



Highlight

Highlight Communications AG



3Q 2024

QUARTALSMITTEILUNG zum 30. September 2024

Entwicklung der Highlight-Gruppe in den ersten neun Monaten gemäss den Erwartungen

- Der Konzernumsatz lag bei 258,4 Mio. CHF (Vorjahr 285,6 Mio. CHF).
- Das Betriebsergebnis (EBIT) betrug -7,6 Mio. CHF (Vorjahr -3,0 Mio. CHF).
- Die Eigenkapitalquote lag per 30. September 2024 bei 26,2 % (31. Dezember 2023: 26,8 %).

Wirtschaftliche Entwicklung der Highlight-Gruppe

Umsatz und Ergebnis (in Mio. CHF)

	01.01. bis 30.09.2024	01.01. bis 30.09.2023	Veränderung
Umsatzerlöse	258,4	285,6	-9,5 %
Betriebsergebnis (EBIT)	-7,6	-3,0	n/a
Konzernperiodenergebnis	-18,2	-18,0	n/a
Ergebnisanteil Anteilseigner	-18,2	-18,4	n/a
Ergebnis je Aktie (in CHF)	-0,32	-0,32	n/a

Die im Vergleich zum Vorjahr niedrigeren Umsatzerlöse resultieren aus dem niedrigeren Segmentumsatz im Segment Film.

Die übrigen Segmenterträge, die massgeblich von den aktivierten Filmproduktionen geprägt sind, lagen produktionsbedingt über dem Niveau des Vorjahrs.

Der operative Konzernaufwand verringerte sich geringfügig um 4,2 Mio. CHF auf 355,9 Mio. CHF.

Infolgedessen resultiert ein EBIT von -7,6 Mio. CHF (Vorjahr -3,0 Mio. CHF) und ein Konzernperiodenergebnis von -18,2 Mio. CHF gegenüber -18,0 Mio. CHF im Vorjahr.

Vermögens- und Finanzlage (in Mio. CHF)

	30.09.2024	31.12.2023	Veränderung
Bilanzsumme	658,2	598,8	9,9 %
Eigenkapital	172,2	160,4	7,3 %
Eigenkapitalquote (in %)	26,2	26,8	-0,6 Punkte
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	215,9	153,7	n/a
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	7,0	25,5	n/a

Die langfristigen Vermögenswerte in Höhe von 508,3 Mio. CHF lagen um 57,7 Mio. CHF über dem Niveau des Jahresendes 2023. Der Anstieg des Filmvermögens um 56,3 Mio. CHF auf 252,3 Mio. CHF resultierte aus einer Zunahme der Eigenproduktionen im Vergleich zum Jahresende 2023.

Die kurzfristigen Vermögenswerte stiegen leicht um 1,7 Mio. CHF an, auf 149,9 Mio. CHF. Während die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente um 18,5 Mio. CHF abnahmen, konnte dies durch eine Zunahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen um 28,6 Mio. CHF ausgeglichen werden.

Das Eigenkapital erhöhte sich um 7,3 % auf 172,2 Mio. CHF gegenüber 160,4 Mio. CHF zum Jahresende 2023.

Operative und wirtschaftliche Entwicklung des Segments Film

Kinoproduktion - Im dritten Quartal 2024 begannen die Dreharbeiten zu insgesamt vier Kinofilmen, darunter „Der Medicus 2“, eine Fortsetzung des internationalen Kinoerfolges aus 2013, sowie „Das Kanu des Manitu“, die Fortsetzung des erfolgreichsten deutschen Films aller Zeiten.

Im Bereich Rechteerwerb sicherte sich die Constantin Film-Gruppe im gleichen Zeitraum „High In The Clouds“ und „Solo Mio“.

Der Kinomarkt in Deutschland liegt aktuell -14 % in Besuchern und -16 % in Umsatz hinter den Werten von 2023 zu diesem Zeitpunkt. Der Streik der Darsteller und Kreativen der SAG-AFTRA (Screen Actors Guild – American Federation of Television and Radio Artists) im Jahr 2023 wirkte sich auch auf die Releases im ersten Quartal 2024 aus, was eine geringe Produktdichte und somit auch Auswirkungen auf die Kinozahlen zur Folge hatte. Das aktuelle Defizit im Vergleich zu 2023 sollte im vierten Quartal noch ein wenig verringert werden, da auch bereits letzten Herbst/Winter streikbedingt weniger US-Produkte in die deutschen Kinos kamen.

Zum Berichtsstichtag steht das Kinojahr 2024 bei circa 64 Mio. Besuchern und einem GBO (Gross Box Office/Kartenumsatz) von 618 Mio. Euro; der durchschnittliche Ticketpreis befindet sich mit 9,60 EUR auf ähnlichem Niveau wie im Vorjahr.

Weiterhin haben die wirtschaftlichen Anspannungen in Deutschland wie auch Europa immer noch starke Auswirkungen auf das Konsumverhalten.

Kinoverleih - Im Berichtszeitraum starteten die Filme „200 % Wolf“ am 8. August 2024 und „Megalopolis“ am 26. September 2024 in den deutschen Kinos.

Home Entertainment - Mit der Blockbuster-Eigenproduktion „Chantal im Märchenland“, welche auf der erfolgreichen Fack Ju Göhte-Franchise aufsetzt, gelangte im dritten Quartal ein Film zur Veröffentlichung, für den sich zuvor im Kino ein mehrfaches Millionenpublikum begeistert hatte und der in der digitalen sowie physischen Auswertung weit überdurchschnittliche Umsatzzahlen lieferte. Zu den weiteren Auswertungen zählten der animierte Familienfilm „Das Geheimnis von La Mancha“ sowie der Action-Fantasy-Film „Boy Kills World“. Beide Titel versprechen sehr gute Verkaufszahlen in der Erstvermarktung.

Zum positiven Gesamtergebnis trugen auch die sowohl im physischen Vertrieb als auch im Digitalvertrieb erzielten Umsatzzahlen der im ersten Halbjahr 2024 veröffentlichten Filme „Das Beste kommt noch!“, „Die unwahrscheinliche Pilgerreise des Harold Fry“, „Wow! – Nachricht aus dem All“, „Die Drei Musketiere – Milady“, „Home Sweet Home“ und die Direct-to-Video-Veröffentlichungen „Der Lügner“ und „Glückliche Männer“ bei. Die intensive und stetige Vermarktung der Libraryprodukte leistete ebenfalls einen Beitrag zu den sehr erfreulichen Umsatzzahlen.

Im generell marktschwachen physischen Vertrieb konnte die Lizenzakquisition „Neue Geschichten vom Pumuckl“ mit mehreren Tausend verkauften Einheiten punkten. Ebenso absatzstark erwies sich die physische Neuauflage des Alltime-Klassikers „Der Name der Rose“ in mehreren Versionen inklusive 4K-Format.

Starke Marktanteile lieferte Constantin Film abermals für das ARD Sommerkino. Die Komödie „Contra“ mit Christoph Maria Herbst und Nilam Farooq in den Hauptrollen bescherte bei den 14- bis 49-Jährigen 20,8 % Marktanteil mit 812.000 Zuschauerinnen und Zuschauern in dieser Altersklasse und bedeutete den unangefochtenen Tagessieg. Im Gesamtmarkt schauten den Film 4,5 Mio. Zuschauer bei einem Marktanteil von 19,7 %; dazu kamen 453.000 Aufrufe in der Mediathek. Die bereits neunte Eberhofer-Verfilmung „Rehagout-Rendezvous“ lieferte 21,1 % Marktanteil im Gesamtmarkt mit 5,2 Mio. Zuschauern. Ebenso beeindruckend war der Erfolg beim jungen Publikum zwischen 14 und 49 Jahren: 811.000 Zuschauerinnen und Zuschauer waren zwischen 14 und 49 Jahren alt, der Marktanteil hier lag bei 18,5 %.

Die Wiederholungen der Kroatien-Krimis zur ARD-Hauptsendezeit mit den Titeln „Vor Mitternacht“ und „Tod im roten Kleid“ erreichten zweistellige Marktanteile im Gesamtmarkt mit 20,2 % und 4,2 Mio. Zuschauern bzw. 19,8 % und 4,58 Mio. Zuschauern.

Im Streamingsegment glänzte die mit Anthony Hopkins besetzte fulminante Historien-Mammutproduktion „Those About To Die“ mit extrem guten Abrufzahlen auf Amazon Prime Video. Die 10-teilige Serie wurde im Berichtszeitraum in Deutschland über 30 Mio. Mal abgerufen. Die kurz vor Beginn des dritten Quartals auf Netflix gestartete Dokutainment-Show „Kaulitz und Kaulitz“ erreichte gesamt über 20 Mio. Abrufe.

Lizenzhandel/TV-Auswertung – Im dritten Quartal wurden im Free-TV u.a. die Kinofilme „Rehagout-Rendezvous“ (aus der Eberhofer-Reihe, Degeto und Österreichischer Rundfunk) erstmals verfügbar, ebenso die Komödien „Liebesdings“ (mit Elyas M'Barek in der Hauptrolle) und Leander Haußmanns „Stasikomödie“ (beide ProSieben).

Im Pay-TV (PPC) gingen die Digitalpremierer „Der Lügner“ und „Glückliche Männer“ bei Sky in die Erstauswertung; ebenso „Die drei Musketiere – Milady“.

TV-Auftragsproduktion – Im dritten Quartal begannen die Dreharbeiten zu zahlreichen Produktionen, u.a. einer Netflix-Komödie unter der Regie von Marco Petry mit Alexandra Maria Lara und David Striesow (Olga Film), zu den Spielfilmen „Was noch Schönes kommt“ (Hager Moss) und „Am Ende des Tages“ (Olga Film) sowie der TV-Serie „Stationär“ (Rat Pack).

Die Constantin Entertainment produzierte im Berichtszeitraum u. a. neue Folgen zu „Geht's noch?! – Die irrwitzige Verbrauchershow“ (Sat 1), eine siebte Staffel „Musik in den Bergen“ (BR) sowie neue Folgen einer Reality-Show zu „Germany Shore“ (Paramount+). Ebenso begannen die Dreharbeiten zur zweiten Staffel der Personality-Serie „Kaulitz & Kaulitz“ (Netflix).

Umsatz und Ergebnis (in Mio. CHF)

	01.01. bis 30.09.2024	01.01. bis 30.09.2023	Veränderung
Segmentumsatz	141,9	171,7	-17,4%
Segmentergebnis	0,5	5,6	n/a

Die Segmentaufwendungen verringerten sich im Berichtszeitraum um 5,1 Mio. CHF bzw. 2,2 % auf 229,1 Mio. CHF. Auf Grund der geringeren Segmentumsätze lag das Segmentergebnis trotzdem unter dem Vorjahreswert.

Operative und wirtschaftliche Entwicklung des Segments Sport und Event

Im dritten Quartal 2024 konnte TEAM Qatar Airways und Crypto.com als neue Sponsoren für die Spielzeiten 2024–2027 der UEFA Champions League gewinnen. Kaizen Gaming (Betano) unterzeichnete einen Sponsorenvertrag für die Spielzeiten 2024–2027 der UEFA Europa League und der UEFA Conference League.

Die Aktivitäten der Highlight Event AG richteten sich im dritten Quartal einerseits auf die Verhandlung verschiedener TV-Verträge für die Wiener Philharmoniker sowie mit den Sponsorenverträgen verbundene Veranstaltungen in 2024 und 2025 und andererseits auf den Verkauf der Sponsorenrechte für den Eurovision Song Contest 2025.

Strategischer Investor für SPORT1: Im August wurde die im Februar 2024 angekündigte Vereinbarung zwischen der Sport 1 Medien AG und ACUNMEDYA über eine Veräusserung von 50 % der Geschäftsanteile an der Sport 1 GmbH vollzogen. Über die Beteiligung hinaus wird im Rahmen der strategischen Kooperation mit ACUNMEDYA auch eine umfangreiche Content-Offensive umgesetzt: International bekannte und sehr erfolgreiche Entertainment- und Sportunterhaltungs-Formate von ACUNMEDYA sollen auf SPORT1 in das deutsche Free-TV gebracht werden. Den Anfang machte die Deutschland-Premiere von EXATLON Germany im September. Das Sport-Reality-Format EXATLON verbindet auf einzigartige Weise Sport, Reality und Unterhaltung und hat weltweit bereits ein grosses Publikum erobert.

Für seine Digital-Plattformen erwarb SPORT1 von Warner Bros. Discovery Sublicenzrechte für Highlight-Clips von den Olympischen Sommerspielen in Paris, um nach der Fussball-EM auch den nächsten Höhepunkt des Super-Sportjahres umfangreich zu begleiten.

Im Free-TV lagen die Marktanteile im dritten Quartal bei den Zuschauern ab drei Jahren und in der Kernzielgruppe Männer 14 bis 59 Jahre bei 0,4 % (Q3 2023: 0,5 %) bzw. 0,7 % (Q3 2023: 0,9 %) – und damit aufgrund der starken Konkurrenz durch die Fussball-EM und die Olympischen Spiele auf anderen Sendern wie erwartet unter dem Niveau des Vorjahresquartals.

Der Pay-TV Sender SPORT1+ verzeichnete zum 30. September 2024 insgesamt rund 1,89 Millionen Subscriber (30. September 2023: 1,87 Millionen). eSPORTS1 erreichte zum 30. September 2024 ca. 2,16 Millionen Subscriber (30. September 2023: 2,09 Millionen).

Im Digitalbereich lagen im dritten Quartal 2024 auf den SPORT1 Plattformen die Visits um 1 % knapp und die Video Views um 7 % etwas unter dem Niveau des Vorjahresquartals. Bedingt war der leichte Rückgang u.a. durch eine kurzzeitige SEO-Problematik beim Google-Suchalgorithmus, während sich die Berichterstattung über Fussball-EM und Olympische Spiele positiv auf Visits und Video Views auswirkte.

Umsatz und Ergebnis (in Mio. CHF)

	01.01. bis 30.09.2024	01.01. bis 30.09.2023	Veränderung
Segmentumsatz	116,5	113,9	2,3 %
Segmentergebnis	-4,5	-4,2	n/a

Die Aussenumsätze des Segments Sport und Event lagen mit 116,5 Mio. CHF fremdwährungsbedingt um 2,7 Mio. CHF über dem Niveau des Vorjahres. Die übrigen Segmenterträge verringerten sich um 0,7 Mio. CHF auf 2,8 Mio. CHF während die Segmentaufwendungen um 2,3 Mio. CHF auf 124,0 Mio. CHF stiegen. Das Segmentergebnis lag fremdwährungsbedingt bei -4,5 Mio. CHF (Vorjahr -4,2 Mio. CHF).

Risiko- und Chancenbericht

Bei den Risiken und Chancen der Highlight-Gruppe haben sich im dritten Quartal 2024 keine Veränderungen ergeben. Eine detaillierte Beschreibung des Risikomanagementsystems sowie des Risiko- und Chancenprofils befindet sich im Lagebericht unseres Geschäftsberichts 2023.

Ausblick

Segment Film

Im vierten Quartal sind die Kinostarts der Constantin-Produktionen „Hagen – Im Tal der Nibelungen“ sowie „Der Spitzname“ in den deutschen Kinos geplant.

In der Home-Entertainment-Auswertung, die den digitalen und den physischen Vertrieb umfasst, geht Constantin für den Digitalvertrieb von unverändert guten Absatzzahlen der Neuveröffentlichungen und Katalogprodukte aus. Für das physische Geschäft wird durch das rückläufige Konsumverhalten ein weiterer Absatzzrückgang erwartet.

Mit Francis Ford Coppolas Meisterwerk „Megalopolis“ sowie mit der Franchise-Animation „200 % Wolf“ stehen dem Home-Entertainment-Vertrieb im vierten Quartal 2024 weitere erfolversprechende Produktionen zur Verfügung.

Im vierten Quartal 2024 sind Umsätze/Free-TV von ProSieben für die Kinofilme „Der Nachname“ und „After Forever“ (dem vierten und letzten Teil der Bestsellerverfilmung) zu erwarten. Bei RTL und Österreichischem Rundfunk stehen die Free-TV-Erstverfügbarkeiten für „Freibad“ (Regie: Doris Dörrie) an; bei RTL hat zudem der Videostarttitel „Lamborghini“ Lizenzbeginn.

Zudem werden im Pay-TV (PPC) sowohl bei Sky als auch bei blue Entertainment (Schweiz) die beiden Kinofilme „Das Beste kommt noch“ mit Til Schweiger sowie „Wow! – Nachricht aus dem All“ verfügbar.

Segment Sport und Event

Im nächsten Quartal wird sich TEAM auf die Unterstützung der UEFA und die Durchführung der ersten Ligaphase in der aktuellen Saison konzentrieren. Durch die Änderung des Formats der UEFA Champions League, der UEFA Europa League und der UEFA Conference League kommen 126 Spiele pro Saison zum Bestand des kommerziellen Zyklus 2024–2027 hinzu.

Die Aktivitäten der Highlight Event AG konzentrieren sich im dritten Quartal auf verschiedene Sponsoren- und Medienevents der Wiener Philharmoniker in Madrid (1. Oktober 2024), Paris (4. Oktober 2024) und Peking (28. Oktober 2024) sowie auf die Vorbereitungen für das Neujahrskonzert 2025 und eine weitere Sponsorenveranstaltung in Mailand im Februar 2025. Die Verkaufsaktivitäten für den ESC 2025 in Basel (Schweiz) sind gut angelaufen. Verschiedene Sponsorenverträge konnten bereits frühzeitig verlängert oder abgeschlossen werden.

Der grundsätzliche Fokus der Sport1 GmbH liegt im Geschäftsjahr 2024 auf der konsequenten Content-Nutzung, -Verbreitung und -Kapitalisierung in den Bereichen Sport und Entertainment. Neben der Stärkung des SPORT1-Portfolios durch den Erwerb neuer Rechte und den Start neuer Formate, der Verlängerung bestehender Partnerschaften sowie der Erschließung neuer Content-Kooperationen und Geschäftsfelder stehen die plattformübergreifende Auswertung und die Inszenierung etablierter Programmsäulen auch weiterhin im Mittelpunkt. Dazu zählen als Kernsportarten insbesondere Fussball, Darts und Motorsport. Angesichts der nach wie vor massiv wachsenden digitalen und plattformübergreifenden Nutzung von Medienangeboten wird das Segment Sport ausserdem die digitale Diversifizierung der Marke SPORT1 weiter vorantreiben und gleichzeitig neue Inhalte

und Vermarktungsumfelder schaffen. Dabei plant die SPORT1 MEDIEN Gruppe auf Basis der grossen Reichweiten ihrer Plattformen, der langfristig erworbenen Rechte und der vorhandenen Zielgruppe sukzessive eigene, auf die Zielgruppe ihrer Plattformen abgestimmte digitale Produkte zu schaffen und sich somit unabhängiger vom Werbemarkt zu machen. Ein Schwerpunkt liegt darüber hinaus auf der Planung und Umsetzung von zukunftssträchtigen Projekten im Web3-Bereich.

Bei PLAZAMEDIA bilden auch 2024 neben der Realisierung von komplexen Live- und Non-Live-Produktionen die Entwicklung und Weiterentwicklung von Produktionstechnologien, Content-Management-Lösungen sowie die produktionstechnische Content-Distribution Schwerpunkte.

Bei den Tochterunternehmen der Sport 1 Medien AG im Sportbereich stehen grundsätzlich der Erhalt und Ausbau bestehender sowie der Aufbau neuer Kundenbeziehungen im Mittelpunkt. Besonderer Fokus wird dabei auf eine bestmögliche Nutzung der Synergien im Sport- und Entertainmentbereich gelegt, indem die Tochterunternehmen die gesamte Wertschöpfungskette abbilden und entsprechend integrierte Dienstleistungen für Partner und Kunden erbringen können.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Der Geschäftsführung und dem Verwaltungsrat sind keine Ereignisse bekannt, die nach dem Bilanzstichtag eingetreten sind und einen wesentlichen Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Highlight-Gruppe haben.

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; 2024 UEFA*