens“ geprägt sein. Im zweiten Quartal hat im Pay-TV- (PPC) Segment „Breaking News in Yuba County“ Lizenzbeginn.

### Segment Sport und Event

Im nächsten Quartal wird sich TEAM darauf fokussieren, das kommerzielle Konzept für alle drei UEFA-Klubwettbewerbe für den Rechtezyklus 2024/25 bis 2026/27 abzuschliessen. Nach Abschluss wird TEAM die ersten Medienrechte-Ausschreibungen für den neuen Zyklus lancieren. TEAM wird darüber hinaus die UEFA und ihre Partner bei der erfolgreichen Abwicklung der K.o.-Runden und Finals der laufenden und ersten Saison des aktuellen Rechtezyklus unterstützen.

Der Ausblick für die Projekte der Highlight Event AG ist positiv, da die wichtigsten Medien- und Sponsorenvereinbarungen für den Eurovision Song Contest und die Wiener Philharmoniker langfristig verlängert werden konnten und die Veranstaltungen wieder uneingeschränkt stattfinden können. Kernfokus ist dementsprechend die erfolgreiche Umsetzung der Verträge sowie die Vorbereitung der Verlängerung beider Agenturverträge.

Bei Sport1 liegt der grundsätzliche Fokus auch im Geschäftsjahr 2022 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, Darts, Motorsport, Eishockey, Basketball, Volleyball, 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 der 2. Bundesliga zur Auswertung auf den Digital-Plattformen. Ein Schwerpunkt liegt darüber hinaus auf der Planung und Umsetzung von zukunftssträchtigen Projekten im Krypto-Bereich.

Bei PLAZAMEDIA bilden auch 2022 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 im Sportbereich 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 können.

### **Ereignisse nach dem Bilanzstichtag**

Bei der Vergabe der Referenzmittel der Filmförderungsanstalt für das Jahr 2021, welche im April 2022 stattfand, wurde die Constantin Film-Gruppe trotz der Pandemie bedingten sechsmonatigen Schliesszeit und vieler Einschränkungen des Kinobetriebes als erfolgreichster deutscher Produzent und Verleiher deutscher Filme ausgezeichnet. Damit verbunden ist eine Referenzförderung von rund EUR 1,9 Mio. für den Bereich Produktion und von rund EUR 0,6 Mio. für den Bereich Verleih. Die höchsten Fördersummen erzielte „Kaiserschmarrndrama“.



## **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*