



2Q2019

ZWISCHENBERICHT ZUM 30. JUNI 2019

Die Umsatz- und Ergebnisentwicklung der Highlight-Gruppe ist nach wie vor stark von der Vollkonsolidierung der Constantin Medien AG geprägt.

- Der Konzernumsatz stieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 7,2% auf 229,9 Mio. CHF.
- Das Betriebsergebnis (EBIT) reduzierte sich erwartungsgemäss von 10,1 Mio. CHF auf 1,6 Mio. CHF.
- Das Konzernperiodenergebnis lag mit -1,8 Mio. CHF ebenfalls unter dem Vorjahreswert.
- Der Ergebnisanteil der Highlight-Aktionäre betrug dabei -0,5 Mio. CHF, was einem Ergebnis je Aktie von -0,01 CHF entspricht.
- Die Eigenkapitalquote lag zum Ende des ersten Halbjahrs 2019 bei 33,8% (31. Dezember 2018: 35,3%).

INHALT

ZWISCHENLAGEBERICHT

| | |
|--|----|
| - Geschäftsentwicklung der Segmente: | |
| ■ FILM | 3 |
| ■ SPORT- UND EVENT-MARKETING | 5 |
| ■ SPORT | 6 |
| - Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage der Highlight-Gruppe | 8 |
| - Risiko- und Chancenbericht | 10 |
| - Prognosebericht | 10 |

KONSOLIDIERTE HALBJAHRESRECHNUNG

| | |
|--|----|
| - Konsolidierte Bilanz | 15 |
| - Konsolidierte Gewinn- und Verlustrechnung | 16 |
| - Konsolidierte Gesamtergebnisrechnung | 17 |
| - Entwicklung des konsolidierten Eigenkapitals | 18 |
| - Konsolidierte Kapitalflussrechnung | 19 |
| - Anhang zur konsolidierten Halbjahresrechnung | 20 |

ZWISCHENLAGEBERICHT

GESCHÄFTSENTWICKLUNG DES SEGMENTS FILM

Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Kinoverleih

Die Umsätze im deutschen Kinomarkt lagen im ersten Halbjahr 2019 bei rund 430 Mio. EUR – ein Plus von 5,7% im Vergleich zu den ersten sechs Monaten des Vorjahrs (rund 407 Mio. EUR). Die Besucherzahlen verzeichneten ebenfalls einen Anstieg um 6,5% auf rund 49 Millionen (Vergleichszeitraum 2018: rund 46 Millionen). Im Gegensatz zu 2018 gab es im Berichtszeitraum keine Fussball-Weltmeisterschaft, die den Zuschauer eher an den Fernseher als ins Kino lockte.

Die besucherstärksten Filme des ersten Halbjahrs waren „Avengers 4: Endgame“ (Kinostart am 24. April 2019) mit rund 5,0 Millionen Zuschauern, „Der Junge muss an die frische Luft“ (Kinostart am 25. Dezember 2018) mit rund 3,6 Millionen Besuchern, „Bohemian Rhapsody“ (Kinostart am 31. Oktober 2018) mit rund 3,5 Millionen Zuschauern, „Drachenzähmen leicht gemacht 3: Die geheime Welt“ (Kinostart am 7. Februar 2019) mit rund 2,2 Millionen Besuchern und „Captain Marvel“ (Kinostart am 7. März 2019) mit rund 2,0 Millionen Zuschauern. Alle genannten Zahlen sind ab Kinostart ausgewertet, also teilweise ab 2018.

Home Entertainment

Während die digitalen Vertriebsformen an Bedeutung gewinnen, entwickelt sich der klassische Home-Entertainment-Gesamtmarkt weiterhin rückläufig. Im Zeitraum Januar bis Juni 2019 wurden Umsätze in Höhe von 496 Mio. EUR erzielt, was einem Minus von 10% gegenüber dem Vergleichszeitraum 2018 (552 Mio. EUR) entspricht. Das stark wachsende SVoD-Geschäft (Subscription-Video-on-Demand), das im Berichtszeitraum einen Umsatz von 565 Mio. EUR (Vergleichszeitraum 2018: 411 Mio. EUR) erzielte, ist in diesen Zahlen allerdings nicht enthalten.

Der Rückgang im klassischen Gesamtmarkt ist auf ein weiterhin sinkendes Umsatzvolumen beim Verkauf und Verleih physischer Trägermedien (DVD und Blu-ray) um rund 20% auf 319 Mio. EUR (Vergleichszeitraum 2018: 399 Mio. EUR) zurückzuführen. Dagegen verzeichneten die digitalen Verwertungsformen (Electronic-Sell-Through und Transactional-Video-on-Demand), deren Umsätze mit 177 Mio. EUR um 16% über dem Vergleichswert des Vorjahrs (152 Mio. EUR) lagen, erneut ein kräftiges Wachstum.

Operative Entwicklung

Im ersten Halbjahr 2019 konnte der Output-Deal mit der ProSiebenSat.1 Media SE für weitere drei Jahre neu abgeschlossen werden. Diese neue Vereinbarung betrifft Filme, deren Drehstart im Zeitraum 1. Januar 2019 bis zum 31. Dezember 2021 erfolgt.

Darüber hinaus wurden diverse Library-Deals mit mehreren TV-Auswertern und Streaming-Plattformen – darunter ProSiebenSat.1, Netflix, Amazon, Telepool und RTL Nitro – abgeschlossen.

Kinoproduktion

Im ersten Halbjahr 2019 starteten die Dreharbeiten zu insgesamt zwei Eigenproduktionen: „Das perfekte Geheimnis“ – ein Film von Bora Dagtekin mit Elyas M´Barek, Karoline Herfurth und Florian David Fitz in den Hauptrollen – und das deutschsprachige Remake der französischen Komödie „Contra“ (aka „Le Brio“), bei dem Sönke Wortmann Regie führt.

Im Bereich Rechteerwerb sicherte sich die Constantin Film-Gruppe im gleichen Zeitraum unter anderem die Auswertungsrechte an „After We Collided“ (die Fortsetzung des Erfolgsfilms „After Passion“), „La belle époque“, „Play“, „The Best is Yet to Come“ und „Shadow“.

Kinoverleih

In den deutschen Kinos starteten in den ersten sechs Monaten des laufenden Jahres neun Filme der Constantin Film-Gruppe: die Lizenztitel „Belleville Cop“, „Mein Bester & Ich“, „Beach Bum“, „After Passion“ und „Bailey – Ein Hund kehrt zurück“ sowie die Eigen-/Co-Produktionen „Ostwind – Aris Ankunft“, „Kirschblüten & Dämonen“, „Der Fall Collini“ und „The Silence“.

Home Entertainment

Zu den Neueröffnungen im Home-Entertainment-Markt des ersten Halbjahrs 2019 zählten insbesondere die Lizenztitel „Welcome Home“, „Backtrace“ und „Belleville Cop“ sowie die Constantin Film-Eigen- und -Co-Produktionen „Der Vorname“ und „Asphaltgorillas“. Darüber hinaus kamen die dritte Staffel der internationalen Constantin Film-TV-Serie „Shadowhunters“ und die TV-Serie „Parfum“ neu auf den Markt.

Lizenzhandel/TV-Auswertung

In der deutschen Free-TV-Auswertung wirkten sich im zweiten Quartal des laufenden Jahres insbesondere die Lizenzstarts der Kinofilme „Girl on the Train“ und „Office Christmas Party“ (beide ProSieben) umsatzrelevant aus. Im Pay-TV-Bereich hatte unter anderem „Fünf Freunde und das Tal der Dinosaurier“ (Sky) Lizenzbeginn.

TV-Auftragsproduktion

Die Constantin Entertainment GmbH produzierte im Berichtszeitraum unter anderem weitere Folgen der Quizshow „Genial daneben“ (für SAT.1), der deutschen Doku-Soap „Frauentausch“ (für RTL2) und von „Shopping Queen“ (für VOX). Im Auftrag der Degeto drehte die Moovie GmbH „Die Toten am Meer“.

Bei der Constantin Television GmbH befanden sich unter anderem weitere Folgen der beliebten Daily „Dahoam is Dahoam“ und der TV-Reihe „Der Kroatien-Krimi“ im Dreh. Zudem wurde die SAT.1-Produktion „Todesfrist“ abgedreht. Bei der Rat Pack Filmproduktion GmbH konnten die Dreharbeiten der High-End-Serie „Die Welle“ (für Netflix) und der TV-Movies „Risiko Pille“ (für den NDR) und „Experiment Ost“ (für das ZDF) beendet werden. Die Hager Moss Film GmbH drehte im Auftrag der Degeto „Saupreißn: Ein Passau-Krimi“ und das TV-Drama „Auf dem Grund“.

Analyse der nicht finanziellen Leistungsindikatoren

Kinoverleih

Von den Constantin Film-Titeln, die im ersten Halbjahr 2019 in die deutschen Kinos kamen, konnte vor allem „After Passion“ mit rund 1,1 Millionen Zuschauern (inklusive Previews) die Erwartungen erfüllen. Unter den Kinostarts aller deutschen Produktionen im ersten Halbjahr 2019 war „Der Fall Collini“ mit ca. 6,2 Mio. EUR der umsatzstärkste Film und „Ostwind – Aris Ankunft“ der besucherstärkste (ca. 747.000 Besucher). Im Verleiher-Ranking konnte sich die Constantin Film-Gruppe damit auf Platz fünf verbessern (Vorjahr: Platz sechs).

Home Entertainment

Im Zeitraum Januar bis Juni 2019 erzielte die Highlight-Gruppe – ohne ihre Vertriebspartner Paramount Home Entertainment und Universal Home Entertainment – einen Marktanteil von 2% im deutschen Video-Kaufmarkt. Die Marktposition des Vergleichszeitraums 2018 (4%), die insbesondere aus den sehr guten Absatzzahlen der Erfolgsproduktion „Fack Ju Göhte 3“ resultierte, konnte somit erwartungsgemäß nicht gehalten werden. Die Entwicklung im ersten Halbjahr 2019 ist in erster Linie auf die guten Verkaufszahlen des Kinohits „Der Vorname“ zurückzuführen. Als Video-Kaufprodukt erzielte der Film einen Absatz von 90.000 Einheiten. Hinzu kamen noch 200.000 VoD-Transaktionen im digitalen Bereich.

Lizenzhandel/TV-Auswertung

Der einzige Kinofilm, der im zweiten Quartal 2019 erstausgestrahlt wurde, war der Thriller „Girl on the Train“, der auf ProSieben 1,13 Millionen Zuschauer und einen Marktanteil von 4,1 % im Gesamtmarkt erzielte.

TV-Auftragsproduktion

Bei den TV-Auswertungen konnten auch im zweiten Quartal 2019 sehr gute Quoten erzielt und die Erwartungen erfüllt werden. Das betraf insbesondere die Rat Pack-Produktion „Mein Freund, das Ekel“ (Ausstrahlung im ZDF mit ca. 7,86 Millionen Zuschauern und einem Gesamtmarktanteil von 25,5%), die Olga Film-Produktion „Kommissarin Lucas: Polly“ (Ausstrahlung im ZDF mit ca. 5,61 Millionen Zuschauern und einem Gesamtmarktanteil von rund 19,5%) und die Westside-Produktion „Daheim in den Bergen - Liebesleid“ (Ausstrahlung in der ARD mit 4,11 Millionen Zuschauern und einem Gesamtmarktanteil von 14%).

Auch „Dahoam is Dahoam“ lieferte im ersten Halbjahr 2019 solide Quoten mit einem durchschnittlichen Gesamtmarktanteil von ca. 16%. Die Produktion der Hager Moss Film GmbH „Hartwig Seeler - Gefährliche Erinnerung“, eine neue Kriminalreihe für die ARD, erzielte im Mai einen hervorragenden Gesamtmarktanteil von 20,1%.

GESCHÄFTSENTWICKLUNG DES SEGMENTS SPORT- UND EVENT-MARKETING

Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Die Deutsche Fußball Liga GmbH (DFL), die die Übertragungsrechte der 1. und 2. Bundesliga vermarktet, plant ab der Saison 2021/22 zusammen mit dem Bundeskartellamt ein neues Vermarktungskonzept. Die drei wichtigsten Änderungen dieses Konzepts lauten wie folgt:

Erstens strebt die DFL die Abschaffung der Single-Buyer-Rule an. Diese Regel, die erstmals für den aktuellen Zyklus 2017 bis 2021 eingeführt wurde, verhindert, dass ein Unternehmen sich alle Live-Übertragungsrechte während einer Saison exklusiv sichert. Zweitens wird erwartet, dass die Liga die derzeit bestehenden Übertragungspflichten lockert. Anbieter, die Live-Signale lediglich über eine Verteilungstechnologie verbreiten, wären dadurch berechtigt, ab dem nächsten Zyklus alle Rechte zu erwerben. Drittens ist es wahrscheinlich, dass die DFL die Live-Rechte so umgestalten wird, dass die Anzahl der auf dem Markt angebotenen Pakete von fünf auf vier sinkt und das Angebot damit reduziert wird.

Ziel des neuen Vermarktungskonzepts ist es, den Wettbewerb anzukurbeln und letztlich den Umsatz aus dem Verkauf von Medienrechten zu steigern, der im aktuellen Zyklus 2017 bis 2021 durchschnittlich 1,16 Mrd. EUR pro Jahr beträgt. Es wird erwartet, dass die Rechte Ende 2019 oder Anfang 2020 vergeben werden.

Operative Entwicklung

Nach dem Abschluss des Vermarktungsprozesses für die kommerziellen Rechte an der UEFA Champions League und der UEFA Europa League für die Spielzeiten 2018/19 bis 2020/21 lag der Fokus der TEAM-Gruppe auf der Entwicklung der Rechte an den Klubwettbewerben für die Spielzeiten 2021/22 bis 2023/24. Diese Entwicklung erfolgt gemeinsam mit der UEFA.

Weitere Schwerpunkte im ersten Halbjahr 2019 waren die laufende Unterstützung der UEFA-Geschäftspartner und der UEFA selbst sowie die Vorbereitungen darauf, diese bei der Aktivierung der Sponsoringrechte für die Endspiele der UEFA Europa League in Baku und der UEFA Champions League in Madrid zu unterstützen. Dieses Jahr kamen zum ersten Mal in der Geschichte dieser beiden Wettbewerbe alle vier Finalisten aus demselben Land. Die beiden Londoner Mannschaften Chelsea FC und Arsenal FC trafen in Aserbaidschan aufeinander, während Tottenham Hotspur in der spanischen Hauptstadt gegen Liverpool FC antrat.

Analyse der nicht finanziellen Leistungsindikatoren

Das UEFA Champions League-Finale wurde abermals in über 200 Ländern weltweit ausgestrahlt und erreichte ein Gesamtpublikum von schätzungsweise 94 Millionen Zuschauern auf allen Plattformen. Diese Zahlen unterstreichen den anhaltenden Status des Finales als eines der weltweit beliebtesten jährlich stattfindenden Sportereignisse.

In Grossbritannien wurde das Spiel von insgesamt 7,7 Millionen Zuschauern gesehen. 5,6 Millionen davon verfolgten das Spiel an ihrem Fernsehgerät. Das entspricht dem bislang grössten Pay-TV-Publikum in Grossbritannien für ein Sport- oder sonstiges Grossereignis.

Das Endspiel der UEFA Europa League wurde in mehr als 100 Ländern der Welt übertragen und von durchschnittlich 40 Millionen Zuschauern gesehen. Betrachtet man die Gesamtzahl an Zuschauern, die das Spiel für mindestens eine Minute live verfolgt haben, erreichte die Partie sogar einen Wert von schätzungsweise 199 Millionen.

GESCHÄFTSENTWICKLUNG DES SEGMENTS SPORT

Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Nach Angaben des Mess- und Datenanalyse-Unternehmens Nielsen Holdings plc weist der Gesamtwerbetrend dank eines für die Werbeindustrie erfolgreichen Junis nach der ersten Jahreshälfte 2019 erstmals ein leichtes Wachstum gegenüber dem Vorjahreszeitraum auf (+0,1 %).

Gewinner des ersten Halbjahrs sind vor allem die Out-of-Home-Vermarkter, die im Juni erneut deutlich gegenüber dem Vorjahr zulegen und in der ersten Jahreshälfte ein Wachstum von fast 9 % verzeichneten. Zweitstärkste Medienklasse ist Online mit knapp 7 % Wachstum. Separat betrachtet weist im Segment Online der Bereich Mobile in der ersten Jahreshälfte mit 24,1 % weiterhin das stärkste Wachstum auf. Einzige weitere Gattung mit einem leichten Plus (+0,9 %) ist das Radio. Alle restlichen Mediengruppen weisen im ersten Halbjahr 2019 einen Rückgang der Werbeumsätze auf: TV -1,3 %, Zeitungen -1,7 %, Publikumszeitschriften -3,5 %, Fachzeitschriften und Kino jeweils -3,6 %.

Operative Entwicklung

Im ersten Halbjahr wurde das Programmportfolio für die SPORT1-Plattformen unter anderem mit folgenden Fussballrechten ausgebaut: Spiele der UEFA U21-Europameisterschaft, der Deutschen Meisterschaft der A- und B-Junioren sowie dem DFB-Pokalfinale der Junioren. Darüber hinaus erwarb SPORT1 Rechte im Volleyball (DVV-Pokalfinale), im Beachvolleyball (FIVB Beachvolleyball-Weltmeisterschaft 2019), im Motorsport (Porsche Mobil 1 Supercup, Audi Sport Seyffarth R8 LMS Cup sowie Highlight-Rechte zur DTM), im Handball (Länderspiele des Deutschen Handballbunds), im American Football (German Bowl bis 2024) sowie an den Multi-sport-Events European Games 2019 und Ruhr Games 2019. Mit dem im April gestarteten neuen Dokutainment-Format „Operation Auto“ baute SPORT1 sein Engagement im Dokutainment aus, im Juni folgte zudem das neue Format „Die PS PROFIS – Fahrschule“.

Am 24. Januar 2019 ging mit eSPORTS1 der erste E-Sports-Sender im deutschsprachigen Raum erfolgreich an den Start. Das Programm umfasst mindestens 1.200 Live-Stunden pro Jahr von internationalen und nationalen Top-Events sowie Highlight-Sendungen und eigenproduzierte Magazine. Der neue Pay-TV-Kanal richtet rund um die Uhr über die bekanntesten Titel wie beispielsweise League of Legends, Dota 2, Counter-Strike, Overwatch, Hearthstone, Fortnite oder FIFA 19. Mit ESL, Blizzard Entertainment, FIFA, DFL Deutsche Fussball Liga oder Sportradar sind hochkarätige Content-Partner mit an Bord. Seit dem Start wird eSPORTS1 über die Plattformen von Vodafone Deutschland, Telekom, Unitymedia, 1&1, T-Mobile Austria, A1 Telekom, UPC Schweiz und Zattoo sowie über die neue eSPORTS1 App angeboten.

In der Vermarktung gewann SPORT1 MEDIA anlässlich der IIHF Eishockey-Weltmeisterschaft 2019 unter anderem ŠKODA, Unibet, Mäurer & Wirtz, LIQUI MOLY sowie Bratislavská organizácia als Werbekunden. Ausserdem wurde die Partnerschaft mit Telefónica Deutschland weiter ausgebaut: Das Highlight-Magazin „Bundesliga Pur – Lunchtime“ wird seit Januar jeden Sonntag aus Deutschlands höchstem TV-Studio im Münchner O2 Tower gesendet.

PLAZAMEDIA übernahm im zweiten Quartal 2019 – zusätzlich zur Personality-Show „Ringlstetter“, zur Comedy-Show „Mittermeier!“ und der „Gesundheitsshow“ des Bayerischen Rundfunks – die Realisation von Studioproduktionen für den Unterhaltungssender sixx. Ausserdem erbrachte PLAZAMEDIA Produktionsdienstleistungen für das ZDF im Rahmen der Bundesliga und der UEFA U21-Europameisterschaft. Ferner wurden umfangreiche serielle Produktionsdienstleistungen für Amazon, DAZN und SPORT1 realisiert.

Analyse der nicht finanziellen Leistungsindikatoren

Im Free-TV-Angebot von SPORT1 gingen die Marktanteile bei den Zuschauern ab drei Jahren und in der Kernzielgruppe der 14- bis 59-jährigen Männer im ersten Halbjahr 2019 – insbesondere aufgrund des Wegfalls der UEFA Europa League – im Vergleich zum Vorjahreszeitraum erwartungsgemäss zurück. Positiv wirkten sich die Aufwärtsentwicklung im Eishockey mit der IIHF Eishockey-Weltmeisterschaft 2019, der DEL und der Champions Hockey League sowie die stabilen Bundesliga-Sonntage mit dem „CHECK24 Doppelpass“, „Bundesliga Pur“ und „Bundesliga Pur – Lunchtime“ aus. Quoten-Highlights waren im Berichtszeitraum insbesondere das Finale der Darts-WM am 1. Januar, die Eishockey-WM im Mai und die Bundesliga-Formate.

Die Pay-TV-Verbreitung war zum 30. Juni 2019 weiter auf hohem Niveau mit insgesamt 2,36 Millionen Subscribern bei SPORT1+ (30. Juni 2017: 2,10 Millionen) und 1,15 Millionen Subscribern bei SPORT1 US (30. Juni 2017: 1,50 Millionen), das am 24. Januar 2019 von eSPORTS1 abgelöst wurde.

Im Digitalbereich wurde die Vergleichbarkeit der Leistungsindikatoren 2019 und 2018 beeinflusst durch das thematisch starke Jahr 2018 mit Olympischen Spielen und der FIFA WM, an der SPORT1 für seine digitalen Plattformen Rechte an Highlight-Clips aller WM-Spiele erworben hatte, die entsprechend hohe Reichweiten generierten. Bereinigt um diese ausserordentlichen Effekte entwickelten sich die einzelnen Leistungsindikatoren erwartungsgemäss auf konstant hohem Niveau.

Im Mobile-Bereich sanken die Page Impressions (PIs) und Visits im zweiten Quartal 2019 gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahrs. In der Halbjahresbetrachtung fiel die Veränderung dagegen weniger stark aus. Insbesondere bei den Visits blieben die Zahlen fast auf dem Niveau des ersten Halbjahrs 2018.

PIs und Visits im Online-Bereich sind sowohl im Quartals- als auch im Halbjahresvergleich aufgrund der Verschiebung der Content-Nutzung von Online zu Mobile zurückgegangen. Darüber hinaus hat auch das thematisch starke Jahr 2018 mit den Olympischen Spielen und der FIFA WM zu diesem signifikanten Unterschied beigetragen.

Die Video-Abrufe auf den SPORT1-Plattformen (Video-on-Demand und Livestream) sind sowohl im zweiten Quartal als auch im ersten Halbjahr 2019 im Vergleich zu den entsprechenden Vorjahreszeiträumen gesunken. Die Video-Abrufe auf YouTube verzeichneten im zweiten Quartal 2019 einen Rückgang gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahrs, während sie im ersten Halbjahr 2019 im Vorjahresvergleich leicht anstiegen.

ERTRAGS-, VERMÖGENS- UND FINANZLAGE DER HIGHLIGHT-GRUPPE

Ertragslage der Gruppe

| (Mio. CHF) | 01.01. bis 30.06. 2019 | 01.01. bis 30.06. 2018 | Veränderung |
|-------------------------------------|---------------------------|---------------------------|----------------|
| Umsatzerlöse | 229,9 | 214,5 | 7,2% |
| Betriebsergebnis (EBIT) | 1,6 | 10,1 | -84,2% |
| Konzernperiodenergebnis | -1,8 | 3,2 | -156,3% |
| Ergebnisanteil Anteilseigner | -0,5 | 3,3 | -115,2% |
| Ergebnis je Aktie (in CHF) | -0,01 | 0,06 | -116,7% |

Bei den folgenden Aussagen zur Umsatz- und Ertragsentwicklung ist zu berücksichtigen, dass die Constantin Medien AG mit Wirkung zum 31. März 2018 erstmals vollkonsolidiert und dem Segment Sport zugeordnet wurde. Der Konsolidierungszeitraum des Unternehmens betrug im ersten Halbjahr 2018 somit nur drei Monate, während er sich aktuell über volle sechs erstreckt. Die Vergleiche mit den Vorjahreswerten sind deshalb nur bedingt aussagefähig.

Die Steigerung der Umsatzerlöse ist weitestgehend auf diese unterschiedlichen Konsolidierungszeiträume im Segment Sport (+19,1 Mio. CHF) zurückzuführen. Das Segment Film verzeichnete dagegen eine Abnahme um 6,3 Mio. CHF und das Segment Sport- und Event-Marketing einen Zuwachs um 2,9 Mio. CHF. Die aktivierten Filmproduktionen und anderen aktivierten Eigenleistungen verringerten sich produktionsbedingt um 22,2 Mio. CHF auf 48,9 Mio. CHF.

Der operative Konzernaufwand blieb mit 285,5 Mio. CHF nahezu auf dem Vorjahresniveau (282,1 Mio. CHF). Einem Anstieg des Personalaufwands um 19,1 Mio. CHF standen dabei Rückgänge beim Material- und Lizenzaufwand (-8,2 Mio. CHF) sowie den Abschreibungen und Wertminderungen (-7,4 Mio. CHF) gegenüber.

Das niedrigere EBIT resultiert in erster Linie aus dem Segment Sport, dessen Ergebnisbeitrag im ersten Halbjahr 2019 erwartungsgemäss bei -8,4 Mio. CHF lag. Dass sich diese Verringerung nicht im gleichen Ausmass im Konzernperiodenergebnis niederschlug, ist einerseits auf das Finanzergebnis zurückzuführen, das sich um 1,4 Mio. CHF auf -2,3 Mio. CHF verbesserte. Andererseits reduzierte sich die Steuerbelastung um 2,1 Mio. CHF auf 1,1 Mio. CHF.

Ertragslage der Segmente

Segment Film

| (Mio. CHF) | 01.01. bis 30.06. 2019 | 01.01. bis 30.06. 2018 | Veränderung |
|------------------------|---------------------------|---------------------------|----------------|
| Segmentumsatz | 140,9 | 147,2 | -4,3% |
| Segmentergebnis | -2,5 | 3,2 | -178,1% |

Der Umsatzrückgang im Segment Film reflektiert die Tatsache, dass die ausserordentlich hohen Umsatzerlöse, die im ersten Halbjahr 2018 im Geschäftsfeld Home Entertainment - insbesondere infolge der Neuveröffentlichung des Kinohits „Fack Ju Göhte 3“ - realisiert wurden, in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahrs erwartungsgemäss nicht mehr erzielt werden konnten.

Die übrigen Segmenterträge, die massgeblich von den aktivierten Filmproduktionen geprägt sind, lagen mit 52,4 Mio. CHF um 22,9 Mio. CHF ebenfalls unter dem Vergleichswert des Vorjahrs (75,3 Mio. CHF). Dieser Rückgang spiegelt das aktuell niedrigere Produktionsvolumen gegenüber dem ersten Halbjahr 2018 wider. Die Segmentaufwendungen verzeichneten eine Abnahme um 23,4 Mio. CHF auf 195,9 Mio. CHF (Vorjahresperiode: 219,3 Mio. CHF), die die Verringerung der Umsatzerlöse und der übrigen Erträge jedoch nicht vollständig kompensieren konnte.

Segment Sport- und Event-Marketing

| (Mio. CHF) | 01.01. bis 30.06. 2019 | 01.01. bis 30.06. 2018 | Veränderung |
|------------------------|---------------------------|---------------------------|-------------|
| Segmentumsatz | 32,9 | 30,0 | 9,7% |
| Segmentergebnis | 16,2 | 14,9 | 8,7% |

Die Zunahme der Aussenumsätze des Segments Sport- und Event-Marketing resultiert aus höheren Agenturprovisionen, die die TEAM-Gruppe infolge der erfolgreichen Vermarktung der UEFA-Klubwettbewerbe für die Spielzeiten für 2018/19 bis 2020/21 erzielen konnte. Aufgrund eines Anstiegs der Segmentaufwendungen um 1,4 Mio. CHF auf 16,8 Mio. CHF wirkte sich diese Steigerung nicht in vollem Umfang auf das Segmentergebnis aus.

Segment Sport

| (Mio. CHF) | 01.01. bis 30.06. 2019 | 01.01. bis 30.06. 2018 | Veränderung |
|------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------|
| Segmentumsatz | 56,4 | 37,2 | 51,6% |
| Segmentergebnis | -8,4 | -4,4 | -90,9% |

Aufgrund der abweichenden Konsolidierungszeiträume der Constantin Medien AG im ersten Halbjahr 2018 (drei Monate) und dem ersten Halbjahr 2019 (sechs Monate) sind sinnvolle Aussagen zur Geschäftsentwicklung des Segments Sport derzeit noch nicht möglich.

Die Kosten der Holding-Aktivitäten blieben mit 3,6 Mio. CHF nahezu auf dem Niveau des ersten Halbjahrs 2018 (3,7 Mio. CHF).

Vermögenslage

| (Mio. CHF) | 30.06. 2019 | 31.12. 2018 | Veränderung |
|---|--------------|--------------|--------------------|
| Bilanzsumme | 653,8 | 638,6 | 2,4% |
| Eigenkapital | 221,2 | 225,6 | -2,0% |
| Eigenkapitalquote (in %) | 33,8 | 35,3 | -1,5 Punkte |
| Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten | 180,6 | 149,0 | 21,2% |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente | 47,5 | 52,5 | -9,5% |

Auf der Vermögensseite der Bilanz erhöhten sich die langfristigen Vermögenswerte um 30,5 Mio. CHF auf 443,8 Mio. CHF (31. Dezember 2018: 413,3 Mio. CHF). Die Zunahme ist im Wesentlichen auf die erstmalige Aktivierung von Nutzungsrechten in Höhe von 41,8 Mio. CHF zurückzuführen, die im Zusammenhang mit der verpflichtenden Erstanwendung des Rechnungslegungsstandards IFRS 16 „Leasingverhältnisse“ steht.

Die kurzfristigen Vermögenswerte lagen zum Ende des ersten Halbjahrs 2019 mit 210,0 Mio. CHF um 15,3 Mio. CHF unter dem Vergleichswert (225,3 Mio. CHF). Dabei wirkten sich insbesondere Rückgänge bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Forderungen (-8,2 Mio. CHF), den Vertragsvermögenswerten (-3,7 Mio. CHF) sowie den Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten (-5,0 Mio. CHF) aus.

Auf der Kapitalseite der Bilanz verzeichneten die langfristigen Schulden einen Anstieg um 32,6 Mio. CHF auf 69,3 Mio. CHF (31. Dezember 2018: 36,7 Mio. CHF), der weitestgehend aus der erstmaligen Bilanzierung von Leasingverbindlichkeiten (35,3 Mio. CHF) infolge der Erstanwendung von IFRS 16 resultiert. Im Gegensatz dazu verringerten sich die kurzfristigen Schulden um insgesamt 13,1 Mio. CHF auf 363,3 Mio. CHF (31. Dezember 2018: 376,4 Mio. CHF). Einem Anstieg der Finanzverbindlichkeiten (31,6 Mio. CHF) stand dabei eine Abnahme der erhaltenen Anzahlungen um 21,6 Mio. CHF sowie der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Verbindlichkeiten um 26,2 Mio. CHF gegenüber.

Hauptgründe für den Rückgang des Konzerneigenkapitals (mit Anteilen ohne beherrschenden Einfluss) sind das Konzernperiodenergebnis (-1,8 Mio. CHF), Dividendenausschüttungen (-1,2 Mio. CHF), Veränderungen bei den Anteilen ohne beherrschenden Einfluss (-0,5 Mio. CHF) sowie weitere Posten, die erfolgsneutral im Eigenkapital erfasst wurden, in Höhe von -0,8 Mio. CHF

Finanzlage

Infolge der Erstanwendung von IFRS 16, des Anstiegs der Finanzverbindlichkeiten und des gleichzeitigen Rückgangs der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente erhöhte sich die Nettoverschuldung zum Ende des ersten Halbjahrs 2019 um 45,1 Mio. CHF auf 141,6 Mio. CHF (31. Dezember 2018: 96,5 Mio. CHF). In Relation zum Eigenkapital entspricht das einem Verschuldungsgrad von 64,0%.

Aus der betrieblichen Geschäftstätigkeit ergab sich im Zeitraum Januar bis Juni 2019 ein Mittelzufluss von 15,8 Mio. CHF. Die Abnahme um 65,3 Mio. CHF gegenüber der Vergleichsperiode des Vorjahrs (81,1 Mio. CHF) ist in erster Linie auf Veränderungen im betrieblichen Netto-Umlaufvermögen zurückzuführen.

Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit reduzierte sich um 139,1 Mio. CHF auf 47,4 Mio. CHF (Vorjahresperiode: 186,5 Mio. CHF). Hauptgründe dafür waren deutlich niedrigere Auszahlungen für Filmvermögen (-32,9 Mio. CHF) sowie die Tatsache, dass im ersten Halbjahr 2018 Auszahlungen in Höhe von 103,7 Mio. CHF für den Erwerb von Anteilen an der Constantin Medien AG anfielen.

Die Finanzierungstätigkeit führte zu einem Mittelzufluss von 27,0 Mio. CHF (Vorjahresperiode: Mittelabfluss von 32,2 Mio. CHF), der im Wesentlichen auf eine Nettoschuldenaufnahme von 33,1 Mio. CHF (Vorjahresperiode: Nettoschuldentilgung von 31,9 Mio. CHF) zurückzuführen ist.

RISIKO- UND CHANCENBERICHT

Bei den Risiken und Chancen der Highlight-Gruppe haben sich im ersten Halbjahr 2019 keine wesentlichen Veränderungen ergeben. Eine detaillierte Beschreibung des Risikomanagementsystems sowie des Risiko- und Chancenprofils befindet sich im Lagebericht unseres Geschäftsberichts 2018.

PROGNOSEBERICHT

Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Segment Film

Die Aussagen im Prognosebericht unseres Geschäftsberichts 2018, in dem wir nach einer PwC-Studie für den deutschen Kinomarkt bis zum Jahr 2022 ein durchschnittliches jährliches Wachstum von 1,2% vorausgesagt haben, wird nunmehr nach dem Evaluierungsbericht Filmabgabe 2019 bis 2026 der FFA aktualisiert. Danach wird ein jährlicher Rückgang des Kinomarkts von 2% prognostiziert.

Die Aussagen zur Entwicklung des physischen und digitalen Home-Entertainment-Markts im Geschäftsbericht 2018 haben weiterhin Bestand.

Segment Sport- und Event-Marketing

Im Juni dieses Jahres prognostizierte das Medienplanungs- und -einkaufsunternehmen ZenithOptimedia, dass die weltweiten Werbeausgaben im Gesamtjahr 2019 um 4,6% auf rund 639 Mrd. USD ansteigen werden. Die Wachstumsrate liegt damit zwar deutlich unter der des Vorjahrs in Höhe von 6,4%, ist laut ZenithOptimedia aber im Hinblick auf die ausserordentlich gute Entwicklung im Jahr 2018 dennoch als starker Wert einzuschätzen.

Segment Sport

Das Dentsu Aegis Network erwartet nach seinem aktuellen Ad Spend Forecast für 2019 ein minimales Wachstum der Werbeausgaben von 0,4% in Deutschland, für 2020 wird mit einem Zuwachs von 0,5% gerechnet. Als Gründe für das zurückhaltende Investitionsverhalten deutscher Unternehmen nennt die Agentur neben dem hohen Reifegrad des Marktes, der sich dämpfend auf die Gesamtausgaben auswirkt, unsichere Konjunkturerwartungen der deutschen Wirtschaft. Eine Erholung im lokalen Markt wird erst ab 2020 erwartet, wenn wichtige politische Themen wie Brexit und Strafzölle geregelt sind.

Basierend auf dem Ad Spend Forecast werden die Werbeausgaben in digitale Kanäle im Jahr 2019 zwar um 7,1% wachsen, jedoch nehmen die Spendings in andere Medien stärker als erwartet ab. Treiber des deutschen Werbemarkts sind laut Dentsu Aegis Network die Bereiche Online-Video, Addressable TV, Digital Audio und Digital Out-of-Home. Die Konvergenz von Kanälen, insbesondere im TV- und im Out-of-Home-Geschäft, bietet neue digitale Werbemöglichkeiten, die das Wachstum längerfristig ankurbeln werden.

Schwerpunkte

Segment Film

Nach der aktuellen Planung für das Geschäftsfeld Kinoproduktion/Rechteerwerb sind für das zweite Halbjahr 2019 noch mindestens elf vielversprechende Projekte in der Pipeline. Dazu zählen insbesondere die Eigenproduktionen „Kaiserschmarrndrama“ und „Wrong Turn“ sowie die Co-Produktionen „Ostwind – Der große Orkan“, „Stasikomödie“ und „Eiffel in Love“, eine internationale Co-Produktion.

Im Kinoverleih sind für das zweite Halbjahr 2019 derzeit fünf Filmstarts geplant, darunter die Leinwandadaption der Jugend-Detektivgeschichte „Die drei !!!“, „Leberkäsjunkie“ (die sechste Verfilmung aus der Rita Falk-Bestsellerreihe), „Eine ganz heiße Nummer 2.0“, der neue Bora Dagtekin-Film „Das perfekte Geheimnis“ und der Lizenztitel „Die schönste Zeit meines Lebens“ („La belle époque“).

Der Free-TV-Bereich des Geschäftsfelds Lizenzhandel/TV-Auswertung wird im dritten Quartal dieses Jahres vor allem von den Umsätzen des Kinofilms „Florence Foster Jenkins“ und „Sauerkrautkoma“ geprägt sein. In der Pay-TV-Auswertung wird unter anderem „A Beautiful Day“ (Pay-per-Channel, Sky) Umsatzerlöse generieren.

Im Geschäftsfeld TV-Auftragsproduktion bereiten die Constantin Film-Tochtergesellschaften zahlreiche neue Projekte vor, darunter die High-End-Serie „Wir Kinder vom Bahnhof Zoo“ (Amazon), „Das Unwort“ (ZDF) und „Hammerfreundinnen“ (ZDF). International ist eine Serie in Vorbereitung, die auf den Video-Games von „Resident Evil“ basiert, sowie weitere Projekte wie „Unwind“ und „Highway of Tears“.

Segment Sport- und Event-Marketing

Im zweiten Halbjahr 2019 werden sich die Aktivitäten der TEAM-Gruppe auf drei Themen konzentrieren: die Weiterentwicklung der kommerziellen Rechte der UEFA-Klubwettbewerbe in enger Zusammenarbeit mit dem europäischen Fussball-Dachverband sowie weiterer Interessenvertreter, die Unterstützung der UEFA-Geschäftspartner und der UEFA selbst bei der Planung der in dieser Saison anstehenden Marketingaktivitäten sowie die Vorbereitung des Vermarktungsprozesses der kommerziellen Rechte der UEFA Champions League und der UEFA Europa League für die Spielzeiten 2021/22 bis 2023/24. Ziel wird es auch in diesem Zyklus wieder sein, die TV- und Sponsorenrechte dieser drei Klubwettbewerbe bestmöglich zu vermarkten, die mit der UEFA vereinbarten Leistungsziele zu erreichen und somit eine automatische Vertragsverlängerung für nachfolgende Spielzeiten zu erreichen.

Segment Sport

Bei SPORT1 liegt der Fokus im zweiten Halbjahr 2019 weiterhin auf der konsequenten multimedialen Content-Nutzung, -Verbreitung und -Kapitalisierung. Neben der Stärkung des Portfolios durch den Erwerb attraktiver 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 – unter anderem mit der Bundesliga, der 2. Bundesliga und ab August 2019 auch dem DFB-Pokal – sowie Motorsport, Eishockey, Basketball, Volleyball, Boxen, Darts, Tennis, US-Sport und E-Sports.

Angesichts der nach wie vor massiv wachsenden digitalen und plattformübergreifenden Nutzung von Medienangeboten wird die Sport1 GmbH auch im Geschäftsjahr 2019 die digitale Diversifizierung der Marke SPORT1 weiter vorantreiben und gleichzeitig neue Inhalte- und Vermarktungsumfelder schaffen. Dabei bilden die Entwicklung neuer mobiler Angebote, die weitere Intensivierung der Social-Media-Aktivitäten und der Ausbau des Videobereichs über eigene Apps und Video-Brand-Channels bzw. die Nutzung neuer Social-Media-Video-Angebote elementare Schwerpunkte. Ferner umfassen die Aktivitäten eigene Angebote und Formate im weiter rasant wachsenden E-Sports-Bereich – wie das im Januar 2019 gestartete Pay-Angebot eSPORTS1 und die neue eSPORTS1 App als weitere Meilensteine.

Schwerpunkte von PLAZAMEDIA sind die Realisierung von aufwendigen und komplexen Live-Sportproduktionen und Non-Live-Formaten, die Entwicklung und Weiterentwicklung von innovativen Produktionstechnologien, Content-Management-Lösungen sowie die produktionstechnische Content-Distribution. Im Zuge der Erweiterung des PLAZAMEDIA-Portfolios liegt der Fokus, neben den klassischen Broadcast-Aktivitäten, insbesondere auf der Weiter- und Neuentwicklung der digitalen Produktionsaktivitäten, Produkte und Services. Hier eröffnen Kooperationen mit verschiedenen namhaften Partnern den Zugang zu neuen Märkten und Playern. Ziel ist es, auf Basis des vielfältigen Leistungsspektrums auch im Geschäftsjahr 2019 bestehende Geschäftsbeziehungen auszubauen, neue Geschäftsfelder und Kundengruppen zu erschliessen und somit das Kundenportfolio insgesamt auf eine breitere Basis zu stellen.

Finanzielle Ziele der Highlight-Gruppe

Auf der Basis dieser Aktivitäten gehen wir auch weiterhin davon aus, im Gesamtjahr 2019 einen Konzernumsatz zwischen 520 und 540 Mio. CHF sowie ein Konzernperiodenergebnis der Anteilseigner in Höhe von 20 bis 22 Mio. CHF zu erzielen.

Hinweise und zukunftsbezogene Aussagen

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.

Dieser Bericht 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. Sollte 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 Bericht enthaltenen Aussagen fortlaufend zu aktualisieren.

Obwohl mit grösstmöglicher Sorgfalt überprüft wird, dass die in diesem Bericht 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 Bericht enthaltenen zukunftsbezogenen Aussagen übernommen.

KONSOLIDIERTE HALBJAHRESRECHNUNG

zum 30. Juni 2019 der Highlight Communications AG, Pratteln

KONSOLIDIERTE BILANZ

zum 30. Juni 2019 (ungeprüft) – Highlight Communications AG, Pratteln

| AKTIVA (TCHF) | 30.06.2019 | 31.12.2018 |
|---|----------------|----------------|
| Langfristige Vermögenswerte | | |
| Eigenproduktionen | 154.624 | 151.364 |
| Fremdproduktionen | 25.267 | 34.087 |
| Filmvermögen | 179.891 | 185.451 |
| Sonstige immaterielle Vermögenswerte | 60.148 | 62.220 |
| Geschäfts- oder Firmenwert | 133.431 | 133.531 |
| Sachanlagen | 13.736 | 17.555 |
| Nutzungsrechte | 41.835 | - |
| Anteile an assoziierten Unternehmen | 53 | 54 |
| Langfristige Forderungen | 10.931 | 13.343 |
| Sonstige finanzielle Vermögenswerte | 871 | 9 |
| Latente Steueransprüche | 2.876 | 1.141 |
| | 443.772 | 413.304 |
| Kurzfristige Vermögenswerte | | |
| Vorräte | 6.850 | 5.860 |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen | 134.541 | 142.709 |
| Vertragsvermögenswerte | 19.764 | 23.507 |
| Sonstige finanzielle Vermögenswerte | 416 | - |
| Forderungen aus Ertragsteuern | 974 | 736 |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente | 47.473 | 52.530 |
| | 210.018 | 225.342 |
| Aktiva | 653.790 | 638.646 |
| PASSIVA (TCHF) | | |
| Eigenkapital | | |
| Gezeichnetes Kapital | 63.000 | 63.000 |
| Eigene Anteile | -6.258 | -6.258 |
| Kapitalrücklage | -67.674 | -67.203 |
| Andere Rücklagen | -34.767 | -34.356 |
| Gewinnvortrag | 243.448 | 244.287 |
| Auf die Anteilseigner entfallendes Eigenkapital | 197.749 | 199.470 |
| Anteile ohne beherrschenden Einfluss | 23.469 | 26.112 |
| | 221.218 | 225.582 |
| Langfristige Schulden | | |
| Finanzverbindlichkeiten | - | 934 |
| Leasingverbindlichkeiten | 35.319 | - |
| Sonstige Verbindlichkeiten | 167 | 1.958 |
| Pensionsverpflichtungen | 4.168 | 3.563 |
| Latente Steuerschulden | 29.630 | 30.204 |
| | 69.284 | 36.659 |
| Kurzfristige Schulden | | |
| Finanzverbindlichkeiten | 180.633 | 149.004 |
| Leasingverbindlichkeiten | 8.408 | - |
| Erhaltene Anzahlungen | 50.526 | 72.111 |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten | 108.767 | 135.015 |
| Vertragsverbindlichkeiten | 6.368 | 8.131 |
| Rückstellungen | 5.226 | 7.856 |
| Ertragsteuerschulden | 3.360 | 4.288 |
| | 363.288 | 376.405 |
| Passiva | 653.790 | 638.646 |

Der Anhang auf den Seiten 20 - 29 ist ein integrierter Bestandteil dieses Konzernzwischenabschlusses.

KONSOLIDIERTE GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

1. Januar bis 30. Juni 2019 (ungeprüft) – Highlight Communications AG, Pratteln

| (TCHF) | 01.01. bis 30.06.2019 | 01.01. bis 30.06.2018 |
|--|--------------------------|--------------------------|
| Umsatzerlöse | 229.927 | 214.478 |
| Aktivierete Filmproduktionen und andere aktivierete Eigenleistungen | 48.884 | 71.127 |
| Sonstige betriebliche Erträge | 8.283 | 6.644 |
| Aufwendungen für Lizenzen, Provisionen und Material | -27.183 | -21.754 |
| Aufwendungen für bezogene Leistungen | -86.598 | -100.229 |
| Material- und Lizenzaufwand | -113.781 | -121.983 |
| Gehälter | -71.786 | -54.986 |
| Soziale Abgaben, Aufwendungen für Altersvorsorge | -9.558 | -7.227 |
| Personalaufwand | -81.344 | -62.213 |
| Abschreibungen und Wertminderungen auf Filmvermögen | -45.767 | -59.279 |
| Abschreibungen und Wertminderungen auf immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens und Sachanlagen | -5.687 | -3.659 |
| Abschreibungen und Wertminderungen auf Nutzungsrechte | -4.102 | - |
| Abschreibungen und Wertminderungen | -55.556 | -62.938 |
| Sonstige betriebliche Aufwendungen | -35.114 | -34.721 |
| Wertminderungen/Wertaufholungen auf finanzielle Vermögenswerte | 307 | -221 |
| Verluste/Gewinne aus der Ausbuchung finanzieller Vermögenswerte bewertet zu fortgeführten Anschaffungskosten | -3 | -28 |
| Betriebsergebnis | 1.603 | 10.145 |
| Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen | - | - |
| Finanzerträge | 2.349 | 1.988 |
| Finanzaufwendungen | -4.675 | -5.715 |
| Finanzergebnis | -2.326 | -3.727 |
| Ergebnis vor Steuern | -723 | 6.418 |
| Ertragsteuern | -1.760 | -4.954 |
| Latente Steuern | 684 | 1.773 |
| Steuern | -1.076 | -3.181 |
| Konzernperiodenergebnis | -1.799 | 3.237 |
| davon Ergebnisanteil Anteilseigner | -506 | 3.343 |
| davon Ergebnisanteil Anteile ohne beherrschenden Einfluss | -1.293 | -106 |
| Ergebnis je Aktie (CHF) | | |
| Ergebnisanteil Anteilseigner je Aktie unverwässert | -0,01 | 0,06 |
| Ergebnisanteil Anteilseigner je Aktie verwässert | -0,01 | 0,06 |
| Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien (unverwässert) | 56.742.499 | 59.602.577 |
| Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien (verwässert) | 56.742.499 | 59.602.577 |

Der Anhang auf den Seiten 20 - 29 ist ein integrierter Bestandteil dieses Konzernzwischenabschlusses.

KONSOLIDIERTE GESAMTERGEBNISRECHNUNG

1. Januar bis 30. Juni 2019 (ungeprüft) – Highlight Communications AG, Pratteln

| (TCHF) | 01.01. bis 30.06.2019 | 01.01. bis 30.06.2018 |
|---|--------------------------|--------------------------|
| Konzernperiodenergebnis | -1.799 | 3.237 |
| Unterschiede Währungsumrechnung | -340 | -1.847 |
| Gewinne/Verluste aus Cashflow Hedges | -118 | 1.759 |
| Posten zukünftig umgliederbar in die Gewinn- und Verlustrechnung | -458 | -88 |
| Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste von leistungsorientierten Vorsorgeplänen | -326 | 747 |
| Gewinne/Verluste aus finanziellen Vermögenswerten zum beizulegenden Zeitwert über Gesamtergebnisrechnung | -7 | - |
| Posten zukünftig nicht umgliederbar in die Gewinn- und Verlustrechnung | -333 | 747 |
| Summe sonstiges Ergebnis (nach Steuern) | -791 | 659 |
| Gesamtperiodenergebnis | -2.590 | 3.896 |
| davon Ergebnisanteil Anteilseigner | -1.250 | 4.255 |
| davon Ergebnisanteil Anteile ohne beherrschenden Einfluss | -1.340 | -359 |

Der Anhang auf den Seiten 20 – 29 ist ein integrierter Bestandteil dieses Konzernzwischenabschlusses.

ENTWICKLUNG DES KONSOLIDierten EIGENKAPITALS

1. Januar bis 30. Juni 2019 (ungeprüft) – Highlight Communications AG, Pratteln

Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes
Eigenkapital

| (TCHF) | Gezeichnetes Kapital | Eigene Anteile | Kapital- rück- lage | Andere Rück- lagen | Gewinn- vortrag | Summe | Anteile ohne beherr- schenden Einfluss | Summe Eigen- kapital |
|--|-------------------------|-------------------|---------------------------|--------------------------|--------------------|----------------|--|----------------------------|
| Saldo zum 31. Dezember 2018 | 63.000 | -6.258 | -67.203 | -34.356 | 244.287 | 199.470 | 26.112 | 225.582 |
| Unterschiede Währungsumrechnung | - | - | - | -293 | - | -293 | -47 | -340 |
| Gewinne/Verluste aus Cashflow Hedges | - | - | - | -118 | - | -118 | - | -118 |
| Posten zukünftig umgliederbar in die Gewinn- und Verlustrechnung | - | - | - | -411 | - | -411 | -47 | -458 |
| Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste von leistungsorientierten Vorsorgeplänen | - | - | - | - | -326 | -326 | - | -326 |
| Gewinne/Verluste aus finanziellen Vermögenswerten zum beizulegenden Zeitwert über Gesamtergebnisrechnung | - | - | - | - | -7 | -7 | - | -7 |
| Posten zukünftig nicht umgliederbar in die Gewinn- und Verlustrechnung | - | - | - | - | -333 | -333 | - | -333 |
| Summe sonstiges Ergebnis (nach Steuern) | - | - | - | -411 | -333 | -744 | -47 | -791 |
| Konzernperiodenergebnis | - | - | - | - | -506 | -506 | -1.293 | -1.799 |
| Gesamtperiodenergebnis | - | - | - | -411 | -839 | -1.250 | -1.340 | -2.590 |
| Dividendenausschüttungen | - | - | - | - | - | - | -1.247 | -1.247 |
| Veränderung Anteile ohne beherrschenden Einfluss | - | - | -471 | - | - | -471 | -56 | -527 |
| Saldo zum 30. Juni 2019 | 63.000 | -6.258 | -67.674 | -34.767 | 243.448 | 197.749 | 23.469 | 221.218 |
| Saldo zum 31. Dezember 2017 | 63.000 | -45 | -54.956 | -32.841 | 256.414 | 231.572 | 4.842 | 236.414 |
| Rückwirkende Änderung der Bilanzierungsmethode aufgrund von IFRS 9 und IFRS 15 | - | - | - | - | -347 | -347 | - | -347 |
| Saldo zum 1. Januar 2018 | 63.000 | -45 | -54.956 | -32.841 | 256.067 | 231.225 | 4.842 | 236.067 |
| Unterschiede Währungsumrechnung | - | - | - | -1.594 | - | -1.594 | -253 | -1.847 |
| Gewinne/Verluste aus Cashflow Hedges | - | - | - | 1.759 | - | 1.759 | - | 1.759 |
| Posten zukünftig umgliederbar in die Gewinn- und Verlustrechnung | - | - | - | 165 | - | 165 | -253 | -88 |
| Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste von leistungsorientierten Vorsorgeplänen | - | - | - | - | 747 | 747 | - | 747 |
| Posten zukünftig nicht umgliederbar in die Gewinn- und Verlustrechnung | - | - | - | - | 747 | 747 | - | 747 |
| Summe sonstiges Ergebnis (nach Steuern) | - | - | - | 165 | 747 | 912 | -253 | 659 |
| Konzernperiodenergebnis | - | - | - | - | 3.343 | 3.343 | -106 | 3.237 |
| Gesamtperiodenergebnis | - | - | - | 165 | 4.090 | 4.255 | -359 | 3.896 |
| Veräußerung eigene Anteile | - | 2.000 | - | - | 10.221 | 12.221 | - | 12.221 |
| Dividendenausschüttungen | - | - | -11.355 | - | - | -11.355 | -1.092 | -12.447 |
| Veränderung Konsolidierungskreis | - | -8.183 | - | - | -41.434 | -49.617 | 25.650 | -23.967 |
| Saldo zum 30. Juni 2018 | 63.000 | -6.228 | -66.311 | -32.676 | 228.944 | 186.729 | 29.041 | 215.770 |

Der Anhang auf den Seiten 20 – 29 ist ein integrierter Bestandteil dieses Konzernzwischenabschlusses.

KONSOLIDIERTE KAPITALFLUSSRECHNUNG

1. Januar bis 30. Juni 2019 (ungeprüft) – Highlight Communications AG, Pratteln

| (TCHF) | 01.01. bis 30.06. 2019 | 01.01. bis 30.06. 2018 |
|---|---------------------------|---------------------------|
| Konzernperiodenergebnis | -1.799 | 3.237 |
| Latente Steuern | -684 | -1.773 |
| Ertragsteuern | 1.760 | 4.954 |
| Finanzergebnis (ohne Währungsergebnis) | 2.533 | 1.714 |
| Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen | - | - |
| Abschreibungen und Wertminderungen auf Gegenstände des Anlagevermögens | 55.556 | 62.938 |
| Gewinn (-)/Verlust (+) aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens | -4 | 21 |
| Übrige nicht zahlungswirksame Posten | -15 | 405 |
| Zunahme (-)/Abnahme (+) der Vorräte, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind | 11.334 | 38.078 |
| Abnahme (-)/Zunahme (+) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind | -49.182 | -19.256 |
| Erhaltene Dividenden von assoziierten Unternehmen | - | - |
| Gezahlte Zinsen | -800 | -6.896 |
| Erhaltene Zinsen | 24 | 24 |
| Gezahlte Ertragsteuern | -3.188 | -3.761 |
| Erhaltene Ertragsteuern | 277 | 1.407 |
| Cashflow aus betrieblicher Geschäftstätigkeit | 15.812 | 81.092 |
| Auszahlungen für den Erwerb von Unternehmen/Unternehmensanteilen (abzüglich erworbener Zahlungsmittel) | - | -103.695 |
| Auszahlungen für immaterielle Vermögenswerte | -2.189 | -825 |
| Auszahlungen für Filmvermögen | -45.121 | -78.010 |
| Auszahlungen für Sachanlagen | -2.979 | -4.195 |
| Auszahlungen für Finanzanlagen | -941 | - |
| Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten und Filmvermögen | 1.017 | - |
| Einzahlungen aus Abgängen von Sachanlagen | 2.782 | 234 |
| Einzahlungen aus Abgängen von Finanzanlagen | - | 35 |
| Cashflow aus Investitionstätigkeit | -47.431 | -186.456 |
| Einzahlungen durch Verkauf eigener Anteile | - | 12.221 |
| Auszahlungen durch Kauf Anteile ohne beherrschenden Einfluss | -527 | - |
| Auszahlungen durch Tilgung von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten | -8.422 | -43.157 |
| Auszahlungen durch Tilgung von Leasingverbindlichkeiten | -4.396 | - |
| Einzahlungen durch Aufnahme von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten | 41.558 | 11.212 |
| Ausschüttungen | -1.247 | -12.447 |
| Cashflow aus Finanzierungstätigkeit | 26.966 | -32.171 |
| Cashflow der Berichtsperiode | -4.653 | -137.535 |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn der Berichtsperiode | 52.530 | 186.553 |
| Auswirkungen Währungsdifferenzen | -404 | -740 |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode | 47.473 | 48.278 |
| Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente | -4.653 | -137.535 |

Der Anhang auf den Seiten 20 - 29 ist ein integrierter Bestandteil dieses Konzernzwischenabschlusses.

ANHANG ZUR KONSOLIDIERTEN HALBJAHRESRECHNUNG

zum 30. Juni 2019 (ungeprüft) – 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 21. August 2019 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 30. Juni 2019 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 2018 gelesen werden.

Die bei der Erstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden entsprechen mit Ausnahme der in Kapitel 3 erläuterten Erstanwendung neuer bzw. geänderter Standards und Interpretationen den bei der Erstellung des Konzernabschlusses für das Geschäftsjahr 2018 angewandten Grundsätzen (siehe Geschäftsbericht 2018, Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung, Kapitel 4).

Der verkürzte Konzernzwischenabschluss 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 Segmente Film und Sport unterliegen saisonalen Schwankungen. Die Umsatzerlöse des Segments Film hängen von den jeweiligen Kinostarts und der darauffolgenden Verwertungskette ab. Die Umsatzerlöse des Segments Sport fallen in den Sommermonaten aufgrund geringerer Werbeeinnahmen, welche von Übertragungsrechten an Sportveranstaltungen abhängig sind, niedriger aus. Dies führt zu Schwankungen hinsichtlich der Umsatzerlöse und Segmentergebnisse in den Quartalen des Geschäftsjahres.

Die Erstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses verlangt vom Management, Einschätzungen und Annahmen zu treffen, welche die ausgewiesenen Vermögenswerte, Verbindlichkeiten, Eventualverbindlichkeiten und Eventualforderungen zum Zeitpunkt der Bilanzierung sowie die Erträge und Aufwendungen der Berichtsperiode beeinflussen (siehe Geschäftsbericht 2018, Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung, Kapitel 5 sowie die Ergänzungen in Kapitel 4 dieses verkürzten Konzernzwischenabschlusses).

3. ÄNDERUNGEN BEI DEN GRUNDSÄTZEN DER RECHNUNGSLEGUNG

3.1 Erstanwendung von IFRS 16 „Leasingverhältnisse“

Im Januar 2016 hat das IASB die endgültige Fassung von IFRS 16 „Leasingverhältnisse“ veröffentlicht. Der Standard ersetzt IAS 17 „Leasingverhältnisse“, IFRIC 4 „Beurteilung, ob eine Vereinbarung ein Leasingverhältnis enthält“, SIC 15 „Mietleasingverhältnisse - Anreizvereinbarungen“ und SIC 27 „Beurteilung des wirtschaftlichen Gehalts von Transaktionen in der rechtlichen Form von Leasingverhältnissen“.

Der Standard legt die Grundsätze für den Ansatz, die Bewertung, die Darstellung und den Ausweis von Leasingverhältnissen fest. Für den Leasingnehmer sieht IFRS 16 dabei ein einziges Bilanzierungsmodell vor. Sämtliche Vermögenswerte und Verbindlichkeiten aus Leasingvereinbarungen sind in der Bilanz zu erfassen, es sei denn, die Laufzeit beträgt zwölf Monate oder weniger oder es handelt sich um einen geringwertigen Vermögenswert. Der Leasinggeber unterscheidet für Bilanzierungszwecke weiterhin zwischen Finanzierungs- oder Mietleasingvereinbarungen. IFRS 16 ist erstmals auf Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2019 beginnen, verpflichtend anzuwenden. Die Highlight-Gruppe nimmt die Umstellung modifiziert retrospektiv vor. Vergleichsinformationen für vorhergehende Perioden werden gemäss IFRS 16.C7 nicht angepasst. Von der Erstanwendung sind im Wesentlichen die bislang als operatives Leasing klassifizierten Leasingverträge betroffen.

Kurz laufende Leasingvereinbarungen mit einer Laufzeit von nicht mehr als zwölf Monaten (und ohne Kaufoption) sowie Leasingvereinbarungen, bei denen die dem Leasingvertrag zugrundeliegende Vermögenswertkomponente von geringem Wert ist (d. h. in der Regel unter 5 TEUR pro Objekt), wurden entsprechend dem Wahlrecht nach IFRS 16.5 nicht nach IFRS 16 bilanziert, sondern linear über die Laufzeit des Leasingverhältnisses als sonstige betriebliche Aufwendungen erfasst. Des Weiteren wird für sämtliche Leasingklassen gemäss IFRS 16.15 auf eine Trennung

in Leasing- und Nichtleasingbestandteile abgesehen. Alle Vertragsbestandteile werden als eine Leasingvereinbarung bilanziert. Die Highlight-Gruppe hat zudem die Erleichterungsvorschriften des IFRS 16.C3(b) angewandt und Vertragsverhältnisse, die nach IAS 17 „Leasingverhältnisse“ in Verbindung mit IFRIC 4 „Beurteilung, ob eine Vereinbarung ein Leasingverhältnis enthält“ nicht als Leasingverhältnisse eingestuft waren, nicht nach der Definition eines Leasingverhältnisses in IFRS 16 überprüft. Verträge, die nach IAS 17 als Leasing klassifiziert wurden, sind weiterhin als solche zu behandeln. Der Konzern macht vom Wahlrecht nach IFRS 16.4 betreffend immaterielle Vermögenswerte keinen Gebrauch und bilanziert immaterielle Vermögenswerte wie bisher nach den Grundsätzen von IAS 38.

Der Konzern hat Leasingvereinbarungen über verschiedene Anlagen, Maschinen, Fahrzeuge und Immobilien. Bei der erstmaligen Anwendung von IFRS 16 wurde das Nutzungsrecht für den Leasingvermögenswert grundsätzlich mit dem Wert der Leasingverbindlichkeit bewertet, korrigiert um vorausgezahlte oder abgegrenzte Leasingzahlungen. Diese Verbindlichkeiten wurden zum Barwert der verbleibenden Leasingzahlungen, abgezinst mit dem Grenzfremdkapitalzinssatz des Leasingnehmers zum 1. Januar 2019 bewertet. Der gewichtete durchschnittliche Grenzfremdkapitalzinssatz des Konzerns lag zwischen 0,16% und 3,23%. Bei der Bewertung des Nutzungsrechts zum Zeitpunkt der erstmaligen Anwendung wurden die anfänglichen direkten Kosten entsprechend IFRS 16.C10(d) nicht berücksichtigt.

Für zuvor als Finanzierungsleasing eingestufte Leasingverhältnisse wurde der unmittelbar vor der Erstanwendung des IFRS 16 bestehende Buchwert des geleasteten Vermögenswerts nach IAS 17 sowie der Buchwert der Leasingverbindlichkeit nach IAS 17 als erstmaliger Buchwert des Nutzungsrechts und der Leasingverbindlichkeit nach IFRS 16 angesetzt. Die Bewertungsprinzipien des IFRS 16 werden erst danach angewandt.

Die Überleitung der ausserbilanziellen Miet- und Leasingverpflichtungen zum 31. Dezember 2018 auf die bilanzierten Leasingverbindlichkeiten zum 1. Januar 2019 stellt sich wie folgt dar:

| (TCHF) | Mieten für Räume und Gebäude | Fahrzeuge | Sonstiges | Summe |
|--|------------------------------------|--------------|--------------|---------------|
| Ausserbilanzielle Leasing- und Mietverpflichtungen zum 31. Dezember 2018 | 42.043 | 1.024 | 485 | 43.552 |
| Miet- und Leasingverpflichtungen zum 31. Dezember 2018 in den sonstigen finanziellen Verpflichtungen ausgewiesen | 242 | - | 973 | 1.215 |
| Diskontierung | -2.811 | -25 | -35 | -2.871 |
| Kurzfristige Leasingverhältnisse | -1.689 | -116 | -2 | -1.807 |
| Leasingverhältnisse mit geringwertigen Vermögensgegenständen | - | - | -72 | -72 |
| Variable Leasingzahlungen | -3.569 | - | - | -3.569 |
| Hinreichend sichere Verlängerungs- und Kündigungsoptionen | 5.633 | - | - | 5.633 |
| Anpassungen aufgrund von Änderungen von Indices, die sich auf variable Zahlungen auswirken | 612 | - | - | 612 |
| Nicht-Leasing-Komponenten | -769 | - | - | -769 |
| Immaterielle Vermögenswerte | - | - | -250 | -250 |
| Sonstige | 102 | -16 | - | 86 |
| Leasingverbindlichkeiten durch die Erstanwendung von IFRS 16 zum 1. Januar 2019 | 39.794 | 867 | 1.099 | 41.760 |
| Leasingverbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing zum 1. Januar 2019 | - | - | 1.164 | 1.164 |
| Gesamte Leasingverbindlichkeiten zum 1. Januar 2019 | 39.794 | 867 | 2.263 | 42.924 |

Die quantitativen Auswirkungen der erstmaligen Anwendung von IFRS 16 auf die Konzernbilanz zum 1. Januar 2019 sind in der nachfolgenden Tabelle dargestellt:

| (TCHF) | 31.12.2018 | Anpassungen IFRS 16 | Umglie- derungen IFRS 16 | 01.01.2019 |
|---|----------------|------------------------|--------------------------------|----------------|
| Langfristige Vermögenswerte | | | | |
| Eigenproduktionen | 151.364 | - | - | 151.364 |
| Fremdproduktionen | 34.087 | - | - | 34.087 |
| Filmvermögen | 185.451 | - | - | 185.451 |
| Sonstige immaterielle Vermögenswerte | 62.220 | - | - | 62.220 |
| Geschäfts- oder Firmenwert | 133.531 | - | - | 133.531 |
| Sachanlagen | 17.555 | - | -1.340 | 16.215 |
| Nutzungsrechte | - | 39.902 | 1.340 | 41.242 |
| Anteile an assoziierten Unternehmen | 54 | - | - | 54 |
| Langfristige Forderungen | 13.343 | - | - | 13.343 |
| Sonstige finanzielle Vermögenswerte | 9 | - | - | 9 |
| Latente Steueransprüche | 1.141 | 1.112 | - | 2.253 |
| | 413.304 | 41.014 | - | 454.318 |
| Kurzfristige Vermögenswerte | | | | |
| Vorräte | 5.860 | - | - | 5.860 |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen | 142.709 | - | - | 142.709 |
| Vertragsvermögenswerte | 23.507 | - | - | 23.507 |
| Forderungen aus Ertragsteuern | 736 | - | - | 736 |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente | 52.530 | - | - | 52.530 |
| | 225.342 | - | - | 225.342 |
| Aktiva | 638.646 | 41.014 | - | 679.660 |
| Eigenkapital | | | | |
| Gezeichnetes Kapital | 63.000 | - | - | 63.000 |
| Eigene Anteile | -6.258 | - | - | -6.258 |
| Kapitalrücklage | -67.203 | - | - | -67.203 |
| Andere Rücklagen | -34.356 | - | - | -34.356 |
| Gewinnvortrag | 244.287 | - | - | 244.287 |
| Auf die Anteilseigner entfallendes Eigenkapital | 199.470 | - | - | 199.470 |
| Anteile ohne beherrschenden Einfluss | 26.112 | - | - | 26.112 |
| | 225.582 | - | - | 225.582 |
| Langfristige Schulden | | | | |
| Finanzverbindlichkeiten | 934 | - | -934 | - |
| Leasingverbindlichkeiten | - | 34.324 | 934 | 35.258 |
| Sonstige Verbindlichkeiten | 1.958 | -1.788 | - | 170 |
| Pensionsverpflichtungen | 3.563 | - | - | 3.563 |
| Latente Steuerschulden | 30.204 | 1.112 | - | 31.316 |
| | 36.659 | 33.648 | - | 70.307 |
| Kurzfristige Schulden | | | | |
| Finanzverbindlichkeiten | 149.004 | - | -230 | 148.774 |
| Leasingverbindlichkeiten | - | 7.436 | 230 | 7.666 |
| Erhaltene Anzahlungen | 72.111 | - | - | 72.111 |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten | 135.015 | -70 | - | 134.945 |
| Vertragsverbindlichkeiten | 8.131 | - | - | 8.131 |
| Rückstellungen | 7.856 | - | - | 7.856 |
| Ertragsteuerschulden | 4.288 | - | - | 4.288 |
| | 376.405 | 7.366 | - | 383.771 |
| Passiva | 638.646 | 41.014 | - | 679.660 |

Zum Zeitpunkt der erstmaligen Anwendung des IFRS 16 bestanden keine belastenden Leasingverhältnisse, so dass eine diesbezügliche Wertberichtigung der Nutzungsrechte nicht erforderlich war.

Die Differenz zwischen den Nutzungsrechten aus Leasingvereinbarungen und den kurz- und langfristigen Leasingverbindlichkeiten in Höhe von 1.858 TCHF bezieht sich auf die Berichtigungen der abgegrenzten Leasingverbindlichkeiten aus der Erstanwendung von IFRS 16.

Mit Inkrafttreten von IFRS 16 „Leasingverhältnisse“ sind ebenfalls zusätzliche Anhangsangaben erforderlich. Diese wird die Highlight-Gruppe erstmalig im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2019 vollumfänglich darstellen.

3.2 Zusammenfassung der neuen Rechnungslegungsgrundsätze für Leasingverhältnisse

Leasingverbindlichkeiten

Zu Beginn des Leasingverhältnisses weist der Konzern Leasingverbindlichkeiten aus, die mit dem Barwert der über die Laufzeit des Leasingverhältnisses zu leistenden Leasingzahlungen bewertet werden. Die Leasingzahlungen beinhalten fixe Zahlungen abzüglich etwaiger Forderungen aus Leasinganreizen, variable Leasingzahlungen, die von einem Index oder einem Zinssatz abhängen, sowie Beträge, die voraussichtlich im Rahmen von Restwertgarantien gezahlt werden. Die Leasingzahlungen beinhalten auch den Ausübungspreis einer Kaufoption, die mit hinreichender Sicherheit vom Konzern ausgeübt werden kann, sowie Strafzahlungen für die vorzeitige Beendigung eines Leasingverhältnisses, wenn der Konzern die Option zur vorzeitigen Beendigung ausübt. Die variablen Leasingzahlungen, welche nicht von einem Index oder einem Kurs abhängen, werden in der Periode, in der das Ereignis oder die Bedingung, welche die Zahlung auslöst, eintritt, als Aufwand erfasst.

Bei der Berechnung des Barwerts der Leasingzahlungen verwendet der Konzern den Grenzfremdkapitalzinssatz zum Zeitpunkt des Beginns des Leasingverhältnisses, wenn der implizite Zinssatz nicht leicht bestimmbar ist. Der Grenzfremdkapitalzinssatz entspricht dem Zinssatz, den der Konzern zahlen müsste, wenn er Mittel aufnehmen müsste, um in einem vergleichbaren wirtschaftlichen Umfeld einen Vermögenswert mit einem vergleichbaren Wert unter vergleichbaren Bedingungen zu erwerben.

Nach dem Beginn des Leasingverhältnisses wird der Betrag der Leasingverbindlichkeiten um den Zinszuwachs erhöht und um die geleisteten Leasingzahlungen gekürzt. Darüber hinaus wird der Buchwert der Leasingverbindlichkeiten neu bewertet, wenn eine Änderung der Laufzeit des Leasingverhältnisses, eine Änderung der wesentlichen fixen Leasingzahlungen oder eine Änderung der Bewertung zum Erwerb des geleasteten Vermögenswerts vorliegt.

Nutzungsrechte

Der Konzern erfasst Nutzungsrechte zu Beginn des Leasingverhältnisses, d.h. zu dem Zeitpunkt, an dem der zugrunde liegende Vermögenswert zur Nutzung zur Verfügung steht. Nutzungsberechtigte Vermögenswerte werden zu Anschaffungskosten abzüglich kumulierter Abschreibungen und Wertminderungen bewertet und um die Neubewertung von Leasingverbindlichkeiten angepasst. Die Anschaffungskosten von Vermögenswerten mit Nutzungsrecht umfassen den Betrag der bilanzierten Leasingverbindlichkeiten, die anfänglich angefallenen direkten Kosten und die zu oder vor dem Beginn des Leasingverhältnisses geleisteten Leasingzahlungen abzüglich der erhaltenen Leasinganreize. Sofern der Konzern nicht hinreichend sicher ist, dass er am Ende der Laufzeit des Leasingverhältnisses das Eigentum am Leasingobjekt erwirbt, werden die aktivierten Nutzungsrechte linear über den kürzeren der beiden Zeiträume aus geschätztem Nutzungszeitraum und Laufzeit des Leasingverhältnisses abgeschrieben.

4. ÄNDERUNG ERMESSENSAUSÜBUNG/SCHÄTZUNGSUNSIHERHEITEN

Leasingverhältnisse

Der Konzern bestimmt die Laufzeit des Leasingverhältnisses als die nicht kündbare Laufzeit des Leasingverhältnisses sowie alle Zeiträume, die unter eine Option zur Verlängerung des Leasingverhältnisses fallen, wenn die Ausübung der Option hinreichend sicher ist, sowie alle Zeiträume, die Gegenstand einer Kündigungsoption sind, sofern hinreichend sicher ist, dass diese nicht ausgeübt wird. Der Konzern beurteilt nach eigenem Ermessen, ob die Ausübung der Verlängerungsoption hinreichend sicher ist. Das heisst, das Management berücksichtigt alle relevanten Faktoren, die einen wirtschaftlichen Anreiz zur Durchführung der Verlängerung darstellen. Nach Beginn des Leasingverhältnisses beurteilt der Konzern die Laufzeit des Leasingverhältnisses neu, wenn ein wesentliches Ereignis oder eine wesentliche Änderung der Umstände (wie beispielsweise eine Änderung der Geschäftsstrategie) eintritt, die in seinem Einflussbereich liegen und seine Fähigkeit beeinträchtigen, die Option zur Verlängerung auszuüben (oder nicht auszuüben).

Bei der Sale-and-Lease-Back-Transaktion für das Sendezentrum bei der PLAZAMEDIA GmbH wurde bei der Erstbewertung der Leasingverbindlichkeit und des Nutzungsrechts die Ausübung der Kaufoption nach Beendigung des Leasingverhältnisses als hinreichend sicher eingestuft. Demnach erfolgt die Abschreibung des Nutzungsrechts nach der wirtschaftlichen Nutzungsdauer, welche länger ist als die fixe Dauer des Leasingverhältnisses.

5. VERÄNDERUNGEN IM KONSOLIDIERUNGSKREIS

Im ersten Quartal 2019 hat die Highlight Communications AG ihre Anteile an der bereits vollkonsolidierten Constantin Medien AG von 79,18 % auf 79,44 % erhöht. Es handelt sich dabei um eine Transaktion zwischen Eigenkapitalgebern, welche zu einer Veränderung des Eigenkapitals in Höhe von -527 TCHF führte.

6. ERLÄUTERUNGEN ZU AUSGEWÄHLTEN POSTEN DER BILANZ SOWIE DER GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

6.1 Filmvermögen

Im Vergleich zum 31. Dezember 2018 hat das Filmvermögen zum 30. Juni 2019 um 5.560 TCHF abgenommen. Während sich die Eigenproduktionen um 3.260 TCHF erhöhten, verringerte sich der Bestand an Fremdproduktionen um insgesamt 8.820 TCHF. Diese Reduktion ergab sich im Wesentlichen aus im Vergleich zu den Investitionen höheren planmässigen und nicht planmässigen Abschreibungen auf das Filmvermögen.

6.2 Sonstige finanzielle Vermögenswerte

Mitte März 2019 hat die Sport1 GmbH 5,56% Anteile an der AGF Videoforschung GmbH zum Preis von 518 TCHF übernommen. Der Kaufpreis wurde bar bezahlt.

Im ersten Quartal 2019 hat die Highlight Communications AG 0,23% Anteile an der Highlight Event and Entertainment AG zu einem Preis von 423 TCHF erworben. Der Kaufpreis wurde bar bezahlt.

Am 28. Juni 2019 hat die Sport1 GmbH 10% Anteile an der Summacum GmbH übernommen. Der Kaufpreis wurde durch eine Bareinlage von 3 TCHF bezahlt sowie durch eine Media-for-Equity-Leistung in Höhe von 333 TCHF geleistet.

Die neuen Beteiligungen werden unwiderruflich zum beizulegenden Zeitwert mit Wertänderungen über das sonstige Ergebnis (FVTOCI) bilanziert.

In der Fair Value-Hierarchie werden die Beteiligungen an der AGF Videoforschung GmbH und der Summacum GmbH der Stufe 3 zugeordnet. Dabei handelt es sich um strategische Finanzinvestitionen der Constantin Medien AG. Die Anteile an der Highlight Event and Entertainment AG werden der Stufe 1 zugeordnet.

6.3 Vertragsvermögenswerte

Der Buchwert der Vertragsvermögenswerte hat sich von 23.507 TCHF auf 19.764 TCHF verringert.

6.4 Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente haben sich zum 30. Juni 2019 von 52.530 TCHF auf 47.473 TCHF verringert. Aus der Finanzierungstätigkeit ergab sich ein Mittelzufluss von 26.966 TCHF, in erster Linie bedingt durch die Aufnahme kurzfristiger Finanzverbindlichkeiten. Aus der Investitionstätigkeit der Gruppe zeigte sich ein Mittelabfluss von 47.431 TCHF, der im Wesentlichen auf die Auszahlungen für Filmvermögen zurückzuführen ist. Aus der operativen Tätigkeit ergab sich ein positiver Cashflow von 15.812 TCHF.

6.5 Eigenkapital

Zum 30. Juni 2019 beliefen sich die direkt und indirekt selbst gehaltenen stimmrechtslosen eigenen Aktien auf 6.257.501 Aktien der Highlight Communications AG (31. Dezember 2018: 6.257.501).

Die erfolgsneutral im Eigenkapital abzubildende Aufstockung der Beteiligung an der Constantin Medien AG von 79,18% auf 79,44% führte zu einer Verminderung der Kapitalrücklagen um 471 TCHF sowie einer Abnahme der Anteile ohne beherrschenden Einfluss von 56 TCHF.

Die Neubewertung der Pensionsverpflichtungen führte zu einer Abnahme der Gewinnrücklage von 326 TCHF, insbesondere aufgrund einer Reduktion des Diskontsatzes.

Die anderen Rücklagen beliefen sich zum Bilanzstichtag auf insgesamt -34.767 TCHF (31. Dezember 2018: -34.356 TCHF). Diese bestehen zum 30. Juni 2019 aus der Umrechnung des Eigenkapitals von Gesellschaften, die nicht den Schweizer Franken als funktionale Währung haben (-34.510 TCHF, 31. Dezember 2018: -34.217 TCHF), sowie aus sonstigen Rücklagen aus Cashflow Hedges in Höhe von -257 TCHF (31. Dezember 2018: -139 TCHF).

6.6 Leasingverbindlichkeiten

Die PLAZAMEDIA GmbH hat am 28. Januar 2019 einen Sale-and-Lease-Back-Vertrag für das Storage-System abgeschlossen. Der Verkaufspreis beträgt 408 TEUR und die monatliche Leasingrate 7 TEUR netto. Die Leasinglaufzeit beträgt 60 Monate. In diesem Zusammenhang hat die Constantin Medien AG eine selbstschuldnerische Bürgschaft für alle aus dem Vertrag resultierenden Verbindlichkeiten der PLAZAMEDIA GmbH übernommen. Die Bürgschaft ist unbefristet und der Höhe nach begrenzt auf 563 TEUR.

Die PLAZAMEDIA GmbH hat am 30. Januar 2019 einen Sale-and-Lease-Back-Vertrag für einen Teil des neuen Sendezentrums abgeschlossen. Der Verkaufspreis beträgt 3.537 TEUR und die monatliche Leasingrate 63 TEUR netto. Die Leasinglaufzeit beträgt 60 Monate. In diesem Zusammenhang hat die Constantin Medien AG eine selbstschuldnerische Bürgschaft für alle aus dem Vertrag resultierenden Verbindlichkeiten der PLAZAMEDIA GmbH übernommen. Die Bürgschaft ist unbefristet und der Höhe nach begrenzt auf 4.930 TEUR. Dieses Leasingverhältnis beinhaltet eine Kaufoption (177 TEUR) zum Rückkauf der Anlagen nach dem ordentlichen Auslaufen des Vertrags. Die Ausübung der Option wird als hinreichend sicher angenommen.

6.7 Vertragsverbindlichkeiten

Der Buchwert der Vertragsverbindlichkeiten hat sich von 8.131 TCHF auf 6.368 TCHF verringert.

6.8 Abschreibungen und Wertminderungen

| (TCHF) | 01.01. bis 30.06.2019 | 01.01. bis 30.06.2018 |
|--|--------------------------|--------------------------|
| Planmässige Abschreibungen auf Filmvermögen | 43.740 | 56.047 |
| Planmässige Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte | 3.163 | 2.230 |
| Planmässige Abschreibungen auf Sachanlagen | 2.524 | 1.429 |
| Planmässige Abschreibungen auf Nutzungsrechte | 4.102 | - |
| Planmässige Abschreibungen | 53.529 | 59.706 |
| Wertminderungen auf Filmvermögen | 2.027 | 3.232 |
| Wertminderungen | 2.027 | 3.232 |

6.9 Finanzergebnis

Finanzerträge

| (TCHF) | 01.01. bis 30.06.2019 | 01.01. bis 30.06.2018 |
|---|--------------------------|--------------------------|
| Zinsen und ähnliche Erträge | 28 | 29 |
| Gewinne aus Änderungen des beizulegenden Zeitwerts von Finanzinstrumenten | 1.088 | 558 |
| Währungsgewinne | 1.233 | 1.401 |
| Summe | 2.349 | 1.988 |

Finanzaufwendungen

| (TCHF) | 01.01. bis 30.06.2019 | 01.01. bis 30.06.2018 |
|--|--------------------------|--------------------------|
| Zinsen und ähnliche Aufwendungen | 2.443 | 1.999 |
| Verluste aus Änderungen des beizulegenden Zeitwerts von Finanzinstrumenten | 805 | 302 |
| Währungsverluste | 1.026 | 3.414 |
| Zinsaufwand aus Leasingverbindlichkeiten | 401 | - |
| Summe | 4.675 | 5.715 |

7. DIVIDENDE

Vorgeschlagene Dividenden werden erst nach der Genehmigung des Antrags über die Verwendung des Bilanzgewinns durch die Generalversammlung bilanziert. Für das Geschäftsjahr 2018 hat der Verwaltungsrat der Generalversammlung, die am 20. Juni 2019 stattfand, eine Dividendenausschüttung von 0,20 CHF pro Aktie aus Reserven aus Kapitaleinlagen beantragt. Die Dividende wurde durch die Generalversammlung genehmigt und ab dem 1. Juli 2019 ausgeschüttet.

8. ANGABEN ZUM FINANZIELLEN RISIKOMANAGEMENT

8.1 Beizulegender Zeitwert von finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten

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

Fair Value-Hierarchie

| 30.06.2019 (TCHF) | | Stufe 1 | Stufe 2 | Stufe 3 | Gesamt |
|---|--------------------------|---------|---------|---------|--------|
| Finanzielle Vermögenswerte, die zum Marktwert bewertet werden | | | | | |
| | FVTPL /ohne Kategorie | - | 1.226 | - | 1.226 |
| Finanzielle Vermögenswerte (Eigenkapitalinstrumente) | FVTOCI | 416 | - | 871 | 1.287 |
| Finanzielle Verbindlichkeiten, die zum Marktwert bewertet werden | | | | | |
| Finanzverbindlichkeiten mit Sicherungszusammenhang | AC | - | 366 | - | 366 |
| Derivative Finanzinstrumente | FLTPL | - | 956 | - | 956 |
| Finanzielle Verbindlichkeiten | FLTPL | - | - | 73 | 73 |
| 31.12.2018 (TCHF) | | Stufe 1 | Stufe 2 | Stufe 3 | Gesamt |
| Finanzielle Vermögenswerte, die zum Marktwert bewertet werden | | | | | |
| | FVTPL /ohne Kategorie | - | 1.290 | - | 1.290 |
| Finanzielle Vermögenswerte (Eigenkapitalinstrumente) | FVTOCI | - | - | 9 | 9 |
| Finanzielle Verbindlichkeiten, die zum Marktwert bewertet werden | | | | | |
| Finanzverbindlichkeiten mit Sicherungszusammenhang | AC | - | 223 | - | 223 |
| Derivative Finanzinstrumente | FLTPL | - | 1.485 | - | 1.485 |
| Finanzielle Verbindlichkeiten | FLTPL | - | - | 74 | 74 |

AC: Financial assets at amortized cost/Finanzielle Vermögenswerte zu fortgeführten Anschaffungskosten

FVTOCI: Financial assets at fair value through OCI/Finanzielle Vermögenswerte zum beizulegenden Zeitwert über Gesamtergebnisrechnung

FVTPL: Financial assets at fair value through profit or loss/Finanzielle Vermögenswerte erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet

FLTPL: Financial liabilities at fair value through profit or loss/Finanzielle Verbindlichkeiten erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet

Angaben zu Finanzinstrumenten der Stufe 3:

| | Beteiligung Geenee Inc. | Vorzugs- aktien | AGF Video- forschung GmbH | Summacum GmbH | Sonstige Beteili- gungen | Finanzielle Verbind- lichkeiten |
|--|----------------------------|--------------------|---------------------------------|------------------|--------------------------------|---------------------------------------|
| Fair Value 31. Dezember 2017 | - | - | - | - | - | - |
| Veränderung Konsolidierungskreis | - | - | - | - | 9 | 74 |
| Fair Value 31. Dezember 2018 | - | - | - | - | 9 | 74 |
| Gewinne/(Verluste) erfolgsneutral im Eigenkapital | - | - | 8 | - | - | -1 |
| Kauf | - | - | 518 | 336 | - | - |
| Fair Value 30. Juni 2019 | - | - | 526 | 336 | 9 | 73 |

Die finanziellen Vermögenswerte, die 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 derivativen Finanzinstrumente der Stufe 2 wurde ein Discounted Cash-flow-Verfahren verwendet.

Die der Stufe 3 der Fair Value-Hierarchie zugeordneten Vorzugsaktien und die Anteile an der Geenee Inc. wurden bereits in den Vorjahren vollständig wertberichtigt. Anzeichen für eine Wertaufholung bestanden in der Berichtsperiode nicht. Der beizulegende Zeitwert der Beteiligungen an der AGF Videoforschung GmbH sowie an der Summacum GmbH entsprechen dem jeweiligen Kaufpreis (bereinigt um Fremdwährungsbewertungen), da diese Beteiligungen im ersten Halbjahr 2019 gekauft wurden. Aus Wesentlichkeitsgründen werden die sonstigen langfristigen Eigenkapitalinstrumente von insgesamt 9 TCHF (31. Dezember 2018: 9 TCHF) zu den historischen Anschaffungskosten bilanziert. Zum Stichtag bestand eine Earn-out-Verbindlichkeit in Höhe von 73 TCHF (31. Dezember 2018: 74 TCHF), welche als Finanzinstrument der Stufe 3 bilanziert wurde. Aus Abweichungen der Planung der Hager Moss Film GmbH würden sich keine wesentlichen Änderungen auf diese Earn-out-Verbindlichkeit ergeben.

Umgliederungen zwischen den einzelnen Stufen der Fair Value-Hierarchie wurden nicht vorgenommen. Wenn Umstände eintreten, die eine andere Einstufung erfordern, werden diese zu jeder Berichtsperiode umgegliedert.

8.2 Zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanzierte finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten

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.

8.3 Beizulegender Zeitwert von nicht finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten

Zum 30. Juni 2019 wie auch zum 31. Dezember 2018 sind keine nicht finanziellen Vermögenswerte und nicht finanziellen Schulden zum beizulegenden Zeitwert bewertet.

9. SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Segmentinformationen 01.01. bis 30.06.2019

| (TCHF) | Film | Sport- und Event- Marketing | Sport | Sonstiges | Überleitung | Konzern |
|---|----------------|-----------------------------------|---------------|---------------|-------------|----------------|
| Aussenumsätze | 140.852 | 32.876 | 56.440 | - | - | 230.168 |
| Konzerninnenumsätze | 56 | - | - | - | -297 | -241 |
| Umsatzerlöse gesamt | 140.908 | 32.876 | 56.440 | - | -297 | 229.927 |
| Übrige Segmenterträge | 52.414 | 67 | 4.811 | - | -125 | 57.167 |
| Segmentaufwendungen | -195.869 | -16.782 | -69.648 | -3.614 | 422 | -285.491 |
| <i>davon planmässige Abschreibungen</i> | <i>-45.804</i> | <i>-641</i> | <i>-7.084</i> | - | - | <i>-53.529</i> |
| <i>davon Wertminderungen</i> | <i>-2.027</i> | - | - | - | - | <i>-2.027</i> |
| Segmentergebnis | -2.547 | 16.161 | -8.397 | -3.614 | - | 1.603 |

Zeitbezug der Umsatzerlöse

| | | | | | | |
|------------------|----------------|---------------|---------------|---|---|----------------|
| Zeitraumbezogen | 66.099 | - | 24.430 | - | - | 90.529 |
| Zeitpunktbezogen | 74.753 | 32.876 | 32.010 | - | - | 139.639 |
| | 140.852 | 32.876 | 56.440 | - | - | 230.168 |

Umsatzerlöse nach Produktarten

| | | | | | | |
|-----------------------------|----------------|---------------|---------------|---|---|----------------|
| Film | 74.753 | - | - | - | - | 74.753 |
| Produktionsdienstleistungen | 66.099 | - | - | - | - | 66.099 |
| Sport- und Event-Marketing | - | 32.876 | - | - | - | 32.876 |
| Plattform | - | - | 45.620 | - | - | 45.620 |
| Services | - | - | 10.820 | - | - | 10.820 |
| | 140.852 | 32.876 | 56.440 | - | - | 230.168 |

Segmentinformationen 01.01. bis 30.06.2018

| (TCHF) | Film | Sport- und Event- Marketing | Sport | Sonstiges | Überleitung | Konzern |
|---|----------------|-----------------------------------|---------------|---------------|-------------|----------------|
| Aussenumsätze | 147.227 | 30.031 | 37.220 | - | - | 214.478 |
| Konzerninnenumsätze | - | - | 51 | - | -51 | - |
| Umsatzerlöse gesamt | 147.227 | 30.031 | 37.271 | - | -51 | 214.478 |
| Übrige Segmenterträge | 75.332 | 225 | 2.355 | - | -141 | 77.771 |
| Segmentaufwendungen | -219.313 | -15.406 | -43.984 | -3.650 | 249 | -282.104 |
| <i>davon planmässige Abschreibungen</i> | <i>-56.578</i> | <i>-236</i> | <i>-2.892</i> | - | - | <i>-59.706</i> |
| <i>davon Wertminderungen</i> | <i>-3.232</i> | - | - | - | - | <i>-3.232</i> |
| Segmentergebnis | 3.246 | 14.850 | -4.358 | -3.650 | 57 | 10.145 |

Zeitbezug der Umsatzerlöse

| | | | | | | |
|------------------|----------------|---------------|---------------|---|---|----------------|
| Zeitraumbezogen | 44.489 | - | 15.971 | - | - | 60.460 |
| Zeitpunktbezogen | 102.738 | 30.031 | 21.249 | - | - | 154.018 |
| | 147.227 | 30.031 | 37.220 | - | - | 214.478 |

Umsatzerlöse nach Produktarten

| | | | | | | |
|-----------------------------|----------------|---------------|---------------|---|---|----------------|
| Film | 102.738 | - | - | - | - | 102.738 |
| Produktionsdienstleistungen | 44.489 | - | - | - | - | 44.489 |
| Sport- und Event-Marketing | - | 30.031 | - | - | - | 30.031 |
| Plattform | - | - | 31.542 | - | - | 31.542 |
| Services | - | - | 5.678 | - | - | 5.678 |
| | 147.227 | 30.031 | 37.220 | - | - | 214.478 |

In der Überleitungsspalte sind die Eliminationen der Intersegmentbeziehungen ausgewiesen.

10. HAFTUNGSVERHÄLTNISSE, EVENTUALVERBINDLICHKEITEN UND SONSTIGE NICHT BILANZIERTE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN

Gegenüber dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2018 haben sich die Haftungsverhältnisse, die Eventualverbindlichkeiten und die sonstigen nicht bilanzierten finanziellen Verpflichtungen zum 30. Juni 2019, insbesondere aufgrund der Erstanwendung von IFRS 16, um 67.145 TCHF auf 131.879 TCHF verringert.

11. BEZIEHUNGEN ZU NAHESTEHENDEN UNTERNEHMEN UND PERSONEN

Die Gesellschaft unterhält mit assoziierten Unternehmen, der Hauptaktionärin und deren Tochtergesellschaften sowie Unternehmen, die von Verwaltungsratsmitgliedern kontrolliert werden, Beziehungen im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit.

Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen

| (TCHF) | 30.06.2019 | 31.12.2018 |
|---|--------------------------|--------------------------|
| Forderungen | - | - |
| Verbindlichkeiten | 58 | 59 |
| | 01.01. bis 30.06.2019 | 01.01. bis 30.06.2018 |
| (TCHF) | | |
| Umsatzerlöse und sonstige Erträge | - | - |
| Material- und Lizenzaufwand und sonstige Aufwendungen | 26 | 88 |

Mutterunternehmen und dessen direkte Tochtergesellschaften

| (TCHF) | 30.06.2019 | 31.12.2018 |
|---|--------------------------|--------------------------|
| Forderungen | 23.371 | 3.619 |
| Verbindlichkeiten | 1.754 | 1.754 |
| | 01.01. bis 30.06.2019 | 01.01. bis 30.06.2018 |
| (TCHF) | | |
| Umsatzerlöse und sonstige Erträge | 24 | - |
| Material- und Lizenzaufwand und sonstige Aufwendungen | - | - |

Im Berichtsjahr bestanden, analog dem Vorjahr, keine Transaktionen zu assoziierten Unternehmen oder Gemeinschaftsunternehmen.

Gegenüber verschiedenen Verwaltungsratsmitgliedern und Managing Directors bestehen zum 30. Juni 2019 Verbindlichkeiten in Höhe von 58 TCHF (31. Dezember 2018: 59 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 im Berichtsjahr wie auch in der Vergleichsperiode nicht erbracht.

12. ANGABEN ZU EREIGNISSEN NACH DEM BILANZSTICHTAG

Am 4. Juli 2019 hat die Constantin Television GmbH gemeinsam mit der Lühje Schneider HörL Film OHG die Lühje Schneider Film GmbH gegründet (Stammkapital 25.000 EUR). Die Constantin Television GmbH hält 51 % an der Gesellschaft. Diese wurde Ende Juli mittels Gesellschafterbeschluss in die „PSSST! Film GmbH“ umfirmiert.

Darüber hinaus hat die Highlight Communications AG eine Veröffentlichung gemäss § 10 WpÜG gemacht, mit welcher die Entscheidung zur Abgabe eines öffentlichen Delisting-Erwerbsangebots an die Aktionäre der durch die Highlight Communications AG zu 79,44% gehaltenen Constantin Medien AG (2,30 EUR je Aktie der Constantin Medien AG) bekannt gegeben wurde. Damit führt der Verwaltungsrat seine bereits früher kommunizierte Strategie, die Konzernstruktur zu vereinfachen, fort. Die Angebotsunterlage und weitere Mitteilungen bezüglich des Delisting-Angebots werden jeweils zu gegebener Zeit im Internet unter <http://www.offerdelisting.com> veröffentlicht. Die Veröffentlichung der Angebotsunterlage steht noch unter dem üblichen Vorbehalt der Gestattung durch die deutsche Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin).

Die Aktionäre der Constantin Medien AG haben auf der ordentlichen Hauptversammlung am 24. Juli 2019 mit klarer Mehrheit der von Vorstand und Aufsichtsrat vorgeschlagenen Umfirmierung in Sport1 Medien AG zugestimmt. Sie wird vom 1. Januar 2020 an wirksam.

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