

Q1 QUARTALSMITTEILUNG 2019

INHALT

1. FINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN	2
2. GESCHÄFTSENTWICKLUNG IM ERSTEN QUARTAL 2019	2
2.1 GESAMTBETRACHTUNG	2
2.2 OPERATIVE UND WIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG IM BEREICH SPORT	3
2.3 SONSTIGES	4
2.4 FINANZERGEBNIS	4
2.5 NETTOLIQUIDITÄT	5
3. RISIKO- UND CHANCENBERICHT	5
4. FINANZIELLE ZIELE	6
5. EREIGNISSE NACH DER BERICHTSPERIODE	6

Zukunftsbezogene Aussagen

Dieses Dokument enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf Einschätzungen und Erwartungen seitens des Vorstands basieren. Diese Aussagen sind zu erkennen 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 des Vorstands liegen. Sollten 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 des Constantin Medien-Konzerns wesentlich von denjenigen Ergebnissen abweichen, die ausdrücklich oder implizit in den zukunftsbezogenen Aussagen genannt worden sind.

Die Constantin Medien 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 Bericht enthaltenen zukunftsbezogenen Aussagen übernommen.

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.

Impressum

Constantin Medien AG, Münchener Straße 101g, 85737 Ismaning, Deutschland, HRB 148 760 Amtsgericht München
Tel. +49 (0) 89 99 500-0, Fax +49 (0) 89 99 500-111, info@constantin-medien.de, www.constantin-medien.de

QUARTALSMITTEILUNG

Die Constantin Medien AG ist ein international agierendes Medienunternehmen mit Sitz in Ismaning bei München. Die Geschäftstätigkeit umfasst den Bereich Sport mit den Gesellschaften Sport1 GmbH, Sport1 Media GmbH, Magic Sports Media GmbH, Match IQ GmbH, PLAZAMEDIA GmbH und LEITMOTIF Creators GmbH. Die Constantin Medien AG wird seit dem 31. März 2018 in den Konzernabschluss der direkten Muttergesellschaft Highlight Communications AG, Pratteln/Schweiz, sowie bei der obersten Muttergesellschaft Highlight Event and Entertainment AG, Pratteln/Schweiz, einbezogen.

1. Finanzielle Leistungsindikatoren

Für das Geschäftsjahr 2019 werden mit Blick auf die Einheitlichkeit im Constantin Medien-Konzern Umsatz und Konzernergebnis Anteilseigner als maßgebliche Steuerungsgrößen herangezogen. Zudem wird die nicht maßgebliche Kennziffer Nettoliquidität bzw. -verschuldung (Liquide Mittel abzüglich Finanzverbindlichkeiten) ermittelt. Zur Kontrolle und Steuerung des Bereichs Sport wird regelmäßig die nicht maßgebliche Kennziffer Betriebsergebnis (EBIT) ermittelt. Die Constantin Medien AG wird nach dem Jahresergebnis gesteuert.

2. Geschäftsentwicklung im ersten Quartal 2019

2.1 Gesamtbetrachtung

Constantin Medien-Konzern | Geschäftsentwicklung in Mio. Euro

	1.1. bis 31.3.2019	1.1. bis 31.3.2018	Veränderung	Veränderung in %
Umsatz	24,8	28,5	-3,7	-13,0%
Betriebsergebnis vor Abschreibungen/Wertminderungen (EBITDA)	-2,0	-1,8	-0,2	-11,1%
Betriebsergebnis (EBIT)	-4,2	-2,7	-1,5	-55,6%
Finanzergebnis	-0,1	-1,3	1,2	92,3%
Ergebnisanteil Anteilseigner	-4,2	-4,8	0,6	12,5%

- **Umsatzerlöse** in Q1 2019 um 13 Prozent unter dem Vorjahresquartal. Grund hierfür waren geringere TV-Werbeerlöse nach dem Wegfall der Rechte an der UEFA Europa League, eine generelle Zurückhaltung der Werbespendings bei den Werbetreibenden und einschränkende regulatorische Rahmenbedingungen bei den Schleswig-Holstein Lizenzen für die Veranstaltung und somit auch für die Bewerbung von Online Casinos. Der Vorstand geht davon aus, dass sich die rechtliche Situation im zweiten Quartal 2019 wieder dahingehend ändern wird, dass die Bewerbung entsprechender Angebote erneut möglich sein wird. Insgesamt lagen die Umsatzerlöse in Q1 2019 unter den Erwartungen.
- **Betriebsergebnis vor Abschreibungen/Wertminderungen (EBITDA)** bei -2,0 Mio. Euro nach -1,8 Mio. Euro in Q1 2018. Trotz des Umsatzrückgangs konnte das Betriebsergebnis vor Abschreibungen/Wertminderungen nahezu auf Vorjahresniveau gehalten werden, insbesondere aufgrund deutlich geringerer Lizenzaufwendungen sowie der Verschiebung des Miet- und Leasingaufwands in die Abschreibungen aufgrund der Erstanwendung von IFRS 16 Leasingverhältnisse zum 1. Januar 2019. Das EBITDA lag dabei leicht unter den Erwartungen.
- **Betriebsergebnis (EBIT)** bei -4,2 Mio. Euro nach -2,7 Mio. Euro in Q1 2018. Der Rückgang erklärt sich durch den obengenannten Umsatzrückgang und die einmalige Erfassung von Aufwendungen für Abfindungen. Zudem wurde das EBIT nach wie vor durch hohe Rechts- und Beratungskosten belastet.
- Deutliche Verbesserung des **Finanzergebnisses** in Q1 2019 um 1,2 Mio. Euro auf -0,1 Mio. Euro aufgrund des Entfalls der Zinsen für die im April 2018 zurückbezahlte Unternehmensanleihe.
- **Konzernergebnis Anteilseigner** verbesserte sich trotz des Rückgangs des Betriebsergebnisses um 0,6 Mio. Euro auf -4,2 Mio. Euro (Vorjahresquartal -4,8 Mio. Euro) aufgrund der deutlichen Verbesserung im Finanzergebnis (1,2 Mio. Euro) sowie eines geringeren Steueraufwands (Verbesserung um 0,8 Mio. Euro). Insgesamt lag des Konzernergebnis Anteilseigner leicht unter den Erwartungen.
- Die **finanziellen Ziele für das Gesamtjahr 2019** werden bestätigt.

2.2. Operative und wirtschaftliche Entwicklung im Bereich Sport

Bereich Sport | Entwicklung in Mio. Euro

	1.1. bis 31.3.2019	1.1. bis 31.3.2018	Veränderung	Veränderung in %
Umsatz	24,8	28,5	-3,7	-13,0%
Betriebsergebnis vor Abschreibungen/Wertminderungen (EBITDA)	-1,3	-0,9	-0,4	-44,4%
Betriebsergebnis (EBIT)	-3,4	-1,8	-1,6	-88,9%

- Umsatzrückgang im Bereich Sport in Q1 2019 um 13,0 Prozent auf 24,8 Mio. Euro wegen geringerer TV-Werbeerlöse nach dem Wegfall der Rechte an der UEFA Europa League, eine generelle Zurückhaltung der Werbespendings bei den Werbetreibenden und einschränkende regulatorische Rahmenbedingungen bei den Schleswig-Holstein Lizenzen für die Veranstaltung und somit auch für die Bewerbung von Online Casinos. Der Vorstand geht davon aus, dass sich die rechtliche Situation im zweiten Quartal 2019 wieder dahingehend ändern wird, dass die Bewerbung entsprechender Angebote erneut möglich sein wird.
- Insgesamt liegen die Umsatzerlöse und das Betriebsergebnis im Bereich Sport in Q1 2019 unter den Erwartungen.
- Die Umsatzabnahme konnte im Betriebsergebnis vor Abschreibungen/Wertminderungen (EBITDA) absolut gesehen nahezu kompensiert werden insbesondere aufgrund der geringeren Lizenzaufwendungen und der Verschiebung des Miet- und Leasingaufwands in die Abschreibungen (Erstanwendung von IFRS 16 Leasingverhältnisse ab dem 1. Januar 2019).
- Rückgang beim EBIT um 1,6 Mio. Euro vor allem aufgrund des obengenannten Umsatzrückgangs und der einmaligen Erfassung von Aufwendungen für Abfindungen.

- Die Investitionen, die Restrukturierung und der Ausbau der Kundenbeziehungen bei PLAZAMEDIA GmbH führten in den ersten drei Monaten 2019 zu einem EBITDA in Höhe von 0,9 Mio. Euro und somit zu einer sehr deutlichen Verbesserung um 0,9 Mio. Euro gegenüber der Vorjahresperiode. Trotz der hohen Abschreibungen auf die Investitionen verbesserte sich das EBIT bei der PLAZAMEDIA GmbH beträchtlich.

- In Q1 2019 erwarb die Sport1 GmbH weitere Rechte für ihr Programmportfolio, u.a. im Fußball an der Deutschen Meisterschaft der A- und B-Junioren sowie dem DFB-Pokalfinale der Junioren, im Volleyball am DVV-Pokalfinale und im Handball an Länderspielen der Nationalteams des Deutschen Handballbundes (DHB).

- Am 24. Januar 2019 ging mit eSPORTS1 der erste eSports-Sender im deutschsprachigen Raum erfolgreich on-air. Das Programm umfasst mindestens 1.200 Live-Stunden pro Jahr von internationalen und nationalen Top-Events sowie Highlight-Sendungen und eigenproduzierte Magazine. Der neue Pay-TV-Kanal berichtet 24/7 über die bekanntesten Titel wie u.a. League of Legends, Dota 2, Counter-Strike, Overwatch, Hearthstone, Fortnite oder FIFA 19. Mit ESL, Blizzard Entertainment, FIFA, DFL Deutsche Fußball Liga oder Sportradar sind hochkarätige Content-Partner mit an Bord. Seit Start wird eSPORTS1 über die Plattformen von Vodafone Deutschland, Telekom, Unitymedia, 1&1, T-Mobile Austria, A1 Telekom, UPC Schweiz und Zattoo sowie über die neue eSPORTS1 App angeboten.

- Quoten-Highlights im Free-TV in Q1 2019 insbesondere Fußball-Formate wie „Der CHECK24 Doppelpass“, „Bundesliga Pur“ und „Fantalk“, Darts mit WM und Premier League sowie Eishockey mit DEL und Champions Hockey League (CHL).
- Marktanteile im Free-TV in Q1 2019 bei Zuschauer Gesamt (Z3+: 0,6%) stabil und in Kernzielgruppe Männer 14 bis 59 Jahre (M14-59: 1,1%) leicht unter Niveau des Vorjahresquartals insbesondere aufgrund Wegfall Rechte an der UEFA Europa League.
- Verbreitung von SPORT1 HD: Zum 31. März 2019 hatten insgesamt 8,47 Mio. Subscriber das HD-Angebot von SPORT1 über die verschiedenen Plattformpartner abonniert (31. März 2018: 8,50 Mio.) – jeweils exklusive der Subscriber, die SPORT1 HD über Magenta TV der Telekom empfangen.
- Im Bereich Pay-TV lag zum 31. März 2019 die Anzahl der Abonnenten von SPORT1+ bei 2,34 Mio. Subscribern (Ende Q1 2018: 2,11 Mio.) und vom am 24. Januar gestarteten neuen Sender eSPORTS1 bei 1,14 Mio. Subscribern.

- Video-Abrufe auf den SPORT1 YouTube Channels in Q1 2019 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum deutlich gestiegen, vor allem dank fortgesetzter Prozess- und Strukturoptimierung auf allen Social-Media-Plattformen sowie weiterer Ausweitung des Video-on-Demand- und Livestream-Angebots auf YouTube. Video-Abrufe auf den SPORT1 Plattformen (ohne YouTube) leicht unter Vorjahresniveau.
- Visits sind in Q1 2019 im Vergleich zum Vorjahresquartal im Mobile-Bereich leicht gestiegen, Page Impressions (PIs) leicht unter Vorjahres-Niveau, was insbesondere auf die Berichterstattung zu den Olympischen Winterspielen 2018 zurückzuführen ist, die sich damals positiv auswirkte. Im Online-Bereich gingen Visits und PIs gegenüber Vorjahreszeitraum zurück. Die Entwicklung wird weiterhin grundlegend beeinflusst durch die Verschiebung der Content-Nutzung von Online zu Mobile.
- Zahl der Unique User im Mobile-Bereich ist im Vergleich zu Q1 2018 leicht gesunken. Das liegt zusätzlich zu thematischen Unterschieden zwischen den Quartalen, insbesondere durch die Olympischen Winterspiele 2018, auch an einer Umstellung der Unique-User-Messung im Mobile-Web-Bereich. Im Online-Bereich sank die Zahl der Unique User im Vergleich zu Q1 2018, ebenfalls bedingt durch die Verschiebung der Nutzung hin zu Mobile.
- In der Vermarktung baute SPORT1 MEDIA die Partnerschaft mit Telefónica Deutschland weiter aus: Das Highlight-Magazin „Bundesliga Pur – Lunchtime“ wird seit Januar jeden Sonntag aus Deutschlands höchstem TV-Studio im Münchner O2 Tower gesendet.
- Die erfolgreiche Kooperation von LEiTMOTIF mit PV Automotive wurde auf STAHLGRUBER erweitert: Für den Großhändler für Kfz-Teile, Zubehör und Werkstattausrüstung realisierte die Consulting-Unit im Januar die „Ignition Night“ von STAHLGRUBER in der von PLAZAMEDIA betriebenen Eventlocation ziegelei101.
- In der ziegelei101 zeichnete zudem SportScheck bei der Premiere des MADE FOR MORE AWARD 2019 im Februar die eindrucksvollsten Sportler-Persönlichkeiten des Jahres aus. SPORT1 übertrug die Preisverleihung mit über 500 Gästen aus Sport, Medien und Wirtschaft, die vom größten deutschen TV-Produktionsunternehmen Constantin Entertainment in Szene gesetzt wurde mit Unterstützung von PLAZAMEDIA im Bereich Studioproduktion, live im Free-TV und auf YouTube.
- Darüber hinaus wurden im Berichtsquartal wieder zahlreiche weitere Veranstaltungen namhafter Kunden in der ziegelei101 umgesetzt, u.a. IPSEN View (Health Care Convention GmbH & Co. KG) und die Consors Finanz Jahresauftaktveranstaltung (BNP Paribas s.a. Niederlassung Deutschland).
- PLAZAMEDIA übernahm in Q1 2019 erneut Studioproduktionen u.a. für den Bayerischen Rundfunk mit der Personality Show „Ringstetter“ und für die Mingamedia Entertainment GmbH die dritte Staffel der Disney Kinder-Kochshow „An die Töpfe, fertig lecker“. Umfangreiche serielle Produktionsdienstleistungen stellte PLAZAMEDIA auch im ersten Quartal wieder für Amazon, DAZN und SPORT1 bereit.
- Match IQ schloss im März mit Hertha BSC eine Kooperation, in deren Rahmen die Full-Service-Event- und Sportberatungs-Agentur für den Bundesligaklub im Mai 2019 eine USA-Tour mit zwei Freundschaftsspielen in den US-Bundesstaaten Minnesota und Wisconsin organisiert.

2.3 Sonstiges

- Das Betriebsergebnis der Holdinggesellschaft Constantin Medien AG (Bereich Sonstiges) war in Q1 2019 mit -0,8 Mio. Euro leicht besser als im Vorjahr (-0,9 Mio. Euro) und lag auch leicht über den Erwartungen, trotz nach wie vor hoher Rechts- und Beratungskosten.

2.4 Finanzergebnis

- Das Finanzergebnis verbesserte sich erheblich um 1,2 Mio. Euro auf -0,1 Mio. Euro (-1,3 Mio. Euro in der Vorjahresperiode, welche geprägt war durch die Zinsbelastung der Unternehmensanleihe in Höhe von 1,2 Mio. Euro). Das leicht negative Finanzergebnis resultiert aus der Aufzinsung der Leasingverbindlichkeiten aufgrund der Erstanwendung von IFRS 16 Leasingverhältnisse ab dem 1. Januar 2019.

2.5 Nettoliquidität

Nettoliquidität in Mio. Euro					
	31.3.2019	31.12.2018	Veränderung	Veränderung in %	<i>Pro Forma 31.12.2018 bei Anwendung von IFRS 16</i>
Liquide Mittel	16,5	13,4	3,1	23,1%	13,4
Langfristige Finanzschulden	8,7	0,8	7,9	>100,0%	6,3
Kurzfristige Finanzschulden	4,2	0,2	4,0	>100,0%	3,5
Nettoliquidität	3,6	12,4	-8,8	-71,0%	3,6

- Trotz des Anstiegs der liquiden Mittel um 3,1 Mio. Euro reduzierte sich die Nettoliquidität gegenüber dem 31. Dezember 2018 deutlich um 8,8 Mio. Euro.
- Der Rückgang der Nettoliquidität um 71,0 Prozent ist allein auf die erstmalige Erfassung der kurz- und langfristigen Leasingverbindlichkeiten zum 1. Januar 2019 in Höhe von 8,8 Mio. Euro aufgrund der Erstanwendung von IFRS 16 Leasingverhältnisse zurückzuführen.
- Hätte man IFRS 16 Leasingverhältnisse bereits zum 31. Dezember 2018 angewandt, hätte sich die Nettoliquidität nicht verändert (angepasste Zahlen zum 31. Dezember 2018: Liquide Mittel in Höhe von 13,4 Mio. Euro abzüglich kurz- und langfristiger Finanzschulden in Höhe von 9,8 Mio. Euro ergibt eine angepasste Nettoliquidität zum 31. Dezember 2018 in Höhe von 3,6 Mio. Euro).

3. Risiko- und Chancenbericht

- Detaillierte Beschreibung des Risikomanagementsystems und des Risiko- und Chancenprofils in den Kapiteln 7.2.1 bzw. 7.3.1 im zusammengefassten Konzernlage- und Lagebericht des Geschäftsberichts 2018 der Constantin Medien AG.
- Detaillierte Angaben zu den einzelnen Risiken und Chancen der Constantin Medien AG in Kapitel 7.2.2 bzw. 7.3.2 im zusammengefassten Konzernlage- und Lagebericht des Geschäftsberichts 2018.
- Beschreibung des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems bezogen auf den Konzernrechnungslegungsprozess in Kapitel 7.5 des zusammengefassten Konzernlage- und Lageberichts des Geschäftsberichts 2018 der Constantin Medien AG.
- Veränderungen gegenüber den im zusammengefassten Konzernlage- und Lagebericht des Geschäftsberichts 2018 der Constantin Medien AG dargestellten Risiken und Chancen im Berichtszeitraum:
- **Rechtsrisiken: Anfechtungsklage gegen Beschlüsse der Hauptversammlung vom 23. August 2017**
Die gegen die Beschlüsse der Hauptversammlung 2017 (unter anderem Beschluss über die Wahl von Aufsichtsratsmitgliedern) erhobene Anfechtungsklage wurde am 14. März 2019 vom Landgericht München I vollumfänglich abgewiesen. Das Gericht gab der Constantin Medien AG Recht und bestätigte so die Wirksamkeit der Hauptversammlungsbeschlüsse. Anfang April 2019 hat die Gegenpartei, KF 15 GmbH, Berufung eingelegt.

4. Finanzielle Ziele

Der Vorstand bestätigt aus heutiger Sicht die bisherigen finanziellen Ziele für das Gesamtjahr 2019:

- Konzernumsatz zwischen 105 Mio. Euro und 125 Mio. Euro.
- Auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis unter Berücksichtigung der Holding-Kosten sowie des Finanzergebnisses und Steuern zwischen +0,5 Mio. Euro und -3,0 Mio. Euro.

5. Ereignisse nach der Berichtsperiode

Dem Vorstand sind keine Ereignisse bekannt, die nach der Berichtsperiode eingetreten sind und einen wesentlichen Einfluss auf die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage der Constantin Medien-Gruppe haben.

Ismaning, 9. Mai 2019

Constantin Medien AG

Olaf G. Schröder

Vorsitzender des Vorstands

Dr. Matthias Kirschenhofer

Vorstand Recht und Finanzen

CONSTANTIN MEDIEN AG

CONSTANTIN MEDIEN AG Münchener Straße 101g 85737 Ismaning, Deutschland
Tel. +49 (0) 89 99 500-0 Fax +49 (0) 89 99 500-111 E-Mail info@constantin-medien.de
www.constantin-medien.de HRB 148 760 Amtsgericht München