



Highlight

Highlight Communications AG



Konzernumsatz der Highlight-Gruppe entwickelte sich im dritten Quartal 2021 positiv

- Der Konzernumsatz stieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 14,1% auf 310,4 Mio. CHF.
- Das Betriebsergebnis (EBIT) liegt bei 12,4 Mio. CHF.
- Auf die Highlight-Aktionäre entfiel dabei ein Ergebnisanteil von 2,1 Mio. CHF, was einem Gewinn je Aktie von 0,04 CHF entspricht.
- Die Eigenkapitalquote lag zum Ende der ersten neun Monate 2021 bei 29,0% (31. Dezember 2020: 31,3%).

Wirtschaftliche Entwicklung der Highlight-Gruppe

Umsatz und Ergebnis (in Mio. CHF)

	01.01. bis 30.09.2021	01.01. bis 30.09.2020	Veränderung
Umsatzerlöse	310,4	272,0	14,1%
Betriebsergebnis (EBIT)	12,4	20,2	-38,6%
Konzernperiodenergebnis	2,3	7,9	-70,7%
Ergebnisanteil Anteilseigner	2,1	8,0	-74,0%
Ergebnis je Aktie (in CHF)	0,04	0,14	-71,4%

Der Anstieg der Umsatzerlöse resultierte aus höheren Umsatzerlösen im Segment Film (20,7 Mio. CHF) sowie im Segment Sport (13,2 Mio. CHF); die Umsätze im Segment Sport- und Event-Marketing lagen ebenfalls leicht über dem Vorjahresniveau (4,5 Mio. CHF). Die aktivierten Filmproduktionen und anderen aktivierten Eigenleistungen stiegen produktionsbedingt um 47,1 Mio. CHF auf 98,7 Mio. CHF.

Der operative Konzernaufwand erhöhte sich um 95,4 Mio. CHF auf 409,6 Mio. CHF. Massgeblich dafür waren die Auftragsproduktionen im Filmsegment sowie produktionsbedingt die Erhöhung des Personalaufwands um 32,2 Mio. CHF.

Infolge resultiert ein EBIT von 12,4 Mio. CHF, nach 20,2 Mio. CHF im Vorjahresquartal. Beim Konzernperiodenergebnis von 2,3 Mio. CHF, gegenüber 7,9 Mio. CHF im Vorjahreszeitraum wirkte sich das währungsbedingt niedrigere Finanzergebnis aus.

Vermögens- und Finanzlage (in Mio. CHF)

	30.09.2021	31.12.2020	Veränderung
Bilanzsumme	720,0	661,3	8,9%
Eigenkapital	208,9	207,0	0,9%
Eigenkapitalquote (in %)	29,0	31,3	-2.3 Punkte
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	135,2	69,4	94,7%
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	37,5	48,2	-22,3%

Die langfristigen Vermögenswerte erhöhten sich leicht um insgesamt 5,9 Mio. CHF. Diese Entwicklung resultiert in erster Linie aus dem um 12,5 Mio. CHF höheren Wert der Nutzungsrechte. Die langfristigen Forderungen nahmen ebenfalls leicht, um 1,1 Mio. CHF, zu. Im Gegensatz dazu nahmen Filmvermögen (-3,2 Mio. CHF) und sonstige immaterielle Vermögenswerte (-3,4 Mio. CHF) leicht ab.

Die kurzfristigen Vermögenswerte lagen um 52,8 Mio. CHF über dem Vergleichswert, was im Wesentlichen auf eine Zunahme der Vorräte um 58,3 Mio. CHF zurückzuführen ist. Ausserdem war ein Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Forderungen um 3,0 Mio. CHF sowie der Vertragsvermögenswerte um 2.6 Mio. CHF zu verzeichnen.

Die kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten haben gegenüber dem Vorjahr aufgrund der Produktionen zugenommen.

Das Eigenkapital erhöhte sich leicht im Vergleich zum Vorjahr.

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. Die operative und wirtschaftliche Entwicklung bezieht sich auf Deutschland, Österreich und Schweiz.

Kinoproduktion – Im dritten Quartal 2021 starteten die Dreharbeiten der Kinofilme „Guglhupfgeschwader“ (der zehnte Eberhoferfall von Rita Falk, acht davon wurden von Constantin realisiert), die internationale Koproduktion „Drei Musketiere“ und „Freibad“ (ein Film von Doris Dörrie).

Kinoverleih – Im Zeitraum Juli bis September 2021 starteten die folgenden Constantin Film-Produktionen in den deutschen Kinos: „Ostwind - Der große Orkan“ (der fünfte Film der Ostwind-Filmreihe), „Kaiserschmarrndrama“ (ein weiterer Eberhofer-Krimi), „Tides“ (Science Fiction Thriller) und „After Love“ (aus der Bestsellerreihe der Autorin Anna Todd). „Kaiserschmarrndrama“ war zum Stichtag Ende September der erfolgreichste deutsche Film seit Pandemiebeginn (1. Deutscher Besuchermillionär, nach 9 Wochen immer noch in den Top 15).

Home Entertainment – Die Neuveröffentlichungen des dritten Quartals 2021 im deutschsprachigen Gebiet umfassten die Constantin Film-Eigenproduktion „Wrong Turn – The Foundation“ sowie in der Premium-Digitalvermarktung die Games-Verfilmung „Monster Hunter“. Bei den Lizenztiteln wurde „Horizon Line“ veröffentlicht.

Lizenzhandel/TV-Auswertung – Im Zeitraum Juli bis September 2021 fanden Lizenzstarts für eine TV-Auswertung diverser Kinofilme statt; darunter „Das geheime Leben der Bäume“ (ZDF) und „Der Fall Collini“ (ProSieben) im Free-TV sowie „After Truth“ und „Monster Hunter“ (beides Sky, Pay-per-Channel) im Pay-TV.

TV-Auftragsproduktion – Marktanteile (Gesamtmarkt) mehrerer TV-Auftragsproduktionen der Constantin Film AG und ihrer Tochtergesellschaften lagen im dritten Quartal 2021 erneut im zweistelligen Prozentbereich; insbesondere die Ausstrahlung des TV-Films „Die Heimsuchung“ (ARD), die einen Marktanteil von 17,7% erzielte. Die Daily „Dahoam is Dahoam“ (Bayerischer Rundfunk) erreichte den gewohnt hohen Marktanteil von durchschnittlich 14,8% (im Verbreitungsgebiet). Auch die Ausstrahlung der ersten beiden Folgen der TV-Serie „Mein Freund das Ekel“ (ZDF) erreichten einen erfreulichen Marktanteil von 15,5 %. Aus dem Streaming-Bereich ist der Actionhorrorfilm „Blood Red Sky“ für NETFLIX hervorzuheben. Mehr als 50 Mio. Haushalte weltweit haben den Film bereits abgerufen.

Umsatz und Ergebnis (in Mio. CHF)

	01.01. bis 30.09.2021	01.01. bis 30.09.2020	Veränderung
Segmentumsatz	183,4	162,6	12,8%
Segmentergebnis	10,0	12,6	-20,9%

Da sich die Segmentaufwendungen produktionsbedingt im Berichtszeitraum um 72,9 Mio. CHF bzw. 35,0% auf 281,0 Mio. CHF erhöht haben lag das Segmentergebnis unter dem Vorjahreswert. Die übrigen Segmenterträge nahmen aufgrund von aktivierten Filmproduktionen zu und lagen mit 107,6 Mio. CHF um 49,5 Mio. CHF deutlich über dem Vergleichswert des Vorjahrs (58,1 Mio. CHF).

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

Im dritten Quartal 2021 lag der Fokus der TEAM-Gruppe auf dem Abschluss des Verkaufs 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. Dabei konzentrierte sich die TEAM – Gruppe vor allem darauf alle ausstehenden Verträge mit Medien- und Sponsorenpartnern vor Beginn des neuen Zyklus abzuschliessen. Diese Zielsetzung wurde trotz erschwelter Umstände, bedingt durch die Covid-19 Pandemie, erfolgreich erreicht.

Des Weiteren unterstützte TEAM die UEFA mit Beginn des neuen Geschäftszyklus 2021/22-2023/24 bei der Instruktion und Integration aller neuen Partner bei deren Nutzung der kommerziellen Rechte für die UEFA-Klubwettbewerbe.

Im dritten Quartal konnte mit dem TV-Sonderkonzert der Wiener Philharmoniker in der Sagrada Familia, eine weitere wichtige Veranstaltung im Jahr 2021 umgesetzt werden. Diese wurde vom EBU-Mitglied TVE Spanien produziert.

Das Konzert wird innerhalb der kommenden 12 Monate in über 50 Ländern ausgestrahlt. Hinsichtlich des Eurovision Song Contests 2021 gilt der Fokus weiterhin dem Verkauf der Sponsorenpakete (neben dem bereits abgeschlossenen Hauptsponsorenvertrag). Mit Turin steht in der Zwischenzeit der Austragungsort des Eurovision Song Contest 2022 fest.

Umsatz und Ergebnis (in Mio. CHF)

	01.01. bis 30.09.2021	01.01. bis 30.09.2020	Veränderung
Segmentumsatz	51,4	46,9	9,5%
Segmentergebnis	24,3	22,3	8,7%

Die Aussenumsätze des Segments Sport- und Event-Marketing erhöhten sich leicht gegenüber dem Vorjahr. Gleichzeitig sanken die übrigen Segmenterträge, während die planmässigen Abschreibungen und die Segmentaufwendungen nur leicht stiegen. In Folge stieg das Segmentergebnis entsprechend.

Operative und wirtschaftliche Entwicklung des Segments Sport

Im September 2021 startete die Sport1 GmbH die neue Multisport-Streaming-Plattform „SPORT1 Extra“ in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Auf sport1extra.de werden zahlreiche Sportarten und Wettbewerbe live und on-demand in einem flexiblen Angebots- und Preismodell angeboten, das Pay-per-View für Events oder Liga- und Klub-Pässe beinhaltet. Eines der Highlights zum Start ist die Volleyball Bundesliga der Frauen: Ab der Saison 2021/22 werden alle Partien der 1. und 2. Bundesliga live und exklusiv auf „SPORT1 Extra“ präsentiert.

Bei der Vergabe der Medienrechte am DFB-Pokal sicherte sich SPORT1 im Juli ein umfangreiches Paket für die Saisons 2022/2023 bis einschliesslich 2025/2026, das Highlight-Rechte an allen 63 Spielen des DFB-Pokals pro Spielzeit zur Auswertung auf sämtlichen TV- und Digital Kanälen umfasst. Zum Start in die neue Bundesliga-Saison feierten am neuen Fussball-Montag auf SPORT1 mit der Talkrunde „Doppelpass 2. Bundesliga“ und der Comedy-Sendung „sportwetten.de So schaut's aus – Die Bundesliga-Show“ auch zwei neue Formate ihre Premiere. In der Vermarktung wurden für die Fussball-Umfelder auf SPORT1 zahlreiche namhafte Werbepartner akquiriert, darunter STAHLWERK als neuer Titelsponsor für den „Doppelpass“ sowie Polestar und Tipico als Co-Presenter für das neue Zweitliga-Topspiel am Samstagabend. Die Partnerschaft mit Media Impact baute SPORT1 im August weiter aus und startete das neue Vermarktungs-Angebot SPORT POWERHOUSE, das die Marken SPORT1, BILD, BILD am SONNTAG, SPORT BILD und Transfermarkt.de gattungsübergreifend für Werbekunden bündelt.

Nach dem erfolgreichen Abschluss der Produktion der UEFA EURO für MagentaTV der Deutschen Telekom erweiterte PLAZAMEDIA im August die Partnerschaft mit DAZN: Die weltweit führende Sport-Plattform beauftragte PLAZAMEDIA in der DACH-Region mit der Produktion von zahlreichen Show-Formaten im von der PLAZAMEDIA geschaffenen „DAZN Space“ als multifunktionaler Sendeumgebung.

Marktanteile im Free-TV bei den Zuschauern ab drei Jahren und in der Kernzielgruppe der 14- bis 59-jährigen Männer mit 0,5% bzw. 0,8% Prozent über dem Vorjahres-Niveau (0,4% Z3+ bzw. 0,7% M14-59) – im Vorjahr noch stärker geprägt von den 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 2021 bei SPORT1+ bei 2,30 Millionen Subscribern (30. September 2020: 2,26 Millionen), bei eSPORTS1 bei 2,10 Millionen (30. September 2020: 1,14 Millionen Subscriber) und beim im November 2020 gestarteten englischsprachigen Sender eSportsONE bei 2,20 Mio.

Im Online- und Mobile-Bereich lagen die Visits im dritten Quartal rund 12% über Vorjahres-Niveau. Grund hierfür sind die positive Entwicklung des mobilen Bereichs durch starken Zugriff auf die Angebote über Social Media und Suchmaschinen sowie die wieder in nahezu gewohnter Form stattfindenden Sportereignisse im Vergleich zu 2020. Die Zahl der Unique User des gesamten Digital-Angebots stieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 11%, im Mobile-Bereich sogar um 17%.

Auch im Videobereich auf den SPORT1 Plattformen stiegen die Video Views um 26%. Vor allem die neuen Highlight-Rechte an der 1. und 2. Bundesliga trugen zu dieser Steigerung bei. Auf YouTube sanken im Vergleichszeitraum die Video Views um 40%, bedingt unter anderem durch die konkurrierenden Bundesliga-Angebote der Öffentlich-Rechtlichen.

Umsatz und Ergebnis (in Mio. CHF)

	01.01. bis 30.09.2021	01.01. bis 30.09.2020	Veränderung
Segmentumsatz	75,6	62,4	21,1%
Segmentergebnis	-17,4	-10,5	-66,0%

Die Umsätze des Segments Sport stiegen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 13,2 Mio. CHF auf 75,6 Mio. CHF. Der überproportionale Anstieg der Segmentaufwendungen um 19,9 Mio. CHF auf 97,2 Mio. CHF führte dazu, dass das Segmentergebnis von -17,4 Mio. CHF unter dem Niveau des Vorjahres lag.

Risiko- und Chancenbericht

Bei den Risiken und Chancen der Highlight-Gruppe haben sicher im dritten Quartal 2021 keine Veränderungen ergeben.

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

Ausblick

Segment Film

Im Kinoverleih werden im vierten Quartal 2021 aus derzeitiger Sicht – Änderungen sind aufgrund der pandemischen Lage möglich – vier Filme in die deutschen Kinos gebracht: „Contra“ (eine deutsche Filmkomödie von Sönke Wortmann), „Eiffel in Love“, „Welcome to Raccoon City“ (Resident Evil Reboot), und „Caveman“ (mit Moritz Bleibtreu in der Hauptrolle).

Im Geschäftsfeld Home Entertainment erfolgt im vierten Quartal 2021 der Breitenstart der Constantin Eigenproduktion „Monster Hunter“ sowie der Start des Kino-Family-Produkts „100% Wolf“. Darüber hinaus sind im vierten Quartal 2021 die Home Entertainment Veröffentlichungen der TV-Eventproduktion „KaDeWe“ sowie der Lizenztitel „Die in a Gunfight“ und „Breaking News in Yuba County“ geplant.

Im Bereich Lizenzhandel/TV-Auswertung sind im Zeitraum Oktober bis Dezember 2021 die Lizenzstarts der Kinofilme „After Passion“ und „Bailey – ein Hund kehrt zurück“ (beides ProSieben) im Free-TV sowie unter anderem die Titel „Das Beste kommt noch“ (französisches Original, bei Sky) im Pay-Per-Channel, und „Breaking News in Yuba County“ im Pay-Per-View (ebenfalls Sky) geplant.

Im Bereich Kino ist im vierten Quartal 2021 derzeit ein Drehstart geplant: „Das Beste kommt noch“.

Die unter Home Entertainment erwähnte Produktion „KaDeWe“ startet im vierten Quartal in der ARD (linear und Mediathek).

In der TV-Auftragsproduktion sind bis zum Jahresende 2021 zahlreiche Projekte der Constantin Film-Tochtergesellschaften in Vorbereitung/im Dreh, darunter u.a. weitere Folgen der Daily „Dahoam is Dahoam“ (Bayerischer Rundfunk), die Highend-Crime Serie „Lauchhammer“ für die ARD, die Comedy-Familienserie „Wendehammer“ für das ZDF, weitere Folgen der TV-Reihe „Daheim in den Bergen“ (ARD) und eine weitere Produktion in Zusammenarbeit mit Ferdinand von Schirach.

Segment Sport- und Event-Marketing

Die Aktivitäten der TEAM-Gruppe werden sich weiterhin auf die Vermarktung der kommerziellen Rechte an der UEFA Champions League, der UEFA Europa League und der UEFA Europa Conference League für die Spielzeiten 2021/22 konzentrieren. Da wieder einige Stadionbesuche erlaubt sind, wird die Rechteverwertung sowohl vor Ort als auch in digitaler Form erfolgen.

Parallel dazu werden sich die Verkaufsteams der TEAM-Gruppe darauf konzentrieren, einen kommerziellen Konzeptplan für den bevorstehenden Verkauf von Rechten für die Spielzeiten 2024/25-2026/27 zu erstellen. Dazu gehört die Betrachtung des bisherigen Verkaufsprozesses und die Beratung mit den Beteiligten über die Optimierung des Produktangebots und des künftigen Verkaufsprozesses.

Der Kernfokus des Highlight Event Teams liegt auf zwei Bereichen: Zum einen auf den Vorbereitungen zur erfolgreichen Umsetzung des Neujahrskonzerts der Wiener Philharmoniker 2022 (u.a. Planungen mit dem ORF und den weltweiten Sendeanstalten, Hospitality Experience für die Gäste des Hauptsponsors), das wiederum in über 90 Länder ausgestrahlt wird. Zum anderen auf dem Verkauf der Sponsorenpakete für den Eurovision Song Contest 2022 in Turin. Neben diesen Aktivitäten finden zurzeit intensive Vertragsverlängerungsverhandlungen mit diversen Partnern im Rahmen beider Projekte statt.

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 1. 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.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Die weltweite Corona-Pandemie bleibt auch über das dritte Quartal 2021 hinaus ein wichtiges Thema. Der Verwaltungsrat überwacht die Situation fortlaufend und hat bereits entsprechende Massnahmen eingeleitet.

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