



3Q2020

QUARTALSMITTEILUNG ZUM 30. SEPTEMBER 2020

Highlight-Gruppe setzt die positive Ergebnisentwicklung trotz COVID-19-Pandemie im dritten Quartal 2020 fort

- § Das Betriebsergebnis (EBIT) verbesserte sich um 9,8% von 18,3 Mio. CHF auf 20,2 Mio. CHF.
- § Das Konzernperiodenergebnis erhöhte sich deutlich um 38,1% auf 7,9 Mio. CHF.
- § Auf die Highlight-Aktionäre entfiel dabei ein Ergebnisanteil von 8,0 Mio. CHF, was einem Gewinn je Aktie von 0,14 CHF entspricht.
- § Der Konzernumsatz sank im Vergleich zum Vorjahreszeitraum bedingt durch COVID-19 um 23,1% auf 272,0 Mio. CHF.
- § Die Eigenkapitalquote lag zum Ende der ersten neun Monate 2020 bei 30,6% (31. Dezember 2019: 29,3%).

Wirtschaftliche Entwicklung der Highlight-Gruppe

Umsatz und Ergebnis (in Mio. CHF)

	01.01. bis 30.09.2020	01.01. bis 30.09.2019	Veränderung
Umsatzerlöse	272,0	353,6	-23,1%
Betriebsergebnis (EBIT)	20,2	18,3	9,8%
Konzernperiodenergebnis	7,9	5,7	38,1%
Ergebnisanteil Anteilseigner	8,0	6,3	26,5%
Ergebnis je Aktie (in CHF)	0,14	0,11	27,3%

Der Rückgang der Umsatzerlöse ist im Wesentlichen auf COVID-19 bedingte Rückgänge zurückzuführen, die insbesondere das Segment Film (-60,5 Mio. CHF) sowie das Segment Sport (-19,5 Mio. CHF) betrafen; die Umsätze im Segment Sport- und Event-Marketing lagen dabei lediglich leicht unter dem Vorjahresniveau (-1,9 Mio. CHF). Die aktivierten Filmproduktionen und anderen aktivierten Eigenleistungen verringerten sich produktionsbedingt um 17,1 Mio. CHF auf 51,7 Mio. CHF.

Der operative Konzernaufwand reduzierte sich um 105,6 Mio. CHF auf 314,2 Mio. CHF. Massgeblich dafür waren in erster Linie Rückgänge des Material- und Lizenzaufwands (-30,4 Mio. CHF) und der Abschreibungen und Wertminderungen (-51,1 Mio. CHF). Der Personalaufwand sank um 10,2 Mio. CHF.

Das höhere EBIT resultiert vor allem aus dem Segment Film, dessen Ergebnisbeitrag bei 12,6 Mio. CHF lag und sich im Vorjahresvergleich (9,4 Mio. CHF) damit deutlich erhöhte. Die Finanzaufwendungen lagen mit 7,4 Mio. CHF deutlich unter dem Vorjahreswert von 10,7 Mio. CHF. In Folge erhöhte sich das Konzernperiodenergebnis um 38,1% auf 7,9 Mio. CHF.

Vermögens- und Finanzlage (in Mio. CHF)

	30.09.2020	31.12.2019	Veränderung
Bilanzsumme	661,9	673,9	-1,8%
Eigenkapital	202,3	197,7	2,3%
Eigenkapitalquote (in %)	30,6	29,3	1,3 Punkte
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	69,5	66,7	4,3%
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	33,6	53,0	-36,6%

Die langfristigen Vermögenswerte erhöhten sich um insgesamt 12,4 Mio. CHF. Diese Entwicklung resultiert in erster Linie aus dem um 17,7 Mio. CHF höheren Wert des Filmvermögens sowie den um 4,9 Mio. CHF höheren immateriellen Vermögenswerten. Im Gegensatz dazu wurden innerhalb der Berichtsperiode keine Anzahlungen auf Anteile an verbundenen Unternehmen geleistet. Weitere nennenswerte Abnahmen verzeichneten die langfristigen Forderungen (-2,9 Mio. CHF), während Sachanlagen auf einem ähnlichen Niveau blieben (-0,3 Mio. CHF).

Die kurzfristigen Vermögenswerte lagen um 24,5 Mio. CHF unter dem Vergleichswert, was im Wesentlichen auf eine Abnahme der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente um 19,4 Mio. CHF zurückzuführen ist. Ausserdem war ein Rückgang der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Forderungen um 2,4 Mio. CHF sowie der Vertragsvermögenswerte um 4,4 Mio. CHF zu verzeichnen.

Hauptgründe für den Anstieg des Eigenkapitals ist das positive Konzernperiodenergebnis in Höhe von 7,9 Mio. CHF.

Operative und wirtschaftliche Entwicklung des Segments Film

Aufgrund der Pandemiesituation lassen sich in allen unten aufgeführten Bereichen nur Aussagen für einen mehr oder minder kurzen, überschaubaren Zeitraum treffen. Belastbar wie in früheren Berichten sind die Aussagen nicht.

Kinoproduktion – Aufgrund der Pandemiesituation gab es im dritten Quartal 2020 keine neuen Starts von Dreharbeiten im Bereich Kino. Der Bund finanziert ab sofort einen Ausfallfonds mit 50 Mio. EUR für Kinofilm- und Serienproduktionen. Damit sollen Covid19-bedingte Produktionsstörungen abgedeckt und so eine Wiederaufnahme der Produktion von Kinofilmen und High-End-Serien in Deutschland ermöglicht werden. Der Ausfallfonds ist Teil des Programms NEUSTART KULTUR, aus dem insgesamt 165 Mio. EUR für die Unterstützung der Filmbranche vorgesehen sind.

Kinoverleih – Im Zeitraum Juli bis September 2020 starteten in den Kinos „After Truth“ - die Fortführung der erfolgreichen „After Serie“ - und „Das Beste kommt noch“.

Ebenfalls im Rahmen des Programms NEUSTART KULTUR der Bundesregierung unterstützt die BKM (Bundesregierung für Kultur und Medien) die Filmförderungsanstalt mit 30 Mio. EUR. 19 Mio. EUR davon fließen direkt in den Haushalt der Filmförderanstalt, 10 Mio. EUR gehen in die Verleihförderung und eine Million wird für die Förderung des Filmvertriebs bereitgehalten. Die zusätzlichen 11 Mio. EUR für den Verleih und Vertrieb sind Teil eines umfassenden, zeitlich befristeten Massnahmenprogramms der Kulturstaatsministerin zur Stärkung des Filmabsatzes. Um angesichts der Corona-Krise schnell und effizient Hilfe zu leisten, orientiert sich die Verleih- und Vertriebsförderung des Bundes an den etablierten Strukturen des Filmförderungsgesetzes (FFG). Diese BKM-Mittel werden dabei als nicht rückzahlbare Zuschüsse an die Verleih- und Vertriebsunternehmen ausgereicht, um deren pandemiebedingt hohes wirtschaftliches Risiko abzufedern und stellen somit eine wichtige Unterstützung für den Filmabsatz in der aktuellen Situation dar.

Home Entertainment – Die Neuveröffentlichungen des dritten Quartals 2020 umfassten die Constantin Film-Eigenproduktion „Shadowhunters 3.2.“ sowie die Lizenztitel „Disturbing the Peace“ und „Perfetti Sconosciuti – Wie viele Geheimnisse verträgt eine Freundschaft“.

Lizenzhandel/TV-Auswertung – Im Zeitraum Juli bis September 2020 Lizenzstarts unter anderem der Kinofilme „Leberkäsjunkie“ (ARD), und „Dieses bescheuerte Herz“ (ProSieben) im Free-TV sowie „Der Fall Collini“ und „The Silence“ (beides Sky, Pay-per-View) im Pay-TV.

TV-Auftragsproduktion – Marktanteile (Gesamtmarkt) mehrerer TV-Auftragsproduktionen der Constantin Film AG und ihrer Tochtergesellschaften im dritten Quartal 2020 erneut im zweistelligen Prozentbereich; insbesondere die Ausstrahlung des TV-Films „Nicht tot zu kriegen“ (ZDF) anlässlich des 70. Geburtstag von Iris Berben erzielte 18,6%. Die Daily „Dahoam is Dahoam“ (Bayerischer Rundfunk) erreichte den gewohnt hohen Marktanteil von durchschnittlich 14,8% (im Verbreitungsgebiet). Auch die 30. Folge der Erfolgsreihe „Kommissarin Lucas“ konnte mit der Ausstrahlung im ZDF 21,3% erreichen.

Umsatz und Ergebnis (in Mio. CHF)

	01.01. bis 30.09.2020	01.01. bis 30.09.2019	Veränderung
Segmentumsatz	162,6	223,1	-27,1%
Segmentergebnis	12,6	9,4	33,2%

Gleichwohl die Segmentaufwendungen um 82,3 Mio. CHF bzw. 28,4% auf 208,1 Mio. CHF deutlich gesenkt werden konnten, schlug sich der Rückgang des Segmentumsatzes auf das Segmentergebnis nieder. Die übrigen Segmenterträge, die massgeblich von den aktivierten Filmproduktionen geprägt sind, lagen mit 58,1 Mio. CHF um 18,7 Mio. CHF ebenfalls unter dem Vergleichswert des Vorjahrs (76,7 Mio. CHF). Beide Entwicklungen reflektieren das aktuell – im Wesentlichen aufgrund der COVID-19-Pandemie – niedrigere Produktionsvolumen gegenüber den ersten neun Monaten des Jahres 2019.

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

Im dritten Quartal 2020 lag der Fokus der TEAM-Gruppe auf dem Abschluss der UEFA Champions League und der UEFA Europa League 2019/20. Die TEAM-Gruppe unterstützte sowohl Medien- als auch Sponsoringpartner, indem sie die jeweiligen Rechte für das Final-8-Turnier bereitstellte und aktivierte. Auf dieser Grundlage konnten beide Wettbewerbe trotz der Auswirkungen der Covid-19-Pandemie Ende August erfolgreich abgeschlossen werden. Parallel dazu leitete die Rechtsabteilung von TEAM das Entschädigungsverfahren ein und nahm die Verhandlungen mit den Geschäftspartnern der Wettbewerbe auf. Bislang fielen die Ergebnisse sehr positiv aus.

Des Weiteren nahm die TEAM-Gruppe im dritten Quartal 2020 wieder den Verkauf der kommerziellen Rechte an der UEFA Champions League, der UEFA Europa League und der UEFA Europa Conference League für die Spielzeiten 2021/22 bis 2023/24 auf.

Im Bereich „Event-Marketing“ der Highlight Event AG wurde das Sommernachtskonzert der Wiener Philharmoniker (Open-Air in Schönbrunn) im dritten Quartal unter herausfordernden Bedingungen erfolgreich umgesetzt und damit alle wichtigen Medien- und Sponsoringverträge der Wiener Philharmoniker im Jahr 2020 erfüllt. Die geplanten Sponsorenveranstaltungen im Rahmen der Konzerte in Peking/China mussten auf unbestimmte Zeit verschoben werden. Es wurden insofern alternative Konzerte in Europa im kommenden Jahr zur Vertragserfüllung bestimmt, u.a. in Florenz, Kopenhagen und Köln. Zudem laufen intensive Vorbereitungen zum Neujahrskonzert 2021, das sich den gegebenen Umständen anpassen wird (TV-Fokus). Unklar ist insbesondere die Anzahl des zugelassenen Publikums. Hinsichtlich des Eurovision Song Contests 2021 gilt der Kernfokus der Highlight Event im dritten und vierten Quartal dem Verkauf weiterer Sponsorenpakete (neben dem bereits abgeschlossenen Hauptsponsorenvertrag). Eine nochmalige Absage des Events erscheint unter den momentan gegebenen Umständen weiterhin unwahrscheinlich, da bereits verschiedene Szenarien erarbeitet und bestätigt wurden (u.a. reine TV-Show).

Umsatz und Ergebnis (in Mio. CHF)

	01.01. bis 30.09.2020	01.01. bis 30.09.2019	Veränderung
Segmentumsatz	46,9	48,8	-3,9%
Segmentergebnis	22,3	24,3	-8,4%

Die leichte Abnahme der Aussenumsätze des Segments Sport- und Event-Marketing ist im Wesentlichen auf Währungseffekte zurückzuführen. Gleichzeitig sanken die übrigen Segmenterträge während die planmässigen Abschreibungen stiegen und die Segmentaufwendungen etwa auf dem Vorjahresniveau blieben. In Folge sank das Segmentergebnis entsprechend.

Operative und wirtschaftliche Entwicklung des Segments Sport

Programmportfolio von SPORT1 im dritten Quartal 2020 erweitert, unter anderem mit dem „AvD Motorsport Magazin“ am neu eingeführten Motorsport-Sonntagabend, im Fussball den Testspiel-Sommer in Kooperation mit Match IQ, die Zweitliga-Highlights am Freitag- und Sonntagabend sowie die interaktive Liveshow „WNNT – WE NEED TO TALK“ am neuen Fussball-Montagabend, im eSports die Rocket League Championship Series (RLCS) sowie Galopprennsport. Zum Start der neuen Saison konnten SPORT1 Business und MAGIC SPORTS MEDIA die Fussballumfelder auf SPORT1 umfassend vermarkten. Darüber hinaus schloss die Sport1 GmbH mit der rtv media group eine Kooperation, in deren Rahmen ab 2021 das Sport-Supplement „Fussball & Familie“ mit einer geplanten Auflage von rund 500.000 Exemplaren als Tageszeitungs-Beilage gestartet wird. PLAZAMEDIA setzte in Q3 neben weiteren Produktionen und Events das Finale der World Boxing Super Series in der Ismaninger Event-Location Ziegelei101 um. Dieses fand COVID-19-bedingt ohne Zuschauer statt.

Marktanteile im Free-TV bei den Zuschauern ab drei Jahren und in der Kernzielgruppe der 14- bis 59-jährigen Männer mit 0,4% bzw. 0,7% Prozent unter Vorjahres-Niveau bedingt durch die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf den Sport, u.a. durch Verschiebung von Ligen und Wettbewerben wie der Bundesliga mit späteren Saisonstart. Im Pay-TV lag die Zahl der Abonnenten zum 30. September 2020 bei SPORT1+ bei 2,26 Millionen Subscribern (30. September 2019: 2,33 Millionen) und bei eSPORTS1 bei 1,14 Millionen (30. September 2019: 1,14 Millionen Subscriber).

Im Online- und Mobile-Bereich lagen die Visits im Zeitraum Juli bis September 2020 bedingt durch die Absagen bzw. Verschiebungen von Sportereignissen um rund 20% unter Vorjahres-Level, jedoch fielen die Rückgänge bereits deutlich weniger stark aus als im zweiten Quartal 2020. Die Zahl der Unique User konnte im Berichtsquartal sogar um fast 10% gegenüber Q3 2019 gesteigert werden. Zum Anstieg der User im mobilen Bereich trug auch die gute Positionierung im Suchmaschinenbereich bei, die sich auch bei den Visits positiv auswirkte.

Die Video-Abrufe auf den SPORT1-Plattformen (-15%) und auf YouTube (-8%) befanden sich im dritten Quartal 2020 Corona-bedingt zwar unter Vorjahres-Niveau, aber die Rückgänge konnten auch aufgrund der Livestream-Offensive im mobilen Bereich in Grenzen gehalten werden.

Umsatz und Ergebnis (in Mio. CHF)

	01.01. bis 30.09.2020	01.01. bis 30.09.2019	Veränderung
Segmentumsatz	62,4	81,9	-23,8%
Segmentergebnis	-10,5	-9,6	n/a

Die Umsätze des Segments Sport sanken im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 19,5 Mio. CHF auf 62,4 Mio. CHF. Der deutliche Rückgang der Segmentaufwendungen um 21,7 Mio. CHF auf 77,3 Mio. CHF konnte bedingt diese Entwicklung kompensieren, so dass das Segmentergebnis von -10,5 Mio. CHF nur leicht unter dem Niveau des Vorjahres lag.

Risiko- und Chancenbericht

Die weltweite Ausbreitung des COVID-19 hat wiederum im dritten Quartal 2020 zugenommen. Der Verwaltungsrat kann zurzeit aufgrund der Entwicklung keine aktualisierte Prognose für das Geschäftsjahr 2020 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 2020 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 2020 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 2019.

Ausblick

Im Kinoverleih werden im vierten Quartal 2020 aus derzeitiger Sicht eine aufgrund der Pandemie nicht belastbare Aussage noch fünf Filme in die deutschen Kinos gebracht: „Drachenreiter“ (nach dem erfolgreichen Roman von Cornelia Funke) und „Ostwind 5 – Der große Orkan“ – die Fortsetzung der beliebten Pferdegeschichten, „Kaiserschmarrndrama“ (eine weitere Verfilmung der erfolgreichen Rita Falk Krimis), „Monster Hunter“ (in der Hauptrolle Milla Jovovich) und „Contra“ (Ein Film von Soenke Wortmann mit Christoph Maria Herbst und Nilam Farooq in den Hauptrollen).

Im Geschäftsfeld Home Entertainment werden bis zum Jahresende unter anderem noch die Constantin Eigenproduktion „Das geheime Leben der Bäume“ und die TV-Eventproduktion „Gott“, sowie die Lizenztitel „Das Beste kommt noch“, „Play“, „Waiting for the Barbarians“ und „Inheritance“ neu veröffentlicht.

Im Bereich Lizenzhandel/TV-Auswertung sind im Zeitraum Oktober bis Dezember 2020 die Lizenzstarts der Kinofilme „Fünf Freunde und das Tal der Dinosaurier“ und „Verpiss Dich Schneewittchen“ (beides ProSieben) im Free-TV sowie unter anderem die Titel „Die drei !!!“ und „Das perfekte Geheimnis“ im Pay-TV (beides PPC, Sky) geplant.

Im Bereich Kino sind im vierten Quartal 2020 derzeit noch zwei Drehstartes geplant: „Resident Reboot“ und „Zwischen uns“ (eine Geschichte über das Zusammenleben einer Mutter mit ihrem autistischen Sohn).

In der TV-Auftragsproduktion sind bis zum Jahresende 2020 zahlreiche Projekte der Constantin Film-Tochtergesellschaften in Vorbereitung, darunter weitere Folgen von „Dahoam is Dahoam“ (Bayerischer Rundfunk), die Serie „Der Palast“ (ZDF), der TV-Film „Wannseekonferenz“ (ZDF), die Serie zum TV-Film „Mein Freund das Ekel“ (ZDF) sowie die dritte Staffel der beliebten Serie „Die Heiland – Wir sind Anwalt“ (Degeto/rbb).

Die Aktivitäten der TEAM-Gruppe werden sich auch im Rest des Jahres 2020 auf den optimalen Vertrieb und die bestmögliche Vermarktung der TV- und Sponsorenrechte für die UEFA Champions League, die UEFA Europa League und die UEFA Europa Conference League (für die Spielzeiten 2021/22 bis 2023/24) konzentrieren. Die aktuellen Vertriebsergebnisse zeigen, dass die TEAM-Gruppe trotz der mit der COVID-19-Pandemie verbundenen Schwierigkeiten die Vertriebsprognosen erfüllen kann. Des Weiteren wird sich TEAM auf einen erfolgreichen Start der verspätet angelaufenen Spielzeit 2020/21, der letzten Spielzeit im aktuellen Zyklus, konzentrieren.

Im Bereich „Event-Marketing“ der Highlight Event gilt der Kernfokus dem Verkauf weiterer Sponsorenpakete für den Eurovision Song Contest 2021 sowie der Vorbereitung des Neujahrskonzerts der Wiener Philharmoniker 2021 (u.a. Entwicklung eines den gegebenen Bedingungen angepasstem Hospitality-Konzepts).

Im Segment Sport liegt der grundsätzliche Fokus auch im Geschäftsjahr 2020 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 E-Sports. Mit Blick auf die durch die COVID-19-Pandemie entstandenen Herausforderungen ist es im Segment Sport das Ziel, die insbesondere durch den Rückgang von Werbeerlösen verursachten Umsatzverluste durch Einsparungen, zum Beispiel bei Lizenz- und Herstellungskosten überwiegend zu kompensieren. Mit Blick auf Umsatzpotenziale werden in der Vermarktung verstärkt Unternehmen kontaktiert, die aufgrund ihres Geschäftsmodells von der aktuellen Situation profitieren könnten.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Die aktuelle Entwicklung der Ausbreitung des Corona-Virus generiert eine stark erhöhte Planungsunsicherheit, die nur durch die regelmässige und häufige Überprüfung der zugrunde gelegten Planungsprämissen reduziert werden kann. Diese Überprüfung wird aktuell durchgeführt und hat als Ziel möglichst zeitnah die Quantifizierung der Effekte und die Auswirkungen auf die Jahresrechnung der Highlight-Gruppe zu bestimmen.

Unmittelbar betroffen vom Lockdown sind gegenwärtig zwei Filme der Constantin Film Verleih GmbH, die sich konkret in der Kino-Auswertung befinden. Zum einen ist dies der am 03.09.2020 sehr erfolgreich gestartete Film „After Truth“, der bis zum 26.10.2020 allein in Deutschland über 920.000 Besucher erzielen konnte. Zum anderen handelt es sich um „Drachenreiter“ mit Kinostart am 15.10.2020. Für diesen Film konnten bisher (26.10.2020) ca. 174.000 Besucher in Deutschland verzeichnet werden.

Noch als Kinostarts geplant in diesem Jahr waren „Kaiserschmarrndrama“ (12.11.), „Monster Hunter“ (03.12.), „Ostwind – Der große Orkan“ (17.12.) und „Contra“ am 23.12.2020. Aus heutiger Sicht ist unklar, unter welchen Auflagen die Kinos ab Anfang Dezember wieder öffnen können. Für diese noch 2020 geplanten Filme wird Constantin Film flexibel mit der Entscheidung und Bekanntmachung von Änderungen bzw. notwendigen Anpassungen von Startterminen reagieren.

Hinweise und zukunftsbezogene Aussagen

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

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

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

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

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

Impressum

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