



# 2Q2021

## ZWISCHENBERICHT zum 30. Juni 2021

### Deutlich positive Umsatzentwicklung bei der Highlight-Gruppe

- Der Konzernumsatz stieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 20,2% auf 206,7 Mio. CHF.
- Das Betriebsergebnis (EBIT) liegt bei 6,0 Mio. CHF.
- Die Eigenkapitalquote lag zum Ende des ersten Halbjahrs 2021 bei 31,1% (31. Dezember 2020: 31,3%).

# INHALT

## ZWISCHENLAGEBERICHT

- Geschäftsentwicklung der Segmente:	
■ FILM	3
■ SPORT- UND EVENT-MARKETING	5
■ SPORT	7
- Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage der Highlight-Gruppe	8
- Risiko- und Chancenbericht	11
- Prognosebericht	11

## 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

Aufgrund der COVID-19-Situation haben die Länderregierungen entschieden, die Kinos bis Mitte Juni geschlossen zu lassen. Ende Juni konnte daraufhin der Filmstart von „Breaking News in Yuba County“ realisiert und der Film „Drachenreiter“ wieder aufgeführt werden.

#### Home Entertainment

Im ersten Halbjahr 2021 wurde das Filmgeschäft infolge der Corona-Pandemie beeinträchtigt. Die Kinoschliessungen führten zu Umsatzeinbußen aufgrund der fehlenden Nachverwertung im Home-Entertainment-Bereich.

Während die digitalen Vertriebsformen TVoD und EST ein ausgeglichenes Ergebnis erzielen konnten, entwickelte sich der klassische Home-Entertainment-Gesamtmarkt, auch bedingt durch die Schliessung von Fachmärkten, deutlich schwächer. Im Zeitraum Januar bis Juni 2021 wurden Umsätze in Höhe von 375,0 Mio. EUR erzielt, was einem Minus von -23,0% gegenüber dem Vergleichszeitraum 2020 (491 Mio. EUR) entspricht.

Das stark wachsende SVoD-Geschäft (Subscription-Video-on-Demand), das im Berichtszeitraum einen Umsatz von 1.003,0 Mio. EUR (Vergleichszeitraum 2020: 717,0 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 -29,0% auf 170,0 Mio. EUR (Vergleichszeitraum 2020: 239,0 Mio. EUR) zurückzuführen. Und auch die digitalen Verwertungsformen (Electronic-Sell-Through und Transactional-Video-on-Demand), deren Umsätze mit 198,0 Mio. EUR um rund -15,0% unter dem Vergleichswert des Vorjahrs (235 Mio. EUR) lagen, kamen unter Druck.

### Operative Entwicklung

Es wurden diverse Library-Deals mit mehreren TV-Auswertern und Streaming-Plattformen – darunter ORF, Arte, Amazon Prime und RTL interactive – abgeschlossen.

#### Kinoproduktion

Im ersten Halbjahr 2021 starteten die Dreharbeiten zu „Liebesdings“ unter der Regie von Anika Decker, „Der Nachname“ (Fortsetzung des Kinoerfolgs „Der Vorname“) und „Rumspringa“, einer Produktion, die für Netflix produziert wird.

Im Bereich Rechteerwerb sicherte sich die Constantin Film-Gruppe im gleichen Zeitraum die Auswertungsrechte an „Die in a Gunfight“.

#### Kinoverleih

Da die deutschen Kinos aufgrund der COVID-19-Pandemie bis Mitte Juni geschlossen waren, starteten die ersten Filme der Constantin-Gruppe Ende Juni 2021.

### **Home Entertainment**

Zu den Neuveröffentlichungen im Home-Entertainment-Markt des ersten Halbjahrs 2021 zählten insbesondere die Kinoproduktionen „After Truth“ sowie die aufwändig umgesetzte Eigenproduktion „Drachenreiter“.

### **Lizenzhandel/TV-Auswertung**

In der deutschen Free-TV-Auswertung wirkten sich im zweiten Quartal des laufenden Jahres insbesondere die Lizenzstarts der Kinofilme „Der Vorname“ und „Nur Gott kann mich richten“ (beide ProSieben) umsatzrelevant aus. Im Pay-TV-Bereich hatten unter anderem „Wrong Turn - The Foundation“ sowie „Horizon Line“ und „Waiting for the Barbarians“ (Sky) Lizenzbeginn.

### **TV-Auftragsproduktion**

Die Constantin Entertainment GmbH produzierte im Berichtszeitraum u. a. weitere Folgen von „Shopping Queen“ mit Guido Maria Kretschmer (VOX) und „K11 – Kommissare im Einsatz“ (SAT.1) sowie das Doku-Format „Anwälte des Bösen“ (Sky).

Bei der Constantin Television GmbH konnten weitere Folgen der Daily „Dahoam is Dahoam“ für den BR sowie nach einer erneuten COVID-19-bedingten Unterbrechung die High-End-Serie „Der Palast“ für das ZDF abgedreht werden. Zudem wurden weitere Folgen der Erfolgs-TV-Reihe „Der Kroatien-Krimi“ gedreht und der Dreh zu „Eldorado KaDeWe“ für Degeto/RBB begonnen.

Bei der Hager Moss Film GmbH wurden weitere Folgen der TV-Reihe „Ein Krimi aus Passau“ für den BR sowie ein Spielfilm, ebenfalls für den BR, gedreht.

Bei der Moovie GmbH wurde die zweite Folge der TV-Reihe „Die Toten am Meer – Der Wikinger“ für die ARD gedreht.

Bei der Olga Film GmbH wurden die verbleibenden Folgen der dritten Staffel „Die Heiland“ für Degeto/RBB sowie weitere Folgen der Kriminalfilmreihe „Kommissarin Lucas“ für das ZDF gedreht.

Bei der PSSST! Film GmbH wurde ein Mediathek-Kurzformat für das ZDF und bei der Rat Pack Filmproduktion GmbH ein Direct-to-Service(DTS)-Movie für einen internationalen Streamer gedreht.

## **Analyse der nicht finanziellen Leistungsindikatoren**

### **Kinoverleih**

Aufgrund der fehlenden Kinostarts in Folge der COVID-19-Pandemie kann keine Aussage diesbezüglich getroffen werden.

### **Home Entertainment**

Im Zeitraum Januar bis Juni 2021 erzielte die Highlight-Gruppe – ohne ihre Vertriebspartner Paramount Home Entertainment und Universal Home Entertainment – einen Marktanteil von 3,0% im deutschen Video-Markt. Die Marktposition zum Vergleichszeitraum 2020 (2,55%) konnte im Jahr 2021 dank dem breiten Programmangebot und guter Absatzzahlen gesteigert werden. Positiv auf die Entwicklung im ersten Halbjahr 2021 haben sich die Verkaufszahlen des Kinohits „After Truth“ ausgewirkt, im Digitalvertrieb erzielte der Titel über 310.000 Digital-Transaktionen.

Während sich der rückläufige Trend im physischen Home-Entertainment-Markt weiterhin fortsetzen dürfte, sind die Wachstumsaussichten im digitalen Bereich des Home-Entertainment-Markts unverändert sehr positiv. So wird, auch infolge von weiteren SVoD-Plattformen, welche in den Markt drängen, ein erhebliches Wachstum erwartet.

### Lizenzhandel/TV-Auswertung

Im zweiten Quartal 2021 wurde erneut „Fack Ju Göhte 3“ bei SAT.1 mit einem Marktanteil (Gesamtmarkt) von 5,7% ausgestrahlt. Zudem erzielte die Erstaussstrahlung von „Der Vorname“ bei SAT.1 einen Anteil von 5,2% des Gesamtmarktes.

### TV-Auftragsproduktion

Bei den TV-Auswertungen konnten auch im zweiten Quartal 2021 sehr gute Quoten erzielt werden. Dies war insbesondere für die TV-Reihen der Fall. Die ARD-Ausstrahlung zweier weiterer Folgen „Der Kroatien-Krimi“ (Constantin Television) erzielten 17,6% und 19,9% Gesamtmarktanteil. Mit rund 14% Gesamtmarktanteil waren auch weitere Folgen der ARD-Reihe „Daheim in den Bergen“ (Rat Pack Filmproduktion) gewohnt erfolgreich.

Bei der Constantin Television lieferte die Daily „Dahoam is Dahoam“ im Berichtszeitraum weiterhin solide Quoten mit einem durchschnittlichen Gesamtmarktanteil in Bayern von rund 13%. Auch der ARD-Film „Hartwig Seeler – Ein neues Leben“ (Hager Moss) erreichte 18,7% des Gesamtmarktanteils.

Überraschend erfolgreich war zudem das Comedy-Format „LOL: Last One Laughing“ (Constantin Entertainment), welches 32,7 Mio. Abrufe bereits in den ersten neun Wochen nach dem Start auf Amazon Prime erreichte.

## GESCHÄFTSENTWICKLUNG DES SEGMENTS SPORT- UND EVENT-MARKETING

### Branchenspezifische Rahmenbedingungen

#### TEAM-Gruppe

Die durch die Corona-Pandemie ausgelöste Unsicherheit belastet das Sport- und Event-Marketing weiterhin. Nach dem 5%igen Rückgang des Werts der nationalen Rechte der Bundesliga im Jahr 2020 setzte sich der allgemeine Trend sinkender Umsatzerlöse im Medienbereich in diesem Jahr bei den wichtigsten Fussball-Ligen Europas fort. Bislang konnte 2021 keine der Top-5-Ligen Europas den Wert ihrer nationalen Übertragungsrechte steigern.

Die Serie A (Italien) schloss einen Deal mit DAZN und Sky Italia für die Spielzeiten 2021/22 und 2023/24, dessen Wert 5% unter der vorherigen Vereinbarung liegt. Die Ligue 1 (Frankreich) beginnt die neue Saison, bevor alle Sendepartner bestätigt sind, und muss für die Spielzeiten 2021/22 und 2023/24 einen Wertverlust der Übertragungsrechte von 9% gegenüber dem vorherigen Zyklus hinnehmen. Die EPL (Premier League England) hat ihre bisherigen nationalen Deals mit Sky, BT und Amazon zu den gleichen Konditionen für den Zeitraum 2022/23-2024/25 verlängert, um mögliche Verluste zu vermeiden. Zudem hat der Präsident von LaLiga (Spanien), Javier Tebas, die Markterwartungen durch die Aussage gedämpft, dass die Liga im kommenden Versteigerungsverfahren, wenn überhaupt, nur mit einem geringen Anstieg rechnen.

#### Highlight Event AG

Trotz umfangreicher Restriktionen und Sicherheitsvorgaben für Konzertsäle und -hallen aufgrund der COVID-19-Pandemie ist im zweiten Quartal eine Rückkehr zum Konzertbetrieb vor begrenztem Publikum gelungen. Dies bedeutet für das Geschäftsfeld „Event-Marketing“ der Highlight Event AG (HLE) eine relative Normalisierung der Aktivitäten unter der Voraussetzung, dass es nicht wieder zu einer Verschlechterung der COVID-Lage kommt.

## **Operative Entwicklung**

### **TEAM-Gruppe**

In der ersten Jahreshälfte 2021 lag der Hauptfokus der TEAM-Gruppe auf dem Abschluss des pandemiebedingt verzögerten Vertriebsprozesses für die kommerziellen Rechte an der UEFA Champions League, der UEFA Europa League und der neu geschaffenen UEFA Europa Conference League für die Spielzeiten 2021/22 bis 2023/24.

Des Weiteren unterstützte TEAM die UEFA bei den Kompensations-Verhandlungen für die COVID-19-bedingten Leistungskürzungen bei der UEFA Champions League und der UEFA Europa League der Zyklen 2018/19 bis 2020/21.

Darüber hinaus unterstützte TEAM die UEFA im 2. Quartal 2021 bei der Instruktion neuer kommerzieller Partner zur optimalen Nutzung der Übertragungs- und Sponsoring-Verpflichtungen zu Beginn des neuen Zyklus.

### **Highlight Event AG**

Im Bereich „Event-Marketing“ der Highlight Event AG (HLE) konnten im zweiten Quartal alle wesentlichen Veranstaltungen – u. a. Eurovision Song Contest und Sommernachtskonzert der Wiener Philharmoniker – erfolgreich durchgeführt werden. Die Medien- und Sponsorenverträge wurden somit trotz eingeschränkter Publikumszahl realisiert. Ausserdem konnten alle Kompensationsverhandlungen aufgrund eingeschränkter Erfüllung der Verträge für 2020 und 2021 mit den Sponsoren erfolgreich abgeschlossen werden.

Am 18. September 2021 findet in der Sagrada Familia (Barcelona) ein grosses Konzert mit den Wiener Philharmonikern statt. Dieses Konzert wird als Special Event und Grossveranstaltung von über 20 EBU-Mitgliedssendern in Europa ausgestrahlt. Für den Vertragszyklus der Neujahrs- und Sommernachtskonzerte bis 2027 konnten zudem bereits TV-Sender in über 80 Ländern vertraglich gebunden sowie zusätzlich neu eine globale Streaming-Auswertung in allen verbleibenden Ländern weltweit ermöglicht werden.

## **Analyse der nicht finanziellen Leistungsindikatoren**

### **TEAM-Gruppe**

Das Finale der UEFA Champions League in Porto wurde in über 200 Ländern weltweit ausgestrahlt und erreichte im Durchschnitt ein Publikum von rund 85 Millionen Zuschauern auf allen Plattformen. Während des siebentägigen Zeitraums, in dem das Finale stattfand, konnten global 1,2 Milliarden Interaktionen mit Inhalten der UEFA Champions League verzeichnet werden – was wiederum die Bedeutung des Finales als eines der weltweit beliebtesten Sportereignisse des Jahres unterstreicht.

Das Finale der UEFA Europa League wurde in mehr als 100 Ländern der Welt übertragen und im Durchschnitt von rund 42 Millionen Zuschauern gesehen. Während des siebentägigen Zeitraums, in dem das Finale stattfand, fanden global in den sozialen Medien 231 Millionen Interaktionen mit Inhalten der UEFA Europa League statt.

## GESCHÄFTSENTWICKLUNG DES SEGMENTS SPORT

### Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Der Werbetrend des Mess- und Datenanalyse-Unternehmens Nielsen zeigte in der Halbjahresbilanz eine leichte Erholung des deutschen Werbemarktes mit 2,9% mehr Brutto-Werbeausgaben als im ersten Halbjahr 2020. In der umsatzstärksten Gattung TV stiegen die Brutto-Investitionen um 9,8% im ersten Halbjahr verglichen mit dem Vorjahreszeitraum. Ebenfalls im Plus lag Online\* mit 6,5% Zuwachs gegenüber Vorjahr. Die Gattung Print verzeichnete im Vergleich zum ersten Halbjahr 2020 ein Minus (-3,4%), ebenso wie Radio und Direct Mail (-5,7% und -10,1%). Bei der Mediengruppe Kino stand pandemiebedingt ein Minus von 99,7% in der ersten Jahreshälfte, während Aussenwerbung mit +1,3% im Halbjahresvergleich leicht im Plus lag.

*\* Die Werte für die Medienklassen Online und Out-of-Home sind vorläufig und können sich aufgrund von Nachmeldungen rückwirkend noch ändern.*

### Operative Entwicklung

Der Fokus der 360°-Sportplattform SPORT1 lag auch im zweiten Quartal 2021 auf der weiteren Optimierung des Rechteportfolios: Unter anderem erwarb die Sport1 GmbH Rechte im Motorsport an der FIA WEC und dem ADAC GT Masters sowie im Handball am Olympia-Vorbereitungsturnier der deutschen Handball-Nationalmannschaft in Nürnberg. Im Rahmen einer Partnerschaft mit Activision Blizzard wurden Rechte an führenden eSports-Titeln bzw. -Wettbewerben wie Overwatch League, Hearthstone Masters Tour und Grandmasters sowie World of Warcraft mit Arena World Championship und Mythic Dungeon International erworben. Zur Fussball-EM startete SPORT1 neben dem „EM Doppelpass“ und „EM Aktuell“ mit den „SNICKERS® Fan Talks“ ein neues Talkformat auf seinen Digital- und Social-Media-Plattformen, für das Mars Wrigley mit seiner Marke SNICKERS® das Titel-Sponsoring übernahm. Als erster deutscher TV-Sender präsentiert SPORT1 zudem seit Ende Juni die US-amerikanische Action-Show „The Titan Games“ mit Hollywood-Star Dwayne „The Rock“ Johnson.

Im Pay-TV-Bereich schloss SPORT1 eine Kooperation mit CANAL+ zur Verbreitung des internationalen Senders eSportsONE in Äthiopien.

Nach der erfolgreichen Premiere mit der „SPORT1 Akademie – Darts“ im Vorjahr baute SPORT1 sein neues E-Learning-Angebot weiter aus: Die „SPORT1 Akademie – Poker“ mit Deutschlands bekanntestem Poker-Experten Jan Heitmann wurde im Juni gelauncht.

Im Mai ging SPORT1 zudem mit seiner neuen Studiolandschaft on air und vereint künftig fünf Studio-Sets in einer Welt: Die „Mittendrin Studios“ bieten eine 24/7-Studioumgebung für sämtliche TV-, Digital- und Social-Media-Kanäle.

Ein Schwerpunkt bei PLAZAMEDIA lag im zweiten Quartal zum Beispiel auf der Innenproduktion aller 51 Partien der UEFA EURO 2020™ und einem umfangreichen Rahmenprogramm für MagentaTV der Deutschen Telekom. Die PLAZAMEDIA GmbH war als Generalunternehmer von der Telekom beauftragt worden, die Innenproduktion an insgesamt 22 Live-Produktionstagen zwischen dem 11. Juni und 11. Juli auf vier Kanälen in UHD und HD produktionstechnisch zu realisieren.

Für die Tochterunternehmen der Sport1 Medien AG – SPORT1, PLAZAMEDIA, MAGIC SPORTS MEDIA, LEITMOTIF und Match IQ – standen im ersten Halbjahr übergeordnet weiterhin der Erhalt und Ausbau bestehender sowie der Aufbau neuer Kundenbeziehungen im Fokus.

## Analyse der nicht finanziellen Leistungsindikatoren

Die Free-TV-Marktanteile von SPORT1 lagen im ersten Halbjahr 2021 bei den Zuschauern ab drei Jahren (Z3+) mit 0,5 % auf Vorjahresniveau und in der Kernzielgruppe Männer von 14 bis 59 Jahren mit 0,9 % um 13 % über Vorjahr. Zu den Quoten-Highlights gehörten insbesondere die Darts-WM im Januar, die Eishockey-WM im Mai und Juni, die Achtel- und Viertelfinalsplele im DFB-Pokal im Februar und April sowie die bekannten Fussball-Formate zur Bundesliga, zum Europapokal und zur Fussball-EM, allen voran der „Doppelpass“ und der „Fantalk“.

Die Pay-TV-Verbreitung lag zum 30. Juni 2021 bei SPORT1+ bei insgesamt 2,34 Millionen Abonnenten (30. Juni 2020: 2,26 Millionen), bei eSPORTS1 bei 2,09 Subscribern (30. Juni 2020: 0,89 Millionen) und beim im November 2020 gestarteten internationalen Sender eSportsONE bei 2,19 Millionen Abonnenten.

Nachdem auf den Digital-Plattformen von SPORT1 im ersten Halbjahr 2020 die Reichweite aufgrund der COVID-19-Pandemie stark zurückgegangen war, konnte diese in den ersten sechs Monaten dieses Jahres wieder aufgebaut werden: Im Online-Bereich konnte ein Anstieg der Visits von 10 % erreicht werden, im Mobile-Bereich steht ein Plus von 25 %. Der Anstieg bei den Visits schlägt sich auch auf die Videozahlen nieder: Im Vergleich zum ersten Halbjahr 2020 wurden auf den SPORT1 Plattformen 30 % mehr Video Views verzeichnet und die Videoabrufe auf YouTube wurden um 8 % gesteigert. Hervorzuheben ist mit einem Plus von 21 % besonders der Anstieg der YouTube-Videoabrufe im zweiten Quartal.

Im Juni stellte SPORT1 mit 93,13 Millionen Visits nach Angaben der IVW – Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. – einen Rekord auf. Der bisherige Bestwert stammte aus dem Mai 2016 mit 92,4 Millionen Visits. Im Vorjahresmonats-Vergleich zum Juni 2020 mit 63,05 Millionen wurde die Zahl der Visits um rund 48 % gesteigert. Zum Rekordergebnis trugen thematisch besonders die umfangreiche Berichterstattung über die Eishockey-WM und die Fussball-EM bei.

*\* Anmerkung zu Kennzahl Unique User: Durch eine Messanpassung der AGOF und die damit verbundene Nichtausweisung kann kein Vergleich bei der Anzahl der Unique User gezogen werden. Deshalb Fokus auf Kennzahlen Visits und Video Views.*

## ERTRAGS-, VERMÖGENS- UND FINANZLAGE DER HIGHLIGHT-GRUPPE

### Ertragslage der Gruppe

(Mio. CHF)	01.01. bis 30.06. 2021	01.01. bis 30.06. 2020	Veränderung
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>206,7</b>	<b>172,0</b>	<b>20,2%</b>
<b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>	<b>6,0</b>	<b>11,9</b>	<b>-49,9%</b>
<b>Konzernperiodenergebnis</b>	<b>0,0</b>	<b>4,0</b>	<b>n/a</b>
<b>Ergebnisanteil Anteilseigner</b>	<b>-0,2</b>	<b>4,2</b>	<b>n/a</b>
<b>Ergebnis je Aktie (in CHF)</b>	<b>0,00</b>	<b>0,07</b>	<b>n/a</b>

Nachdem die Umsätze über alle Segmente hinweg infolge der COVID-19-Pandemie im Vorjahr zurückgegangen ist, konnte im ersten Halbjahr 2021 eine Erhöhung der Umsatzerlöse in allen Segmenten verzeichnet werden. Das Segment Film erzielte eine Zunahme um 23,6 Mio. CHF. Das Segment Sport- und Event-Marketing verzeichnete einen Anstieg um 3,3 Mio. CHF und das Segment Sport steigerte die Umsatzerlöse um 7,7 Mio. CHF. Die aktivierten Filmproduktionen und anderen aktivierten Eigenleistungen erhöhten sich produktionsbedingt um 26,8 Mio. CHF auf 65,8 Mio. CHF.



Der operative Konzernaufwand lag produktionsbedingt mit 274,8 Mio. CHF über dem Vorjahresniveau (205,4 Mio. CHF), wobei die Positionen Personalaufwand (von 72,4 Mio. CHF auf 94,5 Mio. CHF), Material- und Lizenzaufwand (von 86,8 Mio. CHF auf 108,4 Mio. CHF) sowie Abschreibungen und Wertminderungen (von 22,9 Mio. CHF auf 47,9 Mio. CHF) im Vergleich zur Vorjahresperiode anstiegen. In der Folge resultiert ein EBIT von 6,0 Mio. CHF, nach 11,9 Mio. CHF im ersten Halbjahr 2020.

Das Finanzergebnis mit -3,3 Mio. CHF lag leicht unter dem Vorjahreswert (-3,0 Mio. CHF), während die Steueraufwendungen um 2,2 Mio. CHF auf 2,6 Mio. CHF abnahmen. In der Folge resultierte ein Konzernperiodenergebnis von 0,0 Mio. CHF (Vorjahr: 4,0 Mio. CHF).

## Ertragslage der Segmente

### Segment Film

(Mio. CHF)	01.01. bis 30.06.2021	01.01. bis 30.06.2020	Veränderung
<b>Segmentumsatz</b>	<b>121,6</b>	<b>98,0</b>	<b>24,1%</b>
<b>Segmentergebnis</b>	<b>4,8</b>	<b>8,8</b>	<b>-44,9%</b>

Der Umsatzanstieg im Segment Film reflektiert positive Entwicklungen im Home Entertainment sowie bei TV-Auftragsproduktion, gleichwohl im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie die Umsätze im Kinoverleih infolge der Schliessungen weiterhin ausblieben.

Die übrigen Segmenterträge, die massgeblich von den aktivierten Filmproduktionen geprägt sind, lagen mit 71,7 Mio. CHF um 29,4 Mio. CHF ebenfalls über dem Vergleichswert des Vorjahrs (42,3 Mio. CHF). Dieser Anstieg spiegelt das aktuell höhere Produktionsvolumen gegenüber dem ersten Halbjahr 2020 wider. Die Segmentaufwendungen verzeichneten in Relation dazu einen überproportionalen Anstieg um 57,0 Mio. CHF auf 188,5 Mio. CHF (Vorjahresperiode: 131,5 Mio. CHF), sodass in der Folge das Segmentergebnis sank.

### Segment Sport- und Event-Marketing

(Mio. CHF)	01.01. bis 30.06.2021	01.01. bis 30.06.2020	Veränderung
<b>Segmentumsatz</b>	<b>34,5</b>	<b>31,2</b>	<b>10,4%</b>
<b>Segmentergebnis</b>	<b>16,2</b>	<b>14,7</b>	<b>10,3%</b>

Die Aussenumsätze des Segments Sport- und Event-Marketing erhöhten sich um 3,3 Mio. CHF gegenüber dem Vorjahr. Gleichzeitig stiegen die Segmentaufwendungen um 1,5 Mio. CHF auf 18,4 Mio. CHF, sodass das Segmentergebnis in der Folge mit 16,2 Mio. CHF um 1,5 Mio. CHF über dem Vorjahreswert lag.

### Segment Sport

(Mio. CHF)	01.01. bis 30.06.2021	01.01. bis 30.06.2020	Veränderung
<b>Segmentumsatz</b>	<b>50,9</b>	<b>43,2</b>	<b>17,8%</b>
<b>Segmentergebnis</b>	<b>-12,1</b>	<b>-8,6</b>	<b>n/a</b>

Die Umsätze des Segments Sport stiegen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum aufgrund der Erweiterung des Rechteportfolios um 7,7 Mio. CHF auf 50,9 Mio. CHF. Infolge des Anstiegs der Segmentaufwendungen um 10,8 Mio. CHF auf 65,4 Mio. CHF lag das Segmentergebnis mit -12,1 Mio. CHF unter dem Niveau des Vorjahres.

Die Holdingkosten blieben mit 2,9 Mio. CHF auf dem Niveau des ersten Halbjahrs 2020 (3,0 Mio. CHF).

## Vermögenslage

(Mio. CHF)	30.06.2021	31.12.2020	Veränderung
<b>Bilanzsumme</b>	<b>670,4</b>	<b>661,3</b>	<b>1,4 %</b>
<b>Eigenkapital</b>	<b>208,4</b>	<b>207,0</b>	<b>0,7 %</b>
<b>Eigenkapitalquote (in %)</b>	<b>31,1</b>	<b>31,3</b>	<b>-0,2 Punkte</b>
<b>Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten</b>	<b>111,7</b>	<b>69,4</b>	<b>60,9 %</b>
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</b>	<b>35,0</b>	<b>48,2</b>	<b>-27,3 %</b>

Auf der Vermögensseite der Bilanz verringerten sich die langfristigen Vermögenswerte um 12,5 Mio. CHF auf 425,0 Mio. CHF (31. Dezember 2020: 437,5 Mio. CHF). Die Abnahme ist im Wesentlichen auf niedrigere aktivierte Eigen- und Fremdproduktionen im Filmvermögen zurückzuführen.

Die kurzfristigen Vermögenswerte lagen zum Ende des ersten Halbjahrs 2021 mit 245,4 Mio. CHF um 21,6 Mio. CHF über dem Wert zum 31. Dezember 2020 (223,8 Mio. CHF).

Auf der Kapitalseite der Bilanz verzeichneten die langfristigen Schulden einen Rückgang um 22,4 Mio. CHF auf 151,0 Mio. CHF (31. Dezember 2020: 173,4 Mio. CHF). Gleichzeitig erhöhten sich die kurzfristigen Schulden um insgesamt 30,1 Mio. CHF auf 310,9 Mio. CHF (31. Dezember 2020: 280,8 Mio. CHF). Einem Anstieg der Finanzverbindlichkeiten um 42,3 Mio. CHF stand dabei eine Abnahme der erhaltenen Anzahlungen um 6,9 Mio. CHF sowie der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Verbindlichkeiten um 3,3 Mio. CHF gegenüber.

Hauptgründe für den leichten Anstieg des Konzerneigenkapitals (mit Anteilen ohne beherrschenden Einfluss) auf 208,4 Mio. CHF sind Gewinnvorräte (+1,5 Mio. CHF im Vergleich zur Vorjahresperiode) sowie andere Rücklagen (+1,5 Mio. CHF im Vergleich zur Vorjahresperiode), denen Rückgänge bei den Anteilen ohne beherrschenden Einfluss (-1,1 Mio. CHF) entgegenstanden.

## Finanzlage

Aus der betrieblichen Geschäftstätigkeit ergab sich im Zeitraum Januar bis Juni 2021 ein Mittelzufluss von 1,5 Mio. CHF. Die Abnahme um 32,2 Mio. CHF gegenüber der Vergleichsperiode des Vorjahrs (33,7 Mio. CHF) ist in erster Linie auf Veränderungen des Nettoumlaufvermögens zurückzuführen.

Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit blieb mit 31,7 Mio. CHF auf Vorjahresniveau (32,3 Mio. CHF), wobei die Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente durch Erwerb/Veräusserung von Unternehmen/Unternehmensanteilen (+0,6 Mio. CHF im Vergleich zur Vorjahresperiode) sowie Auszahlungen für immaterielle Vermögenswerte (-0,7 Mio. CHF im Vergleich zur Vorjahresperiode) die beiden grössten gegenläufigen Positionen bildeten.

Die Finanzierungstätigkeit führte zu einem Mittelzufluss von 16,5 Mio. CHF (Vorjahresperiode: Mittelabfluss von 19,9 Mio. CHF), der im Wesentlichen auf Einzahlungen durch die Aufnahme von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten zurückzuführen ist.

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente reduzierten sich im ersten Halbjahr 2021 um 13,1 Mio. CHF auf 35,0 Mio. CHF.

## RISIKO- UND CHANCENBERICHT

Die weltweite Ausbreitung des Coronavirus entwickelte sich im ersten Halbjahr 2021 weiter. Der Verwaltungsrat kann zurzeit aufgrund der Entwicklung keine aktualisierte Prognose für das Geschäftsjahr 2021 abgeben, die die Entwicklung des COVID-19 berücksichtigt. Angesichts der ständigen Weiterentwicklung der Situation lässt sich das Ausmass der Gesamtauswirkungen auf unser Geschäft im Jahr 2021 zu diesem Zeitpunkt nicht zuverlässig quantifizieren. Es bestehen Unsicherheiten, wie die wirtschaftlichen Auswirkungen im Jahresverlauf ausfallen werden. In Abhängigkeit der weiteren Entwicklungen im Zusammenhang mit dem Ausbruch des COVID-19 kann es zu Änderungen des in diesem Bericht beschriebenen Ausblicks für das Geschäftsjahr 2021 kommen. Der Verwaltungsrat überwacht die Situation und hat bereits die entsprechenden Massnahmen eingeleitet.

Eine detaillierte Beschreibung des Risikomanagementsystems sowie des Risiko- und Chancenprofils befindet sich im Lagebericht unseres Geschäftsberichts 2020.

## PROGNOSEBERICHT

### Branchenspezifische Rahmenbedingungen

#### Segment Film

Die im Prognosebericht unseres Geschäftsberichts 2020 getroffenen Aussagen zur Entwicklung des Kinogeschäftsmarkts können aufgrund der nicht einschätzbaren COVID-19-Situation weder bestätigt noch verworfen werden.

Während sich der rückläufige Trend im physischen Home-Entertainment-Markt weiterhin fortsetzen dürfte, sind die Wachstumsaussichten im digitalen Bereich des Home-Entertainment-Markts unverändert sehr positiv. So wird, auch infolge weiterer SVoD-Plattformen, die in den Markt drängen, ein erhebliches Wachstum erwartet.

#### Segment Sport- und Event-Marketing

##### TEAM-Gruppe/Highlight Event AG

Das Beratungsunternehmen für Medien- und Telekommunikationstechnologie OMDIA (zuvor Ovum) rechnet für das Jahr 2021 mit einem Anstieg der globalen Werbeausgaben um 9,1 % im Vergleich zu 2020 und von 1,5 % verglichen mit dem Niveau im Jahr 2019 vor der Pandemie. Auch für 2022 wird mit einem Anstieg der Werbeausgaben um 7,6 % ein starkes Wachstum prognostiziert.

#### Segment Sport

Der Ad Spend Forecast von Dentsu geht von Wachstum am Werbemarkt aus. Weltweit sollen die Werbeinvestitionen 2021 um 10,4 % auf 634 Mrd. US-Dollar zulegen. Vor allem die Fussball-EM und die Olympischen Sommerspiele sieht die Agentur als Treiber für die Spendings. Für den deutschen Werbemarkt prognostiziert Dentsu eine Zunahme von 3,3 % netto und ist damit vorsichtiger als die Prognosen von Magna und des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft ZAW e.V. Das weitere Pandemiegeschehen könne das Wachstum aber auch noch bremsen, da die Investitionen einen stärkeren Fokus auf das zweite Halbjahr hätten. Für 2022 wird ein noch stärkeres Wachstum von 4 % vorhergesagt. Mit 42,9 % in diesem Jahr sind die digitalen Medien die umsatzstärkste Werbepattform in Deutschland und der Anteil soll weiter steigen. Für TV wird der Anteil der Werbeausgaben im Jahr 2021 bei 29,9 % angenommen – die Gattung wächst laut Dentsu in diesem Jahr um 2 % und im Jahr 2022 um 1 %.

Magna, die Mediaeinkaufsgesellschaft von Interpublic (IPG), geht von einer Steigerung der Netto-Werbeausgaben für den deutschen Markt um 11 % im Jahr 2021 und von 5 % im kommenden Jahr aus. Auch hier entfällt ein Grossteil der Werbeeinnahmen auf die digitalen Medien (57 % der Gesamtspendings), die laut Magna um 19 % wachsen werden. In den klassischen Medien fallen die Wachstumsraten geringer aus (TV +5,5 %, Radio +3 % und Out-of-Home +7 %) bzw. gehen zurück (Print -2 %). Auch die globalen Spendings sieht Magna optimistischer und geht von einer Steigerung der weltweiten Werbeausgaben 2021 um knapp 14 % auf ein Allzeithoch von 657 Mrd. US-Dollar aus.

Laut ZAW-Frühjahrstrendanalyse gehen die Mitglieder von einer Stabilisierung der Werbeeinnahmen ab dem 3. Quartal 2021 aus. Eine Rückkehr zum Vorkrisenniveau sieht die Mehrheit der Befragten frühestens ab 2022. Für 2021 wird ein Wachstum des Werbemarktes zwischen 5 und 10 % erwartet - vorausgesetzt die Rahmenbedingungen mit Blick auf die Pandemie wie Impftempo und Infektionslage gestalten sich positiv.

## Schwerpunkte

### Segment Film

Nach der aktuellen Planung (aufgrund der COVID-19-Pandemie nicht belastbar) ist für das Geschäftsfeld Kinoproduktion/Rechteerwerb für das zweite Halbjahr 2021 unter anderem noch der Dreh der 8. Eberhoferverfilmung „Guglhupfgeschwader“ geplant.

Im Kinoverleih sind für das zweite Halbjahr 2021 derzeit zwölf Kinoneustarts geplant, sofern die Gesamtsituation in Deutschland dies zulässt. Die geplanten Starts sind unter anderem: „Monster Hunter“, „Ostwind 5 - Der große Orkan“, „Kaiserschmarrndrama“, „Contra“, „Caveman“ und „Stasikomödie“.

Der Free-TV-Bereich des Geschäftsfelds Lizenzhandel/TV-Auswertung wird im dritten Quartal dieses Jahres vor allem von den Umsätzen des Kinofilms „Der Fall Collini“ (Seven Pictures) und „Asphaltgorillas“ (ProSieben) profitieren. In der Pay-TV-Auswertung werden unter anderem „After Truth“ und „Monster Hunter“ (jeweils Pay-per-Channel, Sky) Umsatzerlöse generieren.

Im Geschäftsfeld TV-(Auftrags-)Produktion bereiten die Constantin Film-Tochtergesellschaften zahlreiche neue Projekte vor, darunter weitere Folgen der Erfolgs-Reihen „Daheim in den Bergen“ und „Kroatien-Krimi“ (beides ARD).

### Segment Sport- und Event-Marketing

#### TEAM-Gruppe

In der zweiten Jahreshälfte 2021 wird die TEAM-Gruppe sich auf die Unterstützung der UEFA bei der Umsetzung der ersten Saison des neuen Geschäftszyklus der UEFA Champions League, der UEFA Europa League und der neu geschaffenen UEFA Europa Conference League konzentrieren.

Darüber hinaus wird die TEAM-Gruppe mit der Erarbeitung des Geschäftskonzepts und der Vertriebsstrategie für den nächsten Geschäftszyklus der Spielzeiten 2024/25 bis 2026/27 beginnen.

#### Highlight Event AG

In der zweiten Jahreshälfte werden sich die Aktivitäten der Highlight Event AG (HLE) im Bereich „Event-Marketing“ einerseits auf die Vorbereitung und Umsetzung diverser Veranstaltungen der Wiener Philharmoniker (u. a. in Amsterdam, Barcelona und Wien) konzentrieren sowie andererseits auf den Verkauf weiterer TV- und Sponsorenrechte für den Eurovision Song Contest 2022. Im Rahmen beider Projekte ist ein Schwerpunkt der Arbeit weiterhin die Beratung/Begleitung der Partner im Umgang mit der COVID-19-Krise bezüglich der Umsetzung der Veranstaltungen und kommerziellen Verträge.

## Segment Sport

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

Bei PLAZAMEDIA bilden 2021 neben der Realisierung von komplexen Live- und Non-Live-Produktionen weiterhin die Entwicklung und Weiterentwicklung von Produktionstechnologien, Content-Management-Lösungen sowie die produktionstechnische Content-Distribution Schwerpunkte. Auch bei den weiteren Tochterunternehmen der Sport1 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.

Mit Blick auf die durch die COVID-19-Pandemie entstandenen Herausforderungen ist es weiterhin das Ziel, die insbesondere durch den Rückgang von Werbeerlösen verursachten Umsatzverluste durch Einsparungen überwiegend zu kompensieren. Mit Blick auf Umsatzpotenziale werden in der Vermarktung verstärkt Unternehmen kontaktiert, die aufgrund ihres Geschäftsmodells von der aktuellen Situation profitieren können.

## 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 zugrundeliegenden 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 2021 der Highlight Communications AG, Pratteln

# KONSOLIDIERTE BILANZ

zum 30. Juni 2021 (ungeprüft) – Highlight Communications AG, Pratteln

<b>AKTIVA</b> (TCHF)	30.06.2021	31.12.2020
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		
Eigenproduktionen	141.011	146.242
Fremdproduktionen	11.806	15.733
Filmvermögen	152.817	161.975
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	60.240	62.259
Geschäfts- oder Firmenwert	133.161	133.077
Sachanlagen	13.549	13.674
Nutzungsrechte	36.936	38.276
Anteile an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen	55	54
Langfristige Forderungen	13.928	13.116
Sonstige Vermögenswerte	1.993	1.993
Latente Steueransprüche	12.271	13.034
	<b>424.950</b>	<b>437.458</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>		
Vorräte	76.438	24.114
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	107.110	118.080
Vertragsvermögenswerte	26.466	32.680
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	-	23
Forderungen aus Ertragsteuern	371	758
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	35.037	48.178
	<b>245.422</b>	<b>223.833</b>
<b>Aktiva</b>	<b>670.372</b>	<b>661.291</b>
<b>PASSIVA</b> (TCHF)		
<b>Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital	63.000	63.000
Eigene Anteile	-6.300	-6.300
Kapitalrücklage	-100.425	-99.973
Andere Rücklagen	-37.085	-38.573
Gewinnvortrag	282.222	280.714
Auf die Anteilseigner entfallendes Eigenkapital	201.412	198.868
Anteile ohne beherrschenden Einfluss	7.017	8.157
	<b>208.429</b>	<b>207.025</b>
<b>Langfristige Schulden</b>		
Finanzverbindlichkeiten	85.594	103.319
Leasingverbindlichkeiten	29.131	29.328
Sonstige Verbindlichkeiten	95	94
Pensionsverpflichtungen	4.975	6.570
Latente Steuerschulden	31.225	34.124
	<b>151.020</b>	<b>173.435</b>
<b>Kurzfristige Schulden</b>		
Finanzverbindlichkeiten	111.703	69.416
Leasingverbindlichkeiten	8.561	9.888
Erhaltene Anzahlungen	45.237	52.147
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	126.670	129.967
Vertragsverbindlichkeiten	6.977	9.900
Rückstellungen	2.674	2.835
Ertragsteuerschulden	9.101	6.678
	<b>310.923</b>	<b>280.831</b>
<b>Passiva</b>	<b>670.372</b>	<b>661.291</b>

Der Anhang auf den Seiten 20 – 25 ist ein integrierter Bestandteil dieses Konzernzwischenabschlusses.

# KONSOLIDIERTE GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

1. Januar bis 30. Juni 2021 (ungeprüft) – Highlight Communications AG, Pratteln

(TCHF)	01.01. bis 30.06.2021	01.01. bis 30.06.2020
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>206.721</b>	<b>172.005</b>
<b>Aktivierete Filmproduktionen und andere aktivierete Eigenleistungen</b>	<b>65.757</b>	<b>38.970</b>
<b>Sonstige betriebliche Erträge</b>	<b>8.279</b>	<b>6.333</b>
Aufwendungen für Lizenzen, Provisionen und Material	-23.859	-20.150
Aufwendungen für bezogene Leistungen	-84.526	-66.659
<b>Material- und Lizenzaufwand</b>	<b>-108.385</b>	<b>-86.809</b>
Gehälter	-83.273	-63.338
Soziale Abgaben, Aufwendungen für Altersvorsorge	-11.190	-9.051
<b>Personalaufwand</b>	<b>-94.463</b>	<b>-72.389</b>
Abschreibungen und Wertminderungen auf Filmvermögen	-37.113	-13.297
Abschreibungen und Wertminderungen auf immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens und Sachanlagen	-6.112	-5.481
Abschreibungen und Wertminderungen auf Nutzungsrechte	-4.645	-4.082
<b>Abschreibungen und Wertminderungen</b>	<b>-47.870</b>	<b>-22.860</b>
<b>Sonstige betriebliche Aufwendungen</b>	<b>-24.161</b>	<b>-23.804</b>
<b>Wertminderungen und Wertaufholungen auf finanziellen Vermögenswerten</b>	<b>86</b>	<b>477</b>
<b>Gewinne und Verluste aus der Ausbuchung finanzieller Vermögenswerte bewertet zu fortgeführten Anschaffungskosten</b>	<b>-1</b>	<b>-10</b>
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>5.963</b>	<b>11.913</b>
<b>Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Finanzerträge	4.487	1.915
Finanzaufwendungen	-7.818	-4.926
<b>Finanzergebnis</b>	<b>-3.331</b>	<b>-3.011</b>
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>2.632</b>	<b>8.902</b>
Ertragsteuern	-5.109	-2.827
Latente Steuern	2.478	-2.030
<b>Steuern</b>	<b>-2.631</b>	<b>-4.857</b>
<b>Konzernperiodenergebnis</b>	<b>1</b>	<b>4.045</b>
davon Ergebnisanteil Anteilseigner	-164	4.234
davon Ergebnisanteil Anteile ohne beherrschenden Einfluss	165	-189
<b>Ergebnis je Aktie (CHF)</b>		
Ergebnisanteil Anteilseigner je Aktie unverwässert	0,00	0,07
Ergebnisanteil Anteilseigner je Aktie verwässert	0,00	0,07
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	56.700.499	56.700.499
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien (verwässert)	56.700.499	56.700.499

Der Anhang auf den Seiten 20 – 25 ist ein integrierter Bestandteil dieses Konzernzwischenabschlusses.



# KONSOLIDIERTE GESAMTERGEBNISRECHNUNG

1. Januar bis 30. Juni 2021 (ungeprüft) – Highlight Communications AG, Pratteln

(TCHF)	01.01. bis 30.06.2021	01.01. bis 30.06.2020
<b>Konzernperiodenergebnis</b>	<b>1</b>	<b>4.045</b>
Unrealisierte Gewinne/Verluste aus Währungsumrechnung	1.776	-2.433
Ergebniswirksame Umbuchung realisierter Gewinne/Verluste	-	-
Unterschiede Währungsumrechnung	1.776	-2.433
Gewinne/Verluste aus Cashflow Hedges	-255	55
<b>Posten zukünftig möglicherweise umgliederbar in die Gewinn- und Verlustrechnung</b>	<b>1.521</b>	<b>-2.378</b>
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste von leistungsorientierten Vorsorgeplänen	1.672	333
Gewinne/Verluste aus finanziellen Vermögenswerten zum beizulegenden Zeitwert über Gesamtergebnisrechnung	-	-
<b>Posten zukünftig nicht umgliederbar in die Gewinn- und Verlustrechnung</b>	<b>1.672</b>	<b>333</b>
<b>Summe sonstiges Ergebnis (nach Steuern)</b>	<b>3.193</b>	<b>-2.045</b>
<b>Gesamtperiodenergebnis</b>	<b>3.194</b>	<b>2.000</b>
davon Ergebnisanteil Anteilseigner	2.996	2.286
davon Ergebnisanteil Anteile ohne beherrschenden Einfluss	198	-286

*Der Anhang auf den Seiten 20 - 25 ist ein integrierter Bestandteil dieses Konzernzwischenabschlusses.*

# ENTWICKLUNG DES KONSOLIDierten EIGENKAPITALS

1. Januar bis 30. Juni 2021 (ungeprüft) – Highlight Communications AG, Pratteln

Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes  
Eigenkapital

(TCHF)	Gezeich- netes Kapital	Eigene Anteile	Kapital- rück- lage	Andere Rück- lagen	Gewinn- vortrag	Summe	Anteile ohne beherr- schenden Einfluss	Summe Eigen- kapital
<b>Saldo zum 1. Januar 2021</b>	<b>63.000</b>	<b>-6.300</b>	<b>-99.973</b>	<b>-38.573</b>	<b>280.714</b>	<b>198.868</b>	<b>8.157</b>	<b>207.025</b>
Unterschiede Währungsumrechnung	-	-	-	1.743	-	1.743	33	1.776
Gewinne/Verluste aus Cashflow Hedges	-	-	-	-255	-	-255	-	-255
<b>Posten zukünftig möglicherweise umgliederbar in die Gewinn- und Verlustrechnung</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1.488</b>	<b>-</b>	<b>1.488</b>	<b>33</b>	<b>1.521</b>
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste von leistungsorientierten Vorsorgeplänen	-	-	-	-	1.672	1.672	-	1.672
Gewinne/Verluste aus finanziellen Vermögenswerten zum beizulegenden Zeitwert über Gesamtergebnisrechnung	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Posten zukünftig nicht umgliederbar in die Gewinn- und Verlustrechnung</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1.672</b>	<b>1.672</b>	<b>-</b>	<b>1.672</b>
<b>Summe sonstiges Ergebnis (nach Steuern)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1.488</b>	<b>1.672</b>	<b>3.160</b>	<b>33</b>	<b>3.193</b>
Konzernperiodenergebnis	-	-	-	-	-164	-164	165	1
<b>Gesamtperiodenergebnis</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1.488</b>	<b>1.508</b>	<b>2.996</b>	<b>198</b>	<b>3.194</b>
Dividendenausschüttungen	-	-	-	-	-	-	-1.116	-1.116
Veränderung Konsolidierungskreis	-	-	-	-	-	-	-	-
Veränderung Anteile ohne beherrschenden Einfluss	-	-	-452	-	-	-452	-222	-674
<b>Saldo zum 30. Juni 2021</b>	<b>63.000</b>	<b>-6.300</b>	<b>-100.425</b>	<b>-37.085</b>	<b>282.222</b>	<b>201.412</b>	<b>7.017</b>	<b>208.429</b>
<b>Saldo zum 1. Januar 2020</b>	<b>63.000</b>	<b>-6.300</b>	<b>-98.968</b>	<b>-38.753</b>	<b>268.374</b>	<b>187.353</b>	<b>10.335</b>	<b>197.688</b>
Unterschiede Währungsumrechnung	-	-	-	-2.336	-	-2.336	-97	-2.433
Gewinne/Verluste aus Cashflow Hedges	-	-	-	55	-	55	-	55
<b>Posten zukünftig möglicherweise umgliederbar in die Gewinn- und Verlustrechnung</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-2.281</b>	<b>-</b>	<b>-2.281</b>	<b>-97</b>	<b>-2.378</b>
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste von leistungsorientierten Vorsorgeplänen	-	-	-	-	333	333	-	333
Gewinne/Verluste aus finanziellen Vermögenswerten zum beizulegenden Zeitwert über Gesamtergebnisrechnung	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Posten zukünftig nicht umgliederbar in die Gewinn- und Verlustrechnung</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>333</b>	<b>333</b>	<b>-</b>	<b>333</b>
<b>Summe sonstiges Ergebnis (nach Steuern)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-2.281</b>	<b>333</b>	<b>-1.948</b>	<b>-97</b>	<b>-2.045</b>
Konzernperiodenergebnis	-	-	-	-	4.234	4.234	-189	4.045
<b>Gesamtperiodenergebnis</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-2.281</b>	<b>4.567</b>	<b>2.286</b>	<b>-286</b>	<b>2.000</b>
Dividendenausschüttungen	-	-	-	-	-	-	-1.176	-1.176
Veränderung Konsolidierungskreis	-	-	-	-	-	-	-20	-20
Veränderung Anteile ohne beherrschenden Einfluss	-	-	-717	-	-	-717	-488	-1.205
Sonstige Veränderungen	-	-	-	-	-500	-500	-	-500
<b>Saldo zum 30. Juni 2020</b>	<b>63.000</b>	<b>-6.300</b>	<b>-99.685</b>	<b>-41.034</b>	<b>272.441</b>	<b>188.422</b>	<b>8.365</b>	<b>196.787</b>

Der Anhang auf den Seiten 20 - 25 ist ein integrierter Bestandteil dieses Konzernzwischenabschlusses.

# KONSOLIDIERTE KAPITALFLUSSRECHNUNG

1. Januar bis 30. Juni 2021 (ungeprüft) – Highlight Communications AG, Pratteln

(TCHF)	01.01. bis 30.06.2021	01.01. bis 30.06.2020
Konzernperiodenergebnis	1	4.045
Latente Steuern	-2.478	2.030
Ertragsteuern	5.109	2.827
Finanzergebnis (ohne Währungsergebnis)	2.656	3.139
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen	-	-
Abschreibungen und Wertminderungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	47.870	22.860
Gewinn (-)/Verlust (+) aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	-29	-57
Übrige nicht zahlungswirksame Posten	-1.579	-1.281
Zunahme (-)/Abnahme (+) der Vorräte, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-24.902	38.622
Abnahme (-)/Zunahme (+) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-20.721	-32.298
Erhaltene Dividenden von assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen	-	-
Gezahlte Zinsen	-2.683	-2.381
Erhaltene Zinsen	510	91
Gezahlte Ertragsteuern	-3.083	-4.070
Erhaltene Ertragsteuern	810	195
<b>Cashflow aus betrieblicher Geschäftstätigkeit</b>	<b>1.481</b>	<b>33.722</b>
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente durch Erwerb/ Veräusserung von Unternehmen/Unternehmensanteilen (netto)	-	-634
Auszahlungen für immaterielle Vermögenswerte	-1.688	-985
Auszahlungen für Filmvermögen	-28.015	-28.152
Auszahlungen für Sachanlagen	-2.092	-2.231
Auszahlungen für Nutzungsrechte	-	-477
Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten und Filmvermögen	1	-
Einzahlungen aus Abgängen von Sachanlagen	82	203
Einzahlungen aus Abgängen von Finanzanlagen	58	-
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-31.654</b>	<b>-32.276</b>
Auszahlungen durch Kauf Anteile ohne beherrschenden Einfluss	-674	-1.205
Auszahlungen durch Tilgung von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	-7.767	-19.833
Auszahlungen durch Tilgung von Leasingverbindlichkeiten	-4.836	-4.173
Einzahlungen durch Aufnahme von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	30.851	6.508
Ausschüttungen	-1.116	-1.176
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>16.458</b>	<b>-19.879</b>
<b>Cashflow der Berichtsperiode</b>	<b>-13.715</b>	<b>-18.433</b>
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn der Berichtsperiode	48.178	52.970
Auswirkungen Währungsdifferenzen	574	-990
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode	35.037	33.547
<b>Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</b>	<b>-13.715</b>	<b>-18.433</b>

Der Anhang auf den Seiten 20 - 25 ist ein integrierter Bestandteil dieses Konzernzwischenabschlusses.

# ANHANG ZUR KONSOLIDIERTEN HALBJAHRESRECHNUNG

zum 30. Juni 2021 (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 18. August 2021 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 2021 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 2020 gelesen werden.

Die bei der Erstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden entsprechen den bei der Erstellung des Konzernabschlusses für das Geschäftsjahr 2020 angewandten Grundsätzen (siehe Geschäftsbericht 2020, 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 2020, Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung, Kapitel 5).

## 3. ÄNDERUNGEN BEI DEN GRUNDSÄTZEN DER RECHNUNGSLEGUNG

### 3.1 Erstmalig angewendete relevante Standards und Interpretationen

In der aktuellen Berichtsperiode traten nur wenige Änderungen an Standards in Kraft, aus denen sich jedoch keine Auswirkungen auf die Rechnungslegungsmethoden des Konzerns oder die Notwendigkeit rückwirkender Anpassungen ergaben.

### 3.2 Veröffentlichte, noch nicht angewendete bzw. überarbeitete relevante Standards und Interpretationen

Die Highlight-Gruppe hat auf die vorzeitige Anwendung weiterer neuer bzw. überarbeiteter Standards und Interpretationen verzichtet, deren Erstanwendungszeitpunkt für die Highlight Communications AG noch nicht verpflichtend ist. Die Auswirkungen dieser neuen Regelungen auf die laufende oder auf künftige Berichtsperioden sowie auf absehbare künftige Transaktionen werden vom Konzern als nicht wesentlich angesehen.

## 4. VERÄNDERUNGEN IM KONSOLIDIERUNGSKREIS

Rückwirkend zum 1. Januar 2021 wurde die Mythos Film Verwaltungs GmbH, Berlin, auf die Muttergesellschaft Mythos Film GmbH, Berlin, verschmolzen. Ebenfalls mit Wirkung zum 1. Januar 2021 wurde das Handelsgeschäft der Mythos Film Produktions GmbH & Co. KG, Berlin, im Wege der Anwachsung von der Mythos Film GmbH, Berlin, übernommen. Am 11. Januar 2021 wurde die TEAM Marketing Asia Limited gegründet. Die TEAM Holding AG hält 100% der Anteile an der Gesellschaft.

Am 2. März 2021 wurde die PLAZAMEDIA Austria Ges.m.b.H. liquidiert und im Firmenbuch gelöscht.

Am 20. März 2021 wurde die vollkonsolidierte Gesellschaft Constantin Entertainment Slovakia s.r.o., Bratislava, liquidiert. Mit Vertrag vom 17. Juni 2021 wurde die High-end productions GmbH, Wien, gegründet. Die Constantin Television GmbH, München, hält 50% der Anteile an der Gesellschaft. Die Gesellschaft wird im Rahmen der At-Equity-Bilanzierung in den Konzernabschluss einbezogen. Die Geschäftstätigkeit der Gesellschaft wurde im Juli 2021 aufgenommen. Die Auswirkungen dieser Transaktionen auf den vorliegenden Konzernzwischenabschluss sind unwesentlich.

Im ersten Halbjahr 2021 hat die Highlight Communications AG ihre Anteile an der bereits vollkonsolidierten Sport1 Medien AG von 94,91% auf 95,19% erhöht. Es handelt sich dabei um eine Transaktion zwischen Eigenkapitalgebern, welche zu einer Veränderung des Eigenkapitals in Höhe von -674 TCHF führte.

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

### 5.1 Filmvermögen

Im Vergleich zum 31. Dezember 2020 hat das Filmvermögen zum 30. Juni 2021 um 9.158 TCHF abgenommen. Während sich die Fremdproduktionen um 3.927 TCHF verringerten, nahm der Bestand an Eigenproduktionen um insgesamt 5.231 TCHF ab.

### 5.2 Vertragsvermögenswerte

Der Buchwert der Vertragsvermögenswerte hat sich von 32.680 TCHF auf 26.466 TCHF verringert.

### 5.3 Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente haben sich zum 30. Juni 2021 von 48.178 TCHF auf 35.037 TCHF verringert. Aus der Finanzierungstätigkeit ergab sich ein Mittelzufluss von 16.458 TCHF, in erster Linie bedingt durch die Aufnahme kurzfristiger Finanzverbindlichkeiten. Aus der Investitionstätigkeit der Gruppe zeigte sich ein Mittelabfluss von 31.654 TCHF, der im Wesentlichen auf die Auszahlungen für Filmvermögen zurückzuführen ist. Aus der operativen Tätigkeit ergab sich ein positiver Cashflow von 1.481 TCHF.

### 5.4 Eigenkapital

Zum 30. Juni 2021 beliefen sich die direkt und indirekt selbst gehaltenen stimmrechtslosen eigenen Aktien auf 6.299.501 Aktien der Highlight Communications AG (31. Dezember 2020: 6.299.501).

Die erfolgsneutral im Eigenkapital abzubildende Aufstockung der Beteiligung an der Sport1 Medien AG von 94,91% auf 95,19% führte zu einer Verminderung der Kapitalrücklagen um 452 TCHF sowie einer Abnahme der Anteile ohne beherrschenden Einfluss von 222 TCHF.

Die Neubewertung der Pensionsverpflichtungen führte zu einer Zunahme der Gewinnrücklage um 1.672 TCHF, insbesondere aufgrund der Zunahme des Diskontsatzes und Planänderungen.

Die anderen Rücklagen beliefen sich zum Bilanzstichtag auf insgesamt -37.085 TCHF (31. Dezember 2020: -38.573 TCHF). Diese bestehen zum 30. Juni 2021 aus der Umrechnung des Eigenkapitals von Gesellschaften, die nicht den Schweizer Franken als funktionale Währung haben (-37.344 TCHF, 31. Dezember 2020: -39.087 TCHF), sowie aus sonstigen Rücklagen aus Cashflow Hedges in Höhe von 259 TCHF (31. Dezember 2020: 514 TCHF).

### 5.5 Vertragsverbindlichkeiten

Der Buchwert der Vertragsverbindlichkeiten hat sich von 9.900 TCHF auf 6.977 TCHF verringert.

### 5.6 Abschreibungen und Wertminderungen

(TCHF)	01.01. bis 30.06. 2021	01.01. bis 30.06. 2020
Planmässige Abschreibungen auf Filmvermögen	36.377	12.404
Planmässige Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte	3.801	3.226
Planmässige Abschreibungen auf Sachanlagen	2.311	2.255
Planmässige Abschreibungen auf Nutzungsrechte	4.645	4.082
<b>Planmässige Abschreibungen</b>	<b>47.134</b>	<b>21.967</b>
Wertminderungen auf Filmvermögen	736	893
<b>Wertminderungen</b>	<b>736</b>	<b>893</b>

## 5.7 Betriebsaufwendungen

Aus der Erstattung des Arbeitgeberanteils der Sozialversicherungsbeiträge bezogen auf Kurzarbeitergelder wurden im Konzern 207 TCHF (Vergleichsperiode: 971 TCHF) als Abzüge von den Personalaufwendungen erfasst.

## 5.8 Finanzergebnis

### Finanzerträge

(TCHF)	01.01. bis 30.06.2021	01.01. bis 30.06.2020
Zinsen und ähnliche Erträge	512	95
Gewinne aus Änderungen des beizulegenden Zeitwerts von Finanzinstrumenten	501	390
Währungsgewinne	3.474	1.430
<b>Summe</b>	<b>4.487</b>	<b>1.915</b>

### Finanzaufwendungen

(TCHF)	01.01. bis 30.06.2021	01.01. bis 30.06.2020
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	3.289	3.156
Verluste aus Änderungen des beizulegenden Zeitwerts von Finanzinstrumenten	58	90
Währungsverluste	4.149	1.302
Zinsaufwand aus Leasingverbindlichkeiten	322	378
<b>Summe</b>	<b>7.818</b>	<b>4.926</b>

## 6. ANGABEN ZUM FINANZIELLEN RISIKOMANAGEMENT

### 6.1 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

30.06.2021 (TCHF)		Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Gesamt
Finanzielle Vermögenswerte, die zum Marktwert bewertet werden					
	FVTPL /ohne Kategorie	-	278	176	454
Derivative Finanzinstrumente					
Finanzielle Vermögenswerte, erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet	FVTPL	-	12.342	-	12.342
Finanzielle Vermögenswerte (Eigenkapitalinstrumente)	FVTOCI	-	-	43	43
Finanzielle Verbindlichkeiten, die zum Marktwert bewertet werden					
Derivative Finanzinstrumente	FLTPL	-	269	-	269
31.12.2020 (TCHF)		Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Gesamt
Finanzielle Vermögenswerte, die zum Marktwert bewertet werden					
	FVTPL /ohne Kategorie	-	1.136	174	1.310
Derivative Finanzinstrumente					
Finanzielle Vermögenswerte, erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet	FVTPL	-	11.397	12	11.409
Finanzielle Vermögenswerte (Eigenkapitalinstrumente)	FVTOCI	-	-	54	54
Finanzielle Verbindlichkeiten, die zum Marktwert bewertet werden					
Derivative Finanzinstrumente	FLTPL	-	337	-	337

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.	AGF Video- forschung GmbH	Summacum GmbH	Sonstige Beteili- gungen	Wandel- darlehen	Finanzielle Verbind- lichkeiten	Optionen
<b>Fair Value 31. Dezember 2019</b>	-	<b>504</b>	<b>329</b>	<b>63</b>	<b>28</b>	<b>231</b>	-
Gewinne/(Verluste) in Gewinn- und Verlustrechnung	-	-	-	-	-4	-100	39
Gewinne/(Verluste) erfolgsneutral im Eigenkapital	-	-504	-295	-21	-	-1	-
Gewinne/(Verluste) erfolgsneutral über Vertragsverbindlichkeiten	-	-	-	-	-	-	135
Inanspruchnahme aufgrund von Auszahlung	-	-	-	-	-	-130	-
Verkauf	-	-	-	-22	-12	-	-
<b>Fair Value 31. Dezember 2020</b>	-	-	<b>34</b>	<b>20</b>	<b>12</b>	-	<b>174</b>
Gewinne/(Verluste) erfolgsneutral im Eigenkapital	-	-	-	1	-	-	2
Verkauf	-	-	-	-12	-12	-	-
<b>Fair Value 30. Juni 2021</b>	-	-	<b>34</b>	<b>9</b>	-	-	<b>176</b>

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 Anteile an der Geenee Inc. sowie an der AGF Videoforschung GmbH wurden bereits in den Vorjahren vollständig wertberichtigt. Anzeichen für eine Wertaufholung bestanden in der Berichtsperiode nicht.

Im ersten Halbjahr 2021 wurden die Beteiligung Diggin Ltd. und das Wandeldarlehen Dynamic Bets Inc. zu jeweils 12 TCHF verkauft.

Die Anteile an der Summacum GmbH wurden im Vorjahr um 295 TCHF auf 34 TCHF wertberichtigt. Anzeichen für eine weitere Wertminderung oder eine Wertaufholung bestanden in der Berichtsperiode nicht.

Aus Wesentlichkeitsgründen werden die sonstigen Eigenkapitalinstrumente von insgesamt 9 TCHF (31. Dezember 2020: 9 TCHF) zu den historischen Anschaffungskosten bilanziert.

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.

#### 6.2 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.

#### 6.3 Beizulegender Zeitwert von nicht finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten

Zum 30. Juni 2021 wie auch zum 31. Dezember 2020 sind keine nicht finanziellen Vermögenswerte und nicht finanziellen Schulden zum beizulegenden Zeitwert bewertet.

## 7. SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

### Segmentinformationen 01.01. bis 30.06.2021

(TCHF)	Film	Sport- und Event- Marketing	Sport	Sonstiges	Überleitung	Konzern
Aussenumsätze	121.626	34.450	50.645	-	-	206.721
Konzerninnenumsätze	-	-	211	-	-211	-
Umsatzerlöse gesamt	121.626	34.450	50.856	-	-211	206.721
Übrige Segmenterträge	71.677	166	2.380	-	-187	74.036
Segmentaufwendungen	-188.455	-18.445	-65.358	-2.934	398	-274.794
<i>davon planmässige Abschreibungen</i>	<i>-38.573</i>	<i>-1.051</i>	<i>-7.510</i>	-	-	<i>-47.134</i>
<i>davon Wertminderungen</i>	<i>-736</i>	-	-	-	-	<i>-736</i>
<b>Segmentergebnis</b>	<b>4.848</b>	<b>16.171</b>	<b>-12.122</b>	<b>-2.934</b>	-	<b>5.963</b>

#### Zeitbezug der Umsatzerlöse

Zeitraumbezogen	57.363	-	27.161	-	-	84.524
Zeitpunktbezogen	64.263	34.450	23.484	-	-	122.197
	<b>121.626</b>	<b>34.450</b>	<b>50.645</b>	-	-	<b>206.721</b>

#### Umsatzerlöse nach Produktarten

Film	64.263	-	-	-	-	64.263
Produktionsdienstleistungen	57.363	-	-	-	-	57.363
Sport- und Event-Marketing	-	34.450	-	-	-	34.450
Plattform	-	-	37.942	-	-	37.942
Services	-	-	12.703	-	-	12.703
	<b>121.626</b>	<b>34.450</b>	<b>50.645</b>	-	-	<b>206.721</b>

### Segmentinformationen 01.01. bis 30.06.2020

(TCHF)	Film	Sport- und Event- Marketing	Sport	Sonstiges	Überleitung	Konzern
Aussenumsätze	97.987	31.198	42.820	-	-	172.005
Konzerninnenumsätze	-	-	359	-	-359	-
Umsatzerlöse gesamt	97.987	31.198	43.179	-	-359	172.005
Übrige Segmenterträge	42.296	384	2.786	-	-163	45.303
Segmentaufwendungen	-131.483	-16.919	-54.527	-2.988	522	-205.395
<i>davon planmässige Abschreibungen</i>	<i>-14.628</i>	<i>-839</i>	<i>-6.500</i>	-	-	<i>-21.967</i>
<i>davon Wertminderungen</i>	<i>-893</i>	-	-	-	-	<i>-893</i>
<b>Segmentergebnis</b>	<b>8.800</b>	<b>14.663</b>	<b>-8.562</b>	<b>-2.988</b>	-	<b>11.913</b>

#### Zeitbezug der Umsatzerlöse

Zeitraumbezogen	44.135	-	20.924	-	-	65.059
Zeitpunktbezogen	53.852	31.198	21.896	-	-	106.946
	<b>97.987</b>	<b>31.198</b>	<b>42.820</b>	-	-	<b>172.005</b>

#### Umsatzerlöse nach Produktarten

Film	53.852	-	-	-	-	53.852
Produktionsdienstleistungen	44.135	-	-	-	-	44.135
Sport- und Event-Marketing	-	31.198	-	-	-	31.198
Plattform	-	-	33.992	-	-	33.992
Services	-	-	8.828	-	-	8.828
	<b>97.987</b>	<b>31.198</b>	<b>42.820</b>	-	-	<b>172.005</b>

In der Überleitungsspalte sind die Eliminationen der Intersegmentbeziehungen ausgewiesen.



## 8. HAFTUNGSVERHÄLTNISSE, EVENTUALVERBINDLICHKEITEN UND SONSTIGE NICHT BILANZIERTE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN

Gegenüber dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2020 haben sich die Haftungsverhältnisse, die Eventualverbindlichkeiten und die sonstigen nicht bilanzierten finanziellen Verpflichtungen zum 30. Juni 2021 um 8.841 TCHF auf 268.645 TCHF verringert.

## 9. BEZIEHUNGEN ZU NAHESTEHENDEN UNTERNEHMEN UND PERSONEN

Die Gesellschaft unterhält mit assoziierten Unternehmen, Gemeinschaftsunternehmen, 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)	30.06.2021	31.12.2020
Forderungen	-	-
Verbindlichkeiten	58	106

  

(TCHF)	01.01. bis 30.06.2021	01.01. bis 30.06.2020
Umsatzerlöse und sonstige Erträge	-	-
Material- und Lizenzaufwand und sonstige Aufwendungen	25	36

### Mutterunternehmen und deren direkte Tochtergesellschaften

(TCHF)	30.06.2021	31.12.2020
Forderungen	6.228	10.062
Verbindlichkeiten	80	85

  

(TCHF)	01.01. bis 30.06.2021	01.01. bis 30.06.2020
Umsatzerlöse und sonstige Erträge	37	38
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 2021 Verbindlichkeiten in Höhe von 58 TCHF (31. Dezember 2020: 106 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.

## 10. ANGABEN ZU EREIGNISSEN NACH DEM BILANZSTICHTAG

Die weltweite Ausbreitung des neuartigen Coronavirus hat im ersten Halbjahr 2021 zugenommen. Der Verwaltungsrat überwacht weiterhin die Situation und hat bereits entsprechende Massnahmen eingeleitet. Der Verwaltungsrat geht davon aus, dass die Ausbreitung des Coronavirus Auswirkungen auf die Highlight-Gruppe haben wird.

**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