CONSTANTIN
MEDIEN AG

AG

Jahresabschluss und zusammengefasster Konzernlage- und Lagebericht zum 31. Dezember 2015 (HGB)

Inhalt

Jahresabschluss

3 Bilanz
5 Gewinn- und Verlustrechnung

6 Anhangsangaben
6 1. Allgemeine Erläuterungen
6 2. Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden
8 3. Erläuterungen zur Bilanz
15 4. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung
17 5. Sonstige Angaben

Zusammengefasster Konzernlage- und Lagebericht

24 1. Grundlagen des Konzerns
28 2. Wirtschaftsbericht
50 3. Personalbericht
50 4. Nachtragsbericht
50 5. Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289a HGB
50 6. Vergütungsbericht
54 7. Angaben und Erläuterungen gemäß §§ 289 Abs. 4 und 315 Abs. 4 HGB
55 8. Risiko- und Chancenbericht
66 9. Internes Kontrollsystem und Risikomanagementsystem bezogen auf den Konzernrechnungslegungsprozess
66 10. Risiken und Chancen der Constantin Medien AG
66 11. Prognosebericht

72 Versicherung der gesetzlichen Vertreter
73 Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Zukunftsbezogene Aussagen
Dieser Bericht 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 der Constantin Medien AG 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 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.

Aktiva

Bilanz zum 31. Dezember 2015 in EUR

	31.12.2015	31.12.2014
A. Anlagevermögen		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
EDV-Programme, Namensrecht	**339.986,12**	204.095,15
	339.986,12	204.095,15
II. Sachanlagen		
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	**71.499,75**	81.436,68
	71.499,75	81.436,68
III. Finanzanlagen		
Anteile an verbundenen Unternehmen	**200.965.373,20**	176.536.627,84
	200.965.373,20	176.536.627,84
	201.376.859,07	176.822.159,67
B. Umlaufvermögen		
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		
davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr TEUR 0 (Vj. TEUR 0)	**11.904,61**	6.641,99
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen		
davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr TEUR 0 (Vj. TEUR 0)	**9.042.345,19**	8.175.116,30
3. Sonstige Vermögensgegenstände		
davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr TEUR 10 (Vj. TEUR 18)	**660.585,96**	1.069.944,36
	9.714.835,76	9.251.702,65
II. Wertpapiere		
Sonstige Wertpapiere	**1.049.500,00**	0,00
	1.049.500,00	0,00
III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	**3.344.244,50**	20.461.712,08
	14.108.580,26	29.713.414,73
C. Rechnungsabgrenzungsposten	**101.010,69**	228.444,48
D. Aktive latente Steuern	**2.868.777,00**	3.228.258,00
Summe Aktiva	**218.455.227,02**	209.992.276,88

Passiva

Bilanz zum 31. Dezember 2015 in EUR

	Vorspalte	**31.12.2015**	31.12.2014
A. Eigenkapital			
I. Gezeichnetes Kapital			
Bedingtes Kapital 45.000.000	93.600.000,00		93.600.000,00
abzgl. Nennbetrag eigene Anteile	-162,00	**93.599.838,00**	-162,00
II. Kapitalrücklage		**185.835.876,28**	185.835.876,28
III. Andere Gewinnrücklagen		**5.910.249,10**	5.910.249,10
IV. Bilanzverlust		**-179.087.921,46**	-185.546.472,20
		106.258.041,92	99.799.491,18
B. Rückstellungen			
1. Steuerrückstellungen		**502.937,93**	0,00
2. Sonstige Rückstellungen		**6.400.449,39**	7.808.499,07
		6.903.387,32	7.808.499,07
C. Verbindlichkeiten			
1. Anleihen			
davon konvertibel TEUR 0 (Vj. TEUR 0)			
davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr TEUR 3.145 (Vj. TEUR 3.154)		**68.145.218,56**	68.153.835,63
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen			
davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr TEUR 350 (Vj. TEUR 172)		**350.094,40**	172.396,56
3. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen			
davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr TEUR 86 (Vj. TEUR 1)		**85.881,59**	708,84
4. Sonstige Verbindlichkeiten			
davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr TEUR 181 (Vj. TEUR 139)			
davon aus Steuern TEUR 159 (Vj. TEUR 116)		**36.712.603,23**	34.043.173,04
		105.293.797,78	102.370.114,07
D. Rechnungsabgrenzungsposten		**0,00**	14.172,56
Summe Passiva		**218.455.227,02**	209.992.276,88

Gewinn- und Verlustrechnung

1. Januar bis 31. Dezember 2015 in EUR

	1.1. bis 31.12.2015	1.1. bis 31.12.2014
1. Umsatzerlöse	**2.069.099,00**	1.915.754,00
2. Sonstige betriebliche Erträge	**9.554.503,29**	2.939.559,28
3. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	**-6.219.788,77**	-4.372.260,06
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung		
davon für Altersversorgung TEUR 2 (Vj. TEUR 1)	**-365.639,06**	-333.454,08
	-6.585.427,83	-4.705.714,14
4. Abschreibungen		
auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	**-135.122,74**	-231.764,50
5. Sonstige betriebliche Aufwendungen	**-8.638.472,54**	-6.401.572,45
6. Betriebsergebnis	**-3.735.420,82**	-6.483.737,81
7. Erträge aus Beteiligungen	**4.710.329,21**	3.454.184,34
8. Erträge aus Gewinnabführungsverträgen	**12.626.166,92**	7.862.446,55
9. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		
davon aus verbundenen Unternehmen TEUR 172 (Vj. TEUR 134)		
davon Erträge aus Abzinsung TEUR 0 (Vj. TEUR 19)	**293.441,16**	345.578,25
10. Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens	**-5.500,00**	0,00
11. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		
davon an verbundene Unternehmen TEUR 12 (Vj. TEUR 18)		
davon Aufwendungen aus Aufzinsung TEUR 42 (Vj. TEUR 230)	**-6.584.040,40**	-7.930.770,84
12. Finanzergebnis	**11.040.396,89**	3.731.438,30
13. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	**7.304.976,07**	-2.752.299,51
14. Außerordentliche Erträge	**0,00**	48.827,98
15. Außerordentliches Ergebnis	**0,00**	48.827,98
16. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	**-844.895,33**	207.594,96
17. Sonstige Steuern	**-1.530,00**	-1.580,00
18. Jahresüberschuss/Jahresfehlbetrag	**6.458.550,74**	-2.497.456,57
19. Verlustvortrag aus dem Vorjahr	**-185.546.472,20**	-183.049.015,63
20. Bilanzverlust	**-179.087.921,46**	-185.546.472,20

Anhangsangaben

1. Allgemeine Erläuterungen

Der Jahresabschluss der Constantin Medien AG ist entsprechend den Vorschriften des Handelsgesetzbuchs für eine große Kapitalgesellschaft in entsprechender Anwendung des § 267 Abs. 3 HGB und den ergänzenden Vorschriften der §§ 150 ff. AktG aufgestellt worden. Der Abschluss ist in Euro aufgestellt, der die funktionale und die Berichtswährung des Unternehmens darstellt.

Die Constantin Medien AG, Ismaning, stellt als Mutterunternehmen den Konzernabschluss für den größten Kreis der Konzernunternehmen auf. Sie wird in keinen weiteren Konzernabschluss einbezogen. Der Konzernabschluss ist am Sitz der Gesellschaft hinterlegt.

2. Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

2.1 Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Bilanz

Die Vermögensgegenstände des Anlagevermögens, deren Nutzung zeitlich begrenzt ist, sind zu Anschaffungskosten, vermindert um planmäßige Abschreibungen bewertet. Die Abschreibungen werden nach wirtschaftlicher Betrachtungsweise über folgende Nutzungsdauern vorgenommen:

- Software zwischen 1 und 3 Jahre
- Namensrecht über 15 Jahre
- Büroeinrichtung zwischen 3 und 23 Jahre
- EDV-Anlagen und Bürogeräte zwischen 3 und 8 Jahre

Bei Änderung der den planmäßigen Abschreibungen zugrunde gelegten betriebsgewöhnlichen Nutzungsdauer und bei voraussichtlich dauernder Wertminderung werden außerplanmäßige Abschreibungen vorgenommen.

Für Geringwertige Wirtschaftsgüter mit Anschaffungskosten von jeweils bis zu EUR 1.000 werden unter Ausnutzung des Wahlrechts gemäß § 6 Abs. 2a EStG i.V.m. § 252 Abs. 2 HGB im Jahr des Zugangs Sammelposten gebildet, die im Jahr des Zugangs und in den folgenden vier Jahren linear abgeschrieben werden.

Die Finanzanlagen werden zu durchschnittlichen Anschaffungskosten bewertet, gegebenenfalls vermindert um außerplanmäßige Abschreibungen gemäß § 253 Abs. 3 Satz 3 HGB.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände werden zum Nennbetrag angesetzt. Bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, Forderungen gegen verbundene Unternehmen bzw. Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht, werden erkennbaren Ausfallrisiken durch Einzelwertberichtigungen Rechnung getragen.

Sonstige Wertpapiere sind zu Anschaffungskosten oder zum niedrigeren Börsenkurs am Bilanzstichtag bewertet.

Der Nennbetrag der eigenen Anteile ist gem. § 272 Abs. 1a HGB offen vom gezeichneten Kapital abgesetzt. Der Unterschiedsbetrag zu den Anschaffungskosten ist mit den Gewinnrücklagen verrechnet.

Kassenbestände und Guthaben bei Kreditinstituten werden zum Nominalwert bilanziert.

Es bestehen Devisentermingeschäfte zur Absicherung von Währungsrisiken. Die Devisentermingeschäfte sind zu fortgeführten Anschaffungskosten bzw. zum niedrigeren beizulegenden Marktwert am Bilanzstichtag bewertet. Der Marktwert ermittelt sich als Barwert der Zinsdifferenz der Währungen unter Berücksichtigung der Stichtagskurse und der Restlaufzeit.

Der aktive Rechnungsabgrenzungsposten enthält Ausgaben, die Aufwendungen für einen bestimmten Zeitraum nach dem Bilanzstichtag darstellen.

Beim Ansatz von latenten Steuern berücksichtigt die Constantin Medien AG als Organträgerin zusätzlich handels- und steuerrechtlich voneinander abweichende Wertansätze in den Abschlüssen ihrer Organgesellschaften und sofern nutzbar auch steuerliche Verlustvorträge.

Sonstige Rückstellungen berücksichtigen ungewisse Verbindlichkeiten und drohende Verluste aus schwebenden Geschäften in Höhe des nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbetrags, wobei ggf. künftige Preis- und Kostensteigerungen berücksichtigt werden. Rückstellungen mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr werden mit dem ihrer Restlaufzeit entsprechenden und von der Bundesbank vorgegebenen durchschnittlichen Marktzinssatz abgezinst. Die Bilanzierung der Rückstellung für aktienbasierte Vergütungen erfolgt als Verbindlichkeitenrückstellung aufgrund einer ungewissen Verpflichtung mit Barausgleich. Die Bewertung erfolgt zum Erfüllungsbetrag nach § 253 Abs. 1 Satz 2 HGB, welcher durch ein Binomialmodell mit dem Gesamtwert der Wertsteigerungsrechte ermittelt wurde. Die Zuführung zu der Rückstellung erfolgt zeitanteilig bis zum erwarteten Ausübungszeitpunkt.

Die Verbindlichkeiten sind mit ihren jeweiligen Erfüllungsbeträgen passiviert. Es besteht eine Option, die zum aktuellen Marktwert bewertet ist. Zur Berechnung wird das Black-Scholes-Modell verwendet.

Der passive Rechnungsabgrenzungsposten enthält Einnahmen, die Erträge für einen bestimmten Zeitraum nach dem Bilanzstichtag darstellen.

Gewinn- und Verlustrechnung
Die Gewinn- und Verlustrechnung wurde nach dem Gesamtkostenverfahren gemäß § 275 Abs. 2 HGB erstellt.

Umsatzerlöse sind die Erlöse aus konzerninternen Administrationsdienstleistungen und Managementweiterbelastungen. Die übrigen Kostenweiterbelastungen werden in den sonstigen betrieblichen Erträgen ausgewiesen.

2.2 Währungsumrechnung
Bankguthaben in fremder Währung werden mit dem am Tag des Geschäftsvorfalls geltenden Kurs sowie zum Abschlussstichtag bewertet.

Fremdwährungsforderungen und -verbindlichkeiten mit einer Laufzeit von unter einem Jahr werden zum Devisenkassamittelkurs zum Zeitpunkt des Bilanzstichtags bewertet. Bei einer Laufzeit von über einem Jahr werden Fremdwährungsforderungen mit dem Devisenkassamittelkurs zum Zeitpunkt der Forderungsbegründung oder zum niedrigeren Kurs zum Bilanzstichtag bzw. Fremdwährungsverbindlichkeiten mit dem Devisenkassamittelkurs zum Zeitpunkt der Entstehung der Verbindlichkeit oder dem höheren Kurs zum Bilanzstichtag bewertet.

Folgende Wechselkurse zum Euro lagen der Bewertung zu Grunde:

Wechselkurse

	31.12.2015	31.12.2014
US-Dollar – USD	**1,09070**	1,21560
Schweizer Franken – CHF	**1,08260**	1,20290

Anlagevermögen in EUR

	Anschaffungs- und Herstellungskosten				
	1.1.2015	Zugänge	Abgänge	Umbuchungen	31.12.2015
I. Immaterielle Vermögensgegenstände					
EDV-Programme, Namensrecht	1.588.047,06	236.375,80	0,00	0,00	1.824.422,86
	1.588.047,06	236.375,80	0,00	0,00	1.824.422,86
II. Sachanlagen					
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	731.905,86	25.460,09	6.463,93	0,00	750.902,02
	731.905,86	25.460,09	6.463,93	0,00	750.902,02
III. Finanzanlagen					
Anteile an verbundenen Unternehmen	253.491.231,42	24.451.746,36	60.800,00	0,00	277.882.177,78
	253.491.231,42	24.451.746,36	60.800,00	0,00	277.882.177,78
Summe gesamt	255.811.184,34	24.713.582,25	67.263,93	0,00	280.457.502,66

3. Erläuterungen zur Bilanz

Aktiva

Die Angaben des laufenden Jahres betreffen, sofern nicht anders bezeichnet, den Stichtag 31. Dezember 2015. Die Vorjahreswerte sind bei den einzelnen Posten jeweils neben den Jahresabschlusswerten vermerkt.

A. Anlagevermögen
Die Zusammensetzung und Entwicklung der immateriellen Vermögensgegenstände, Sachanlagen und Finanzanlagen sind aus dem nachfolgenden Anlagenspiegel ersichtlich.

I. Immaterielle Vermögensgegenstände

EDV-Programme, Namensrecht in EUR

	31.12.2015	31.12.2014
	339.986,12	204.095,15

Zusammensetzung in EUR

	31.12.2015	31.12.2014
Namensrecht	**131.944,42**	148.611,09
EDV-Programme	**208.041,70**	55.484,06
	339.986,12	204.095,15

Das Namensrecht betrifft den Erwerb der Rechte zur Nutzung des Namens „Constantin“ in 2008.

II. Sachanlagen

Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung in EUR

	31.12.2015	31.12.2014
	71.499,75	81.436,68

Hierbei handelt es sich im Wesentlichen um EDV-Systeme mit einem aktuellen Buchwert von EUR 11.551 (Vj. EUR 10.147) sowie um sonstige Einrichtungsgegenstände in Höhe von EUR 34.142 (Vj. EUR 48.786).

	Kumulierte Abschreibungen						**Buchwert**	
	1.1.2015	Zugänge	Zuschreibungen	Abgänge	Umbuchungen	31.12.2015	**31.12.2015**	31.12.2014
	1.383.951,91	100.484,83	0,00	0,00	0,00	1.484.436,74	**339.986,12**	204.095,15
	1.383.951,91	100.484,83	0,00	0,00	0,00	1.484.436,74	**339.986,12**	204.095,15
	650.469,18	34.637,91	0,00	5.704,82	0,00	679.402,27	**71.499,75**	81.436,68
	650.469,18	34.637,91	0,00	5.704,82	0,00	679.402,27	**71.499,75**	81.436,68
	76.954.603,58	0,00	0,00	37.799,00	0,00	76.916.804,58	**200.965.373,20**	176.536.627,84
	76.954.603,58	0,00	0,00	37.799,00	0,00	76.916.804,58	**200.965.373,20**	176.536.627,84
	78.989.024,67	135.122,74	0,00	43.503,82	0,00	78.080.643,59	**201.376.859,07**	176.822.159,67

III. Finanzanlagen

Der Anteilsbesitz gemäß § 285 Nr. 11 HGB setzt sich wie folgt zusammen. Sofern keine Angaben zu Eigenkapital und Ergebnis verfügbar sind, erfolgt die Kennzeichnung mit „n.n.“.

Name der Gesellschaft	Sitz der Gesellschaft	direkte/ indirekte Beteiligung in %	Währung	Eigenkapital des letzten Geschäftsjahres in Tausend	Ergebnis des letzten Geschäftsjahres in Tausend
Constantin Sport Holding GmbH*	Ismaning	100,00	EUR	24.795	0
Sport1 GmbH	Ismaning	100,00	EUR	5.324	0
Sport1 Gaming GmbH	Ismaning	100,00	EUR	-2.185	-107
Geenee, Inc.******	Delaware/USA	10,00	USD	n.n.	n.n.
GeeNee UG (haftungsbeschränkt)	Berlin	100,00	EUR	n.n.	n.n.
Constantin Sport Medien GmbH i.L.	Ismaning	100,00	EUR	100	0
PLAZAMEDIA GmbH*	Ismaning	100,00	EUR	8.676	0
PLAZAMEDIA Austria Ges.m.b.H.	Wien/Österreich	100,00	EUR	1.277	489
PLAZAMEDIA Swiss AG	Pratteln/Schweiz	100,00	CHF	-155	119
LEITMOTIF Creators GmbH* (vormals EM.TV Verwaltungs GmbH)	Ismaning	100,00	EUR	3	-2
Sport1 Media GmbH*	Ismaning	100,00	EUR	125	0
Screenforce Gattungsmarketing GmbH (vormals Wirkstoff TV Gattungsmarketing GmbH)	Berlin	6,25	EUR	n.n.	n.n.
Highlight Communications AG**	Pratteln/Schweiz	60,53	CHF	190.877	18.440
Team Holding AG	Luzern/Schweiz	100,00	CHF	553	-22
Team Football Marketing AG	Luzern/Schweiz	95,27	CHF	31.278	18.453
T.E.A.M. Television Event And Media Marketing AG	Luzern/Schweiz	100,00	CHF	2.193	1.585
T.E.A.M. UK	London/UK	100,00	GBP	0	0
Rainbow Home Entertainment AG	Pratteln/Schweiz	100,00	CHF	-4.718	-3.206
Constantin Film Schweiz AG	Pratteln/Schweiz	100,00	CHF	-24	8
Kontraproduktion AG	Zürich/Schweiz	100,00	CHF	-3.161	-198
Constantin Entertainment AG (CH)	Pratteln/Schweiz	100,00	CHF	860	30
Mood Factory AG	Pratteln/Schweiz	52,00	CHF	-296	-30
Comosa AG	Zürich/Schweiz	56,665	CHF	-727	-877
Kuuluu Interactive Entertainment AG	Pratteln/Schweiz	41,50	EUR	-6.530	-804
Kuuluu Services GmbH	Hamburg	100,00	EUR	232	2
Pokermania GmbH	Köln	50,004	EUR	-2.949	728
Paperflakes AG	Pratteln/Schweiz	24,50	CHF	387	-113
Holotrack AG	Pratteln/Schweiz	33,30	CHF	171	-29
Pulse Evolution Corp.*******	Port St. Lucie/USA	8,08	USD	-9	-62
Pulse Entertainment Corp.	Port St. Lucie/USA	100,00	USD	750	-8.323
Pulse EPLS Production LLC	Port St. Lucie/USA	100,00	USD	n.n.	n.n.
Pulse Biologic	Port St. Lucie/USA	100,00	USD	n.n.	n.n.
Rainbow Home Entertainment Ges.m.b.H.	Wien/Österreich	100,00	EUR	578	-631
Highlight Event & Entertainment AG	Luzern/Schweiz	75,374	CHF	26.013	485
Highlight Event AG	Luzern/Schweiz	100,00	CHF	1.098	342
Escor Automaten AG	Düdingen/Schweiz	100,00	CHF	-11.583	-277
Highlight Communications (Deutschland) GmbH	München	100,00	EUR	1.731	57

Name der Gesellschaft	Sitz der Gesellschaft	direkte/ indirekte Beteiligung in %	Währung	Eigenkapital des letzten Geschäftsjahres in Tausend	Ergebnis des letzten Geschäftsjahres in Tausend
Constantin Film AG	München	100,00	EUR	79.818	-6.320
Constantin Media GmbH audiovisuelle Produktionen*	München	100,00	EUR	26	0
Constantin Film Produktion GmbH*	München	100,00	EUR	339	0
Constantin Television GmbH*	München	100,00	EUR	100	0
Constantin Film Services GmbH*	München	100,00	EUR	25	0
Constantin Film Development Inc.	Los Angeles/USA	100,00	USD	2.604	123
Constantin Film International GmbH*	München	100,00	EUR	105	0
Constantin Pictures GmbH*	München	100,00	EUR	26	0
Impact Pictures LLC	Delaware/USA	51,00	USD	-2.229	-24
Constantin Entertainment GmbH*	Ismaning	100,00	EUR	301	0
Constantin Entertainment Polska Sp. z o.o.	Warschau/Polen	100,00	PLN	7.772	7.714
Constantin Entertainment Croatia d.o.o.	Zagreb/Kroatien	100,00	HRK	-10.290	-2.732
Constantin Entertainment Hellas EPE***	Athen/Griechenland	100,00	EUR	-422	-40
Constantin Entertainment SRB d.o.o.	Belgrad/Serbien	100,00	RSD	-161.905	-8.200
Constantin Entertainment Israel Ltd.	Tel Aviv/Israel	75,00	ILS	-1.053	-3.402
Constantin Entertainment Hungary Kft	Budapest/Ungarn	100,00	HUF	-15.851	-22.714
Constantin Entertainment Bulgaria EOOD	Sofia/Bulgarien	100,00	BGN	107	249
Constantin Entertainment RO SRL****	Bukarest/Rumänien	100,00	RON	-5.057	-4.371
Constantin Entertainment CZ s.r.o.	Prag/Tschechien	100,00	CZE	-5.573	-5.773
Constantin Entertainment Slovakia s.r.o.*****	Bratislava/Slowakei	100,00	EUR	-73	-98
Olga Film GmbH	München	95,52	EUR	69	107
Moovie GmbH	Berlin	75,50	EUR	-1.298	399
Rat Pack Filmproduktion GmbH	München	51,00	EUR	-5.315	-283
Westside Filmproduktion GmbH	Krefeld	51,00	EUR	-2.276	-2.280
Constantin Film Verleih GmbH*	München	100,00	EUR	1.869	0
Constantin Film Licensing, Unipessoal Lda	Funchal/Portugal	100,00	EUR	4	-1
Constantin International B.V.	Amsterdam/Niederlande	100,00	EUR	1.606	-33
Mister Smith Entertainment Ltd.	London/UK	5,00	GBP	-1.924	-717
Constantin Music Verlags-GmbH*	München	100,00	EUR	70	0
Constantin Music GmbH*	München	90,00	EUR	25	0
Königskinder Music GmbH	München	50,00	EUR	-163	31
Constantin Family GmbH*	München	100,00	EUR	100	0
PolyScreen Produktionsgesellschaft für Film und Fernsehen mbH	München	100,00	EUR	378	113
BECO Musikverlag GmbH	Hamburg	50,00	EUR	59	2
Nadcon Film GmbH	Köln	51,00	EUR	-933	-269

* Unternehmen, die das Wahlrecht nach § 264 Abs. 3 HGB bezüglich Offenlegung in Anspruch nehmen.
** Unter Berücksichtigung der von Highlight Communications AG gehaltenen eigenen Aktien ergibt sich ein Kapitalanteil von 63,39%. Die Gesellschaften, an denen die Highlight Communications AG beteiligt ist, sind mit dem Anteil von 63,39% durchzurechnen.
*** Die Gesellschaft wird zu 0,2% durch die Constantin Film Produktion GmbH gehalten.
**** Die Gesellschaft wird zu 0,1% durch die Constantin Film Produktion GmbH gehalten.
***** Die Gesellschaft wird zu 3,0% durch die Constantin Film Produktion GmbH gehalten.
****** Die Gesellschaft wird zu 4,54% durch die Rainbow Home Entertainment AG und zu 0,46% durch die Constantin Entertainment GmbH gehalten.
******* Die Gesellschaft wird zu 3,97% durch die Rainbow Home Entertainment AG gehalten.

Die Zugänge zu Anteilen an verbundenen Unternehmen entfallen im Wesentlichen auf den Erwerb weiterer Anteile an der Highlight Communications AG (EUR 19.268.969) und auf eine Kapitalerhöhung der Constantin Sport Holding GmbH (EUR 5.159.777).

B. Umlaufvermögen

I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in EUR

	31.12.2015	31.12.2014
	11.904,61	6.641,99

– davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr EUR 0 (Vj. EUR 0)

Zusammensetzung in EUR

	31.12.2015	31.12.2014
Bruttoforderungen	**61.225,40**	55.962,78
Einzelwertberichtigungen	**-49.320,79**	-49.320,79
	11.904,61	6.641,99

In 2015 wurde wie im Vorjahr keine Pauschalwertberichtigung gebildet, da alle Risiken bereits im Rahmen der Ermittlung von Einzelwertberichtigungen berücksichtigt wurden.

2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen in EUR

	31.12.2015	31.12.2014
	9.042.345,19	8.175.116,30

– davon aus Lieferungen und Leistungen EUR 418.090 (Vj. EUR 360.268)
– davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr EUR 0 (Vj. EUR 0)

Zusammensetzung in EUR

	31.12.2015	31.12.2014
Constantin Sport Holding GmbH	**8.624.255,41**	7.814.848,34
PLAZAMEDIA GmbH	**113.917,37**	171.977,95
Highlight Communications AG	**108.500,00**	0,00
Sport1 Media GmbH	**83.322,11**	81.934,67
Sport1 GmbH	**64.540,95**	87.861,70
Constantin Entertainment GmbH	**29.632,21**	18.434,26
Constantin Film AG	**15.933,09**	0,00
Übrige Gesellschaften	**2.244,05**	59,38
	9.042.345,19	8.175.116,30

3. Sonstige Vermögensgegenstände in EUR

	31.12.2015	31.12.2014
	660.585,96	1.069.944,36

– davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr EUR 9.635 (Vj. EUR 18.028)

Zusammensetzung in EUR

	31.12.2015	31.12.2014
Forderung Rechtsverfolgungsgemeinschaft	**329.358,00**	0,00
Devisenoption	**239.383,36**	0,00
Zinsabgrenzungen auf Wertpapiere des Umlaufvermögens	**48.387,95**	0,00
Umsatzsteuer	**19.634,85**	826.443,39
Körperschaftsteuer	**18.028,07**	26.343,50
Kapitalertragsteuer	**5.793,73**	214.125,83
Debitorische Kreditoren	**0,00**	942,64
Sonstiges	**0,00**	2.089,00
	660.585,96	1.069.944,36

Die Forderung Rechtsverfolgungsgemeinschaft resultiert aus der unter Kapitel 5.8 beschriebenen Kostenverteilungsregelung mit der KF 15 GmbH.

Zur Absicherung der eingebetteten Option (vgl. Seite 15, Sonstige Verbindlichkeiten) wurde eine Devisenoption gekauft (EUR 239.383).

II. Wertpapiere

Sonstige Wertpapiere in EUR

	31.12.2015	31.12.2014
	1.049.500,00	0,00

Im Berichtsjahr hat die Gesellschaft von der im April 2013 emittierten Unternehmensanleihe Anleihen im Nominalwert von EUR 1.000.000 zurückerworben. Die Anschaffungskosten betrugen EUR 1.055.000. Der Ansatz erfolgt zum beizulegenden Wert, der dem Börsenkurs der Unternehmensanleihe zum 31. Dezember 2015 entspricht. Die im Berichtsjahr erfasste Abschreibung beträgt EUR 5.500.

III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten

Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten in EUR

	31.12.2015	31.12.2014
	3.344.244,50	20.461.712,08

Zusammensetzung in EUR

	31.12.2015	31.12.2014
Girokonten	**3.343.054,76**	14.143.151,10
Kassen	**1.189,74**	496,30
Festgeld	**0,00**	6.318.064,68
	3.344.244,50	20.461.712,08

D. Aktive latente Steuern

Aktive latente Steuern in EUR

	31.12.2015	31.12.2014
	2.868.777,00	3.228.258,00

Die nach § 274 Abs. 1 HGB gebildeten aktiven latenten Steuern setzen sich aus temporären Differenzen vor allem auf immaterielle Vermögensgegenstände, Geschäfts- oder Firmenwerte, Sachanlagen, Forderungen und sonstige Rückstellungen von EUR 2.521.744 (Vj. EUR 2.896.703) sowie auf steuerliche Verlustvorträge in nutzbarer Höhe von EUR 424.183 (Vj. EUR 394.166) zusammen. Passive latente temporäre Differenzen bestehen im Berichtsjahr im Wesentlichen bei Finanzanlagen von EUR 77.150 (Vj. EUR 62.611), die mit aktiven latenten Differenzen saldiert wurden. Der Ermittlung der latenten Steuern lag wie im Vorjahr ein Steuersatz von 27,38 Prozent zugrunde.

Passiva

A. Eigenkapital

Die Entwicklung des Eigenkapitals ist im nachfolgenden Eigenkapitalspiegel dargestellt:

Eigenkapitalspiegel in EUR

	Gezeichnetes Kapital	Eigene Anteile	Kapitalrücklage	Andere Gewinnrücklagen	Verlustvortrag	**Summe**
Stand 1.1.2014	85.130.780,00	-162,00	183.718.571,28	5.910.249,10	-183.049.015,63	**91.710.422,75**
Kapitalerhöhung	8.469.220,00	0,00	2.117.305,00	0,00	0,00	**10.586.525,00**
Jahresfehlbetrag	0,00	0,00	0,00	0,00	-2.497.456,57	**-2.497.456,57**
Stand 1.1.2015	93.600.000,00	-162,00	185.835.876,28	5.910.249,10	-185.546.472,20	**99.799.491,18**
Jahresüberschuss	0,00	0,00	0,00	0,00	6.458.550,74	**6.458.550,74**
Stand 31.12.2015	93.600.000,00	-162,00	185.835.876,28	5.910.249,10	-179.087.921,46	**106.258.041,92**

I. Gezeichnetes Kapital

Gezeichnetes Kapital in EUR

	31.12.2015	31.12.2014
	93.600.000,00	93.600.000,00

1.1 Entwicklung des Grundkapitals

Das Grundkapital der Constantin Medien AG beträgt zum 31. Dezember 2015 insgesamt EUR 93.600.000 (Vj. EUR 93.600.000), eingeteilt in 93.600.000 (Vj. 93.600.000) Aktien ohne Nennbetrag (Stückaktien) mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von EUR 1,00 je Aktie.

Zum 31. Dezember 2015 belief sich die Position der selbst gehaltenen stimmrechtslosen eigenen Aktien auf 162 Stück (Vj. 162 Stück). Aus eigenen Aktien stehen der Gesellschaft keinerlei Rechte zu.

1.2 Genehmigtes Kapital

Genehmigtes Kapital 2015

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 10. Juni 2015 wurde das Genehmigte Kapital 2013/I (EUR 11.530.780) aufgehoben und ein neues Genehmigtes Kapital beschlossen. Demnach ist der Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital bis zum 10. Juni 2020 um insgesamt bis zu EUR 45.000.000 durch ein- oder mehrmalige Ausgabe neuer auf den Inhaber lautender Stückaktien gegen

Bar- oder Sacheinlage zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2015). Die Gewinnberechtigung der neuen Aktien kann abweichend von § 60 Abs. 2 Satz 3 AktG festgelegt werden. Den Aktionären kann das gesetzliche Bezugsrecht auch dergestalt eingeräumt werden, dass die neuen Aktien einem oder mehreren Kreditinstituten oder gemäß § 186 Abs. 5 AktG gleichgestellten Unternehmen mit der Verpflichtung, sie den Aktionären zum Bezug anzubieten, zur Übernahme angeboten werden. Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre auszuschließen. Der Beschluss über das genehmigte Kapital 2015 wurde am 2. Juli 2015 im Handelsregister eingetragen.

Das genehmigte Kapital zum 31. Dezember 2015 beträgt EUR 45.000.000 (Vj. EUR 11.530.780).

1.3 Bedingtes Kapital

Bedingtes Kapital 2015

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 10. Juli 2015 wurden die am 19. Juli 2016 endenden Ermächtigungen zur Ausgabe von Finanzinstrumenten und anderen Instrumenten sowie die entsprechenden bedingten Kapitalia 2011/I und 2011/II aufgehoben.

Des Weiteren wurde beschlossen, dass der Vorstand ermächtigt wird, bis zum 10. Juni 2020 mit Zustimmung des Aufsichtsrats einmalig oder mehrmals auf den Inhaber und/oder den Namen lautende (i) Wandelschuldverschreibungen und/oder (ii) Optionsschuldverschreibungen und/oder (iii) Wandelgenussrechte und/oder (iv) Optionsgenussrechte und/oder (v) Genussrechte und/oder (vi) Gewinnschuldverschreibungen (bzw. Kombinationen dieser Instrumente) im Gesamtnennbetrag von bis zu EUR 340.000.000 mit einer Laufzeit von längstens 15 Jahren zu begeben und den Inhabern bzw. Gläubigern von Finanzinstrumenten Wandlungs- bzw. Optionsrechte auf neue auf den Inhaber lautende Stückaktien der Gesellschaft mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von bis zu insgesamt EUR 45.000.000 nach näherer Maßgabe der Wandel- bzw. Optionsanleihebedingungen bzw. der Wandel- bzw. Genussrechtsbedingungen zu gewähren. Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre auszuschließen. Ferner wurde beschlossen, das Grundkapital der Gesellschaft um bis zu EUR 45.000.000 durch Ausgabe von bis zu 45.000.000 auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt zu erhöhen. Der Beschluss über das Bedingte Kapital 2015 wurde am 2. Juli 2015 im Handelsregister eingetragen.

1.4. Eigene Anteile

Die Constantin Medien AG hält zum 31. Dezember 2015 162 (Vj. 162) Stück eigene Aktien. Der auf diese eigenen Anteile entfallende Betrag am gezeichneten Kapital beträgt EUR 162 (Vj. EUR 162).

Die Highlight Communications AG hält ihrerseits zum 31. Dezember 2015 insgesamt 7.422.331 (Vj. 7.422.331) Stück Constantin Medien-Aktien mit einem auf das gezeichnete Kapital entfallenden Betrag von EUR 7.422.331 (Vj. EUR 7.422.331). Die von der Highlight Communications AG gehaltenen Constantin Medien-Aktien sind wie eigene Anteile zu behandeln.

Die eigenen Anteile entsprachen zum 31. Dezember 2015 insgesamt einem Anteil am Grundkapital von 7,9 Prozent (Vj. 7,9 Prozent).

Durch Beschluss der Hauptversammlung vom 30. Juli 2014 ist die Gesellschaft ermächtigt, eigene Aktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von insgesamt bis zu 10 Prozent des Grundkapitals der Gesellschaft zu erwerben. Die Ermächtigung kann ganz oder in Teilbeträgen, einmal oder mehrmals ausgeübt werden. Die Ermächtigung gilt bis zum 30. Juli 2019. Der Erwerb der Aktien erfolgt über die Börse oder im Rahmen eines öffentlichen Rückkaufangebots. Das Volumen des Angebots kann begrenzt werden. Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats, die so erworbenen Aktien u.a. neben der Veräußerung über die Börse oder im Rahmen eines öffentlichen Verkaufsangebots an alle Aktionäre, zur Bedienung von Options- und Wandlungsrechten auf Aktien der Gesellschaft zu verwenden; das Bezugsrecht der Aktionäre auf die eigenen Aktien wird insoweit ausgeschlossen. Außerdem ist der Aufsichtsrat ermächtigt, eigene Aktien, die aufgrund dieses Beschlusses erworben wurden, an Mitglieder des Vorstands als Bestandteil der Vergütung zu gewähren; das Bezugsrecht der Aktionäre auf die eigenen Aktien wird insoweit ausgeschlossen.

III. Andere Gewinnrücklagen in EUR

	31.12.2015	31.12.2014
	5.910.249,10	5.910.249,10

Die anderen Gewinnrücklagen beinhalten EUR 5.893.681 (Vj. EUR 5.893.681) aus der Bildung von aktiven latenten Steuern gemäß § 274 Abs. 1 HGB zum 1. Januar 2010, EUR 16.406 (Vj. EUR 16.406) aufgrund der zum 1. Januar 2010 vorgenommen Abzinsung einer langfristigen Rückstellung sowie EUR 162 (Vj. EUR 162) als Unterschiedsbetrag zwischen Nennbetrag und Anschaffungskosten der eigenen Anteile, der zum 1. Januar 2010 mit den frei verfügbaren Gewinnrücklagen verrechnet wurde.

In Höhe von EUR 2.868.777 (Vj. EUR 3.228.258) unterliegen die anderen Gewinnrücklagen einer Ausschüttungssperre nach § 268 Abs. 8 Satz 2 HGB.

IV. Bilanzverlust

1. Bilanzverlust in EUR

	31.12.2015	31.12.2014
	-179.087.921,46	-185.546.472,20

Zusammensetzung in EUR

	31.12.2015	31.12.2014
Verlustvortrag	**-185.546.472,20**	-183.049.015,63
Jahresüberschuss/-fehlbetrag	**6.458.550,74**	-2.497.456,57
	-179.087.921,46	-185.546.472,20

B. Rückstellungen

1. Steuerrückstellungen in EUR

	31.12.2015	31.12.2014
	502.937,93	0,00

Die Steuerrückstellungen setzen sich zusammen aus Rückstellungen für Körperschaftsteuer und Solidaritätszuschlag in Höhe von EUR 200.100 und für Gewerbesteuer in Höhe von EUR 302.838.

2. Sonstige Rückstellungen in EUR

	31.12.2015	31.12.2014
	6.400.449,39	7.808.499,07

Die sonstigen Rückstellungen beinhalten Rückstellungen für Rechts- und Beratungskosten in Höhe von EUR 385.606 (Vj. EUR 3.855.162) für verschiedene anhängige Prozesse. Der Erfüllungsbetrag der Rückstellungen für Garantien und Leistungsverpflichtungen beträgt EUR 1.215.000 (Vj. EUR 700.000). Personalrückstellungen in Höhe von EUR 2.426.623 (Vj. EUR 1.038.161) beinhalten nicht genommene Urlaubstage, variable Vergütungsansprüche der Mitarbeiter sowie Abfindungen, Vorstandstantiemen und aktienbasierte Vergütungen. Rückstellungen für ausstehende Rechnungen belaufen sich auf EUR 1.991.931 (Vj. EUR 1.820.089). Darin enthalten sind EUR 45.000 aus einer im Berichtsjahr mit Houlihan Lokey GmbH geschlossenen Vereinbarung. Insgesamt betrug der hieraus im Berichtsjahr angefallene Aufwand EUR 188.000. Rückstellungen für Prüfungs-, Abschluss- und Steuerberatungskosten belaufen sich auf EUR 105.000 (Vj. EUR 184.963).

C. Verbindlichkeiten

1. Anleihen in EUR

	31.12.2015	31.12.2014
	68.145.218,56	68.153.835,63

– davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr EUR 3.145.219 (Vj. EUR 3.153.836)
– davon mit einer Restlaufzeit zwischen einem und fünf Jahren EUR 65.000.000 (Vj. EUR 65.000.000)

Die Constantin Medien AG hat am 23. April 2013 (Ausgabe- und Valutatag) eine Unternehmensanleihe im Volumen von EUR 65.000.000 begeben. Die Anleihe hat eine Laufzeit von 5 Jahren und ist mit 7,0 Prozent p.a. verzinst. Die Anleihe wurde bei privaten und institutionellen Investoren platziert. Der Handel der Anleihe wurde am 17. April 2013 im Open Market der Deutschen Börse AG (Freiverkehr der Frankfurter Wertpapierbörse) im Segment Entry Standard für Anleihen eröffnet.

2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in EUR

	31.12.2015	31.12.2014
	350.094,40	172.396,56

– davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr EUR 350.094 (Vj. EUR 172.397)

Von den Verbindlichkeiten bestehen gegenüber Lizenzgebern EUR 11.080 (Vj. EUR 11.080) und aus anderen Lieferungen und Leistungen EUR 339.014 (Vj. EUR 161.317).

3. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen in EUR

	31.12.2015	31.12.2014
	85.881,59	708,84

– davon aus Lieferungen und Leistungen EUR 85.882 (Vj. EUR 0)
– davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr EUR 85.882 (Vj. EUR 709)

Zusammensetzung in EUR

	31.12.2015	31.12.2014
Rainbow Home Entertainment AG	**85.881,59**	0,00
Constantin Sport Medien GmbH i.L.	**0,00**	708,84
	85.881,59	708,84

4. Sonstige Verbindlichkeiten in EUR

	31.12.2015	31.12.2014
	36.712.603,23	34.043.173,04

- davon aus Steuern EUR 158.571 (Vj. EUR 116.462)
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr EUR 181.020 (Vj. EUR 139.141)
- davon mit einer Restlaufzeit zwischen einem und fünf Jahren EUR 36.531.583 (Vj. EUR 33.904.032)

Zum 31. Dezember 2015 bestehen Darlehen gegenüber einem Privatinvestor im Umfang von EUR 12.250.000 sowie CHF 26.000.000 (Vj. EUR 12.250.000 sowie CHF 26.000.000). Im Berichtsjahr wurde im Rahmen einer Ergänzungsvereinbarung die Laufzeit der Darlehen um ein Jahr bis 30. Juni 2017 verlängert. Des Weiteren beinhaltet die Ergänzungsvereinbarung eine Option zugunsten des Darlehensgebers. Diese Option gibt dem Darlehensgeber das Recht, die Rückzahlung der Euro-Tranche in Schweizer Franken zum fixen Kurs EUR/CHF 1,08 zu verlangen. Diese Option ist mit EUR 440.452,47 bilanziert. Der Zinssatz der Darlehen beträgt unverändert 5,0 Prozent p.a. Insgesamt sind zum 31. Dezember 2015 24.752.780 (Vj. 24.752.780) Inhaberaktien der Highlight Communications AG als Sicherheit für die einzelnen Darlehenstranchen verpfändet.

Die Lohn- und Kirchensteuer für Dezember 2015 wurde im Januar 2016 gezahlt.

Zusammensetzung in EUR

	31.12.2015	31.12.2014
Darlehen Privatinvestor	**35.846.331,06**	33.864.431,79
Option	**440.452,47**	0,00
Sonderkündigungsrecht Mietvertrag	**225.000,00**	0,00
Lohn-/Kirchensteuer	**105.067,82**	116.461,85
Ertragsteuern	**40.843,03**	0,00
Ablöse Altverträge	**39.600,00**	59.400,00
Quellensteuer	**12.660,00**	0,00
Kreditorische Debitoren	**2.420,90**	2.420,90
Übrige	**227,95**	458,50
	36.712.603,23	34.043.173,04

4. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

2. Sonstige betriebliche Erträge in EUR

	2015	2014
	9.554.503,29	2.939.559,28

Zusammensetzung in EUR

	2015	2014
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	**3.637.920,94**	937.953,10
Kursdifferenzen	**2.434.381,42**	353.209,31
Kostenerstattungen von Dritten	**1.925.002,54**	348.878,76
Kostenweiterbelastungen an verbundene Unternehmen	**1.499.566,30**	1.207.810,36
Erträge aus dem Abgang von Vermögensgegenständen des Anlagevermögens	**2.884,94**	0,00
Erträge aus dem Verkauf von Wertpapieren des Umlaufvermögens	**0,00**	35.000,00
Übrige periodenfremde Erträge	**0,00**	5.000,00
Übrige	**54.747,15**	51.707,75
	9.554.503,29	2.939.559,28

In den sonstigen betrieblichen Erträgen sind periodenfremde Erträge von EUR 5.492.115 (Vj. EUR 1.130.733) enthalten.

4. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen in EUR

	2015	2014
	-135.122,74	-231.764,50

Im Berichtsjahr fielen keine außerplanmäßigen Abschreibungen (Vj. EUR 0) an.

5. Sonstige betriebliche Aufwendungen in EUR

	2015	2014
	-8.638.472,54	-6.401.572,45

Bei den übrigen sonstigen betrieblichen Aufwendungen handelt es sich wie im Vorjahr um diverse Einzelposten, die zum Beispiel im Zusammenhang mit der Administration des Unternehmens, dem Aufsichtsrat, der Hauptversammlung und sonstigen Bereichen der allgemeinen Verwaltung stehen.

Zusammensetzung in EUR

	2015	2014
Verluste aus Kursdifferenzen	**-2.943.958,96**	-367.097,98
Rechts-, Beratungs- und Prüfungskosten	**-1.721.671,73**	-2.067.942,19
IT-Kosten und Instandhaltungen	**-959.182,92**	-1.138.708,25
Garantien und Leistungsverpflichtungen	**-515.000,00**	-700.000,00
Werbe- und Reisekosten	**-429.873,18**	-384.540,64
Porto, Telefon, Internet	**-330.282,81**	-383.516,67
Mieten und Raumkosten	**-301.822,74**	-297.013,50
Sonderkündigungsrecht Mietvertrag	**-225.000,00**	0,00
Versicherungen, Beiträge und sonstige Abgaben	**-233.684,20**	-249.224,75
Fahrzeugkosten	**-87.121,69**	-102.210,61
Bankgebühren	**-2.917,90**	-7.694,83
Verluste aus dem Abgang von Vermögensgegenständen des Anlagevermögens	**-759,11**	-466,84
Übrige	**-887.197,30**	-703.156,19
	-8.638.472,54	-6.401.572,45

11. Zinsen und ähnliche Aufwendungen in EUR

	2015	2014
	-6.584.040,40	-7.930.770,84

Zusammensetzung in EUR

	2015	2014
Zinsaufwand Unternehmensanleihe	**-4.541.382,93**	-6.325.342,46
Zinsaufwand Darlehen	**-1.832.538,36**	-1.306.639,04
Aufwand aus der Stichtagsbewertung der Optionen	**-115.680,18**	-0,00
Aufzinsung Passiva	**-42.033,39**	-230.152,47
Sonstige Zinsen und ähnliche Aufwendungen	**-52.405,54**	-68.636,87
	-6.584.040,40	-7.930.770,84

16. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag in EUR

	2015	2014
	-844.895,33	207.594,96

Die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag im Berichtsjahr beinhalten im Wesentlichen Aufwendungen aus der Zuführung zu Steuerrückstellungen (EUR -502.938) sowie Aufwendungen aus der Veränderung aktiver latenter Steuern (EUR -359.481) und aus Steuererstattungen (EUR 49.944) sowie Steuernachzahlungen (EUR -32.420) aus Folgeänderungen der abgeschlossenen Betriebsprüfung der Jahre 2004 bis 2006 in den Jahren 2007 bis 2013.

5. Sonstige Angaben

5.1 Gesellschaftsorgane

Vorstand

- Bernhard Burgener, Vorsitzender des Vorstands, Zeiningen, Schweiz (bis 31. Dezember 2015)
- Fred Kogel, Vorstand Produktion, Prozessmanagement, Integration, Straßlach-Dingharting (seit 1. Januar 2016 Vorsitzender des Vorstands)
- Hanns Beese, Vorstand Finanzen, Inning am Ammersee (24. März 2015 bis 29. Februar 2016)
- Antonio Arrigoni, Vorstand Finanzen, Feldkirchen (Vorstand Finanzen bis 23. März 2015; Vorstandsmitglied, 24. März bis 10. Juni 2015)
- Olaf G. Schröder, Vorstand Sport, München (seit 1. Januar 2016)
- Leif Arne Anders, Vorstand Finanzen, Oberhaching (seit 1. März 2016)

Die im Berichtsjahr dem Vorstand gewährten Gesamtbezüge betragen EUR 2.245.496 (Vj. EUR 2.082.701).

Bezüge des Vorstands – Zufluss im Jahr 2015 in EUR

	Fixe Vergütung	Nebenleistungen	Mehrjährige variable Vergütung	Sonstige Bezüge	**Gesamtvergütung**
Bernhard Burgener (bis 31. Dezember 2015)	405.000	0	0	1.323.030	**1.728.030**
Fred Kogel	700.000	0	0	215.000	**915.000**
Hanns Beese (24. März 2015 bis 29. Februar 2016)	225.000	0	0	441.862	**666.862**
Antonio Arrigoni (bis 10. Juni 2015)	400.000	9.667	400.000	0	**809.667**

Für das Vorstandsmitglied Bernhard Burgener wurde darüber hinaus im Berichtsjahr für die mehrjährige variable Vergütung eine Rückstellung von EUR 255.000 (Vj. EUR 225.000) gebildet. Insgesamt beträgt diese Rückstellung zum 31. Dezember 2015 EUR 480.000. Die mögliche mehrjährige Maximaltantieme beträgt EUR 652.500, der Minimalwert EUR 0.

Des Weiteren entfallen auf Herrn Fred Kogel im Zusammenhang mit seiner variablen Vergütung in Form vertraglicher Zahlungsansprüche aus Wertsteigerungsrechten für das Geschäftsjahr 2015 Zuwendungen von EUR 250.829 (Vj. EUR 12.195). Dieser Wert entspricht annähernd dem beizulegenden Zeitwert der Wertsteigerungsrechte zum Zeitpunkt der Gewährung.

Mit Wirkung zur Hauptversammlung am 10. Juni 2015 ist Antonio Arrigoni vorzeitig aus dem Vorstand der Constantin Medien AG ausgeschieden und hat das Unternehmen mit Wirkung zum 30. Juni 2015 verlassen. Gemäß Aufhebungsvereinbarung erhält Antonio Arrigoni als Ausgleich für den vorzeitigen Verlust seines Anstellungsverhältnisses eine Einmalzahlung von EUR 1.200.000 mit Fälligkeit 2. Januar 2016. Des Weiteren wurde eine Karenzentschädigung von EUR 400.000 vereinbart, deren Auszahlung bei Einhaltung am 30. Juni 2016 fällig ist. Zusätzlich kann Antonio Arrigoni den ihm gewährten Firmenwagen bis zum 30. Juni 2016 nutzen.

Bezüge des Vorstands – Zufluss im Jahr 2014 in EUR

	Fixe Vergütung	Nebenleistungen	Einjährige variable Vergütung	Sonstige Bezüge	**Gesamtvergütung**
Bernhard Burgener	450.000	0	0	1.212.454	**1.662.454**
Antonio Arrigoni	800.000	20.506	0	8.232	**828.738**
Fred Kogel (seit 1. Oktober 2014)	175.000	0	0	53.751	**228.751**

Die Herrn Fred Kogel im Geschäftsjahr 2014 gewährten Wertsteigerungsrechte beziehen sich auf Aktien der Constantin Medien AG und der Highlight Communications AG und sind wie folgt gestaffelt:

Aktien Constantin Medien AG

Stückzahl	Ausgabepreis
333.334	EUR 1,80
333.333	EUR 2,10
333.333	EUR 2,50

Aktien Highlight Communications AG

Stückzahl	Ausgabepreis
500.000	EUR 5,00

Die Wertsteigerungsrechte stellen Herrn Fred Kogel schuldrechtlich so, als ob er Optionen auf Aktien der vorgenannten Gesellschaften tatsächlich besäße, indem er einen Anspruch auf Zahlung der Differenz zwischen dem jeweiligen Ausgabepreis und dem Ausübungspreis hat. Der Ausübungspreis ist der durchschnittliche Börsenkurs der jeweiligen Aktie in der täglichen Schlussauktion des XETRA-Handels über einen Zeitraum von drei Monaten vor dem Ausübungstag. Die Ausübung der Wertsteigerungsrechte kann erstmals nach einer Wartefrist von drei Jahren, welche am 1. Oktober 2014 beginnt, jeweils am 15. eines jeden Kalendermonats erfolgen. Nach Ablauf dieser Wartefrist können die Wertsteigerungsrechte innerhalb eines Zeitraums von zwei Jahren ausgeübt werden. Der Constantin Medien AG bleibt es vorbehalten, an Stelle der Auszahlung der vorgenannten Differenzbeträge, welche Constantin Medien-Aktien betreffen, eine dem jeweiligen Differenzbetrag entsprechende Anzahl Inhaber-Stammaktien der Constantin Medien AG, bewertet zu dem Börsenkurs der Inhaber-Stammaktie in der Schlussauktion des XETRA-Handels an der Frankfurter Wertpapierbörse am letzten Börsenhandelstag vor dem jeweiligen Ausübungstag, zu liefern. Die Wertsteigerungsrechte sind nicht übertragbar. Die variable Vergütung des Vorstandsmitglieds Fred Kogel, bestehend aus Tantieme und Wertsteigerungsrechten, ist insgesamt der Höhe nach vertraglich auf einen Maximalbetrag von 150 Prozent der gesamten jährlichen Festbezüge begrenzt. Zum Stichtag sind keine Wertsteigerungsrechte ausübbar. Die durchschnittliche Restlaufzeit beträgt 1 3/4 Jahre.

Anzahl und gewichteter Durchschnitt der Ausübungspreise der Wertsteigerungsrechte

	Constantin Medien AG Wertsteigerungsrechte		Highlight Communications AG Wertsteigerungsrechte	
2015	Anzahl der Wertsteigerungsrechte	Gewichtete durchschnittliche Ausübungspreise in EUR	Anzahl der Wertsteigerungsrechte	Gewichtete durchschnittliche Ausübungspreise in EUR
Ausstehend zum 1. Januar	1.000.000	2,13	500.000	5,00
Ausgegeben	0	0,00	0	0,00
Ausgeübt	0	0,00	0	0,00
Verfallen	0	0,00	0	0,00
Verwirkt	0	0,00	0	0,00
Ausstehend zum 31. Dezember	1.000.000	2,13	500.000	5,00

Die sonstigen Bezüge von Herrn Bernhard Burgener betreffen seine Tätigkeit als Vorsitzender des Aufsichtsrats der Constantin Film AG sowie als Präsident des Verwaltungsrats bzw. Delegierter des Verwaltungsrats bzw. Mitglied des Verwaltungsrats verschiedener Unternehmen der Highlight Communications-Gruppe. Die sonstigen Bezüge von Herrn Fred Kogel betreffen die Vergütung für seine Tätigkeit als Vorstand TV, Personal, Prozessmanagement und Integration der Constantin Film AG. Die sonstigen Bezüge von Herrn Hanns Beese betreffen die Vergütung für seine Tätigkeit als Vorstand Finanzen der Constantin Film AG sowie als Mitglied des Verwaltungsrats der Highlight Communications AG.

Die Mitglieder des Vorstands haben von der Constantin Medien AG weder Kredite noch Vorschüsse erhalten. Haftungsverhältnisse zugunsten der Mitglieder des Vorstands wurden von der Constantin Medien AG nicht eingegangen.

Die oben genannten Vorstände sind Mitglieder der folgenden Kontrollgremien:

Herr Bernhard Burgener ist Mitglied in den folgenden Aufsichts- und Verwaltungsräten sowie Beiräten:
- Vorsitzender des Aufsichtsrats der Constantin Film AG, München
- Präsident und Delegierter des Verwaltungsrats der Highlight Communications AG, Pratteln, Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats der Highlight Event & Entertainment AG, Luzern, Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats der Highlight Event AG, Luzern, Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats der Team Holding AG, Luzern, Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats der Team Football Marketing AG, Luzern, Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats der T.E.A.M. Television Event And Media Marketing AG, Luzern, Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats der Rainbow Home Entertainment AG, Pratteln, Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats der Constantin Film Schweiz AG, Pratteln, Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats der Constantin Entertainment AG, Pratteln, Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats der KONTRAPRODUKTION AG, Zürich, Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats der Mood Factory AG, Pratteln, Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats der Comosa AG, Zürich, Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats der Holotrack AG, Pratteln, Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats der PLAZAMEDIA Swiss AG, Pratteln, Schweiz
- Präsident des Stiftungsrats der T.E.A.M. Vorsorgestiftung, Luzern, Schweiz
- Verwaltungsrat der Escor Automaten AG, Düdingen, Schweiz
- Delegierter des Verwaltungsrats der Paperflakes AG, Pratteln, Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats der Lechner Marmor AG, Laas, Italien
- Verwaltungsrat der CBE Marmor & Handels AG, Ibach, Schweiz
- Verwaltungsrat des Club de Bâle SA, Basel, Schweiz
- Mitglied im Board of Directors der Pulse Evolution Corporation, Port St. Lucie, USA

Herr Hanns Beese ist Mitglied in den folgenden Aufsichts- bzw. Verwaltungsräten sowie Beiräten:
- Verwaltungsrat der Highlight Communications AG, Pratteln, Schweiz
- Beirat der Constantin Entertainment GmbH, Ismaning

Herr Fred Kogel ist Mitglied in folgendem Beirat:
- Vorsitzender des Beirats der Constantin Entertainment GmbH, Ismaning

Aufsichtsrat
- Dr. Dieter Hahn, Geschäftsführer, KF 15 GmbH, München (Vorsitzender)
- Dr. Bernd Kuhn, Rechtsanwalt, Kanzlei KUHN Rechtsanwälte, München (Stellvertretender Vorsitzender)
- Jan P. Weidner, Unternehmensberater, Houlihan Lokey GmbH, Frankfurt/Main
- Andrea Laub, Director Finance und Head of Shared Services Burda Style Group, München
- Jean-Baptiste Felten, Geschäftsführer, Felten & Cie AG, Berlingen, Schweiz
- René Camenzind, Kaufmann und Verwaltungsrat, Brunnen, Schweiz (bis 31. Dezember 2015)
- Stefan Collorio, Steuerberater, Wirtschaftsprüfer, München (seit 11. Februar 2016)

Bezüge des Aufsichtsrats in EUR

	Fixe Vergütung	Mehrjährige variable Vergütung	Sonstige Bezüge	**Gesamtvergütung**
2015				
Dr. Dieter Hahn (Vorsitzender)	75.000	0	70.106	**145.106**
Dr. Bernd Kuhn (Stellvertretender Vorsitzender)	40.000	0	0	**40.000**
Jan P. Weidner	27.397	0	0	**27.397**
Andrea Laub	27.603	0	0	**27.603**
René Camenzind (bis 31. Dezember 2015)	20.000	0	50.627	**70.627**
Jean-Baptiste Felten	20.000	0	0	**20.000**

Bezüge des Aufsichtsrats in EUR

	Fixe Vergütung	Mehrjährige variable Vergütung	Sonstige Bezüge	**Gesamtvergütung**
2014				
Dr. Dieter Hahn (seit 30. Juli 2014 Vorsitzender)	48.986	0	54.596	**103.582**
Fred Kogel (bis 30. Juli 2014)	40.466	0	0	**40.466**
Dr. Bernd Kuhn (seit 30. Juli 2014 stellvertretender Vorsitzender)	31.329	0	0	**31.329**
Werner E. Klatten (bis 30. Juli 2014)	20.233	0	0	**20.233**
Jan P. Weidner	30.000	0	0	**30.000**
Andrea Laub	22.110	0	0	**22.110**
René Camenzind (seit 30. Juli 2014)	8.438	0	17.149	**25.587**
Jean-Baptiste Felten (seit 30. Juli 2014)	8.438	0	0	**8.438**

Die Gesamtbezüge des Aufsichtsrats im Berichtsjahr betrugen EUR 330.733 (Vj. EUR 281.746).

Die sonstigen Bezüge von Herrn Dr. Dieter Hahn betreffen seine Tätigkeiten im Aufsichtsrat der Constantin Film AG sowie im Verwaltungsrat der Highlight Communications AG. Die sonstigen Bezüge von Herrn René Camenzind betreffen seine Tätigkeit im Verwaltungsrat der Highlight Communications AG.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats haben von der Constantin Medien AG weder Kredite noch Vorschüsse erhalten. Haftungsverhältnisse zugunsten der Mitglieder des Aufsichtsrats wurden von der Constantin Medien AG nicht eingegangen.

Bezugsrechte, aktienbasierte Vergütungen und Optionsrechte, die zum Bezug von Aktien der Constantin Medien AG berechtigen, bestanden wie im Vorjahr für Mitglieder des Aufsichtsrats nicht.

Die oben genannten Aufsichtsräte sind Mitglieder der folgenden Kontrollgremien:

Herr Dr. Dieter Hahn ist Mitglied in den folgenden Aufsichtsräten und Verwaltungsräten bzw. Beiräten:
- Verwaltungsrat der Highlight Communications AG, Pratteln, Schweiz
- Stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender der Constantin Film AG, München
- Verwaltungsrat der Team Holding AG, Luzern, Schweiz
- Verwaltungsrat der Team Football Marketing AG, Luzern, Schweiz
- Verwaltungsrat der T.E.A.M. Television Event And Media Marketing AG, Luzern, Schweiz
- Stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender der bitop AG, Witten
- Beirat der BNK Service GmbH, München

Herr René Camenzind ist Mitglied in folgenden Verwaltungsräten:
- Verwaltungsrat der Highlight Communications AG, Pratteln, Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats der Mythen Center AG, Schwyz, Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats der Mythencenter Holding AG, Schwyz, Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats der Alpicana AG, Ingenbohl, Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats RC Holding AG, Ingenbohl, Schweiz
- Verwaltungsrat der Lechner Marmor AG, Laas, Italien
- Verwaltungsrat der CBE Marmor & Handels AG, Ibach, Schweiz

Herr Jean-Baptiste Felten ist Mitglied in folgenden Verwaltungsräten:
- Präsident des Verwaltungsrats der Hans Naegeli AG, Berlingen, Schweiz
- Präsident des Verwaltungsrats der Felten & Compagnie AG, Berlingen, Schweiz

Herr Dr. Bernd Kuhn, Herr Jan P. Weidner und Frau Andrea Laub sind in keinem anderen Aufsichtsrat oder Beirat tätig.

5.2 Deutscher Corporate Governance Kodex

Vorstand und Aufsichtsrat haben sich darauf verständigt, den Deutschen Corporate Governance Kodex für börsennotierte Gesellschaften anzuwenden. Dem Empfehlungskatalog wurde nur in wenigen Fällen nicht gefolgt. Die Erklärung ist auf der Homepage unter www.constantin-medien.de unter Investor Relations/Corporate Governance veröffentlicht.

5.3 Aktionärsstruktur der Gesellschaft zum Bilanzstichtag
Die KF 15 GmbH hielt zum 31. Dezember 2015 18,1 Prozent und die Baden-Württembergische Versorgungsanstalt für Ärzte, Zahnärzte und Tierärzte 9,6 Prozent am Grundkapital der Gesellschaft. Des Weiteren hielt die Highlight Communications AG 7,9 Prozent, Herr Dr. Dieter Hahn 8,7 Prozent und Herr Bernhard Burgener 6,0 Prozent am Grundkapital der Gesellschaft. Der Rest in Höhe von 49,7 Prozent befindet sich im Streubesitz (Free Float). Die von der Highlight Communications AG gehaltenen Anteile werden aufgrund der Vollkonsolidierung der Highlight Communications AG im Konzernabschluss der Constantin Medien AG wie eigene Anteile behandelt. Darüber hinaus hielten zum 31. Dezember 2015 Herr René Camenzind 2.200.656 Aktien, Herr Fred Kogel 350.000 Aktien und Herr Dr. Kuhn 8.470 Aktien der Gesellschaft.

5.4 Honorare des Abschlussprüfers
Das vom Abschlussprüfer PricewaterhouseCoopers Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft berechnete Honorar betrug im Berichtszeitraum für die Tätigkeit als Abschlussprüfer EUR 107.700 (Vj. EUR 120.440), für andere Bestätigungsleistungen EUR 0 (Vj. EUR 0), für Steuerberatung EUR 0 (Vj. EUR 20.000). Für Auslagen werden schätzungsweise zusätzlich EUR 11.450 anfallen.

5.5 Anzahl der Mitarbeiter
Die durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter im Berichtszeitraum betrug:

Anzahl der Mitarbeiter

	2015	2014
Angestellte	**31**	29

Im Berichtsjahr wurde durchschnittlich ein Mitarbeiter (Vj. 0) befristet beschäftigt.

5.6 Mitteilungspflichtige Beteiligungen

Datum der Mitteilung	**19.2.2015**	**20.2.2015**
Mitteilungspflichtige Stimmrechtsinhaber	KF 15 GmbH	KF 15 Management GmbH & Co. KG
Art der Mitteilung	§ 21 Abs. 1 WpHG	§ 21 Abs. 1 WpHG
Datum der Schwellenberührung	22.12.2014	22.12.2014
Art der Schwellenberührung	Überschreitung	Unterschreitung
Betroffene Meldeschwellen	3%, 5%, 10%, 15%	15%, 10%, 5%, 3%
Stimmrechtsanteil absolut		
nach § 21,22 WpHG	16.923.648	0
davon mittelbar gehalten	–	–
Stimmrechtsanteil relativ		
nach § 21,22 WpHG	18,08%	0,00%
davon mittelbar gehalten	–	–

Am 18. Januar 2016 hat die Baden-Württembergische Versorgungsanstalt für Ärzte, Zahnärzte und Tierärzte der Gesellschaft gemäß § 41 Abs. 4f WpHG mitgeteilt, dass ihr Bestand am 26. November 2015 nach § 21 und § 22 WpHG an diesem Tag 0,00 Prozent (das entspricht 0 Stimmrechten) betragen hat.

Die Baden-Württembergische Versorgungsanstalt für Ärzte, Zahnärzte und Tierärzte ist unverändert mit 9,6 Prozent am Grundkapital der Constantin Medien AG beteiligt. Hintergrund für diese Bestandsmitteilung ist eine Änderung des Wertpapierhandelsgesetzes (WpHG) in Folge der Transparenzrichtlinie zur Harmonisierung der Beteiligungstransparenz in Europa. Die Änderung trat Ende November 2015 in Kraft. Nach § 1 Abs. 4 WpHG sind Anleger eines offenen Spezialinvestmentvermögens künftig von den Meldepflichten nach § 21 ff. WpHG ausgenommen.

5.7 Haftungsverhältnisse und sonstige finanzielle Verpflichtungen

Haftungsverhältnisse und Eventualverbindlichkeiten

Mit Datum vom 31. Juli 2013 sowie Nachtrag vom 15. September 2014 hat die Constantin Medien AG einen Kreditrahmenvertrag zusammen mit ihren 100-Prozent-Tochtergesellschaften Sport1 GmbH und PLAZAMEDIA GmbH als Kreditnehmer sowie der Commerzbank Aktiengesellschaft als Kreditgeber abgeschlossen. Die Constantin Medien AG haftet gesamtschuldnerisch gegenüber dem Kreditgeber für alle unter diesem Kreditvertrag in Anspruch genommenen Avale.

Mit Datum vom 30. September 2015 hat die Constantin Medien AG einen Kreditrahmenvertrag zusammen mit ihren 100-Prozent-Tochtergesellschaften Sport1 GmbH und PLAZAMEDIA GmbH als Kreditnehmer sowie der Unicredit Bank AG als Kreditgeber abgeschlossen.

Die zugunsten der Sport1 GmbH und der PLAZAMEDIA GmbH eingegangenen Verpflichtungen aus Bürgschaften gegenüber der Commerzbank Aktiengesellschaft und der Unicredit Bank AG waren nicht zu passivieren, da die zugrunde liegenden Verbindlichkeiten durch die verbundenen Unternehmen voraussichtlich erfüllt werden und daher mit einer Inanspruchnahme nicht zu rechnen ist.

Bestellobligo

Zum Bilanzstichtag bestanden keine vertraglichen Verpflichtungen.

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Am 31. Dezember 2015 bestanden folgende sonstige finanzielle Verpflichtungen aus langfristigen Miet-, Leasing- und Dienstleistungsverträgen:

Fälligkeiten

	2015	2014
Fällig innerhalb eines Jahres	**1.217.713**	1.048.926
Fällig zwischen einem und fünf Jahren	**729.438**	1.318.334
Fällig nach fünf Jahren	**0**	69.575
	1.947.151	2.436.835

Von den sonstigen finanziellen Verpflichtungen entfallen EUR 275.309 (Vj. EUR 453.898) auf Mietverträge mit verbundenen Unternehmen.

5.8 Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen

Die Constantin Medien AG ist Teil der Rechtsverfolgungsgemeinschaft ehemaliger Gesellschafter der Formel Eins GbR („Rechtsverfolgungsgemeinschaft"). Sie hat ihre Mitgesellschafterin, die KF 15 GmbH, im Rahmen einer Geschäftsbesorgung mittelbar damit beauftragt, Ansprüche außergerichtlich und/oder gerichtlich geltend zu machen, die sich aus einem als Teil einer Vereinbarung vom 17. Februar 2003 mit der BayernLB Motorsport Ltd. und der Bayerischen Landesbank über die Veräußerung der Beteiligung an der Speed Investments Ltd. vereinbarten Besserungsschein ergeben. Zwischen den Gesellschaftern der Rechtsverfolgungsgemeinschaft wurde vereinbart, dass die Kosten von Verfahren in diesem Zusammenhang von der Constantin Medien AG und der KF 15 GmbH getragen werden. Für den Fall einer erfolgreichen Beitreibung von Ansprüchen wurde zwischen den Gesellschaftern der Rechtsverfolgungsgemeinschaft eine Regelung zur Verteilung der nach Abzug der entstandenen Rechtsverfolgungskosten verbleibenden Erlöse getroffen. Das bisherige Verfahren in London gegen u.a. Herrn Ecclestone wurde in 2014 beendet. Die Constantin Medien AG verfolgt ihre Ansprüche jedoch weiter. In der Berichtsperiode wurden aus der vorgenannten Kostenteilungsregelung der Rechtsverfolgungsgemeinschaft Forderungen gegen die KF 15 GmbH von EUR 329.358 (Vj. EUR 0) verbucht.

Zwischen der Constantin Medien AG und der Sozietät Kuhn Rechtsanwälte besteht ein Rechtsberatungsvertrag, der zuletzt im Februar 2016 neu gefasst wurde. Statt der ursprünglich vorgesehenen Pauschalvergütung erfolgt die Abrechnung der anwaltlichen Tätigkeit und Beratung durch die Rechtsanwälte der Kanzlei vereinbarungsgemäß nach effektivem zeitlichen Aufwand (an Stelle der gesetzlichen Gebühren). Im Geschäftsjahr 2015 sind Aufwendungen von EUR 175.000 (Vj. EUR 25.000) angefallen. Die Verbindlichkeiten zum 31. Dezember 2015 betrugen EUR 0 (Vj. EUR 0). Für noch nicht abgerechnete Leistungen wurde im Berichtsjahr eine Rückstellung von EUR 175.000 (Vj. EUR 25.000) gebildet.

Nahestehende Personen umfassen die Vorstände und Aufsichtsräte sowie deren Angehörige. Am 3. Dezember 2015 hat die Constantin Medien AG 1.499.802 Aktien der Highlight Communications AG vom Aufsichtsratsvorsitzenden der Constantin Medien AG Herrn Dr. Dieter Hahn zu einem Kaufpreis von EUR 7.514.008 gekauft. Der Kaufpreis je Aktie entsprach dem Börsenkurs.

Alle Geschäfte mit nahestehenden Unternehmen und Personen werden zu Bedingungen ausgeführt, wie sie auch mit fremden Dritten üblich sind.

5.9 Ereignisse nach dem Bilanzstichtag
Dem Vorstand der Constantin Medien AG sind keine Ereignisse bekannt, die nach dem Bilanzstichtag eingetreten sind und einen wesentlichen Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Constantin Medien AG haben.

5.10 Gewinnverwendung
Der zum 31. Dezember 2015 ausgewiesene Jahresüberschuss in Höhe von EUR 6.458.550,74 wird zusammen mit dem bestehenden Verlustvortrag in Höhe von EUR 185.546.472,20 auf neue Rechnung vorgetragen.

Ismaning, 16. März 2016
Constantin Medien AG

Fred Kogel
Vorsitzender des Vorstands

Olaf G. Schröder
Vorstand Sport

Leif Arne Anders
Vorstand Finanzen

Zusammengefasster Konzernlage- und Lagebericht

1. Grundlagen des Konzerns

1.1 Konzernstruktur und Geschäftstätigkeit

Die Constantin Medien AG ist ein international agierendes Medienunternehmen mit Sitz in Ismaning bei München. Die Geschäftstätigkeit umfasste im Berichtsjahr vier Segmente: Das Segment Sport sowie über die Beteiligung an der Highlight Communications AG, Pratteln/Schweiz, die Segmente Film, Sport- und Event-Marketing sowie Übrige Geschäftsaktivitäten.

Als Obergesellschaft ist die Constantin Medien AG die konzernleitende Holding. Mit den Bereichen Finanzen, Rechnungswesen, Controlling, Interne Revision, Kommunikation, Investor Relations, Personal, Recht und IT erbringt die Constantin Medien AG konzerninterne Dienstleistungen. Ihr obliegt die strategische Steuerung des Konzerns.

Über ihre 100-Prozent-Tochtergesellschaft Constantin Sport Holding GmbH hält die Constantin Medien AG jeweils 100 Prozent der Anteile an den Unternehmen des Segments Sport. An der Highlight Communications AG hält die Constantin Medien AG nach Zukauf weiterer Anteile im Dezember 2015 nunmehr 60,53 Prozent (zuvor 52,39 Prozent). Die Highlight Communications AG ist u.a. mit jeweils 100 Prozent an der Constantin Film AG, der Rainbow Home Entertainment AG, Pratteln/Schweiz, der Rainbow Home Entertainment Ges.m.b.H., Wien/Österreich, sowie der Team Holding AG, Luzern/Schweiz beteiligt.

Das **Segment Sport** beinhaltet in der Sport1 GmbH die Aktivitäten im Bereich Fernsehen mit dem Free-TV-Sender SPORT1 und den Pay-TV-Sendern SPORT1+ sowie SPORT1 US. Darüber hinaus zählen die Online-Plattform SPORT1.de, die mobilen SPORT1-Applikationen sowie das digitale Sportradio SPORT1.fm zum Portfolio unter der Dachmarke SPORT1. Die vielfältigen Angebote von SPORT1 werden von dem Multiplattform-Vermarkter Sport1 Media GmbH vermarktet. Weitere wesentliche Konzerngesellschaft ist die PLAZAMEDIA GmbH, die mit ihren Tochterunternehmen umfangreiche Dienstleistungen im Bereich Bewegtbild-Produktion anbietet.

Die wesentlichen Finanzierungsquellen im Segment Sport sind im Bereich Free-TV/Online/Mobile die Werbe- und/oder Sponsoring-Erlöse und im Bereich Pay-TV insbesondere vertraglich vereinbarte Garantiezahlungen bzw. abonnentenbasierte Einspeiseverträge. Im Produktionsbereich zählen hierzu langfristige Produktionsrahmenverträge und mittelbar auch die Werbeeinnahmen der TV-Sender. Die wesentlichen Aufwandsposten umfassen im Segment Sport die Kosten für Lizenzrechte, Produktions- und Herstellungskosten, Verbreitungskosten sowie Personalaufwendungen. Im Produktionssektor zählen hierzu insbesondere Kosten für Produktionsdienstleistungen, Investitionen in technische Neuerungen und Erweiterungen, Instandhaltung und Wartung sowie Kosten für Signalführung und Personal.

Im **Segment Film** sind die Aktivitäten der Constantin Film AG und deren Tochtergesellschaften im In- und Ausland sowie der Highlight Communications-Tochtergesellschaften Rainbow Home Entertainment zusammengefasst. Die Constantin Film-Gruppe ist der bedeutendste unabhängige deutsche Hersteller und Auswerter von Produktionen im gesamten fiktionalen und nonfiktionalen audiovisuellen Bereich. Ihr Tätigkeitsfeld umfasst die Entwicklung, Herstellung sowie Auswertung von eigenproduzierten und erworbenen Filmrechten. Die eigenproduzierten Spielfilme im Kino-Bereich werden in der Regel weltweit vermarktet, während die Fremdproduktionen im Wesentlichen im deutschsprachigen Raum vertrieben werden. Bei der Auswertung werden alle Stufen der Verwertungskette (Kinoverleih, Home-Entertainment-Veröffentlichungen, TV-Ausstrahlung) ausgeschöpft. Neben Kinofilmen erstellt die Constantin Film-Gruppe fiktionale sowie non-fiktionale Produkte für deutsche und ausländische TV-Sender. Zur Verwertung der Videorechte an Eigen-und Lizenztiteln besitzt die Highlight Communications AG eine eigene Vertriebsorganisation. In der Schweiz und in Österreich erfolgt der Vertrieb dieser Rechte über die Gesellschaften der Rainbow Home Entertainment. Im deutschen Markt arbeitet die Highlight Communications (Deutschland) GmbH mit Paramount Home Entertainment zusammen.

Die wesentlichen Finanzierungsquellen im Segment Film resultieren aus der Auswertung der eigenproduzierten und erworbenen Filmrechte über alle Stufen der Verwertungskette hinweg. Weitere Einnahmen werden aus den Produktionsaufträgen für TV-Sender und aus den nationalen und internationalen Zuwendungen aus der Filmförderung generiert. Die wesentlichen Aufwandsposten umfassen Erwerbs- und Verwertungsrechte an Drehbüchern und Stoffen, Produktionskosten sowie Vermarktungs- und Herausbringungskosten für die einzelnen Filme (Marketing und Kopien).

Das **Segment Sport- und Event-Marketing** umfasst die Aktivitäten der Team Holding AG (TEAM) und deren Tochtergesellschaften. Die TEAM-Gruppe ist auf die globale Vermarktung internationaler Sport-Großveranstaltungen spezialisiert. Als eine der weltweit führenden Agenturen auf diesem Gebiet vermarktet sie im Auftrag des Europäischen Fußballverbands (UEFA) exklusiv sowohl die UEFA Champions League als auch die UEFA Europa League und den UEFA Super Cup.

Die wesentlichen Finanzierungsquellen im Segment Sport- und Event-Marketing sind die mit der Vermarktung der TV- und

Sponsorenrechte verbundenen Agenturprovisionen, während der Personalaufwand den größten Anteil an der Aufwandsseite ausmacht.

Das **Segment Übrige Geschäftsaktivitäten** umfasst die Aktivitäten der Highlight Event & Entertainment AG sowie der Pokermania GmbH. Die Highlight Event & Entertainment AG agiert im Event- und Entertainment-Geschäft und besitzt die Vermarktungsmandate für den Eurovision Song Contest und die Wiener Philharmoniker. Darüber hinaus beinhalten die Aktivitäten die Entwicklung und Erschließung von Projekten bzw. Geschäftsmodellen im digitalen Bereich.

Die wesentlichen Finanzierungsquellen im Segment Übrige Geschäftsaktivitäten sind die mit der Vermarktung der TV- und Sponsorenrechte verbundenen Agenturprovisionen. Die wesentlichen Aufwandsposten – sowohl bei der Vermarktung der TV- und Sponsorenrechte als auch bei der Entwicklung von digitalen Projekten bzw. Geschäftsmodellen – umfassen Personalkosten und den Einkauf von Dienstleistungen.

Sonstiges umfasst die Aktivitäten der Constantin Medien AG als Holdinggesellschaft.

1.2 Steuerungssystem und Leistungsindikatoren

1.2.1 Konzernsteuerung

Für die strategische Ausrichtung und Steuerung des Konzerns ist der Vorstand der Constantin Medien AG verantwortlich.

Bei den Konzerngesellschaften des Segments Sport liegt die operative Verantwortung bei den Geschäftsführungen der jeweiligen Tochtergesellschaften. Die Steuerung der Gesellschaften dieses Segments erfolgt über Gesellschafterversammlungen sowie Strategie-Sitzungen des Managements. Kurz- und Mittelfristplanungen sowie regelmäßige Reportings sind Grundlage für die Steuerung der Aktivitäten der Sportgesellschaften.

Die Highlight Communications AG, die Highlight Event & Entertainment AG sowie die Constantin Film AG werden durch den Verwaltungsrat bzw. den Vorstand eigenständig geführt. Die Constantin Medien AG nimmt auf die Highlight Communications-Gruppe über ihre 60,53-Prozent-Beteiligung als Aktionär Einfluss. Auch hier bilden Kurz- und Mittelfristplanungen sowie regelmäßige Reportings an die Organe dieser Gesellschaften die Grundlage für die Steuerung der entsprechenden Aktivitäten. Des Weiteren berichtet die Highlight Communications AG im Rahmen des regelmäßigen Konzern-Reportings an die Constantin Medien AG.

1.2.2 Finanzielle Leistungsindikatoren

Umsatz und Ergebnisanteil Anteilseigner bilden die maßgeblichen Steuerungsgrößen innerhalb des Constantin Medien-Konzerns. Des Weiteren werden zur Kontrolle und Steuerung der Segmente regelmäßig die Kennziffern Betriebsergebnis (EBIT) und die Nettoverschuldung (Liquide Mittel abzüglich Finanzverbindlichkeiten) ermittelt. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Wertminderungen (EBITDA) stellt keinen finanziellen Leistungsindikator mehr dar, da die Abschreibungen und Wertminderungen auf das Filmvermögen in Abhängigkeit von den in der Auswertung befindlichen Filmen und deren Produktionskosten stark schwanken können und daher nicht mehr zur Steuerung des Unternehmens verwendet werden.

1.2.3 Nicht-finanzielle Leistungsindikatoren und Erfolgsfaktoren

Über die finanziellen Steuerungsgrößen hinaus sind nicht-finanzielle Leistungsindikatoren bzw. Erfolgsfaktoren für die Performance des Unternehmens von zentraler Bedeutung. Diese ergeben sich aus den spezifischen Anforderungen des jeweiligen Geschäftsmodells.

Reichweiten und Marktanteile: Bei der Sport1 GmbH bildet die Markt- bzw. TV-Zuschauerforschung die Basis, um das Programm seiner Free-TV- bzw. Pay-TV-Sender laufend auf seine Attraktivität hin zu überprüfen, attraktive Lizenzrechte zu erwerben, innovative Formate zu entwickeln und eine zuschauergerechte Programmierung des Sendeablaufs sicherzustellen. Im Free-TV sind dies die täglichen Reichweiten und Marktanteile, die von der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) und Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) erhoben werden. Für SPORT1 ist insbesondere der Marktanteil in der Kernzielgruppe Männer 14 bis 49 Jahre (M14-49) von Bedeutung. Im Pay-TV stellt die Zahl der Abonnenten einen wesentlichen nicht-finanziellen Indikator dar.

Für den Online-Bereich bilden die standardisierte Online-Reichweitenwährung Unique User, die von der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. (AGOF) monatlich ausgewiesen wird, im Online- und Mobile-Bereich die von der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW) monatlich erhobenen Page Impressions (PIs) und Visits die Grundlage. Im Video-Bereich werden die Video Views (Video-Abrufe) über Google Analytics, das YouTube Content Management System, YouTube Analytics und Akamai (Livestream-Abrufe) sowie die Streaming Sessions für das digitale Radio über Triton Digital ermittelt.

Auch im Segment Film ist im Bereich Home Entertainment der Marktanteil, der sich aus dem Verleih und dem Verkauf von DVDs und Blu-rays errechnet, ein Leistungsindikator für den Erfolg der Highlight Communications-Gruppe. In den Bereichen TV-Auswertung/Lizenzhandel und TV-Auftragsproduktion sind Reichweiten und Marktanteile ebenfalls wichtige Bezugsgrößen des

Publikumserfolgs eines ausgestrahlten Formats und häufig Grundlage bei Entscheidungen über zukünftige Beauftragungen.

Technische Reichweite: Für die Attraktivität des Free-TV-Senders SPORT1 als Plattform für die werbetreibende Wirtschaft ist die technische Reichweite von großer Bedeutung. SPORT1 ist in 31,7 Millionen und somit nahezu flächendeckend in 86 Prozent aller erreichbaren Haushalte in Deutschland empfangbar. Im Pay-TV ist eine möglichst flächendeckende Verbreitung der beiden Sender SPORT1+ und SPORT1 US über die maßgeblichen Kabelnetzbetreiber und Infrastrukturanbieter wesentlicher nicht-finanzieller Leistungsindikator.

Quelle:AGF/GfK, TV-Scope 6.0; Stand: 1. Dezember 2015

Besucherzahlen: Im Geschäftsfeld Kinoverleih der Constantin Film-Gruppe ist die Anzahl der Zuschauer, die ein Film generiert, einer der entscheidenden Faktoren, da sich der Kinoerfolg in der Regel auch auf die nachfolgenden Auswertungsstufen – insbesondere im Bereich Home Entertainment – auswirkt.

Darüber hinaus sind auch nicht-finanzielle Leistungsindikatoren bzw. Erfolgsfaktoren für die Performance des Unternehmens von zentraler Bedeutung, welche nicht quantitativ erhoben und zur internen Steuerung herangezogen werden, jedoch essentiell für das Geschäftsmodell der Gesellschaft sind.

Zugang zu Rechten/Kontaktnetz: Für die Plattformen unter der Dachmarke SPORT1 ist der Zugang zu und die Verfügbarkeit von attraktiven Sportrechten von großer Bedeutung. Dies gilt insbesondere für die Übertragung von Fußballspielen. Der Zugang ist unter anderem von überzeugenden Programmkonzepten, einer soliden Finanzierungsbasis und nicht zuletzt einem engen Kontaktnetz zu Rechteinhabern und Entscheidungsträgern in diesem Bereich abhängig. Im Free-TV sind attraktive Sportrechte essenziell, um den Marktanteil, insbesondere in der Kernzielgruppe (M14-49), halten bzw. ausbauen zu können. Bei den Pay-TV-Sportkanälen SPORT1+ und SPORT1 US geht es darum, den Pay-Value garantieren und sukzessive steigern zu können.

Im Segment Film ist die Constantin Film-Gruppe beim Erwerb der Rechte an literarischen Vorlagen und Drehbüchern sowie beim Abschluss von Verträgen mit erfolgreichen Regisseuren, Schauspielern und Filmstudios einem starken Wettbewerb ausgesetzt. Daher arbeitet die Constantin Film AG schon seit Jahrzehnten sehr eng mit renommierten und erfahrenen Drehbuchautoren, Regisseuren und Produzenten im In- und Ausland zusammen, die über großes Know-how bei der Produktion von Kinofilmen und TV-Formaten verfügen und versucht diese, über entsprechende Verträge fest an sich zu binden.

In den Segmenten Sport- und Event-Marketing und Übrige Geschäftsaktivitäten sind bei der Vermarktung internationaler Sportgroß- oder Event- und Entertainment-Veranstaltungen vertrauensvolle Geschäftsbeziehungen zu den Rechtehaltern sowie bestehenden und potenziellen Sponsoren entscheidend.

Innovationsfähigkeit: Der Erfolg von PLAZAMEDIA hängt wesentlich von der Fähigkeit ab, ihren Kunden hochwertige und innovative Dienstleistungen in den Bereichen Kreation, produktionstechnische Umsetzung bzw. Inszenierung, Sendeabwicklung, technologische Produktionsinnovationen, interaktive, digitale oder mobile Zusatzangebote, multimediales Handling sowie digitale Archivierung und Distribution von Inhalten anzubieten. Da technische Innovationen zu den strategischen Erfolgsfaktoren im Produktionsdienstleistungsgeschäft gehören, legt PLAZAMEDIA auch einen besonderen Fokus auf die stetige Weiterentwicklung ihrer technologischen Leistungsfähigkeit.

Fachkompetenz: Nicht nur im Hinblick auf die zunehmend digitale und konvergente Mediennutzung plattformübergreifender Angebote sind sowohl die technische als auch inhaltliche Kompetenz entscheidend. Entsprechend wichtig ist die Rekrutierung, Förderung und Sicherung von gut ausgebildeten, fachkundigen, engagierten und kreativen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

1.3 Rechtliche Einflussfaktoren

Die Constantin Medien AG hat einer Vielzahl börsenrechtlicher und gesetzlicher Vorschriften zu folgen. Als eine im regulierten Markt (Prime Standard) der Frankfurter Wertpapierbörse notierte Aktiengesellschaft nach deutschem Recht unterliegt sie insbesondere dem deutschen Aktien- und Kapitalmarktrecht und hat den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex zu entsprechen. Die Highlight Communications AG ist eine Aktiengesellschaft nach Schweizer Recht, die an der Frankfurter Wertpapierbörse notiert ist. Die Highlight Event & Entertainment AG als Aktiengesellschaft nach Schweizer Recht richtet sich nach den „Codes of Best Practice“ der SIX Swiss Exchange. Die operativen Aktivitäten der Gesellschaften der einzelnen Segmente erfolgen im Einklang mit einer Vielzahl medien-, datenschutz- und urheberrechtlicher sowie regulatorischer Vorgaben.

Segment Sport

Bestimmender rechtlicher Einflussfaktor für den Free-TV-Sender SPORT1, die Pay-TV-Sender SPORT1+ und SPORT1 US, das Internet-TV-Angebot SPORT1 Livestream sowie das digitale Sportradio SPORT1.fm sind der Rundfunkstaatsvertrag und die Landesmediengesetze, deren Einhaltung von den jeweiligen

Medienanstalten der Bundesländer überwacht wird. Sowohl SPORT1 als auch SPORT1+, SPORT1 US und SPORT1 Livestream fallen hierbei in die Zuständigkeit der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM). SPORT1.fm fällt in die Zuständigkeit der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen).

Die Sendelizenz des Free-TV-Senders SPORT1 wurde von der BLM mit Bescheid vom 17. April 2015 für weitere acht Jahre bis zum 20. April 2023 verlängert. Auch die Pay-TV-Sender SPORT1+ und SPORT1 US, das Internet-TV-Angebot SPORT1 Livestream und das Sportradio SPORT1.fm verfügen über Sendelizenzen mit mehrjähriger Laufzeit.

Als privater Rundfunkveranstalter unterliegt die Constantin Medien-Gruppe den Vorschriften des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags. Im Rahmen dessen ist dafür Sorge zu tragen, dass Kinder und Jugendliche Angebote nicht wahrnehmen können, die geeignet sind, ihre Entwicklung zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit zu beeinträchtigen. Darüber hinaus beinhaltet der Rundfunkstaatsvertrag verschiedene regulatorische Vorgaben im Zusammenhang mit der Schaltung von Werbung. Dazu zählt die von den Landesmedienanstalten im Februar 2009 verabschiedete Gewinnspielsatzung, die unter anderem strengere Regelungen für „Call-In-Formate“ vorsieht. Dabei stehen neben dem Schutz von minderjährigen Teilnehmern insbesondere erhöhte Transparenz-Anforderungen an die Gewinnspiele im Vordergrund. Ferner ist der am 1. Juli 2012 in Kraft getretene Glücksspielstaatsvertrag von Relevanz. Er enthält die Möglichkeit der Erteilung einer beschränkten Anzahl von Konzessionen/Lizenzen (auch) an private Anbieter von Sportwetten, die bis dato allerdings noch nicht erfolgt ist, und sieht zudem für die Bewerbung von Sportwetten in TV und Internet ein Verbot mit Erlaubnisvorbehalt vor.

Segment Film

Im Segment Film unterliegt die Constantin Medien-Gruppe ebenfalls einer Reihe von gesetzlichen Regelungen mit besonderer Bedeutung. Dazu zählen unter anderem die Regelungen zum Urheberschutzgesetz. Ferner ist das Gesetz zum Schutz der Jugend zu beachten, das bei Kino- und Videofilmen die Verpflichtung zur Alterskennzeichnung durch die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen e.V. regelt.

Die deutsche Kinofilmproduktion – so auch die Constantin Film-Gruppe – ist auf Förderungen angewiesen. In Deutschland werden auf Bundes- und Länderebene jährlich rund 160 Mio. Euro vor allem für die Spielfilmförderung aufgewendet. Von den Förderinstitutionen ist der Deutsche Filmförderfonds (DFFF) mit zuletzt 50 Mio. Euro jährlich der Wichtigste. Er fördert – wie ähnliche Instrumente in anderen Ländern – die Produktionstätigkeit am jeweiligen Standort. Die Überziehung des DFFF-Topfes im Jahr 2015 hat keine Auswirkungen auf das laufende Jahr, in dem die Fördersumme unangetastet bei 50 Mio. Euro bestehen bleibt. Darüber hinaus hat der Haushaltsausschuss den Etat für die kulturelle Filmförderung im Bundeshaushalt 2016 um 15 Mio. Euro erhöht. Außerdem hat das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) Ende 2015 mit dem German Motion Picture Fund ein neues Förderprogramm für Kinofilme und TV-Serien ins Leben gerufen. Auch die bayerische Filmförderung hat 450.000 Euro an zusätzlichen Fördergeldern für internationale Koproduktionen beschlossen.

Quellen: Mediabiz, Blickpunkt:Film, 12. November 2015 und 29. Oktober 2015

Der Plan, auf europäischer Ebene die Vergabe von territorialen Lizenzen einzuschränken und z.B. Geoblocking bei bestimmten Rechten zu verbieten, wurde bislang nicht umgesetzt.

1.4 Marktforschung und Entwicklung

Die Erhebung und Analyse von Marktdaten in den Bereichen Zuschauer-, User-, und Kundenforschung ist für die Entwicklung und Weiterentwicklung der Geschäftsfelder, in denen der Konzern operativ tätig ist, wichtig, um frühzeitig auf Trends in den jeweiligen Branchensegmenten und Veränderungen im Konsumentenverhalten reagieren oder diesen vorgreifen zu können. Zudem dienen diese Daten und Erkenntnisse den Unternehmen der Constantin Medien-Gruppe dazu Kunden, Geschäftspartnern und der werbetreibenden Industrie kompetente und stichhaltige Informationen zur Beurteilung ihrer Investitionsentscheidungen zur Verfügung stellen zu können. So arbeitet SPORT1 mit zahlreichen, spezialisierten Unternehmen zusammen, die die relevanten Daten bzw. Zugriffszahlen im Bereich Markt- bzw. TV-Zuschauerforschung, im Online-, Mobile- sowie Video-Bereich und für das digitale Radio erheben und ausweisen (vgl. Kapitel 1.2.3 Nicht-finanzielle Leistungsindikatoren und Erfolgsfaktoren).

Eigenproduktionen im Segment Film werden teilweise im Rahmen von Screenings einem Publikumstest unterzogen. Ebenso werden für die aktuellen Kinostarts Awareness-Zahlen erhoben, um unter anderem die Wirkung der Marketing-Aktivitäten für den jeweiligen Film beurteilen und ggf. optimieren zu können.

Neben diesen rein quantitativen Leistungsgrößen sind auch qualitative Daten wie zum Beispiel zur Werbewirkungsforschung wichtige Grundlagen für die Bewertung, Einordnung und Ausrichtung der Produktions- und Verwertungs- bzw. Vermarktungs-

und Marketingaktivitäten innerhalb der verschiedenen Segmente. Hierfür wird auch auf breit angelegte Studien und Forschungsarbeiten zur Entwicklung der Medienbranche sowie auf Umfragen, Screenings oder Publikums-Tests zu den eigenen Produkten zurückgegriffen. Aufwendige Stoffe werden schon vor der jeweiligen Herstellung auf ihre Akzeptanz im Markt geprüft.

2. Wirtschaftsbericht

2.1 Gesamtwirtschaftliches Umfeld im Geschäftsjahr 2015

Die Weltwirtschaft befand sich im Jahr 2015 insgesamt auf Wachstumskurs. Jedoch verlor die konjunkturelle Entwicklung im Jahresverlauf an Schwung. Die Gründe waren laut Internationalem Währungsfonds (IWF) die bereits im fünften Jahr in Folge nachlassende wirtschaftliche Dynamik in den aufstrebenden Volkswirtschaften sowie eine unter den Erwartungen liegende wirtschaftliche Erholung in den Industriestaaten. Negativ auf die globale Wachstumsdynamik wirkten sich der stark gesunkene Rohölpreis, die Abwertung der Währungen in den aufstrebenden Volkswirtschaften sowie eine nochmals erhöhte Volatilität auf den Finanzmärkten aus. Der IWF stellte aufgrund dieser Entwicklungen ein globales Wachstum im Jahr 2015 von 3,1 Prozent fest.

Die Wirtschaft in der Euro-Zone befand sich dem Währungsfonds zufolge 2015 in einem moderaten Aufschwung und legte insgesamt um 1,5 Prozent zu. Der Zuwachs der Wirtschaftsleistung wurde vor allem von Kaufkraftzuwächsen der Verbraucher als Folge des niedrigen Ölpreises, von der den Export fördernden Abwertung des Euro sowie der anhaltenden Niedrigzinspolitik der Europäischen Zentralbank (EZB) getragen.

Auch die deutsche Wirtschaft befand sich im Jahr 2015 in einem moderaten Aufschwung. Das Bruttoinlandsprodukt wuchs laut Statistischem Bundesamt um 1,7 Prozent und lag damit im zweiten Jahr in Folge über dem durchschnittlichen Wachstum der vergangenen zehn Jahre von 1,3 Prozent. Als wesentliche Einflussfaktoren wurden der private Konsum, die gesunkenen Energiepreise sowie die weiterhin gute Lage am Arbeitsmarkt angeführt.

Quellen: Internationaler Währungsfonds (IWF), World Economic Outlook, Updates Oktober 2015 und Januar 2016; Statistisches Bundesamt, Pressemitteilung, 14. Januar 2016

2.2 Marktumfeld Medien und Unterhaltung in Deutschland

Die Medien- und Unterhaltungsbranche in Deutschland entwickelt sich grundsätzlich entsprechend der Gesamtwirtschaft. Allerdings sind die Ausgaben für Werbung in der Regel direkter und zeitnaher an konjunkturelle Veränderungen geknüpft als das Ausgabeverhalten der Konsumenten.

Für das Jahr 2015 ging die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC) von einem Umsatzwachstum der gesamten Medien- und Unterhaltungsbranche in Deutschland um 2,0 Prozent auf rund 69,4 Mrd. Euro aus. Die erwartete Wachstumsrate fiel damit geringer aus als im Vorjahr (+2,7 Prozent). Wachstumstreiber waren, wie in den Vorjahren, digitalisierte Angebote, die das Mediennutzungsverhalten der Menschen und die Verbreitung von Medieninhalten grundlegend verändern. Ungeachtet des Siegeszugs der digitalen Angebote wurde für das traditionelle Fernsehen als dem größten Teilmarkt 2015 ein Umsatzplus von 2,2 Prozent erwartet, während der Hörfunk den leichten Wachstumskurs der Vorjahre nicht fortsetzen konnte und 2,0 Prozent unter dem Vorjahreswert blieb. Für die Onlinewerbung erwartete PwC ein Umsatzplus im Jahr 2015 von 7,5 Prozent nach +8,4 Prozent im Jahr 2014.

Bei den Ausgaben der Deutschen für Medienkonsum ging PwC für das Berichtsjahr von einer in etwa konstanten Steigerungsrate um 2,0 Prozent aus (2014: +2,1 Prozent). Treiber sind demnach vor allem die zunehmende Verbreitung digitaler Endgeräte wie Smartphones und Tablets und der beschleunigte Ausbau der Breitband-Technologien und -Infrastruktur.

Quelle: PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, „German Entertainment and Media Outlook: 2015 – 2019“, Oktober 2015

2.3 Branchenspezifische Rahmenbedingungen, operative Entwicklung und Analyse der nicht-finanziellen Leistungsindikatoren der Segmente

2.3.1 Branchenspezifische Rahmenbedingungen im Segment Sport

Nach Angaben des Informations- und Medienunternehmens Nielsen Media Research hat sich der deutsche Bruttowerbemarkt 2015 mit einem Zuwachs von 3,5 Prozent auf insgesamt 29,2 Mrd. Euro positiv zum Vorjahr entwickelt. Während das erste Halbjahr bereits mit einem moderaten Plus von 1,9 Prozent abschloss, verlief das zweite Halbjahr mit einer Steigerungsrate von 4,8 Prozent sehr gut.

Das stärkste Wachstum bei den Werbeausgaben verzeichneten mit einer Steigerung um 58 Prozent weiterhin mobile Endgeräte, die 2015 auf Werbespendings in Höhe von 0,3 Mrd. Euro kamen. Das Medium Internet schloss das Jahr 2015 mit einem geringfügigen Zuwachs von 0,1 Prozent auf rund 3,0 Mrd. Euro ab (Vorjahr: +0,1 Prozent). Die Mediengattung TV wuchs gegenüber 2014 um 5,4 Prozent auf 13,8 Mrd. Euro. Die Werbespendings in die Gattung Radio stiegen, insbesondere durch ein

solides Wachstum im zweiten Halbjahr 2015 auf 1,7 Mrd. Euro – ein Plus von 2,9 Prozent gegenüber 2014. Lediglich die Printmedien mussten leichte Verluste von -0,8 Prozent hinnehmen.

Quelle: Nielsen Media Research GmbH, Pressemitteilung, 21. Januar 2016 und Nielsen Top Ten Trends Dezember 2015, 21. Dezember 2015

Die Zahl der Pay-TV-Abonnenten in Deutschland ist nach Prognosen von PwC von 7,0 Millionen im Jahr 2014 deutlich auf 7,8 Millionen im Jahr 2015 gestiegen. Wachstumstreiber seien laut PwC nach wie vor die erhöhte Nachfrage nach weiteren Bezahlfernseh-Angeboten und einer hohen Bildqualität.

Quelle: PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, „German Entertainment and Media Outlook: 2015 – 2019“, Oktober 2015

Der Trend hin zu hochauflösenden Technologien, wie UHD oder auch 4K, setzte sich im Produktionsmarkt auch 2015 fort. Vor allem in der Live-Produktion boten das DFB-Pokal-Endspiel sowie das Finale der UEFA Champions League eine Gelegenheit, aktuelle Entwicklungen im Bereich hochauflösender Bilder in der Praxis zu testen. Zudem wurden neue Einsatzmöglichkeiten für Augmented-Reality-Technologien, innovative optische Tracking Systeme sowie Audio-Optimierungen erprobt, die ein noch spektakuläreres Seh- und Hörerlebnis schaffen sollen. Auch IT-basierte Infrastrukturen und Over-the-top-Content (OTT) spielten im Berichtszeitraum eine wachsende Rolle im Produktionsmarkt. Dies zeigte sich auch auf der jährlich in Amsterdam stattfindenden International Broadcast Convention (IBC), einer der wichtigsten Messen der Produktionsbranche, auf der ebenfalls Lösungen im Fokus standen, welche die Überführung linearer Workflows in Richtung einer OTT-Strategie ermöglichen.

Quellen: Medien Bulletin, „Qualitätsschub für Fußball TV“, Juli 2015; tvtechnology.com, „TVT Power Rankings: Top 10 IBC 2015 Trends“, 24. September 2015.

2.3.2 Operative Entwicklung im Segment Sport

Der Fokus von SPORT1 lag 2015 weiterhin auf dem Ausbau des Rechteportfolios, der plattformübergreifenden Vernetzung und Inszenierung der Inhalte, der weiteren digitalen Diversifizierung durch neue Angebote sowie der Schaffung von neuen Vermarktungsumfeldern.

Gruppenphase der UEFA Europa League: FC Schalke 04 vs. APOEL FC

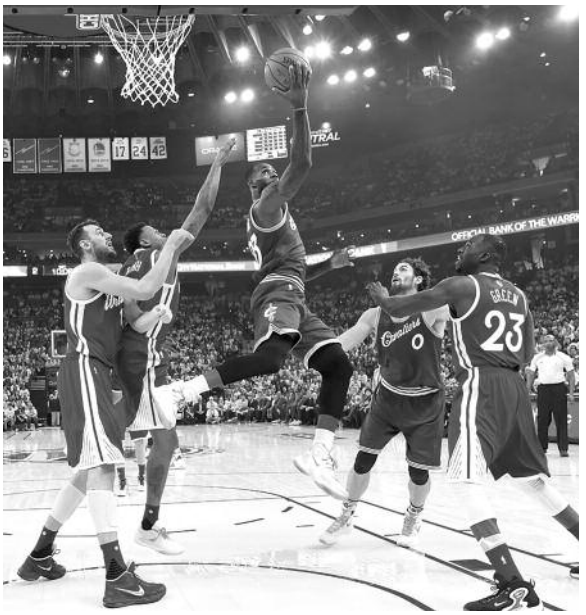
Erwerb hochwertiger Top-Rechte – Auch 2015 akquirierte die Sport1 GmbH wieder zahlreiche attraktive und überwiegend plattformübergreifende Rechte für ihre Free- und Pay-TV, Online-, Mobile- und Radio-Plattformen: Ein Highlight war der im Februar erfolgte Erwerb umfangreicher Live- und Highlight-Rechte an der UEFA Europa League für die Spielzeiten 2015/16 bis 2017/18: An jedem Spieltag zeigt SPORT1 seit September 2015 eine Partie live im Free-TV, im Livestream und auf SPORT1.fm – insgesamt 15 Partien pro Saison. Im Rahmen einer im September geschlossenen Kooperation mit der UEFA zeigt SPORT1 seit Saisonbeginn 2015/16 bis einschließlich 2017/18 auch die UEFA Youth League der U19-Mannschaften, mit mindestens 39 Livespielen pro Saison und in Highlights im Free- und Pay-TV sowie im Livestream.

SPORT1 Motorsport-Moderatorin Julia Josten

Im Motorsportbereich verlängerte die Sport1 GmbH Mitte September die Zusammenarbeit mit dem ADAC: Bis einschließlich der Saison 2017 werden die Rennen des ADAC GT Masters und der Formel 4 live im Free- und Pay-TV sowie im Livestream übertragen. Bereits im Januar wurden für die Saisons 2015 und 2016 an der FIA World Rallye Championship Highlight-Rechte an allen und Live-Rechte an einzelnen Läufen erworben.

Für SPORT1+ erwarb das Unternehmen Rechte an internationalen Fußball-Ligen wie der italienischen Serie A und der französischen Ligue 1. Für SPORT1 US wurden Rechte an der NFL für die Saison 2015/16 und der NBA für die Spielzeiten 2015/16 und 2016/17 erworben. Zudem akquirierte SPORT1 bis einschließlich der Saison 2017/18 Rechte an NCAA College Football, College Basketball und die IndyCar Series.

Start weiterer digitaler Angebote und Schaffung neuer Vermarktungsmodelle – Über den im Januar erfolgten Relaunch des Online-Auftritts von SPORT1.de hinaus startete die Sport1 GmbH im Frühjahr die nativen SPORT1 Video Apps für den neu eingeführten Google Nexus Player und Apple-Endgeräte sowie eine SPORT1 News App für die Apple Watch. Die bei Apple TV 4 integrierte SPORT1 App komplettiert das aktuelle Angebot an nativen SPORT1 Apps. Ende Mai führte SPORT1 die neue Unit Digital Solutions ein, die digitale Content-Marketinglösungen für werbetreibende Unternehmen entwickelt.



NBA-Spitzenspiel – Golden State Warriors vs. Cleveland Cavaliers

Ausbau bestehender Vereinbarungen und Akquisition neuer Kunden – Die Schwerpunkte der PLAZAMEDIA lagen auch im Geschäftsjahr 2015 auf der Sicherung und dem Ausbau der bestehenden sowie dem Aufbau neuer Kundenbeziehungen. Anfang Juni 2015 wurde das Unternehmen vom ZDF für weitere drei Jahre, bis einschließlich der Saison 2017/18, mit dem Host Broadcasting der Spiele der UEFA Champions League im Inland und der Beistellung von Produktionstechnik für die unilateralen ZDF-Produktionen im In- und Ausland beauftragt. Anfang Oktober akquirierte PLAZAMEDIA mit der SPORTRADAR AG, einem der führenden Anbieter von sportbezogenen Daten, einen Neukunden aus dem Sektor Platforms & Telcos. PLAZAMEDIA erbringt hier Dienstleistungen u.a. im Bereich Content Distribution und Streaming von Live-Bildern internationaler Sportevents und Sportligen.

LEITMOTIF Creators realisiert Erlebnisformate für Unternehmen und Brands – Im Juni wurde der Ende 2014 neu eingeführte Geschäftsbereich Content & Creations in die 100-prozen-

World Darts Championship 2015

tige Tochtergesellschaft LEITMOTIF Creators GmbH ausgegliedert. Deren Fokus liegt auf der Konzeption und Umsetzung von Erlebnisformaten für Unternehmen und Marken aus dem Sport-, Event-, und Entertainment-Bereich.

Umfangreiche Produktionsdienstleistungen für verschiedene Kunden – Im Rahmen der Übertragungen der UEFA Champions League verantwortete PLAZAMEDIA die Produktion zahlreicher Partien der höchsten Spielklasse für das ZDF – unter anderem die Produktion des Worldfeed vom Finale am 6. Juni in Berlin. Zudem übernahm PLAZAMEDIA während des Finales die technische und personelle Betreuung des Stadion-TVs der UEFA. Im Auftrag des Pay-TV-Senders Sky erbrachte PLAZAMEDIA 2015 umfangreiche produktionstechnische Dienstleistungen bei den Übertragungen der Formel 1, der UEFA Champions League und der UEFA Europa League. Zudem realisierte PLAZAMEDIA für Sky die Live-Übertragungen sowie die Studiosendung für die Handball-WM in Katar und im Rahmen des Tennisturniers in Wimbledon unter anderem die Aufnahme, Ausspielung und Vertonung zahlreicher Feeds für etwa 400 Stunden Live-Content. Im Rahmen der Übertragungen der UEFA EURO Qualifiers übernahm die PLAZAMEDIA im Auftrag der UEFA das Host Broadcasting an vier Austragungsorten. Außerdem erbrachte das Unternehmen für die Kunden Sky und Axel Springer/BILD umfangreiche Produktionsdienstleistungen während der Rückrunde der Saison 2014/15 sowie der Hinrunde der Spielzeit 2015/16 der Fußball-Bundesliga.

2.3.3 Analyse der nicht-finanziellen Leistungsindikatoren im Segment Sport

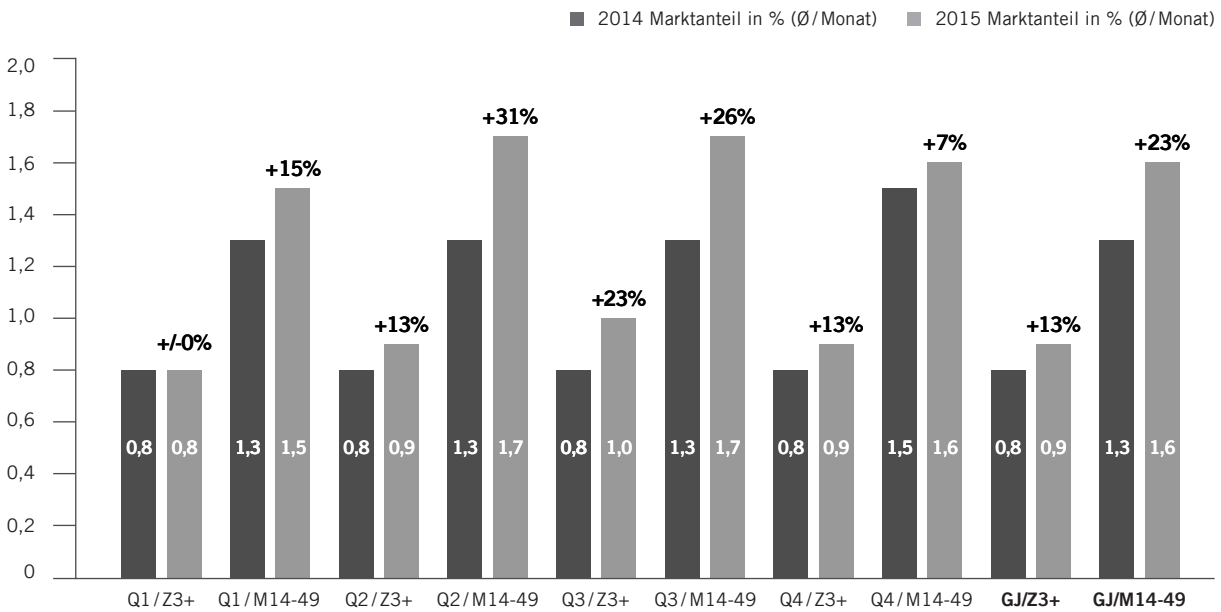
Quoten-Treiber Fußball, Europaspiele und Darts – Zu den Programm- und Quoten-Highlights von SPORT1 zählten auch 2015 die etablierten Formate zur Bundesliga und 2. Bundesliga wie „Der Volkswagen Doppelpass“, „Hattrick Live“ mit den Zweitligaspielen am Montagabend und der „Bitburger Fantalk“ am Dienstagabend. Die UEFA Europa League sorgte ab Saisonstart 2015/16 im Free-TV für hervorragende Reichweiten von durchschnittlich knapp 2 Mio. Zuschauern (Z3+) und einem Marktanteil von durchschnittlich 10 Prozent in der Kernzielgruppe (M14-49). Auch die Liveübertragungen ausgewählter Partien der UEFA-U21-Europameisterschaft 2015 generierten großes Zuschauerinteresse. Positiv fiel auch die Quoten-Bilanz der erstmalig ausgetragenen Europaspiele in Baku aus mit Marktanteilen von durchschnittlich 1,2 Prozent (Z3+) und sehr

guten 2,2 Prozent in der Kernzielgruppe. Hoch im Kurs bei den Zuschauern stand auch Darts: Das Finale der WM 2015 am 4. Januar 2015 sorgte mit 1,36 Mio. Zuschauern im Schnitt (Z3+), 1,86 Mio. Zuschauern (Z3+) in der Spitze für Rekordwerte und einen Marktanteil von 12,1 Prozent in der Kernzielgruppe (M14-49).

Quellen: AGF/GfK-Fernsehforschung; TV Scope, 1. Januar bis 31. Dezember 2014/2015; SPORT1 Medienforschung

Deutliches Wachstum der Marktanteile im Free-TV – Mit seinem vielfältigen Programm setzte SPORT1 im Free-TV die Aufwärtsentwicklung der Marktanteile auch 2015 fort: Im Quartals- wie Jahresvergleich verbuchte SPORT1 Zuwächse bei den Zuschauern Gesamt (Z3+) und erzielte insbesondere in der Kernzielgruppe Männer 14 bis 49 Jahre (M14-49) deutliche Steigerungsraten:

SPORT1 | Marktanteile Free-TV in %



Quellen: AGF/GfK-Fernsehforschung; TV Scope, 1. Januar bis 31. Dezember 2014/1. Januar bis 31. Dezember 2015; SPORT1 Medienforschung

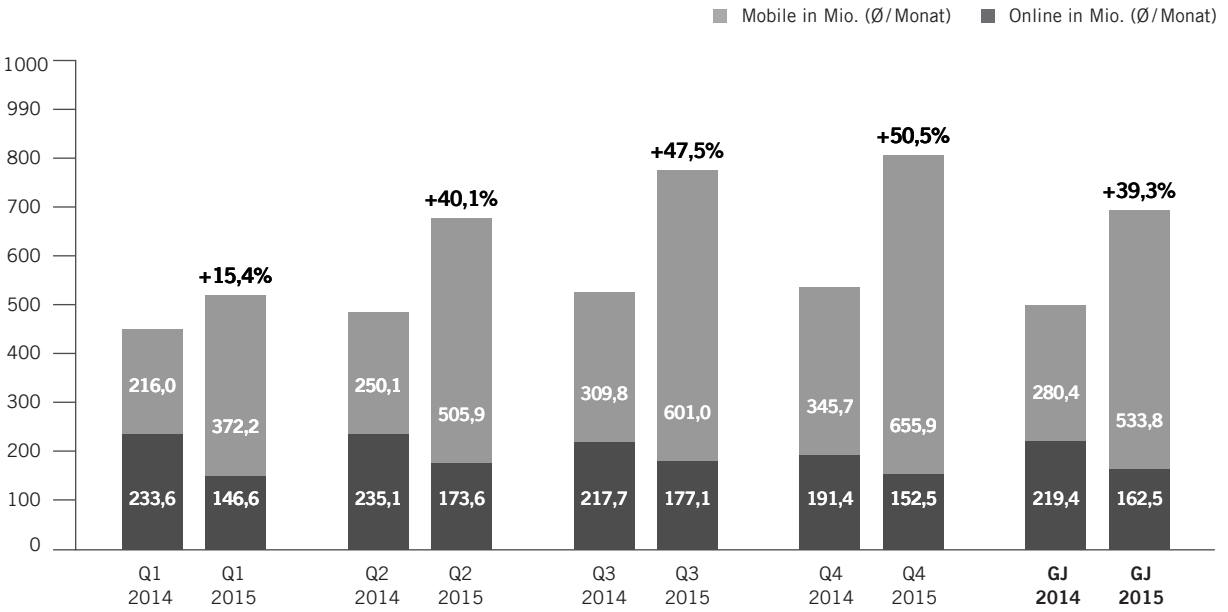
Verbreitung im Pay-TV weiter auf hohem Niveau – Der Pay-TV-Sender SPORT1+ verbuchte zum 31. Dezember 2015 ca. 2,04 Mio. Abonnenten (2014: 1,94 Millionen) – ohne die Subscriber, die den Sender über die Pay-TV-Plattform Sky empfangen. Die Zahl der Abonnenten von SPORT1 US lag zum Jahresende 2015 bei rund 1,43 Millionen (2014: 1,44 Millionen, ohne Sky-Subscriber).

Deutliche Steigerung der kumulierten Online- und Mobile-Reichweiten* – SPORT1 wuchs bei der kumulierten Online- und Mobile-Reichweite im Gesamtjahr 2015 gegenüber dem Vorjahr deutlich und verzeichnete mit 696,2 Mio. Seitenaufrufen (Page Impressions, PIs) im Monatsschnitt und 77,8 Mio. Visits deutliche Zuwächse von 39,3 Prozent bzw. 20,7 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Der August 2015 war dabei mit 837,8 Mio. PIs und 90,8 Mio. Visits der beste Monat seit Bestehen von SPORT1.de.

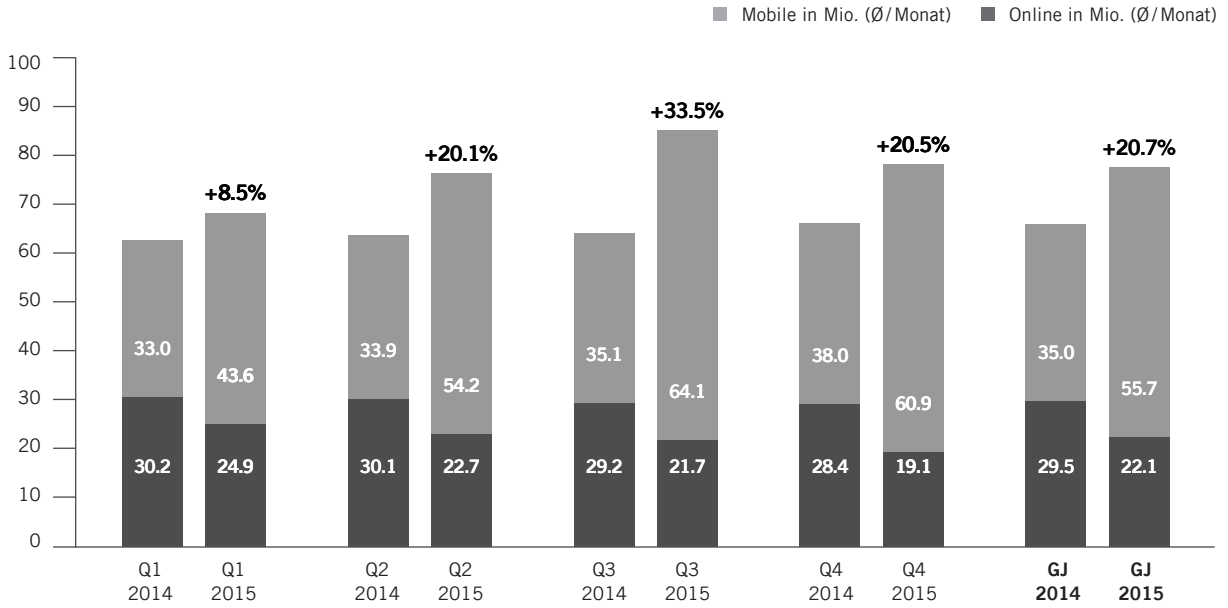
Anhaltend starke Zuwächse im Mobile-Bereich* – Mit einer Steigerung von 90,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr konnte SPORT1 die Zahl der Page Impressions im Mobile-Bereich nahezu verdoppeln. Auch die Visits legten im Vorjahresvergleich mit einem Plus von 59,2 Prozent deutlich zu.

Rückgang bei der reinen Online-Reichweite* – Durch die anhaltende Verschiebung der Content-Nutzung von Online hin zu Mobile und durch die sportlichen Großereignisse im Jahr 2014 (Olympischen Winterspiele in Sotschi und die Fußball-Weltmeisterschaft in Brasilien) lag die reine Online-Reichweite von SPORT1.de 2015 bei den PIs um 26 Prozent und bei den Visits um 25 Prozent unter den Werten des Vorjahreszeitraums.

SPORT1 | Page Impressions in Mio.



SPORT1 | Visits in Mio.

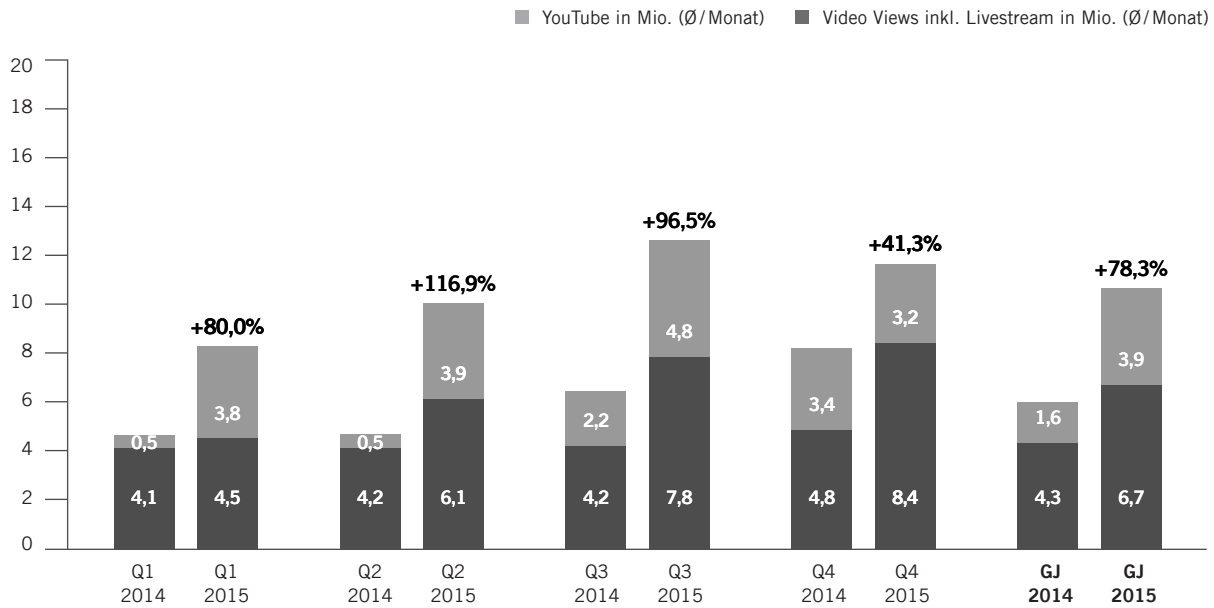


SPORT1 konnte im Oktober 2015 im Online-Bereich 3,06 Mio. Unique User verzeichnen, im Mobile-Bereich sogar 3,36 Mio. Unique User. Da die AGOF die Erhebungsmethode für die Unique User im Juni 2015 umgestellt hat, sind keine Vergleiche mehr mit den Werten der Vormonate bzw. Vorjahre möglich.

Quellen: IVW (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.) Januar bis Dezember 2014/2015; *Online inkl. sport1.de, tv.sport1.de, video.sport1.de und bundesligamanager.sport1.de; Mobile inkl. MEW, SPORT1 News App (iOS, Android und Windows), Manager App (iOS und Android) und Video App (iOS und Android); AGOF Digital Facts Oktober 2015 Unique User ab 10 Jahren (Online) und Unique User ab 14 Jahren (Mobile: SPORT1 iPhone App, SPORT1 Android App und MEW)

Weitere Steigerung der Video-Abrufe – Im Gesamtjahr 2015 konnte SPORT1 auch bei den Abrufen im gesamten Video-Bereich (alle SPORT1-Plattformen und SPORT1 YouTube-Channels) gegenüber 2014 kräftig zulegen:

SPORT1 | Video Views in Mio.



Quellen: Google Analytics ab April 2014 (davor Comscore); YouTube Analytics Januar bis Dezember 2014/2015 und Akamai (Livestream-Abrufe) Januar bis Dezember 2014/2015

Positive Entwicklung der Streaming-Sessions von SPORT1.fm – Das digitale Sportradio SPORT1.fm verbuchte in 2015 insgesamt mehr als 33,5 Mio. Streaming-Sessions. Im Monatsdurchschnitt ergab sich mit 2,8 Mio. Streaming-Sessions ein Plus von 16,5 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum (2,4 Millionen).

Quelle: Triton Digital Januar bis Dezember 2014/2015

2.3.4 Branchenspezifische Rahmenbedingungen im Segment Film

Kinoverleih – Die Umsätze im deutschen Kinomarkt sind im Jahr 2015 um 23,5 Prozent auf den neuen Rekordwert von 1,14 Mrd. Euro (2014: 0,92 Mrd. Euro) gestiegen. Ähnlich positiv entwickelten sich die Besucherzahlen, die einen Zuwachs um 18,0 Prozent auf 133,1 Millionen (2014: 112,8 Millionen) verzeichneten. Deutsche Eigen- und Koproduktionen erzielten dabei einen Marktanteil von 22,4 Prozent nach Umsatz und von 25,4 Prozent nach Besuchern.

Quelle: Rentrak: Auswertungen zum Kinomarkt Deutschland, Gesamtjahr 2015

Von allen Filmen, die 2015 in Deutschland anliefen, konnten 30 jeweils mehr als 1 Million Besucher (inklusive Previews) in die Kinos locken. Am erfolgreichsten schnitt die Constantin Film-Eigenproduktion „Fack Ju Göhte 2“ mit 7,64 Mio. Zuschauern ab, knapp gefolgt vom Science-Fiction-Spektakel „Star Wars: Das Erwachen der Macht“ (7,63 Mio. Besucher), dem James Bond-Sequel „Spectre“ (6,95 Mio. Zuschauer) und dem CGI-Film „Minions“ (6,93 Mio. Besucher).

Quelle: Rentrak: Auswertungen zum Kinomarkt Deutschland, Gesamtjahr 2015

Home Entertainment – Der deutsche Home-Entertainment-Gesamtmarkt verzeichnete im Jahr 2015 einen Rückgang um 1,8 Prozent auf 1,61 Mrd. Euro (2014: 1,64 Mrd. Euro), wobei das stark wachsende SVoD-Geschäft (Subscription-Video-on-Demand) nicht in diesen Zahlen enthalten ist. Die Abnahme resultierte aus rückläufigen Umsätzen beim Verkauf und Verleih physischer Trägermedien (DVD und Blu-ray) um 5,4 Prozent auf 1,41 Mrd. Euro (2014: 1,49 Mrd. Euro).

Sehr positiv entwickelten sich dagegen weiterhin die digitalen Verwertungsformen (Electronic-Sell-Through und Transactional-Video-on-Demand), die insgesamt um 33,3 Prozent auf 0,20 Mrd. Euro (2014: 0,15 Mrd. Euro) zulegen konnten. Allerdings

konnte damit der Umsatzrückgang bei den physischen Trägermedien nicht ausgeglichen werden.

Quelle: GfK Consumer Panel 2015; Bundesverband Audiovisuelle Medien, Pressemitteilung, 3. Februar 2016

Lizenzhandel/TV-Auftragsproduktion
Auf den Filmmärkten ist das Angebot an verfügbaren, interessanten und Erfolg versprechenden Lizenzprodukten derzeit gering. Dies hängt – neben einer erheblichen Reduzierung der Kinostarts in den USA durch die US-Studios – auch damit zusammen, dass viele prominente Schauspieler durchgängig im seriellen TV-Bereich beschäftigt sind und damit für weniger Kinofilme zur Verfügung stehen.

Der Bereich TV ist weiterhin stark durch die anhaltende Digitalisierung beeinflusst; dennoch bleibt das Fernsehen in Deutschland der wichtigste Meinungsbildner und Auftraggeber. In Wettbewerb zum klassischen linearen Fernsehen treten vor allem Streaming-Plattformen wie Netflix und Amazon.

Quelle: PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, „German Entertainment and Media Outlook: 2015 – 2019“, Oktober 2015

2.3.5 Operative Entwicklung im Segment Film
In den Bereichen Kinoproduktion/Rechteerwerb und Kinoverleih wurden im Berichtsjahr mit der Kombination von nationalen und internationalen Eigen-/Koproduktionen mit wenigen hochwertigen Fremdtiteln beachtliche Erfolge erzielt. Hinzu kamen adäquate Presse- und Marketingmaßnahmen, die insbesondere bei „Fack Ju Göhte 2“ und „Er ist wieder da“ zu den großen Kinoerfolgen beigetragen haben.

„Fack Ju Göhte 2“ – Anna Lena Klenke, Karoline Herfurth, Elyas M’Barek

Dreharbeiten zu elf Filmen gestartet – Von den 13 Filmprojekten, die die Constantin Film-Gruppe für das Jahr 2015 geplant hatte, wurden insgesamt elf Produktionen umgesetzt, darunter „Timm Thaler“, „Bruder vor Luder“, „Schweinskopf al dente“, „Resident Evil 6: The Final Chapter“ und „Grüße von Fukushima“. Durch den Dreh von „Resident Evil 6“ kann der Erfolg dieser starken Marke im Jahr 2016 fortgeführt werden.

Im Genre Komödie konnte sich die Constantin Film-Gruppe im Berichtsjahr hervorragend aufstellen und mit „Fack Ju Göhte 2“ das mit Abstand erfolgreichste deutsche Originalfranchise aller Zeiten in die Kinos bringen.

Darüber hinaus konnte das Spielfilmportfolio mit dem Output-Deal zwischen der Constantin Film AG und dem US-Studio DreamWorks diversifiziert werden. Die Umsetzung dieser Diversifikation wird unter anderem im Sommer 2016 sichtbar werden, wenn der DreamWorks-Film „BFG – Big Friendly Giant“ (Regie: Steven Spielberg) in die deutschen Kinos kommt.

„Er ist wieder da“ – Oliver Masucci, Lars Rudolph

Hervorragende Kino-Performance – Im Jahr 2015 brachte die Constantin Film-Gruppe insgesamt zehn von ursprünglich 13 geplanten Filmen in die deutschen Kinos. Diese Filmstaffel beinhaltete acht Eigen-/Koproduktionen und zwei Lizenztitel. Sehr hoch in der Publikumsgunst stand dabei die Mitte September gestartete Eigenproduktion „Fack Ju Göhte 2“, die sich bis Jahresende zum meistbesuchten Film des Jahres 2015 entwickelte. Ein weiterer großer Erfolg war „Er ist wieder da“.

Erfolgreiche Neuveröffentlichungen im Home Entertainment – Im Home-Entertainment konnte die Marktposition des Jahres 2014, die im Wesentlichen aus außerordentlich hohen Absatzzahlen der Heimkinoversion „Fack Ju Göhte“ resultierte, wie erwartet nicht gehalten werden. Dennoch zeigten auch im Berichtsjahr einige Neuveröffentlichungen unter dem Constantin Film-Label eine sehr gute Performance, darunter „Ostwind 2“, „Step Up: All In“, „Männerhort“ und „Frau Müller muss weg!“. Darüber hinaus war im Jahr 2015 ein konstant gutes Kataloggeschäft zu verzeichnen.

„Ostwind 2“ – Hanna Binke

Wesentliche Lizenzzeitenstarts im Bereich TV-Auswertung/ Lizenzhandel – Auch im Jahr 2015 wurden diverse Lizenzverkäufe von Eigen- und Fremdproduktionen realisiert. Wie im Vorjahr entfielen die umsatzrelevanten Transaktionen in diesem Bereich nahezu vollständig auf die klassischen Auswertungsstufen Free-TV und Pay-TV.

Im Free-TV-Bereich haben sich insbesondere die Starts der Erstlizenzen von „Step Up: Miami Heat“ (ProSiebenSat.1), „Resident Evil: Retribution“ (ProSiebenSat.1), „Agent Ranjid rettet die Welt“ (ZDF), „Ostwind“ (ZDF) und „Fünf Freunde 2“ (ProSiebenSat.1) umsatzrelevant ausgewirkt. Hinzu kamen im Pay-TV-Sektor unter anderem die Erstlizenzen von „Fack Ju Göhte“, „Pompeii“, „Männerhort“, „Need for Speed“ und „Fünf Freunde 3“. Alle genannten Filme wurden für die Pay-TV-Sender Sky, Disney und/oder Teleclub lizenziert.

Erste internationale TV-Auftragsproduktion realisiert – Sowohl die nationale als auch die internationale fiktionale TV-Produktion konnten im Jahr 2015 ausgebaut werden. Auf internationaler Ebene ist mit „Shadowhunters“ dabei die erste Großproduktion mit dem US-Sender Freeform (vormals ABC Family) gelungen. Die SVoD-Rechte dieser Produktion (außerhalb der USA) konnten außerdem an Netflix verkauft werden, womit Constantin Film einen großen weltweiten Deal realisierte. Die Serie ist sehr erfolgreich in den USA bei Freeform und im Rest

der Welt bei Netflix angelaufen. Der erfolgreiche Ausbau der fiktionalen Serienproduktionen wird darüber hinaus durch eine erheblich gesteigerte Produktionstätigkeit über alle Produktionsfirmen und -bereiche hinweg belegt.

Der Constantin Entertainment gelang es, die Anzahl der produzierten Dailys weiter zu erhöhen. Neben den drei bekannten Dailys für SAT.1, wie z.B. „Schicksale“, wurden für RTL 40 Folgen von „Verdachtsfälle Spezial – Verbrechen aus Leidenschaft“ (Staffel 3) produziert.

2.3.6 Analyse der nicht-finanziellen Leistungsindikatoren im Segment Film

Hohe Qualität durch langfristige Bindung von Know-how-Trägern – Im Jahr 2015 konnte ein neues Rekordniveau im deutschen Kinomarkt erreicht werden, was vor allem auf die hervorragende kommerzielle Qualität der neu angelaufenen Filme zurückzuführen ist. Dies gilt auch für die Produktionen, die die Constantin Film-Gruppe im abgelaufenen Geschäftsjahr ins Kino brachte. Daran arbeiteten insgesamt 25 Produzenten, 20 Producer und natürlich eine große Anzahl von Filmemachern, Autoren und Regisseuren, die teilweise längerfristig an das Haus Constantin Film gebunden werden konnten.

Fünf Filme mit mehr als einer Million Zuschauern – In den deutschen Kinos konnten im Jahr 2015 fünf Filme der Constantin Film-Gruppe die Besuchermillion überschreiten. Die für das Berichtsjahr prognostizierte Anzahl von mindestens zwei Filmen mit mehr als einer Million Zuschauern wurde damit deutlich übertroffen. Mit Abstand an der Spitze rangiert die Komödie „Fack Ju Göhte 2“, die bis zum Jahresende ca. 7,64 Mio. Zuschauer begeisterte und nach Besuchern damit die dritterfolgreichste deutsche Produktion seit der Wiedervereinigung ist.

Auch die Bestsellerverfilmung „Er ist wieder da“ zählt mit rund 2,41 Mio. Besuchern zu den Gewinnern des Kinojahres 2015. Die weiteren Besuchermillionäre waren „Ostwind 2“ (ca. 1,19 Mio. Zuschauer), „Frau Müller muss weg!“ (ca. 1,09 Mio. Besucher) und „Fünf Freunde 4“ (ca. 1,02 Mio. Zuschauer).

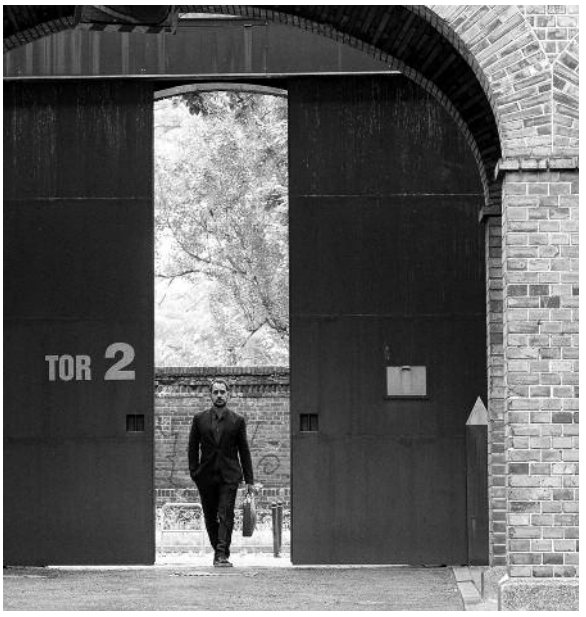
„Shadowhunters“ – Matthew Daddario, Alberto Rosende, Emeraude Toubia, Katherine McNamara, Dominic Sherwood

Auf der Basis dieser Erfolge konnte sich die Constantin Film-Gruppe in Deutschland – sowohl nach Umsatz als auch nach Besuchern – Platz 4 im Verleiher-Ranking sichern. Sie lag damit noch vor den US-Studios Sony, Fox und Paramount sowie allen anderen unabhängigen Auswertern.

Quelle: Rentrak Auswertungen zum Kinomarkt Deutschland, Gesamtmarkt 2015

Marktanteile im Home Entertainment gesunken – Im Zeitraum Januar bis Dezember 2015 erzielte die Highlight Communications-Gruppe, zusammen mit ihrem Vertriebspartner Paramount Home Entertainment, im Video-Kaufmarkt einen Marktanteil von 7 Prozent (Vergleichszeitraum 2014: 8 Prozent) und im Video-Verleihmarkt einen Marktanteil von 9 Prozent (Vergleichszeitraum 2014: 11 Prozent). Die Marktanteile sind somit im Vergleich zum Vorjahr leicht gesunken, was vor allem auf die exzellente Performance von „Fack Ju Göhte" im Vorjahr im deutschen Markt zurückzuführen ist.

Quelle: GfK Consumer Panel, Home Video physical/digital transactional, Januar – Dezember 2015



„Schuld" – Moritz Bleibtreu

TV-Auswertung auf gutem Niveau – Im Bereich TV-Auswertung/Lizenzhandel konnten auch im Berichtsjahr gute Quoten erzielt werden. So wurden auf ProSieben unter anderem die Constantin Film-Produktionen „Resident Evil: Retribution" (7,3 Prozent Marktanteil im Gesamtmarkt) und „Step Up: Miami Heat" (4,5 Prozent Marktanteil im Gesamtmarkt) erstausgestrahlt. Mit einem Marktanteil von 6,6 Prozent im Gesamtmarkt erreichte die Erstausstrahlung von „Fünf Freunde" auf SAT.1 ebenfalls eine gute Reichweite. Die Marktanteile der Erstausstrahlungen reichten nicht an die Quoten der Erstausstrahlungen im Vorjahr heran.

Quelle: GG Media TV Facts vom jeweiligen Ausstrahlungstag

Anhaltende Quotenerfolge in der TV-Auftragsproduktion – Neben der neunten und zehnten Staffel von „Dahoam is Dahoam", mit nach wie vor gewohnt zweistelligen Marktanteilen, war vor allem die Ausstrahlung der Miniserie „Schuld" im ZDF mit Marktanteilen zwischen 13 und 16 Prozent (Gesamtmarkt) sehr erfolgreich. Darüber hinaus erzielten auch die beiden TV-Spielfilme „Ich will Dich" (ARD) und „Mein gebrauchter Mann" (ZDF) beachtliche Marktanteile von über 12 Prozent im Gesamtmarkt. Die für SAT.1 produzierten Dailys „Schicksale" und „In Gefahr – Ein verhängnisvoller Moment" konnten ihre zweistelligen Marktanteile in der Zielgruppe der 14- bis 59-Jährigen halten.

Quelle: GG Media TV Facts vom jeweiligen Ausstrahlungstag

2.3.7 Branchenspezifische Rahmenbedingungen im Segment Sport- und Event-Marketing

Weltweit wurden im Jahr 2015 schätzungsweise 41,1 Mrd. US-Dollar in das Sportsponsoring investiert, was einem Zuwachs von 1,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr und einem Anteil von 71 Prozent an den gesamten globalen Sponsoring-Ausgaben entspricht. Viele etablierte Marken nutzten dabei soziale Medien, um ihr Sponsoring kostengünstig umzusetzen. So bezeichnete beispielsweise das Online-Handelsunternehmen Plus500 die „umfangreichen Aktivitäten in sozialen Medien" von Atlético Madrid als ein wichtiges Kriterium für seine Entscheidung, Hauptpartner und Trikotsponsor des Clubs zu werden.

Quelle: SportBusiness International, Volume 8, Juli 2015

Der Verkauf bzw. Erwerb von Übertragungsrechten an Premium-Sportveranstaltungen waren 2015 von einem wachsenden Interesse von Telekommunikationsunternehmen sowie dem anhaltenden Trend zu deutlichen Lizenzpreiserhöhungen gekennzeichnet. Bereits im Februar 2015 wurden die nationalen Live-Übertragungsrechte der englischen Premier League für die Spielzeiten 2016/17 bis 2018/19 für insgesamt 5,14 Mrd. Britische Pfund verkauft, ein Anstieg um rund 70 Prozent gegenüber dem vorherigen Zyklus. Für die Premier-League-Übertragungsrechte in Frankreich (Zeitraum 2016/17 bis 2018/19) zahlte das Telekommunikationsunternehmen Altice einen um 66 Prozent höheren Preis als zuvor. Die Rechte für Australien wurden vom dortigen Telekommunikationsanbieter Optus erworben – bei einem Preisanstieg von 213 Prozent.

Quellen: SportBusiness International, Volume 8, Juli 2015; SportsBusiness/TV Sports Market, 4. Dezember 2015

Finale UEFA Champions League – Titelgewinner FC Barcelona

2.3.8 Operative Entwicklung im Segment Sport- und Event-Marketing

TEAM schließt neuen Agenturvertrag mit UEFA – Im Fokus der TEAM-Gruppe stand im Berichtsjahr weiterhin die bestmögliche Vermarktung der kommerziellen Rechte der UEFA Champions League und der UEFA Europa League für den Spielzyklus 2015/16 bis 2017/18. Dank der Erreichung der mit der UEFA vereinbarten Leistungsziele konnte der Agenturvertrag zwischen der UEFA und TEAM erneuert werden. Der neue Vertrag umfasst die weltweite Vermarktung der Medien-, Sponsorship- und Licensing-Rechte für die Spielzyklen 2015/16 bis 2020/21. Bei Erreichung der vereinbarten Leistungsziele in diesem Zeitraum verlängert sich der Vertrag automatisch auf die Spielzeiten 2021/22 bis 2023/24.

Für den Verkaufszyklus 2015/16 bis 2017/18 wurden im Bereich der TV-Rechte zahlreiche Verträge für beide Wettbewerbe erfolgreich abgeschlossen. Bei den Sponsorenrechten konnte TEAM den Getränkehersteller Pepsi-Cola als neuen Sponsor für die UEFA Champions League gewinnen, während FedEx, Enterprise Rent-A-Car, Heineken/Amstel und UniCredit seit der laufenden Saison 2015/16 als Sponsoren der UEFA Europa League fungieren. Darüber hinaus gab TEAM Empfehlungen an die UEFA ab, wie die kommerziellen Konzepte der UEFA Champions League und der UEFA Europa League für den Spielzyklus 2018/19 bis 2020/21 weiterentwickelt werden können.

Finalspiele im Blickfeld – Im operativen Bereich unterstützte die TEAM-Gruppe sowohl die UEFA als auch die kommerziellen Partner bei der erfolgreichen Abwicklung der drei Highlights der europäischen Klubfußballsaison. So fand am 27. Mai in Warschau das Finale der UEFA Europa League zwischen dem FC Dnipro Dnipropetrovsk und dem Sevilla FC statt. Am 6. Juni folgte das Finale der UEFA Champions League zwischen Juventus Turin und dem FC Barcelona, das im Berliner Olympiastadion ausgetragen wurde, und am 11. August trafen der Sevilla FC und der FC Barcelona im Spiel um den UEFA Super Cup in Tiflis aufeinander.

2.3.9 Analyse der nicht-finanziellen Leistungsindikatoren im Segment Sport- und Event-Marketing

Neue Zuschauerrekorde beim UEFA Champions League-Finale und beim UEFA Super Cup – Das Finale der UEFA Champions League wurde in mehr als 200 Ländern ausgestrahlt und von

durchschnittlich ca. 180 Mio. TV-Zuschauern verfolgt. Im Vergleich zum Vorjahr (ca. 165 Millionen) entspricht das einer Steigerung um rund 9 Prozent. Ähnliches gilt für den gemessenen Spitzenwert, der von rund 380 Millionen auf ca. 400 Mio. Zuschauer stieg. Auch der UEFA Super Cup, der in über 90 Ländern ausgestrahlt wurde, erreichte mit einer Gesamtzuschauerzahl von mehr als 45 Millionen ein Rekordergebnis.

Quellen: Sponsorship Intelligence (ZenithOptimedia); UEFA Champions League 2014/15 End of Season TV Audience and Coverage Report; 2015 UEFA Super Cup Overnight Flash Report; Berlin 2015 TV Audience Report Saturday 6th June

UEFA Super Cup 2015 – Titelgewinner FC Barcelona

2.3.10 Branchenspezifische Rahmenbedingungen im Segment Übrige Geschäftsaktivitäten

Im Jahr 2015 investierten Unternehmen weltweit rund 2,9 Mrd. Euro in das Musiksponsoring. Fast die Hälfte dieses Volumens floss nach Nordamerika, während der Anteil Europas lediglich bei 27 Prozent lag. Die mit Abstand größten Geldgeber im Bereich Musiksponsoring waren die Getränkehersteller (42 Prozent), gefolgt von Unternehmen der Banken- und Finanzbranche (8 Prozent) sowie der Mode-Industrie (6 Prozent).

Quelle: Repucom, Live Music Sponsorship Report 2015, 14. Januar 2016

2.3.11 Operative Entwicklung im Segment Übrige Geschäftsaktivitäten

Vielfältige Aktivitäten für die Wiener Philharmoniker – Die Aktivitäten der Highlight Event AG waren im Jahr 2015 insbesondere auf die Wiener Philharmoniker ausgerichtet, da bei diesem Projekt teilweise TV- und Sponsorenverträge für den Zeitraum 2018 bis 2022 erneuert werden müssen. In diesem Zusammenhang wurde unter anderem der Rahmenvertrag mit der Europäischen Rundfunkunion (EBU) verlängert. Das Neujahrskonzert 2015 wurde sehr erfolgreich umgesetzt; Gleiches gilt für das Sommernachtskonzert 2015, das unter der musikalischen Leitung von Zubin Mehta stand und wie gewohnt im Schlosspark Schönbrunn stattfand.

Neujahrskonzert 2015 – Wiener Philharmoniker

Erfolgreiche Abwicklung des Eurovision Song Contest – Beim Eurovision Song Contest, der 2015 in Wien ausgetragen wurde, unterstützte die Highlight Event AG die EBU bei der Abwicklung des Events, das erfolgreich und in guter Zusammenarbeit mit allen Partnern umgesetzt werden konnte.

2.3.12 Analyse der nicht-finanziellen Leistungsindikatoren im Segment Übrige Geschäftsaktivitäten

Weltweit hohes Interesse für die Musik-Events – Das Neujahrskonzert der Wiener Philharmoniker wurde live oder zeitversetzt erneut in über 90 Ländern übertragen, während das Sommernachtskonzert via TV oder Radio in mehr als 80 Ländern ausgestrahlt und vor Ort von über 100.000 Zuschauern live verfolgt wurde.

Quelle: Wiener Philharmoniker

Großes Publikumsinteresse bestand auch bei den Veranstaltungen des Eurovision Song Contest 2015, die von rund 65.000 Fans vor Ort besucht wurden. Das Finale, das insgesamt mehr als 100 Mio. Zuschauer an den Fernsehgeräten verfolgten, wurde in 45 Ländern übertragen, darunter auch in Australien und Neuseeland sowie – via Streaming – in China.

Quelle: EBU, Pressemitteilung, 24. Mai 2015

Eurovision Song Contest 2015 in Wien – Finale

2.4 Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Constantin Medien-Konzerns

Die Constantin Medien AG erstellt den Konzernabschluss nach den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie von der EU anzuwenden sind. Der Konzernabschluss wurde um weitere Erläuterungen sowie um den Konzernlagebericht ergänzt.

Der vorliegende zusammengefasste Konzernlage- und Lagebericht der Constantin Medien AG wurde gemäß § 315 HGB erstellt. Er orientiert sich an den Bestimmungen und Empfehlungen des Deutschen Rechnungslegungs Standards Nr. 20 (DRS 20) des Deutschen Rechnungslegungs Standards Committee e.V.

2.4.1 Gesamtbewertung des Berichtszeitraums

Der Constantin Medien-Konzern agiert in einem anspruchsvollen, von strukturellen Veränderungen geprägten Marktumfeld, welches insbesondere in den Segmenten Sport und Film durch einen starken Wettbewerb geprägt ist. Vor diesem Hintergrund ist das Geschäftsjahr 2015 des Konzerns sehr erfreulich verlaufen. Die Geschäftsentwicklung des Constantin Medien-Konzerns lag insbesondere in den Segmenten Sport und Film deutlich über den Erwartungen. Das Segment Film erzielte dabei das beste operative Ergebnis seit dem Erwerb der Beteiligung an der Highlight Communications AG, nicht zuletzt aufgrund von fünf Besuchermillionären im Bereich Kinoverleih. Das Segment Sport konnte den positiven operativen Trend der ersten neun Monate fortsetzen und auch im vierten Quartal 2015 das Ergebnis gegenüber dem gleichen Vorjahreszeitraum deutlich steigern.

Der Konzern erreichte im Geschäftsjahr 2015 einen Umsatz von 481,6 Mio. Euro und lag damit im oberen Bereich der Prognose von 450 Mio. Euro bis 490 Mio. Euro. Gegenüber dem Vorjahreskonzernumsatz von 487,8 Mio. Euro entspricht dies einem leichten Rückgang um 1,3 Prozent. Mit Ausnahme des Segments Film steigerten alle Segmente den Umsatz im Vergleich zum Vorjahr.

Das Betriebsergebnis (EBIT) stieg im Geschäftsjahr 2015 deutlich um 18,9 Mio. Euro auf 40,3 Mio. Euro (2014: 21,4 Mio. Euro) an. Alle Segmente trugen zu dieser Ergebnisverbesserung bei. Über den Erwartungen lagen dabei die Segmente Sport und Film. Auch das Konzernjahresergebnis und das auf die Anteilseigner entfallende Ergebnis verbesserten sich signifikant. Das Konzernjahresergebnis betrug 20,0 Mio. Euro (2014: 3,9 Mio. Euro). Der Ergebnisanteil Anteilseigner belief sich auf 12,4 Mio. Euro (2014: -3,3 Mio. Euro) und lag damit leicht über der

zuletzt im Dezember 2015 nach oben angepassten Ergebnisprognose von 10 Mio. Euro bis 12 Mio. Euro. Ursprünglich hatte Constantin Medien ein auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis von 0 Mio. Euro bis 2 Mio. Euro geplant und diese Prognose im Verlauf des Geschäftsjahres 2015 dreimal angehoben: Im August 2015 aufgrund der dynamischen Geschäftsentwicklung im Segment Sport zunächst auf 2 Mio. Euro bis 4 Mio. Euro, im Oktober 2015 auf 4 Mio. Euro bis 6 Mio. Euro aufgrund der über den Erwartungen liegenden Ergebnisse in den Segmenten Sport und Film sowie Mitte Dezember 2015 aufgrund der erneut über den Erwartungen liegenden Geschäftsentwicklung im Segment Sport und eines Einmaleffekts aus einem zugunsten der Gesellschaft entschiedenen Rechtsstreit.

2.4.2 Segmententwicklung

Segmententwicklung 2015 in TEUR

	1.1 bis 31.12.2015	1.1 bis 31.12.2014	Veränderung
Umsatzerlöse			
Sport	**157.615**	148.248	9.367
Film	**272.307**	295.618	-23.311
Sport- und Event-Marketing	**48.432**	41.092	7.340
Übrige Geschäftsaktivitäten	**3.219**	2.874	345
Sonstiges	**0**	0	0
Umsatzerlöse gesamt	**481.573**	487.832	-6.259
Segmentergebnis			
Sport	**13.371**	3.691	9.680
Film	**14.473**	9.122	5.351
Sport- und Event-Marketing	**17.025**	16.326	699
Übrige Geschäftsaktivitäten	**-1.317**	-1.562	245
Sonstiges	**-3.250**	-6.164	2.914
Segmentergebnis gesamt	**40.302**	21.413	18.889

Im **Segment Sport** wurden im Geschäftsjahr 2015 das Rechteportfolio und die digitalen Angebote weiter ausgebaut und neue Vermarktungsumfelder geschaffen. Dies hat entscheidend dazu beigetragen, dass das Geschäftsjahr 2015 sehr erfolgreich war. Der Umsatz betrug 157,6 Mio. Euro, ein Anstieg um 6,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr (2014: 148,2 Mio. Euro). Der positive Trend bei den Marktanteilen im Free-TV hielt auch im vierten Quartal an. Insgesamt erreichte der Sender 2015 einen Marktanteil in der werberelevanten Zielgruppe M14-49 von 1,6 Prozent (2014: 1,3 Prozent), und lag damit erwartungsgemäß deutlich über Vorjahr. Sehr positiv entwickelten sich auch die kumulierten Zugriffszahlen im Online- und Mobile-Bereich sowie die Video-Abrufe. Des Weiteren konnten im Geschäftsjahr 2015 sowohl Partnerschaften mit bestehenden Werbekunden ausgebaut als auch neue Werbekunden akquiriert werden, was zu einem erfreulichen Anstieg der Werbeeinahmen aus der Vermarktung des Free-TV-Senders und der Online- und Mobile-Plattformen von SPORT1 führte. Auch die Erlöse aus interaktiven Programmflächen konnten gesteigert werden. Gleichzeitig verminderten sich die Material- und Lizenzaufwendungen und kompensierten damit den Anstieg der Personalkosten. Hauptverantwortlich für den Rückgang der Material- und Lizenzaufwendungen waren geringere Aufwendungen für Produktionen. Die Aufwendungen für die Übertragung der UEFA Europa League sind erst ab der zweiten Jahreshälfte 2015 angefallen.

Im Bereich der Sportproduktion lagen die Erlöse leicht unter den Erwartungen. 2014 wurden noch umfangreiche Produktionsdienstleistungen für die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2014™ in Brasilien erbracht, die nicht wie erwartet durch Neukundengeschäft kompensiert werden konnten. Allerdings konnte beim Ergebnis der leichte Umsatzrückgang durch einen Anstieg der sonstigen betrieblichen Erträge und einen leicht niedrigeren Aufwand für bezogene Leistungen mehr als kompensiert werden.

Durch den Anstieg der Segmenterlöse bei gleichzeitig insgesamt nahezu unveränderten Segmentaufwendungen verbesserte

sich das Segmentergebnis im Berichtsjahr auf 13,4 Mio. Euro. Im Vergleich zum Geschäftsjahr 2014 mit 3,7 Mio. Euro hat sich das Segmentergebnis damit mehr als verdreifacht, was die Erwartungen deutlich übertraf.

Im **Segment Film** sank der Umsatz 2015 um 7,9 Prozent auf 272,3 Mio. Euro nach 295,6 Mio. Euro im Vorjahr. Obwohl im Jahr 2015 keine internationalen Eigenproduktionen in die Kinos gebracht wurden, entwickelte sich der Umsatz im Kinoverleih sehr erfreulich. Dies ist im Wesentlichen auf die exzellente Performance von „Fack Ju Göhte 2“ und „Er ist wieder da“ sowie die sehr guten Besucherzahlen von „Fünf Freunde 4“, „Ostwind 2“ und „Frau Müller muss weg!“ zurückzuführen. Unter den Erwartungen verliefen die deutschen Kinoauswertungen von „Mara und der Feuerbringer“, „Fantastic Four“, „Afrika – Das magische Königreich“ und „Abschussfahrt“. Insgesamt lag der Umsatz im Bereich Kinoverleih jedoch deutlich oberhalb der eigenen Erwartungen, da die Überperformance insbesondere von „Fack Ju Göhte 2“, „Er ist wieder da“ und „Frau Müller muss weg!“ das schlechtere Abschneiden der Unterperformer deutlich überkompensieren konnte. Im Bereich Home Entertainment sind die Umsätze im Vergleich zum Vorjahr dagegen signifikant und stärker als erwartet zurückgegangen. Das Jahr 2014 war vor allem durch die exzellente Performance von „Fack Ju Göhte“ im deutschen Markt geprägt. Im Bereich Lizenzhandel/TV-Auftragsproduktion (Lizenzierung der TV-Rechte von Kinofilmen, Umsätze aus TV-Eigen- und Koproduktionen sowie Umsätze aus Auftragsproduktionen) lagen die Umsätze leicht unter Vorjahresniveau, was in etwa den Erwartungen entsprach.

Das Segmentergebnis erhöhte sich im Vergleich zum Geschäftsjahr 2014 (9,1 Mio. Euro) deutlich um 5,4 Mio. Euro auf 14,5 Mio. Euro. Dies resultierte insbesondere aus im Vergleich zum Vorjahr gestiegenen Erlösen in der Kinoauswertung. Das Fehlen von hohen Umsätzen aus dem Weltvertrieb für internationale Eigenproduktionen hatte, in Kombination mit dem Wegfall entsprechend hoher Herstellungskosten und Abschreibungen, keine negative Ergebnisauswirkung.

Das **Segment Sport- und Event-Marketing** erzielte 2015 einen Umsatz von 48,5 Mio. Euro, ein Anstieg um 18,0 Prozent im Vergleich zum Geschäftsjahr 2014 (41,1 Mio. Euro). Das Segmentergebnis verbesserte sich um 4,3 Prozent auf 17,0 Mio. Euro (2014: 16,3 Mio. Euro). Allerdings wurde das Segmentergebnis im vierten Quartal 2015 durch höhere Pensionsverpflichtungen und Währungseffekte belastet. Insgesamt lag das Segmentergebnis im Rahmen der Erwartungen.

Das **Segment Übrige Geschäftsaktivitäten** erzielte 2015 einen Umsatz von 3,2 Mio. Euro (2014: 2,9 Mio. Euro). Der Umsatzanstieg sowie Einsparungen bei den Personalkosten führten zu einer Verbesserung des Ergebnisses auf -1,3 Mio. Euro (2014: -1,6 Mio. Euro). Das Ergebnis wurde jedoch durch eine im vierten Quartal erfasste Wertminderung auf die Liegenschaft belastet. Das Event- und Entertainment-Geschäft (v.a. Vermarktung der Wiener Philharmoniker und des Eurovision Song Contest) schloss wie im Vorjahr mit Gewinn ab.

Das Ergebnis des Bereichs **Sonstiges** lag bei -3,3 Mio. Euro (2014: -6,2 Mio. Euro), und damit deutlich über den Erwartungen. Das Landgericht München I hat Ende 2015 Anträge auf Festsetzung einer höheren Abfindung im sog. Spruchverfahren gegen die Constantin Medien AG abgewiesen, sodass eine entsprechende Rückstellung von 3,3 Mio. Euro aufzulösen war. Die Entscheidung des Gerichts ist mittlerweile rechtskräftig. Dies überkompensierte Aufwendungen von insgesamt 1,4 Mio. Euro im Zusammenhang mit dem Ausscheiden eines Vorstandsmitglieds.

2.4.3 Umsatz- und Ertragsentwicklung des Constantin Medien-Konzerns

Das Konzernjahresergebnis im Geschäftsjahr 2015 betrug 20,0 Mio. Euro nach 3,9 Mio. Euro im Vorjahr. Der darin enthaltene Ergebnisanteil Anteilseigner von 12,4 Mio. Euro (2014: -3,3 Mio. Euro) lag deutlich über den ursprünglichen Erwartungen und leicht über der zuletzt im Dezember 2015 nach oben angepassten Ergebnisprognose. Für das Geschäftsjahr 2015 ergab sich ein Ergebnis je Aktie sowohl auf unverwässerter als auch auf verwässerter Basis von 0,14 Euro (2014: -0,04 Euro je Aktie). Der Ergebnisanteil Anteilseigner ohne beherrschenden Einfluss stieg auf 7,6 Mio. Euro (2014: 7,2 Mio. Euro).

Die Ertragslage des Constantin Medien-Konzerns war im Wesentlichen durch folgende Faktoren geprägt: Den Anstieg der Gesamtleistung (Umsatzerlöse plus aktivierte Filmproduktionen und andere aktivierte Eigenleistungen) um 29,0 Mio. Euro auf 549,7 Mio. Euro, niedrigere Abschreibungen und Wertminderungen auf das Filmvermögen (+29,8 Mio. Euro) sowie höhere Material- und Lizenzaufwendungen (-14,4 Mio. Euro) und höhere Personalaufwendungen (-29,5 Mio. Euro). Das Finanzergebnis verbesserte sich leicht um +0,5 Mio. Euro auf -12,7 Mio. Euro.

Im Einzelnen sind neben der in Kapitel 2.4.2 dargestellten Entwicklung der Umsatzerlöse folgende Entwicklungen hervorzuheben:

Der Posten Aktivierte Filmproduktionen und andere aktivierte Eigenleistungen hat sich mit 68,2 Mio. Euro gegenüber 32,9 Mio. Euro mehr als verdoppelt. Der Anstieg spiegelt das höhere Produktionsvolumen im Segment Film wider. Im Geschäftsjahr

2015 setzt sich der Saldo vor allem aus aktivierten Herstellungskosten für „Resident Evil 6: The Final Chapter“, „Shadowhunters“, „Fack Ju Göhte 2“, „Winnetou“ und „Timm Thaler“ zusammen.

Aufgrund der im Geschäftsjahr 2015 deutlich gestiegenen Anzahl an Produktionen im Segment Film lagen die Material- und Lizenzaufwendungen mit 234,4 Mio. Euro um 6,5 Prozent über dem Wert des Vorjahreszeitraums (2014: 220,0 Mio. Euro). Den gestiegenen Produktionskosten im Segment Film standen dabei niedrigere Material- und Lizenzkosten im Segment Sport gegenüber.

Der Personalaufwand erhöhte sich im Geschäftsjahr 2015 um 24,6 Prozent auf 149,6 Mio. Euro (2014: 120,1 Mio. Euro), vor allem aufgrund der im Durchschnitt gestiegenen Mitarbeiterzahlen. Dabei stiegen insbesondere die Aufwendungen für bei Produktionen eingesetzte, in der Regel befristet beschäftigte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Die Abschreibungen und Wertminderungen beliefen sich 2015 auf 73,1 Mio. Euro und lagen damit um 28,3 Prozent unter dem Vorjahreswert von 102,0 Mio. Euro. Die Abschreibungen und Wertminderungen auf das Filmvermögen sanken dabei auswertungsbedingt um 31,5 Prozent auf 64,9 Mio. Euro nach 94,7 Mio. Euro im Vergleichszeitraum. Dagegen stiegen die Abschreibungen und Wertminderungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen um 12,3 Prozent auf 8,2 Mio. Euro (2014: 7,3 Mio. Euro), vor allem im Segment Sport. Die Abschreibungen und Wertminderungen enthalten 9,6 Mio. Euro Wertminderungen (2014: 6,0 Mio. Euro), die vor allem auf das Segment Film entfielen.

Das Finanzergebnis verbesserte sich im Berichtsjahr um 0,5 Mio. Euro auf -12,7 Mio. Euro (2014: -13,2 Mio. Euro). Negative Währungskurseffekte (-2,2 Mio. Euro) konnten dabei durch den gesunkenen Zinsaufwand für Unternehmensanleihen (+2,0 Mio. Euro) sowie per Saldo positive Effekte bei Finanzinstrumenten und Finanzanlagen (+0,7 Mio. Euro) mehr als kompensiert werden. Der Zinsaufwand für Unternehmensanleihen sank im Jahresvergleich aufgrund der vorzeitigen Rückzahlung der Unternehmensanleihe 2010/2015 im August 2014.

2.4.4 Vermögenslage des Constantin Medien-Konzerns

Konzernbilanz (Kurzfassung) zum 31. Dezember 2015 in TEUR

	31.12.2015	31.12.2014	Veränderung
Langfristige Vermögenswerte	**295.484**	235.149	60.335
Kurzfristige Vermögenswerte	**244.694**	189.544	55.150
Summe Aktiva	**540.178**	424.693	115.485

Die Veränderung der Vermögenslage des Konzerns war im Berichtsjahr annähernd gleichermaßen durch die Zunahme der langfristigen und kurzfristigen Vermögenswerte geprägt.

Der Grund für den Anstieg der langfristigen Vermögenswerte lag im Wesentlichen im Anstieg des Filmvermögens um 52,4 Mio. Euro auf 185,7 Mio. Euro (31. Dezember 2014: 133,3 Mio. Euro). Der Anstieg resultierte insbesondere aus der Herstellung von „Resident Evil 6: The Final Chapter“, „Shadowhunters“, „Winnetou“ und „Timm Thaler“, deren aktivierte Herstellungskosten die Abschreibungen auf Filme in Auswertung überwogen haben. Die Geschäfts- oder Firmenwerte erhöhten sich um 5,6 Mio. Euro auf 49,6 Mio. Euro (31. Dezember 2014: 44,0 Mio. Euro), wovon 4,0 Mio. Euro auf Wechselkurseffekte zurückzuführen sind und 1,6 Mio. Euro auf den Geschäfts- oder Firmenwert aus der Erstkonsolidierung der PolyScreen Produktionsgesellschaft für Film und Fernsehen mbH entfallen.

Die kurzfristigen Vermögenswerte erhöhten sich zum 31. Dezember 2015 vor allem aufgrund des Anstiegs der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente um 48,7 Mio. Euro auf 122,4 Mio. Euro (31. Dezember 2014: 73,7 Mio. Euro). Der Anstieg der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente resultierte insbesondere aus erhaltenen Anzahlungen im Segment Sport- und Event-Marketing. Nach der Verlängerung des TEAM-Vermarktungsmandats und der Neufassung des Vertrags im März 2015 leistete die UEFA eine Anzahlung auf die fixe Vergütung für die kommenden drei Vertragsjahre. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen erhöhten sich um 8,6 Mio. Euro auf 115,0 Mio. Euro (31. Dezember 2014: 106,4 Mio. Euro). Die Hauptgründe für diesen Anstieg sind höhere Forderungen aus der langfristigen Auftragsfertigung (+6,7 Mio. Euro) bei TV-Auftragsproduktionen sowie die Zunahme der Forderungen gegen Koproduzenten im Segment Film.

2.4.5 Finanzlage des Constantin Medien-Konzerns

Konzernbilanz (Kurzfassung) zum 31. Dezember 2015 in TEUR

	31.12.2015	31.12.2014	Veränderung
Auf die Anteilseigner entfallendes Eigenkapital	**20.746**	19.950	796
Anteile ohne beherrschenden Einfluss	**36.846**	42.556	-5.710
Summe Eigenkapital	**57.592**	62.506	-4.914
Langfristige Schulden	**170.930**	120.207	50.723
Kurzfristige Schulden	**311.656**	241.980	69.676
Summe Passiva	**540.178**	424.693	115.485

In der Konzernfinanzierung wird neben dem Eigenkapital zusätzlich Fremdkapital eingesetzt. Das Eigenkapital-Management der Constantin Medien AG umfasst sämtliche Bilanzposten des Eigenkapitals, wobei die gehaltenen eigenen Anteile abzuziehen sind. Die Constantin Medien AG überwacht im Rahmen der Konzernsteuerung zudem sämtliche Posten des Fremdkapitals des Segments Sport und des Bereichs Sonstiges. Die Fremdmittel der Gesellschaften der Highlight Communications-Gruppe werden über die Highlight Communications AG, die Constantin Film AG und die Highlight Event & Entertainment AG dezentral gesteuert.

Der Konzern ist verschiedenen finanziellen Risiken ausgesetzt, die sich aus den betrieblichen Geschäftstätigkeiten und den Finanzierungstätigkeiten ergeben. Die Finanzrisiken lassen sich nach den Kategorien Liquiditätsrisiken, Kreditrisiken und Marktrisiken (einschließlich Währungsrisiken, Zins- und Preisrisiken) untergliedern. Diese Risiken werden innerhalb des Constantin Medien-Konzerns zentral überprüft. Die Risikolage wird auf Basis einer für den gesamten Konzern geltenden Risikomanagement-Richtlinie vom Risikomanager mittels standardisierter Risikoberichte erfasst und an den Vorstand der Constantin Medien AG berichtet. Zur Absicherung von Währungsrisiken setzt der Konzern derivative und nicht-derivative Finanzinstrumente ein. Für weiterführende Ausführungen zu den Finanzrisiken des Konzerns wird auf den Geschäftsbericht 2015, Konzernanhang, Kapitel 8, Angaben zum finanziellen Risikomanagement und auf die Risikodarstellung in Kapitel 8 verwiesen.

Das Eigenkapital des Constantin Medien-Konzerns reduzierte sich zum 31. Dezember 2015 auf 57,6 Mio. Euro (31. Dezember 2014: 62,5 Mio. Euro). Das auf die Anteilseigner entfallende Eigenkapital stieg dabei um 0,8 Mio. Euro auf 20,7 Mio. Euro. Einerseits erhöhte sich das Eigenkapital der Anteilseigner ergebnisbedingt, anderseits verringerte es sich aufgrund des Erwerbs von Anteilen ohne beherrschenden Einfluss, im Wesentlichen im Zusammenhang mit dem Erwerb weiterer Anteile an der Highlight Communications AG. Das Eigenkapital der Anteile ohne beherrschenden Einfluss verminderte sich um 5,7 Mio. Euro auf 36,8 Mio. Euro, wovon 5,1 Mio. Euro auf Dividendenausschüttungen von Tochtergesellschaften entfielen.

Die Eigenkapitalquote (Summe Eigenkapital im Verhältnis zur Bilanzsumme) verminderte sich zum Ende des Berichtsjahres auf 10,7 Prozent (31. Dezember 2014: 14,7 Prozent). Die geringere Eigenkapitalquote beruht vor allem auf der Erhöhung der Bilanzsumme. Grund für den Anstieg der Bilanzsumme zum 31. Dezember 2015 waren im Wesentlichen die erhaltenen Anzahlungen von der UEFA sowie die Erhöhung der Finanzverbindlichkeiten. Die bereinigte Eigenkapitalquote (nach Saldierung der erhaltenen Anzahlungen mit dem Filmvermögen sowie der filmbezogenen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente mit den entsprechenden Finanzverbindlichkeiten) belief sich auf 11,8 Prozent (31. Dezember 2014: 16,7 Prozent).

Die Fremdkapitalmittel des Constantin Medien-Konzerns bestehen im Wesentlichen aus einer Unternehmensanleihe, verschiedenen kurzfristigen Darlehensrahmenvereinbarungen zur Finanzierung der Aktivitäten im Segment Film, einer kurzfristigen Kreditrahmenvereinbarung der Highlight Communications AG sowie Darlehen eines Privatinvestors an die Constantin Medien AG. Die Unternehmensanleihe sowie die Privatdarlehen sind festverzinslich, während die anderen Finanzverbindlichkeiten variabel verzinst werden.

Die Erhöhung der langfristigen Schulden um 50,7 Mio. Euro auf 170,9 Mio. Euro (31. Dezember 2014: 120,2 Mio. Euro) ist vor allem auf erhaltene Anzahlungen von der UEFA (+43,5 Mio. Euro) sowie auf höhere latente Steuerschulden (+4,2 Mio. Euro) zurückzuführen. Grund für den Anstieg der latenten

Steuerschulden ist im Wesentlichen die Veränderung des Filmvermögens.

Die kurzfristigen Schulden stiegen um 69,7 Mio. Euro auf 311,7 Mio. Euro (31. Dezember 2014: 242,0 Mio. Euro). Dabei stiegen die Finanzverbindlichkeiten um 28,8 Mio. Euro auf 96,3 Mio. Euro, vor allem aufgrund der Netto-Aufnahme von Krediten zur Finanzierung von Filmproduktionen. Die erhaltenen Anzahlungen nahmen um 23,1 Mio. Euro auf 68,1 Mio. Euro per Ende Dezember 2015 zu, im Wesentlichen aufgrund erhaltener Anzahlungen von der UEFA. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten erhöhten sich um 23,7 Mio. Euro auf 132,9 Mio. Euro, was auf eine Vielzahl von Einzeleffekten zurückzuführen ist. Gegenläufig wirkte sich die Verminderung der kurzfristigen Rückstellungen (-3,9 Mio. Euro) aus, die vor allem aus einem zugunsten der Constantin Medien AG entschiedenen Rechtsstreit resultierte.

Außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente bestanden weder zum 31. Dezember 2015 noch zum Vorjahresstichtag. Bürgschaften gegenüber Dritten für die Fertigstellung von TV-Auftragsproduktionen bestanden in Höhe von 14,6 Mio. Euro (31. Dezember 2014: 9,0 Mio. Euro), wobei mit einer Inanspruchnahme nicht gerechnet wird. Der Constantin Medien-Konzern nutzt darüber hinaus operatives Leasing, im Wesentlichen für Mieten, Büroausstattung und Fahrzeuge. Dessen Umfang hat keinen wesentlichen Einfluss auf die wirtschaftliche Lage des Konzerns.

2.4.6 Liquiditätsentwicklung des Constantin Medien-Konzerns

2.4.6.1 Cash-Flow des Constantin Medien-Konzerns

Der Constantin Medien-Konzern wies im Geschäftsjahr 2015 einen Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit in Höhe von 169,0 Mio. Euro aus (2014: 122,3 Mio. Euro). Der Anstieg des operativen Cash-Flows ist vor allem auf den Mittelzufluss aus erhaltenen Anzahlungen im Segment Sport- und Event-Marketing zurückzuführen.

Aus der Investitionstätigkeit resultierte 2015 ein Mittelabfluss von 121,5 Mio. Euro (2014: Mittelabfluss von 68,0 Mio. Euro), der wie im Vorjahr im Wesentlichen im Segment Film durch Investitionen in neue Filmprojekte anfiel und das erhöhte Produktionsvolumen spiegelt.

Die Finanzierungstätigkeit des Konzerns führte zu einem Mittelabfluss von 2,4 Mio. Euro (2014: Mittelabfluss von 64,2 Mio. Euro). Im Berichtsjahr stand Mittelabflüssen aus dem Kauf von Anteilen ohne beherrschenden Einfluss (-21,7 Mio. Euro) und aus Ausschüttungen (-5,1 Mio. Euro) ein Mittelzufluss aus der Netto-Aufnahme (Saldo aus Rückzahlung und Aufnahme) von kurzfristigen Krediten von 24,0 Mio. Euro (2014: Netto-Rückzahlung von 86,2 Mio. Euro) gegenüber.

In der Summe ergab sich im Geschäftsjahr 2015 ein Mittelzufluss von 45,1 Mio. Euro (2014: Mittelabfluss von 9,9 Mio. Euro). Der Bestand an Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten betrug zum 31. Dezember 2015 nach Berücksichtigung der Auswirkungen von Wechselkursveränderungen (+3,6 Mio. Euro) 122,4 Mio. Euro (31. Dezember 2014: 73,7 Mio. Euro). Am Bilanzstichtag waren keine Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente (31. Dezember 2014: 7,5 Mio. Euro) als Sicherheit für in Anspruch genommene Avalkredite verpfändet.

2.4.6.2 Liquiditätslage und -management des Constantin Medien-Konzerns

Die Konzerngesellschaften Highlight Communications AG und Constantin Film AG steuern ihre Liquidität jeweils selbstständig. Die Steuerung der liquiden Mittel für das Segment Sport erfolgt durch die Constantin Medien AG in Abstimmung mit den operativen Gesellschaften. Für die Gesellschaften des Segments Sport fungiert die Constantin Medien AG als finanzwirtschaftlicher Koordinator, um eine möglichst kostengünstige und stets ausreichende Deckung des Finanzbedarfs für das operative Geschäft und für Investitionen sicherzustellen. Die Basis hierfür bildet eine Liquiditätsplanung mit Abweichungsanalyse sowie im Wesentlichen die Nettoverschuldung. Zudem wird der Liquiditätsstatus innerhalb des Konzerns regelmäßig überprüft.

Die Nettoverschuldung des Constantin Medien-Konzerns setzte sich zum 31. Dezember 2015 wie folgt zusammen:

Nettoverschuldung zum 31. Dezember 2015 in TEUR

	31.12.2015	**31.12.2014**	Veränderung
Liquide Mittel	**122.445**	73.748	48.697
Kurzfristige Finanzschulden	**96.333**	67.569	28.764
Langfristige Finanzschulden	**98.702**	97.591	1.111
Nettoverschuldung	**-72.590**	-91.412	18.822

Hohe erhaltene Anzahlungen im Segment Sport- und Event-Marketing haben im Wesentlichen zur Verringerung der Nettoverschuldung des Constantin Medien-Konzerns geführt. Gegenläufig wirkte die Netto-Kreditaufnahme kurzfristiger Finanzverbindlichkeiten zur Finanzierung von Filmprojekten. Insgesamt sank die Nettoverschuldung gegenüber dem Jahresende 2014 um 18,8 Mio. Euro bzw. 20,6 Prozent auf 72,6 Mio. Euro.

Zum 31. Dezember 2015 beliefen sich die freien Kreditlinien der Constantin Medien-Gruppe auf 162,1 Mio. Euro (31. Dezember 2014: 169,8 Mio. Euro).

Bei einem konservativ ausgerichteten Liquiditätsmanagement des Konzerns steht die Sicherung der Liquidität im Vordergrund. Die operativen Gesellschaften sollen ihren Liquiditätsbedarf grundsätzlich aus dem Cash-Flow ihrer betrieblichen Geschäftstätigkeit finanzieren können. Im Falle größerer Investitionen und Akquisitionen werden gegebenenfalls zusätzliche Finanzierungsmaßnahmen mit der Konzernobergesellschaft abgestimmt.

2.4.6.3 Investitionen des Constantin Medien-Konzerns

Im Jahr 2015 betrugen die Zugänge bei immateriellen und materiellen Vermögenswerten im Konzern 123,6 Mio. Euro (2014: 63,1 Mio. Euro). Davon entfielen 117,3 Mio. Euro (2014: 55,9 Mio. Euro) auf das Filmvermögen. Im Segment Sport wurden im Berichtsjahr Investitionen in technische Anlagen und Maschinen sowie entgeltlich erworbene, immaterielle Vermögenswerte in Höhe von insgesamt 3,0 Mio. Euro getätigt (2014: 1,9 Mio. Euro). Die sonstigen Investitionen von 3,3 Mio. Euro (2014: 5,3 Mio. Euro) verteilten sich auf alle Segmente und betrafen im Wesentlichen selbsterstellte immaterielle Vermögenswerte sowie die Betriebs- und Geschäftsausstattung.

2.5 Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage der Constantin Medien AG

Der Lagebericht und der Konzernlagebericht der Constantin Medien AG für das Geschäftsjahr 2015 sind nach § 315 Abs. 3 HGB in Verbindung mit § 298 Abs. 3 HGB zusammengefasst. Die Constantin Medien AG ist die Muttergesellschaft des Constantin Medien-Konzerns mit Sitz in Ismaning. Als konzernleitende Holding mit den Bereichen Finanzen, Rechnungswesen, Controlling, Interne Revision, Kommunikation, Investor Relations, IT, Personal und Recht erbringt die Constantin Medien AG konzerninterne Dienstleistungen. Darüber hinaus besteht im Berichtszeitraum mit den wesentlichen Gesellschaften des Segments Sport eine ertragsteuerliche Organschaft.

Der Jahresabschluss der Constantin Medien AG wurde nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften und den ergänzenden Vorschriften des Aktiengesetzes aufgestellt.

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Constantin Medien AG entsprechen im Wesentlichen den in Kapitel 2.3 beschriebenen Rahmenbedingungen des Konzerns.

2.5.1 Umsatz- und Ertragsentwicklung der Constantin Medien AG

Gewinn- und Verlustrechnung (Kurzfassung) vom 1. Januar bis 31. Dezember 2015 in TEUR

	1.1 bis 31.12.2015	1.1 bis 31.12.2014	Veränderung
Umsatzerlöse	**2.069**	1.916	153
Sonstige betriebliche Erträge	**9.554**	2.940	6.614
Personalaufwand	**-6.585**	-4.706	-1.879
Abschreibungen	**-135**	-232	97
Sonstige betriebliche Aufwendungen	**-8.638**	-6.402	-2.236
Betriebsergebnis	**-3.735**	-6.484	2.749
Finanzergebnis	**11.040**	3.732	7.308
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	**7.305**	-2.752	10.057
Außerordentliches Ergebnis	**0**	49	-49
Steuern	**-846**	206	-1.052
Jahresüberschuss/Jahresfehlbetrag	**6.459**	-2.497	8.956

Das Jahresergebnis 2015 der Constantin Medien AG entwickelte sich besser als erwartet. Insbesondere die über Budget liegenden Erträge aus Gewinnabführungen im Zusammenhang mit den bestehenden Ergebnisabführungsverträgen sowie

Erträge aus der Auflösung einer Rückstellung für Rechtsstreitigkeiten führten dazu, dass ein Jahresüberschuss von 6,5 Mio. Euro erzielt werden konnte, gegenüber einem Jahresfehlbetrag von 2,5 Mio. Euro im Vorjahr.

Die Umsatzerlöse der Holding betrugen 2,1 Mio. Euro, eine Erhöhung um 0,2 Mio. Euro im Vergleich zum Vorjahr (2014: 1,9 Mio. Euro). Sie beinhalten Erlöse aus konzerninternen Administrations- und Management-Dienstleistungen. Der Anstieg der Umsatzerlöse ging einher mit höheren Weiterbelastungen aufgrund von Personalveränderungen im Bereich der konzerninternen Dienstleistungen.

Das Jahresergebnis der Constantin Medien AG war vor allem durch die Entwicklung der sonstigen betrieblichen Erträge, der Personalaufwendungen, der sonstigen betrieblichen Aufwendungen und des Finanzergebnisses beeinflusst.

Die sonstigen betrieblichen Erträge beliefen sich auf 9,5 Mio. Euro, ein deutlicher Anstieg um 6,6 Mio. Euro im Vergleich zum Vorjahr (2014: 2,9 Mio. Euro). Wesentlich dafür waren unter anderem die Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen (+2,7 Mio. Euro), die Währungsgewinne (+2,1 Mio. Euro) sowie die Kostenerstattungen von Dritten (+1,6 Mio. Euro). Die Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen resultieren vor allem daraus, dass das Landgericht München I Ende 2015 Anträge auf Festsetzung einer höheren Abfindung im sog. Spruchverfahren gegen die Constantin Medien AG abgewiesen hat, sodass eine entsprechende Rückstellung von 3,3 Mio. Euro aufzulösen war. Die Entscheidung des Gerichts ist mittlerweile rechtskräftig.

Der Personalaufwand erhöhte sich im Berichtsjahr um 1,9 Mio. Euro von 4,7 Mio. Euro auf 6,6 Mio. Euro, insbesondere aufgrund von Aufwendungen von 1,4 Mio. Euro im Zusammenhang mit dem Ausscheiden eines Vorstandsmitglieds.

Gleichzeitig erhöhten sich im Berichtsjahr die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 2,2 Mio. Euro auf 8,6 Mio. Euro (2014: 6,4 Mio. Euro), vor allem aufgrund höherer Währungsverluste (+2,6 Mio. Euro). Gegenläufig wirkte der Rückgang der Rechts- und Beratungskosten (-0,3 Mio. Euro).

Das Finanzergebnis betrug im Berichtsjahr 11,0 Mio. Euro nach 3,7 Mio. Euro in 2014. Durch den Ergebnisabführungsvertrag zwischen der Constantin Medien AG und der Constantin Sport Holding GmbH wurde ein Ertrag von 12,6 Mio. Euro erzielt, gegenüber 7,9 Mio. Euro im Vorjahr. Der Zinssaldo (Differenz aus Zinsertrag und Zinsaufwendungen) betrug -6,3 Mio. Euro. Er reduzierte sich im Berichtsjahr um 1,3 Mio. Euro, da der Zinsaufwand für Unternehmensanleihen im Jahresvergleich aufgrund der vorzeitigen Rückzahlung der Unternehmensanleihe 2010/2015 im August 2014 sank. Die Erträge aus Beteiligungen stiegen aufgrund der Erhöhung der Dividende der Highlight Communications AG sowie wechselkursbedingt um 1,3 Mio. Euro auf 4,7 Mio. Euro.

2.5.2 Vermögens- und Finanzlage der Constantin Medien AG

Bilanz (Kurzfassung) zum 31. Dezember 2015 in TEUR

	31.12.2015	31.12.2014	Veränderung
Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände	**412**	285	127
Finanzanlagen	**200.965**	176.537	24.428
Anlagevermögen	**201.377**	176.822	24.555
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	**9.715**	9.252	463
Sonstige Wertpapiere	**1.049**	0	1.049
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	**3.344**	20.462	-17.118
Umlaufvermögen	**14.108**	29.714	-15.606
Aktive Rechnungsabgrenzungsposten und latente Steuern	**2.970**	3.456	-486
Summe Aktiva	**218.455**	209.992	8.463
Eigenkapital	**106.258**	99.799	6.459
Rückstellungen	**6.903**	7.809	-906
Verbindlichkeiten	**105.294**	102.370	2.924
Passive Rechnungsabgrenzungsposten	**0**	14	-14
Summe Passiva	**218.455**	209.992	8.463

Auf der Aktivseite der Bilanz der Gesellschaft erhöhte sich das Anlagevermögen um 24,6 Mio. Euro auf 201,4 Mio. Euro (31. Dezember 2014: 176,8 Mio. Euro), vor allem durch die Erhöhung der Beteiligung an der Highlight Communications AG um 19,3 Mio. Euro sowie der Kapitalerhöhung bei der 100-Prozent-Tochtergesellschaft Constantin Sport Holding GmbH um 5,1 Mio. Euro. Das Umlaufvermögen verminderte sich insbesondere aufgrund des Rückgangs der Guthaben bei Kreditinstituten von 29,7 Mio. Euro auf 14,1 Mio. Euro. Die Verminderung der Guthaben bei Kreditinstituten um 17,1 Mio. Euro resultierte im Wesentlichen aus dem Kauf von Aktien der Highlight Communications AG.

Auf der Passivseite der Bilanz wies die Gesellschaft zum 31. Dezember 2015 ein Eigenkapital von 106,3 Mio. Euro aus (31. Dezember 2014: 99,8 Mio. Euro). Die Eigenkapitalquote erhöhte sich per 31. Dezember 2015 um 1,1 Prozentpunkte auf 48,6 Prozent (31. Dezember 2014: 47,5 Prozent), dabei überkompensierte der Jahresüberschuss den gegenläufigen Effekt aus der Erhöhung der Bilanzsumme.

Die Verbindlichkeiten zum 31. Dezember 2015 erhöhten sich im Wesentlichen aufgrund der Fremdwährungseffekte aus Darlehen in Schweizer Franken sowie der Bilanzierung einer eingebetteten Devisenoption auf 105,3 Mio. Euro nach 102,4 Mio. Euro zum 31. Dezember 2014.

2.5.3 Liquiditätslage der Constantin Medien AG

Die Constantin Medien AG wies im Einzelabschluss zum 31. Dezember 2015 liquide Mittel (ohne Wertpapiere des Umlaufvermögens) von 3,3 Mio. Euro aus (31. Dezember 2014: 20,5 Mio. Euro).

Inklusive der liquiden Mittel betrug das Working Capital der Constantin Medien AG zum Bilanzstichtag 3,5 Mio. Euro nach 18,8 Mio. Euro zum Vorjahrstichtag. Die Verminderung des Working Capital um 15,3 Mio. Euro ist im Wesentlichen auf den Rückgang der Guthaben bei Kreditinstituten zurückzuführen. Die Berechnung des Working Capital der Constantin Medien AG ergibt sich aus nachfolgender Tabelle:

Working Capital zum 31. Dezember 2015 in TEUR

	31.12.2015	31.12.2014	Veränderung
Umlaufvermögen	**14.108**	29.714	-15.606
Kurzfristige Rückstellungen	**-6.803**	-7.387	584
Kurzfristanteil Anleihen	**-3.145**	-3.154	9
Kurzfristanteil Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	**-350**	-172	-178
Kurzfristanteil Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	**-86**	-1	-85
Kurzfristanteil Sonstige Verbindlichkeiten	**-181**	-139	-42
Working Capital	**3.543**	18.861	-15.318
Liquide Mittel	**3.344**	20.462	-17.118

Die Constantin Medien AG verfügte zum 31. Dezember 2015 über einen ungenutzten Avalrahmen von 12,8 Mio. Euro (31. Dezember 2014: 2,8 Mio. Euro). Neben externen Finanzierungsquellen wird die Finanzkraft der Constantin Medien AG durch Ergebnisabführungen und Dividenden von Tochtergesellschaften beeinflusst.

2.5.4 Investitionen der Constantin Medien AG

Die Investitionen der Constantin Medien AG entfielen im Berichtsjahr im Wesentlichen auf den Erwerb weiterer Anteile an der Highlight Communications AG im Wert von 19,3 Mio. Euro sowie auf die Kapitalerhöhung bei der Constantin Sport Holding GmbH im Umfang von 5,1 Mio. Euro. Darüber hinaus wurden Investitionen in das Anlagevermögen von 0,3 Mio. Euro (2014: 0,1 Mio. Euro) getätigt.

3. Personalbericht

Der Constantin Medien-Konzern beschäftigte zum Stichtag 31. Dezember 2015 inklusive der freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter insgesamt 1.632 Personen (31. Dezember 2014: 1.512 Personen). Dies entspricht im Stichtagsvergleich einem Anstieg um 7,9 Prozent. Die Zahl der fest angestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stieg dabei zum 31. Dezember 2015 konzernweit um 4,8 Prozent auf 1.297 Personen (31. Dezember 2014: 1.237 Personen).

Die Anzahl der im Jahresdurchschnitt im Constantin Medien-Konzern beschäftigten festen und freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stieg dagegen auf 1.771 Personen und lag damit um 14,6 Prozent über dem Niveau des Vorjahres (2014: 1.546 Personen), was sich im Anstieg der Personalaufwendungen widerspiegelt. Die Anzahl der fest angestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter lag mit 1.305 Personen im Jahresdurchschnitt um 6,2 Prozent über dem Wert von 2014 (1.229 Personen). Die Anzahl der durchschnittlich projektbezogen beschäftigten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stieg um 47,0 Prozent auf 466 Personen (2014: 317 Personen), insbesondere aufgrund der verstärkten Produktionsaktivitäten im Segment Film.

Die Anzahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Constantin Medien AG lag zum 31. Dezember 2015 bei 32 (31. Dezember 2014: 30 Personen). Im Jahresdurchschnitt wurden bei der Constantin Medien AG 31 Personen (2014: 29 Personen) beschäftigt.

Professionalität, Kundenorientierung und ein hohes Maß an Engagement sind Schlüsselqualifikationen und nicht nur bei externen Kundenbeziehungen entscheidend für die Wettbewerbsfähigkeit und den wirtschaftlichen Erfolg, sondern auch im Rahmen der internen Zusammenarbeit wichtige Kriterien für die Leistungsstärke eines Unternehmens. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Constantin Medien-Konzerns zeichnen sich durch Kreativität, Können, persönliche Leidenschaft und die Bereitschaft zu überdurchschnittlichem Engagement aus.

4. Nachtragsbericht

Am 2. Februar 2016 hat der Verwaltungsrat der Highlight Communications AG auf einer außerordentlichen Verwaltungsratssitzung beschlossen, die Aktivitäten des Segments Übrige Geschäftsaktivitäten nicht mehr weiter zu verfolgen und die Beteiligung an der Highlight Event & Entertainment AG (75,37 Prozent) an Bernhard Burgener zu verkaufen. Der Verkaufspreis von 18.282.040 CHF setzt sich aus einer Barvergütung von 4.631.480 CHF und 2.200.000, vom Käufer gehaltenen Inhaberaktien der Highlight Communications AG im Gegenwert von 13.650.560 CHF zusammen. Der Vollzug der Transaktion fand am 3. Februar 2016 statt.

Veränderung in der Zusammensetzung des Vorstands der Constantin Medien AG: Mit Wirkung zum 29. Februar 2016 hat Herr Hanns Beese sein Amt als Vorstand Finanzen der Constantin Medien AG niedergelegt und ist aus dem Gremium ausgeschieden. Die Nachfolge als Vorstand Finanzen hat mit Wirkung zum 1. März 2016 Herr Leif Arne Anders übernommen (vgl. Organe, Seite 6; Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289 HGB, Seite 13).

5. Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289a HGB

Im Hinblick auf die Entsprechenserklärung, die Angaben zur Unternehmensführungspraxis sowie die Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat sowie die Zusammensetzung und Arbeitsweise von Ausschüssen wird auf das Kapitel Erklärung zur Unternehmensführung gem. § 289 HGB dieses Berichts sowie auf unsere Homepage: www.constantin-medien.de/Investor Relations/Erklärung zur Unternehmensführung gem. § 289a HGB verwiesen.

Durch Beschlüsse von Vorstand und Aufsichtsrat der Constantin Medien AG wurde festgelegt, dass für die Zeit bis zum 30. Juni 2017 der Anteil von Frauen im Aufsichtsrat, im Vorstand und in den beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands aufrechterhalten werden soll. Die Constantin Medien AG ist eine Holdinggesellschaft und beschäftigte im Jahresdurchschnitt 2015 31 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Der Vorstand hat entschieden, für die Definition der beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands auf die Berichtsebenen abzustellen. Der Anteil von Frauen stellt sich derzeit wie folgt dar: Aufsichtsrat rund 17 Prozent, Vorstand 0 Prozent, erste Führungsebene unterhalb des Vorstands rund 17 Prozent sowie zweite Führungsebene unterhalb des Vorstands 0 Prozent.

6. Vergütungsbericht

Der Vergütungsbericht enthält die individualisierte und nach Bestandteilen aufgegliederte Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat der Constantin Medien AG. Ferner werden die Grundzüge des variablen Vergütungssystems des Vorstands der Constantin Medien AG beschrieben.

Grundzüge der Vergütung des Vorstands
Die Vergütung der Mitglieder des Vorstands ist darauf ausge-

richtet, einen Anreiz für eine erfolgreiche, auf Nachhaltigkeit angelegte Unternehmensführung zu setzen. Daher umfasst die Vergütung jedes Vorstandsmitglieds zunächst einen festen Bestandteil. Darüber hinaus kann der Aufsichtsrat über den vorgenannten festen Bestandteil hinaus dem jeweiligen Vorstandsmitglied einen leistungsabhängigen variablen Bestandteil (nachfolgend Tantieme) gewähren.

Die feste Vergütung wird monatlich als Gehalt ausgezahlt. Der geldwerte Vorteil des den Mitgliedern des Vorstands ggf. zur dienstlichen und privaten Nutzung zur Verfügung gestellten Pkw wird zusammen mit der fixen Vergütung abgerechnet.

Die Tantieme wird jährlich nach billigem, pflichtgemäßem Ermessen des Aufsichtsrats festgelegt. Ermessensleitende Kriterien sind (i) das wirtschaftliche Ergebnis im jeweils abgelaufenen Geschäftsjahr sowie den beiden diesem vorangegangenen Geschäftsjahren und (ii) die operativen Leistungen des jeweiligen Vorstandsmitglieds in den betreffenden drei Geschäftsjahren. Die Tantieme ist der Höhe nach vertraglich auf 50 Prozent der gesamten festen Vergütung begrenzt.

Der variable Vergütungsbestandteil des Vorstandsmitglieds Herrn Fred Kogel besteht neben der vorgenannten Tantieme aus vertraglichen Zahlungsansprüchen aus Wertsteigerungsrechten. Die Wertsteigerungsrechte beziehen sich auf Aktien der Constantin Medien AG und der Highlight Communications AG und sind wie folgt gestaffelt:

Aktien Constantin Medien AG

	Stückzahl	Ausgabepreis
	333.334	EUR 1,80
	333.333	EUR 2,10
	333.333	EUR 2,50

Aktien Highlight Communications AG

	Stückzahl	Ausgabepreis
	500.000	EUR 5,00

Die Wertsteigerungsrechte stellen das Vorstandsmitglied Herrn Fred Kogel schuldrechtlich so, als ob er Optionen auf Aktien der vorgenannten Gesellschaften tatsächlich besäße, indem er einen Anspruch auf Zahlung der Differenz zwischen dem jeweiligen Ausgabepreis und dem Ausübungspreis hat. Der Ausübungspreis ist der durchschnittliche Börsenkurs der jeweiligen Aktie in der täglichen Schlussauktion des XETRA-Handels über einen Zeitraum von drei Monaten vor dem Ausübungstag. Die Ausübung der Wertsteigerungsrechte kann erstmals nach einer Wartefrist von drei Jahren, welche am 1. Oktober 2014 beginnt, jeweils am 15. eines jeden Kalendermonats erfolgen. Nach Ablauf dieser Wartefrist können die Wertsteigerungsrechte innerhalb eines Zeitraums von zwei Jahren ausgeübt werden. Der Constantin Medien AG bleibt es vorbehalten an Stelle der Auszahlung der vorgenannten Differenzbeträge, welche Constantin Medien-Aktien betreffen, eine dem jeweiligen Differenzbetrag entsprechende Anzahl Inhaber-Stammaktien der Constantin Medien AG, bewertet zu dem Börsenkurs der Inhaber-Stammaktie in der Schlussauktion des XETRA-Handels an der Frankfurter Wertpapierbörse am letzten Börsenhandelstag vor dem jeweiligen Ausübungstag, zu liefern. Die Wertsteigerungsrechte sind nicht übertragbar. Die variable Vergütung des Vorstandsmitglieds Herrn Fred Kogel, bestehend aus Tantieme und Wertsteigerungsrechten, ist insgesamt der Höhe nach vertraglich auf einen Maximalbetrag von 150 Prozent der gesamten jährlichen Festbezüge begrenzt.

Sonstige Bezüge enthalten die Vergütung der Mitglieder des Vorstands für ihre Tätigkeit im Vorstand, Aufsichtsrat und/oder Verwaltungsrat von Tochter- bzw. Enkelgesellschaften.

Die Anstellungsverträge der Mitglieder des Vorstands sehen zudem einen sog. Abfindungs-Cap vor, wenn der jeweilige Anstellungsvertrag ohne wichtigen Grund vorzeitig endet. Leistungszusagen gegenüber Mitgliedern des Vorstands für den Fall des Kontrollwechsels bei der Constantin Medien AG bestehen nicht.

Die Mitglieder des Vorstands haben von der Constantin Medien AG weder Kredite noch Vorschüsse erhalten. Haftungsverhältnisse zugunsten der Mitglieder des Vorstands wurden von der Constantin Medien AG nicht eingegangen.

Vergütung der Mitglieder des Vorstands für das Geschäftsjahr 2015

Die im Berichtsjahr dem Vorstand gewährten Gesamtbezüge betragen 2.245.496 Euro (Vorjahr: 2.082.701 Euro).

Die sonstigen Bezüge von Herrn Bernhard Burgener betreffen seine Tätigkeit als Vorsitzender des Aufsichtsrats der Constantin Film AG sowie als Präsident des Verwaltungsrats bzw. Delegierter des Verwaltungsrats bzw. Mitglied des Verwaltungsrats verschiedener Unternehmen der Highlight Communications-Gruppe.

Die sonstigen Bezüge von Herrn Fred Kogel betreffen die Vergütung für seine Tätigkeit als Vorstand Fernsehen, Personal, Prozessmanagement und Integration der Constantin Film AG.

Die sonstigen Bezüge von Herrn Hanns Beese betreffen die Vergütung für seine Tätigkeit als Vorstand Finanzen der Constantin Film AG und als Mitglied des Verwaltungsrats der Highlight Communications AG.

Bezüge des Vorstands

Zufluss im Jahr 2015 in EUR

	Fixe Vergütung	Nebenleistungen	Mehrjährige variable Vergütung	Sonstige Bezüge	**Gesamtvergütung**
Bernhard Burgener (bis 31. Dezember 2015)	405.000	0	0	1.323.030	**1.728.030**
Fred Kogel	700.000	0	0	215.000	**915.000**
Hanns Beese (24. März 2015 bis 29. Februar 2016)	225.000	0	0	441.862	**666.862**
Antonio Arrigoni (bis 10. Juni 2015)	400.000	9.667	400.000	0	**809.667**

Für das Vorstandsmitglied Herrn Bernhard Burgener wurde darüber hinaus im Berichtsjahr für die mehrjährige variable Vergütung eine Rückstellung von 255.000 Euro (Vorjahr: 225.000 Euro) gebildet. Insgesamt beträgt diese Rückstellung zum 31. Dezember 2015 480.000 Euro. Die mögliche mehrjährige Maximaltantieme beträgt 652.500 Euro, der Minimalwert 0 Euro.

Des Weiteren entfallen auf Herrn Fred Kogel im Zusammenhang mit seinen vertraglichen Zahlungsansprüchen aus Wertsteigerungsrechten für das Geschäftsjahr 2015 Zuwendungen von 250.829 Euro (Vorjahr: 12.195 Euro).

Mit Wirkung zur Hauptversammlung am 10. Juni 2015 ist Herr Antonio Arrigoni vorzeitig aus dem Vorstand der Constantin Medien AG ausgeschieden und hat das Unternehmen mit Wirkung zum 30. Juni 2015 verlassen. Gemäß Aufhebungsvereinbarung erhält Herr Antonio Arrigoni als Ausgleich für den vorzeitigen Verlust seines Anstellungsverhältnisses eine Einmalzahlung von 1.200.000 Euro mit Fälligkeit 2. Januar 2016. Des Weiteren wurde eine Karenzentschädigung von 400.000 Euro vereinbart, deren Auszahlung bei Einhaltung am 30. Juni 2016 fällig ist. Zusätzlich kann Herr Antonio Arrigoni den ihm gewährten Firmenwagen bis zum 30. Juni 2016 nutzen.

Zufluss im Jahr 2014 in EUR

	Fixe Vergütung	Nebenleistungen	Einjährige variable Vergütung	Sonstige Bezüge	**Gesamtvergütung**
Bernhard Burgener	450.000	0	0	1.212.454	**1.662.454**
Antonio Arrigoni	800.000	20.506	0	8.232	**828.738**
Fred Kogel (seit 1. Oktober 2014)	175.000	0	0	53.751	**228.751**

Grundzüge der Vergütung des Aufsichtsrats

Die Vergütung der Mitglieder des Aufsichtsrats ist in § 12 der Satzung der Constantin Medien AG geregelt. Die Aufsichtsratsmitglieder erhalten neben dem Ersatz ihrer Auslagen eine feste und eine variable Vergütung.

Die feste Vergütung beträgt 20.000 Euro für ein Mitglied des Aufsichtsrats, 30.000 Euro für den stellvertretenden Vorsitzenden des Aufsichtsrats sowie 60.000 Euro für den Vorsitzenden des Aufsichtsrats. Für jede Mitgliedschaft in Ausschüssen erhalten Aufsichtsratsmitglieder eine zusätzliche feste Vergütung. Diese feste Vergütung beträgt 5.000 Euro für ein Mitglied eines Ausschusses, 7.500 Euro für den stellvertretenden Vorsitzenden eines Ausschusses und 10.000 Euro für den Vorsitzenden eines Ausschusses.

Die variable Vergütung ist am langfristigen Erfolg des Unternehmens orientiert und wird fällig, wenn das betreffende Mitglied des Aufsichtsrats über drei volle Geschäftsjahre dem Aufsichtsrat angehört und das Konzernergebnis pro Aktie über den Zeitraum von drei Jahren um durchschnittlich mindestens 15 Prozent p.a. gestiegen ist.

Bei unterjährigem Ausscheiden aus dem oder Eintritt in den Aufsichtsrat wird die Vergütung nur zeitanteilig gezahlt.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats haben von der Constantin Medien AG weder Kredite noch Vorschüsse erhalten. Haftungsverhältnisse zugunsten der Mitglieder des Aufsichtsrats wurden von der Constantin Medien AG nicht eingegangen.

Vergütung der Mitglieder des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2015
Die Gesamtbezüge des Aufsichtsrats im Berichtsjahr betrugen 330.733 Euro (Vorjahr: 281.745 Euro).

Die sonstigen Bezüge von Herrn Dr. Dieter Hahn betreffen seine Tätigkeit im Verwaltungsrat der Highlight Communications AG und im Aufsichtsrat der Constantin Film AG. Bei Herrn René Camenzind beziehen sich diese auf seine Tätigkeit im Verwaltungsrat der Highlight Communications AG.

Bezugsrechte, aktienbasierte Vergütungen und Optionsrechte, die zum Bezug von Aktien der Constantin Medien AG berechtigen, bestanden wie im Vorjahr für Mitglieder des Aufsichtsrats nicht.

Bezüge des Aufsichtsrats

Zufluss des Aufsichtsrats 2015 in EUR

	Fixe Vergütung	Kurzfristige variable Vergütung	Sonstige Bezüge	**Summe**
Dr. Dieter Hahn (Vorsitzender)	75.000	0	70.106	**145.106**
Dr. Bernd Kuhn (stellvertretender Vorsitzender)	40.000	0	0	**40.000**
Jan P. Weidner	27.397	0	0	**27.397**
Andrea Laub	27.603	0	0	**27.603**
René Camenzind (bis 31. Dezember 2015)	20.000	0	50.627	**70.627**
Jean-Baptiste Felten	20.000	0	0	**20.000**

Zufluss des Aufsichtsrats 2014 in EUR

	Fixe Vergütung	Kurzfristige variable Vergütung	Sonstige Bezüge	**Summe**
Dr. Dieter Hahn (seit 30. Juli 2014 Vorsitzender)	48.986	0	54.596	**103.582**
Fred Kogel (bis 30. Juli 2014)	40.466	0	0	**40.466**
Dr. Bernd Kuhn (seit 30. Juli 2014 stellvertretender Vorsitzender)	31.329	0	0	**31.329**
Werner E. Klatten (bis 30. Juli 2014)	20.233	0	0	**20.233**
Jan P. Weidner	30.000	0	0	**30.000**
Andrea Laub	22.110	0	0	**22.110**
René Camenzind (seit 30. Juli 2014)	8.438	0	17.149	**25.587**
Jean-Baptiste Felten (seit 30. Juli 2014)	8.438	0	0	**8.438**

Weitere Angaben zum Vorstand und zum Aufsichtsrat finden Sie im Geschäftsbericht 2015, Kapitel Organe (Seite 6), im Kapitel Erklärung zur Unternehmensführung (Seite 10) sowie im Konzernanhang (Seite 147).

7. Angaben und Erläuterungen gemäß §§ 289 Abs. 4 und 315 Abs. 4 HGB

– Das gezeichnete Kapital der Constantin Medien AG belief sich zum 31. Dezember 2015 auf 93.600.000 Euro und war eingeteilt in 93.600.000 Aktien ohne Nennbetrag (Stückaktien).

– Sämtliche Stückaktien sind Stammaktien, die insbesondere das Teilnahmerecht an der Hauptversammlung gemäß § 118 Abs. 1 AktG, das Auskunftsrecht gemäß § 131 AktG, das Stimmrecht gemäß § 133 ff AktG, den Anspruch auf den Bilanzgewinn gemäß § 58 Abs. 4 AktG und das grundsätzliche Bezugsrecht bei Kapitalerhöhungen gemäß § 186 Abs. 1 AktG gewähren.

– Aus den von der Constantin Medien AG sowie deren verbundenen Unternehmen zum 31. Dezember 2015 gehaltenen 7.422.493 eigenen Aktien stehen der Constantin Medien AG keine Stimmrechte zu. Vereinbarungen zwischen Aktionären über die Beschränkung von Stimmrechten sind der Gesellschaft nicht bekannt.

– Die KF 15 GmbH, München, hielt nach eigenen Angaben zum 31. Dezember 2015 16.923.648 Stückaktien der Constantin Medien AG, was einem Anteil von rund 18,1 Prozent am Grundkapital und einem Stimmrechtsanteil von rund 19,6 Prozent bezogen auf die Aktienzahl in Umlauf (nach Abzug eigener Aktien) entspricht.

– Es existieren keine Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen.

– Der Aufsichtsrat bestellt gemäß § 7 Abs. 1 der Satzung der Constantin Medien AG in Verbindung mit § 84 Abs.1 Satz 1 AktG die Mitglieder des Vorstands auf die Dauer von höchstens fünf Jahren. Er legt gemäß § 4 Abs. 1 in Verbindung mit § 7 Abs. 1 der Satzung der Constantin Medien AG die Anzahl der Mitglieder des Vorstands fest, wobei nach § 4 Abs. 1 der Satzung der Constantin Medien AG der Vorstand aus mindestens zwei Mitgliedern besteht. Der Aufsichtsrat hat außerdem gemäß § 7 Abs. 1 der Satzung der Constantin Medien AG das Recht, einen Vorsitzenden des Vorstands zu ernennen. Gemäß § 84 Abs. 3 Satz 1 AktG kann der Aufsichtsrat die Bestellung zum Mitglied des Vorstands und die Ernennung zum Vorsitzenden des Vorstands widerrufen, wenn ein wichtiger Grund vorliegt.

– Ein solcher Grund ist gemäß § 84 Abs. 3 Satz 2 AktG insbesondere bei Vorliegen einer groben Pflichtverletzung, bei Unfähigkeit zur ordnungsgemäßen Geschäftsführung oder im Falle des Vertrauensentzugs durch die Hauptversammlung aus nicht offenbar unsachlichen Gründen gegeben.

– Gemäß § 179 Abs. 1 Satz 1 AktG bedarf jede Satzungsänderung eines Beschlusses der Hauptversammlung. Für satzungsändernde Beschlüsse der Hauptversammlung ist gemäß § 179 Abs. 2 Satz 1 AktG eine Mehrheit erforderlich, die mindestens drei Viertel des bei der Beschlussfassung vertretenen Grundkapitals umfasst. Der Aufsichtsrat ist gemäß § 179 Abs.1 Satz 2 AktG in Verbindung mit § 7 Abs. 2 der Satzung der Constantin Medien AG zur Vornahme von Satzungsänderungen berechtigt, die nur die Fassung der Satzung betreffen.

– Nach § 76 Abs. 1 AktG leitet der Vorstand in eigener Verantwortung die Constantin Medien AG.

– Nach § 3 Abs. 7 der Satzung der Constantin Medien AG ist der Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrats dazu ermächtigt das Grundkapital bis zum 10. Juni 2020 um insgesamt bis zu 45.000.000 Euro durch die ein- oder mehrmalige Ausgabe neuer auf den Inhaber lautender Stückaktien gegen Bar- oder Sacheinlage zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2015). Dabei ist den Aktionären grundsätzlich ein Bezugsrecht einzuräumen. Der Vorstand ist zudem ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht unter bestimmten Voraussetzungen, die in § 3 Abs. 7 der Satzung der Constantin Medien AG geregelt sind, auszuschließen.

– Die Constantin Medien AG wurde durch Beschluss der ordentlichen Hauptversammlung vom 30. Juli 2014 ermächtigt, eigene Aktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von bis zu 9.360.000 Euro zu erwerben. Die Ermächtigung wurde mit Ablauf der ordentlichen Hauptversammlung am 30. Juli 2014 wirksam und gilt bis zum 30. Juli 2019. Die Ermächtigung kann ganz oder in Teilbeträgen, einmal oder mehrmals ausgeübt werden. Auf die erworbenen Aktien dürfen zusammen mit anderen eigenen Aktien, die sich im Besitz der Gesellschaft befinden oder ihr nach den §§ 71a ff. AktG zuzurechnen sind, zu keinem Zeitpunkt mehr als 10 Prozent des Grundkapitals entfallen.

– Gemäß Beschluss der ordentlichen Hauptversammlung vom 10. Juni 2015 ist das Grundkapital der Constantin Medien AG um bis zu 45.000.000 Euro durch die Ausgabe von bis zu 45.000.000 neuen, auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2015). Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Aktienrechten an die Inhaber bzw. Gläubiger von Finanzinstrumenten (Wandel-

schuldverschreibungen und/oder Optionsschuldverschreibungen und/oder Wandelgenussrechte und/oder Optionsgenussrechte), die bis zum 10. Juni 2020 von der Constantin Medien AG oder unmittelbaren oder mittelbaren Mehrheitsbeteiligungsgesellschaften der Gesellschaft begeben werden. Das Bedingte Kapital 2015 dient nach Maßgabe der Wandelanleihebedingungen bzw. Wandelgenussrechtsbedingungen auch der Ausgabe von Aktien an Inhaber bzw. Gläubiger von Wandelschuldverschreibungen bzw. Wandelgenussrechten, die mit Wandlungspflichten ausgestattet sind. Der Vorstand ist ermächtigt, die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung festzulegen.

– Gemäß § 4c der Anleihebedingungen der 2013 von der Constantin Medien AG begebenen 7,0% Unternehmensanleihe 2013/2018 ist jeder Anleihegläubiger unter bestimmten Bedingungen berechtigt, von der Emittentin die Rückzahlung oder, nach Wahl der Emittentin, den Ankauf seiner Schuldverschreibungen durch die Emittentin (oder auf ihre Veranlassung durch einen Dritten) zum Nennbetrag insgesamt oder teilweise zu verlangen. Dies ist dann der Fall, wenn ein Kontrollwechsel bei der Constantin Medien AG erfolgt. Ein solcher Kontrollwechsel tritt ein, wenn entweder eine Dritte Person (im Sinne von § 4c Ziffer (ii) dieser Anleihebedingungen) oder gemeinsam handelnde Dritte Personen (im Sinne von § 2 Abs. 5 WpÜG) der rechtliche oder wirtschaftliche Eigentümer von mehr als 50 Prozent der Stimmrechte der Constantin Medien AG werden oder wenn eine Verschmelzung nach den Bedingungen von § 4c Ziffer (ii) dieser Anleihebedingungen erfolgt.

– Entschädigungsvereinbarungen mit Mitgliedern des Vorstands oder mit Arbeitnehmern für den Fall eines Übernahmeangebots bestehen nicht.

8. Risiko- und Chancenbericht

8.1 Chancen- und Risikomanagement System

Unternehmerisches Handeln und die Wahrnehmung von Chancen ist stets auch mit Risiken verbunden. Zum Schutz des Fortbestands des Constantin Medien-Konzerns, wie auch zur Unterstützung bei der Erreichung der Unternehmensziele, wurde ein integriertes, unternehmensweites Risikomanagementsystem (RMS) implementiert.

8.1.1 Risikomanagementsystem

Das RMS ist in einer Richtlinie definiert. Die Constantin Medien AG wendet die Definition des Deutschen Rechnungslegungs Standard Nr. 20 „Konzernlagebericht“ des Deutschen Rechnungslegungs Standards Committee (DRSC) an. Dieser definiert Risiken (Chancen) als „mögliche künftige Entwicklungen oder Ereignisse, die zu einer für das Unternehmen negativen (positiven) Prognose- bzw. Zielabweichung führen können“. Das RMS folgt den Grundzügen des übergreifenden Rahmenwerks für „Unternehmensweites Risikomanagement“, wie es vom „Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission“ (COSO) entwickelt wurde. Es werden folgende Ziele verfolgt:

– Schaffung von Handlungsspielräumen durch frühzeitiges und systematisches Erkennen von Chancen und Risiken
– Erhöhung der Reaktionsgeschwindigkeit durch Transparenz und zeitnahe Kommunikation von Chancen und Risiken
– Unterstützung der Unternehmensleitung bei der Beurteilung der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns mit ihren wesentlichen Chancen und Risiken
– Reduzierung potentieller Haftungsrisiken
– Sensibilisierung der Mitarbeiter zu einer risikobewussten und eigenverantwortlichen Selbstkontrolle
– Sicherung des Unternehmensfortbestands

Das Risikomanagementsystem des Constantin Medien-Konzerns umfasst Risiken und Chancen gleichermaßen. Entsprechend der dezentralen Konzernstruktur liegt die operative Verantwortung im Umgang mit den Risiken bei den jeweiligen Risikoverantwortlichen. Im Wesentlichen sind dies die Vorstände und Gremien bzw. die Geschäftsführer und Abteilungsleiter der einzelnen Tochtergesellschaften. Die den Risiken und Chancen zugrundeliegenden Faktoren werden quartalsweise erfasst bzw. bewertet und von den Risikoverantwortlichen freigegeben. Auf Konzernebene werden die gemeldeten Faktoren gegebenenfalls vereinheitlicht und konsolidiert. Für potenziell bestandsgefährdende Risiken besteht eine unmittelbare Meldepflicht. Ferner wird auf den Risiko- und Chancenbericht der Highlight Communications AG verwiesen.

Bei der periodischen Meldung werden Ursache und Wirkung der Faktoren sowie mögliche Frühwarnindikatoren und geplante oder bereits getroffene Maßnahmen beschrieben. Sofern ein Schaden oder eine Maßnahme sinnvoll quantifizierbar ist, wird dieser Wert ermittelt und angegeben. Ist eine Quantifizierung nicht sinnvoll möglich, wird der mögliche Schaden verbal beschrieben und in die Kategorien „unwesentlich“, „begrenzt“, „hoch“ oder „schwerwiegend“ eingeordnet. Gleiches gilt für die Eintrittswahrscheinlichkeit mit den Ausprägungen „klein“, „mittel“, „groß“ und „sehr groß“.

Aus dem Produkt der Eintrittswahrscheinlichkeit und dem Schadensmaß ergeben sich folgende Risikostufen:

– **Kleine Risiken**
  Kleine Risiken sind für das Unternehmen unwesentlich, und es sind keine Maßnahmen zur Risikoreduktion zu vereinbaren.

– **Mittlere Risiken**
  Mittlere Risiken bestehen bei einem begrenzten Schadensausmaß und einer mittleren Eintrittswahrscheinlichkeit. Es besteht kein unmittelbarer Handlungsbedarf. Effiziente und effektive Maßnahmen reichen aus, um mittlere Risiken zu reduzieren oder im Eintrittsfall rasch zu bewältigen.

– **Erhebliche Risiken**
  Erhebliche Risiken haben im Vergleich zu mittleren Risiken ein höheres Ausmaß und/oder eine größere Eintrittswahrscheinlichkeit. Sie sollten durch geeignete Kontrollen oder Prozessoptimierung reduziert werden. Wenn möglich, sollte das erhebliche Bruttorisiko durch geeignete Maßnahmen auf die mittlere oder kleine Risikostufe reduziert werden.

– **Große Risiken**
  Große Risiken können unter Umständen den Fortbestand einer Organisationseinheit oder des Constantin Medien-Konzerns insgesamt gefährden. Maßnahmen zur Reduktion des Bruttorisikos sind zwingend und unmittelbar einzuleiten. Die Maßnahmenumsetzung wird von der Geschäftsleitung überwacht. Große Risiken sind unmittelbar – unabhängig vom Turnus – dem Vorstand zu melden.

Aus dem möglichen Bruttoschaden, der Eintrittswahrscheinlichkeit und der Wirkung der Maßnahmen ergibt sich das Nettorisiko. Zur besseren Gliederung werden Risiken in die Kategorien Risiken aus der Regulierung, Geschäfts- und Marktrisiken, Betriebs-, Finanz-, Rechts- sowie Compliance-Risiken eingeteilt.

Insbesondere Risiken außerhalb des Einflussbereichs des Konzerns und Risiken, die sich aus der gesetzlichen Regulierung (z.B. einer gesetzlichen Einschränkung der Bewerbung einzelner Produktgruppen) ergeben, lassen sich häufig nicht aktiv steuern und vermeiden. Weiterhin werden Risiken mit extrem kleiner bzw. nicht messbarer Eintrittswahrscheinlichkeit bei gleichzeitig möglicherweise großer Auswirkung nicht zuverlässig erfasst. Hierunter fallen unerwartete und unabwendbare Ereignisse (höhere Gewalt).

8.1.2 Angaben zu einzelnen Risiken

Nachfolgend werden einzelne Risiken und deren Risikofaktoren sowie deren Auswirkungen dargestellt. Die Darstellung erfolgt gruppiert nach den Risikokategorien des RMS. Die Darstellung im Risikobericht erfolgt auf einem höheren Aggregationsgrad als im RMS selbst. Innerhalb einer Kategorie sind die Risiken zuerst genannt, deren Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage als am größten eingestuft werden. Sofern keine anderslautenden Angaben gemacht werden, gelten die Risiken für alle Segmente. Wird bei der Einstufung des Risikos kein Bezug auf die getroffenen Maßnahmen angegeben, so handelt es sich um die Einstufung als Bruttorisiko. Kann ein Risikofaktor den Fortbestand einer wesentlichen Organisationseinheit gefährden, wird im Folgenden darauf hingewiesen. Gleiches gilt, wenn ein Risiko den Fortbestand des Konzerns gefährdet.

Risiken aus der Regulierung

Die Geschäftsmodelle der Constantin Medien-Gruppe sind stark von der Gesetzgebung, der Rechtsprechung und den regulatorischen Eingriffen der öffentlichen Verwaltung abhängig

Regulatorische Eingriffe, Änderungen in der Gesetzgebung oder Gerichtsverfahren können sich negativ auf die Kosten- oder Erlösstruktur auswirken. Sie könnten zur Zurückhaltung der Kunden bei der Buchung der betroffenen Werbezeiten oder Lizenzeinkäufen führen. Bereits kontrahierte oder in der Planung berücksichtigte Umsätze aus dem Verkauf von Werbezeiten oder der Vermarktung von Sportrechten könnten aufgrund von Verboten oder anderweitigen Einschränkungen kurzfristig entfallen. Eine drastische Veränderung der Lizenzierungspraxis im Segment Film könnte sich negativ auf das Geschäftsmodell an sich auswirken. Folgende Faktoren beeinflussen dieses Risiko nennenswert:

– Im Segment Sport sind Erlöse aus dem Verkauf von Werbezeiten mit Anbietern von Produkten wie Sportwetten, Online-Casinos oder Pokerschulen geplant, die in starkem Maße reguliert sind. Durch regulatorische Maßnahmen wie z.B. Konzessionen, Untersagungen oder weiteren Einschränkungen könnten sich die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Anbieter dieser Produkte verschlechtern, was eine mittelbare Auswirkung auf die geplanten Segmentumsätze haben könnte.

– In diesem Zusammenhang könnten auch mögliche Verwaltungsverfahren gegen Gesellschaften des Segments hinsichtlich der Bewerbung dieser Produkte die Umsatzrealisierung unmittelbar negativ beeinflussen und eventuell zu erhöhten Kosten führen.

– Weitere Teile der geplanten Erlöse aus den Bereichen Call-In, Mehrwertdienste oder Teletext unterliegen der strengen Regulierung der Landesmedienanstalten oder dem Gesetzgeber. Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass strengere Regelungen und Restriktionen die Realisierung dieser geplanten Umsätze einschränken.

– Weitere regulatorische Risiken ergeben sich aus dem möglichen Inkrafttreten einer derzeit diskutierten künftigen „Neuen Medienordnung“ bzw. „Konvergenten Regulierung TV“, z.B. durch einen neuen Rundfunk(änderungs)staatsvertrag der Länder, und damit eines neuen Regulierungsmodells für lineare sowie non-lineare Mediendienste. Hierbei könnten die Interessen der Sport1 GmbH, insbesondere im Rahmen der Verbreitung/Distribution der SPORT1-TV-Programme sowie deren Auffindbarkeit in der digitalen Medienwelt, nicht hinreichend berücksichtigt werden.

– Die EU-Kommission legt erste Pläne für einen digitalen Binnenmarkt vor. Das Geoblocking soll vorerst nur für bestimmte Inhalte abgeschafft werden. Die neue Verordnung soll verhindern, dass Internetnutzer von ihnen bezahlte digitale Dienste auf Reisen oder im Urlaub nicht nutzen können. Sollte die EU jedoch Vorgaben machen und die territoriale Lizenzierung grundsätzlich als nicht mit EU-Recht vereinbar ansehen, hätte dies drastische Auswirkungen auf die Lizenzierungspraxis der Constantin Medien-Gruppe und die Geschäftsmodelle an sich.

– Die aktuelle Planung geht von verschiedenen nationalen und internationalen Filmförderprogrammen aus, deren Ausgestaltung sich negativ ändern könnte.

Als Gegenmaßnahmen verfolgt der Constantin Medien-Konzern die einschlägigen Urteile und Gesetzesvorlagen und versucht mithilfe von Lobbyarbeit und externen Gutachten Kontakte zu Entscheidern aus der Politik zu knüpfen. Durch interne Vorgaben, Schulungen und vertragliche Verpflichtungen wird ein Regelverstoß-freier Sendeablauf bei Call-In Formaten abgebildet.

Angesichts der möglichen Auswirkungen ist dieses Risiko insgesamt weiterhin als erheblich einzustufen.

Geschäfts- und Marktrisiken

Die Constantin Medien-Gruppe benötigt Zugang zu Lizenzen und Stoffen

Die Constantin Medien-Gruppe benötigt für ihr Produktportfolio Zugang zu Auswertungs- und Verwertungsrechten. Folgende Faktoren beeinflussen dieses Risiko nennenswert:

– Für den Betrieb ihrer Plattformen im Segment Sport ist die Constantin Medien-Gruppe auf attraktive Übertragungsrechte an Sportveranstaltungen oder Ligen sowie Programmen angewiesen. Eine Neulizenzierung von Verwertungsrechten für Sportveranstaltungen oder Programmen kann mit einer Erhöhung der geplanten Lizenzkosten einhergehen. Die fehlende Verfügbarkeit von Übertragungsrechten an Sportveranstaltungen bzw. eine Erhöhung der Lizenzkosten in der Zukunft könnte dazu führen, dass der Constantin Medien-Gruppe attraktive Inhalte für ihre TV-Sender bzw. sonstigen Plattformen fehlen würden. Dies wäre mit geringeren Marktanteilen, geringeren Werbe- und/oder Sponsoring-Erlösen sowie geringeren Pay-TV-Erlösen verbunden.

– Bei der Produktion von Fernseh- und Kinofilmen sind der Zugang zu und der Erwerb von Rechten an literarischen Vorlagen, Verwertungsrechten und Drehbüchern sowie der Abschluss von Verträgen mit erfolgreichen Regisseuren, Schauspielern und Lizenzgebern wichtige Faktoren. Daher arbeitet die Constantin Film-Gruppe schon seit Jahrzehnten sehr eng mit renommierten und erfahrenen Drehbuchautoren, Regisseuren und Produzenten im In- und Ausland zusammen, die über großes Know-how bei der Produktion von Kinofilmen und TV-Formaten verfügen.

Einerseits werden diese Risiken durch die ausgeprägte und langjährige Erfahrung der Mitarbeiter im Bereich Rechte- und Lizenzeinkauf der jeweiligen Tochtergesellschaften überwacht, andererseits wird auch die Entwicklung alternativer Formate und Eigenproduktionen ausgebaut, um eine gewisse Unabhängigkeit von Rechten Dritter zu schaffen. Die Attraktivität der Plattformen sowie die stetige Optimierung des Produkts kompensieren das Risiko. Im Segment Film spielt die Marke „Constantin Film“ als bedeutendster unabhängiger deutscher Filmproduzent und Verleiher eine gewichtige Rolle. Fremdproduktionen werden vor Fertigstellung des Films zur Finanzierung vorverkauft. Zwischen Akquisition und tatsächlicher Lieferung des Filmes liegen oft mehrere Jahre. Damit verfügen die Gesellschaften über einen Vorrat an Material, welcher die Unsicherheit im Planungszeitraum reduziert.

Insgesamt ist dieses Risiko weiterhin als erheblich einzustufen.

Die Constantin Medien-Gruppe befindet sich im intensiven Wettbewerb beim Absatz ihrer Produkte

Die Umsatzplanung des Konzerns unterstellt bestimmte Marktanteile, Reichweiten, Abonnenten- sowie Besucherzahlen und Erlöse aus den verschiedenen Auswertungsstufen. Werden diese Annahmen nicht erreicht, kann der geplante Umsatz eventuell nicht erzielt werden. Zudem besteht das Risiko, dass die Kostenstruktur nicht zeitnah angepasst werden kann. Dabei sind folgende Faktoren nennenswert:

– Es besteht ein nicht unerheblicher Wettbewerb um die begrenzt verfügbaren Budgets der werbetreibenden Wirtschaft, denen eine stetig zunehmende Anzahl von TV-Sendern und anderen möglichen Werbeplattformen gegenübersteht. Besonders bei der Plattform Sport1.fm besteht das Risiko einer Verfehlung der vermarktbaren Leistungswerte und Erlöse.

– Marktveränderungen im Kinobereich oder im Home-Entertainment-Bereich wie sinkende Besucher- und Absatzzahlen oder steigender Wettbewerb könnten mit einem Preisverfall für Produktionen und Lizenzprodukte einhergehen. Das Auslaufen von Rahmenverträgen oder eine Verschlechterung der wirtschaftlichen Situation von Lizenzabnehmern kann zudem zu sinkenden Lizenzverkaufspreisen führen und damit die Werthaltigkeit des Filmvermögens gefährden.

– Die Umsatzplanung beinhaltet Werbeeinnahmen aus den Bereichen Sportwetten und Erotik-Telefonangeboten. Veränderungen auf diesen Märkten wie z.B. eine zunehmende Fragmentierung der Anbieter könnten die Planung gefährden.

– Ein starkes Wettbewerbsumfeld könnte zu sinkenden Margen im Kinoverleihgeschäft führen.

Die Diversifikation des Konzerns in voneinander unabhängige Produkte und Märkte reduziert das Risiko des Wettbewerbs in einem einzelnen Bereich oder Segment. Da insbesondere die Reichweiten, Marktanteile, Abonnenten- und Besucherzahlen für die Höhe der erzielbaren Werbeeinnahmen bzw. Erlöse maßgeblich sind, ist die Constantin Medien-Gruppe bestrebt, über attraktive Programminhalte für ihre TV-Sender und anderen Plattformen sowie für ihre Kinofilme und TV-Produktionen zu verfügen, um ihre Wettbewerbsstärke zu steigern sowie durch höhere Aufwendungen für die Vermarktung und das Marketing von Produkten deren Bekanntheit und Attraktivität zu erhöhen.

Entsprechend wird das Risiko weiterhin als erheblich eingestuft.

Die Constantin Medien-Gruppe ist von Kunden und Geschäftspartnern abhängig
Wie jede andere Unternehmung ist auch die Constantin Medien-Gruppe von Kunden, Lieferanten und anderen Geschäftspartnern abhängig. Die Medien- und Entertainment-Branche bringt spezifische Anforderungen mit sich. Sollten Verträge mit wesentlichen Kunden oder Geschäftspartnern auslaufen, nicht verlängert und/oder während der Laufzeit beendet werden, könnte sich dies erheblich nachteilig auf den Umsatz und das Ergebnis der Folgeperioden auswirken. Folgende Faktoren sind hier wesentlich:

– Im Bereich der Sportproduktionsdienstleistungen und bei der Auswertung von Kinoproduktionen besteht eine Abhängigkeit von der Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG bzw. der Sky Österreich GmbH. Sollten diese (Rahmen-)Verträge nicht verlängert oder während der Laufzeit gekündigt werden, könnten geplante, signifikante Umsätze wegfallen.

– Im Sport-und Event-Marketing besteht eine Abhängigkeit der TEAM-Gruppe von dem Großkunden UEFA.

– Es besteht eine Abhängigkeit von den großen deutschen TV-Sendern und der Anzahl bzw. Größe der Sender insgesamt. Im Segment Film wird ein erheblicher Teil der Produktionskosten aus der Weiterlizenzierung der TV-Senderechte an Kinofilmen gedeckt. Die erzielbaren Margen könnten durch eine starke Stellung der Sender geringer ausfallen, als geplant. Im Segment Sport könnte eine Konzentration in der Senderlandschaft die Angebotsmacht der konkurrierenden Sender erhöhen, was zu einer Senkung der Pay-Faktoren führen könnte.

Im Segment Sport bestehen langfristige Verbindungen mit technischen Dienstleistern, die für den reibungslosen Sendebetrieb notwendig sind. Eine vorzeitige Kündigung einzelner Lieferantenverträge könnte zu höheren Kosten bei der Suche nach neuen Partnern und der Etablierung neuer Strukturen führen. Die Beziehung zu den Kunden und Geschäftspartnern ist eine wesentliche Management-Aufgabe. Die Einhaltung vertraglicher Ausgestaltungen sowie die Qualität der Lieferungen und Leistungen werden regelmäßig überprüft.

Entsprechend wird das Risiko weiterhin als erheblich eingestuft.

Im Segment Sport ist die Constantin Medien-Gruppe von der Reichweite der einzelnen Sender bzw. Plattformen abhängig
Für jeden Sender bzw. für jede Plattform ist eine möglichst große Reichweite ausschlaggebend. Je größer die Reichweite ist, desto mehr Konsumenten und zielgruppenrelevante Werbekontakte können erreicht werden. Folgende Faktoren beeinflussen dieses Risiko nennenswert:

– Mit den in Deutschland maßgeblichen Kabelnetzbetreibern bestehen Verträge zur mittelfristigen Absicherung der analogen und digitalen Kabelverbreitung des Free-TV-Senders SPORT1. Vertragliche Kündigungsrechte oder sich ändernde regulatorische Vorgaben in den einzelnen Bundesländern sowie das Konkurrenzverhalten von Mitbewerbern auf anderen Verbreitungswegen könnten sich jedoch negativ auf die Kabelverbreitung von SPORT1 auswirken.

– Die Landesmedienanstalten könnten dem SPORT1 Free-TV-Sender keinen Platz in den analogen Kabelnetzen zuweisen.

Kurzfristig könnte ein drastisches Absinken der Reichweite dazu führen, dass bestehende Verträge mit der werbetreibenden Wirtschaft nicht erfüllt werden können. Eine nachhaltige Reduzierung der technischen Reichweite könnte den zu erzielenden Preis pro Werbeminute oder pro Zielgruppenkontakt senken und damit die Realisierung der geplanten Umsätze

gefährden. Eine Reduzierung der technischen Reichweite könnte die Einspeisekosten erhöhen, wenn alternative und teurere Verbreitungswege genutzt werden müssen.
Im Pay-TV-Bereich könnten geplante Umsätze nicht realisiert werden.

Einerseits wird versucht, durch langfristige Verträge mit den im Sendegebiet ansässigen Kabelnetz- und Satellitenbetreibern diese Reichweite größtmöglich zu halten. Andererseits wird das Risiko dadurch verringert, dass in einer Vielzahl von Bundesländern die analoge Kabelverbreitung von SPORT1 aufgrund von regulatorischen Vorgaben zwingend vorgegeben ist. Die Programmgestaltung ist bei der Vergabe der Kabelplätze ein wichtiges Entscheidungskriterium. Die im Vorjahr genannte, damals ausstehende Verlängerung der Sendelizenz für den Free-TV-Sender SPORT1 wurde erfolgreich abgeschlossen.

Insgesamt ist dieses Risiko weiterhin als erheblich einzustufen.

Die Geschäftsmodelle sind davon abhängig, den Kundengeschmack und die Art, wie die Inhalte konsumiert werden, zu bedienen und zeitnah auf Veränderungen zu reagieren
Der Wandel des Nutzungsverhaltens und der technischen Möglichkeiten im Umgang mit Medien könnte dazu führen, dass Konsumenten das Produktportfolio der Constantin Medien-Gruppe weniger nutzen als geplant, so dass dieses an Attraktivität, Reichweite oder Relevanz verliert und dementsprechend der geplante Umsatz nicht mehr erreicht wird. Folgende Faktoren sind besonders relevant:

- Aufgrund der technischen Möglichkeiten zur Herstellung illegaler Filmkopien und des fehlenden gesetzlichen Schutzes gegen Urheberrechtsverletzungen drohen Umsatzverluste.

- Das sich ändernde Marktumfeld in Bereich „In-Home-Viewing“ dürfte dazu führen, dass sich Konsumverhalten und Anbieterstruktur mittelfristig stark ändern. Die Analyse der Chancen und Risiken für Content-Produzenten aus dieser Entwicklung, die vor allem durch IP-basierte Angebote wie SVoD getrieben wird, steht im Zentrum der strategischen Diskussionen der Constantin Film-Gruppe.

- Durch entsprechende Software kann Werbung auf mobilen Endgeräten blockiert werden. Neue Techniken könnten es zudem ermöglichen, Werbung bereits auf Servern der Internet-Provider zu kanalisieren. Dies könnte die Realisierung geplanter Umsätze von Werbung auf mobilen Endgeräten gefährden.

Durch gezielte Marktforschung und Nutzungsanalysen versucht die Constantin Medien-Gruppe zukünftige Trends zu antizipieren, was sich auch in der Digitalisierungsstrategie im Segment Sport niederschlägt. Sowohl im Sportbereich als auch im Bereich Film wird durch die Erarbeitung konsumentenfreundlicher Programme und Stoffe die Attraktivität der Produkte erhöht. Die Auswirkung der Piraterie wird aufgrund von Lobbyarbeit, Sensibilisierungskampagnen und einer konsequenten Verfolgung von Verstößen verringert.

Insgesamt ist dieses Risiko weiterhin als mittleres Risiko einzustufen.

Rechtsrisiken
Die Constantin Medien-Gruppe unterliegt Risiken aus Rechtsstreitigkeiten
Als international tätiges Unternehmen ist die Constantin Medien-Gruppe einer Vielzahl von rechtlichen Risiken ausgesetzt. Hierzu zählen insbesondere Risiken aus den Bereichen Urheberrecht, Gesellschaftsrecht, Wertpapierhandelsrecht sowie Wett- und Glücksspielrecht. Die Ergebnisse von gegenwärtig anhängigen bzw. künftigen Verfahren können oft nicht mit Sicherheit vorausgesagt werden, sodass unter anderem aufgrund von gerichtlichen oder behördlichen Entscheidungen Aufwendungen entstehen können, die nicht oder nicht in vollem Umfang durch Versicherungsleistungen gedeckt sind und sich nachteilig auswirken könnten.

Im Rahmen der juristischen Unterstützung der operativen Geschäftstätigkeit werden rechtliche Risiken identifiziert und bezüglich ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit und potenziellen Auswirkung qualitativ und quantitativ bewertet. Derzeit stellt folgendes Verfahren einen nennenswerten Risikofaktor dar:

- Gegen die Constantin Medien AG als Rechtsnachfolgerin der EM.TV & Merchandising AG ist noch eine Klage beim Landgericht Frankfurt am Main anhängig, deren Hintergrund der Kursrückgang der EM.TV-Aktie in den Jahren 2000/2001 ist. Das zuständige Landgericht Frankfurt am Main hat am 22. Dezember 2015 diese Klage abgewiesen. Gegen dieses Urteil hat der Kläger Berufung eingelegt, über die noch nicht rechtskräftig entschieden wurde.

Gegen die Constantin Medien AG war ein aktienrechtliches Spruchverfahren anhängig, mit dem verschiedene Antragsteller im Jahr 2004 die Unangemessenheit des Umtauschverhältnisses im Rahmen der Restrukturierung der EM.TV & Merchandising AG geltend gemacht und die Festsetzung einer baren Zuzahlung durch die Constantin Medien AG beantragt haben. Das zuständige Landgericht München I hat am 17. Dezember 2015 diese Anträge auf Festsetzung einer baren Zuzahlung rechtskräftig zurückgewiesen.

Aufgrund der getroffenen Einschätzungen und Maßnahmen wird das Risiko unverändert als klein eingestuft.

Die Constantin Medien-Gruppe unterliegt Risiken aus Vertragsstrafen und Schadensersatzpflichten
Im Segment Sport hat die Constantin Medien-Gruppe gegenüber verschiedenen Kunden und Geschäftspartnern die Verpflichtung zur Sendekontinuität bzw. zur zeitnahen Lieferung von Programminhalten vertraglich vereinbart. Die Nichteinhaltung dieser Verpflichtung kann zu Vertragsstrafen oder Schadensersatzpflichten führen. Vertragsstrafen und Schadensersatzleistungen können das Ergebnis negativ beeinflussen.

Durch technische Maßnahmen, Weiterentwicklungen und Redundanzen sowie regelmäßige Überwachung der Projektfortschritte werden mögliche qualitative und zeitliche Abweichungen zeitnah erkannt bzw. deren Auswirkung minimiert. Dies wird durch die langjährige Erfahrung der Mitarbeiter und etablierte Prozesse in den einzelnen Organisationen unterstützt. Im Weiteren werden in einer Kosten- und Nutzenanalyse die möglichen Risiken versichert. Wenn möglich, werden Lieferanten an diesem Risiko beteiligt.

Unter Berücksichtigung der getroffenen überwiegend technischen Gegenmaßnahmen, ist das Risiko weiterhin auf einer mittleren Stufe einzuordnen.

Betriebsrisiken
Im Segment Film ist die Herstellung eines Kino- oder Fernsehfilms ein kostenintensives sowie langfristiges Projekt
Die Produktionskosten eines deutschen Kinofilms mit durchschnittlichem Budget liegen zwischen drei und sieben Mio. Euro, während sie bei internationalen Großproduktionen ein Vielfaches davon betragen. Der Zeitraum von der ersten Idee bis zur letzten Vermarktungsstufe kann mehrere Jahre betragen. Folgende Faktoren beeinflussen dieses Risiko nennenswert:

- Bei TV-Auftragsproduktionen kann das Kostenrisiko aufgrund der Entwicklungskosten hoch sein. Im Fall einer Nichtbeauftragung werden diese Kosten oft nur teilweise vom jeweiligen Sender übernommen. Auch im Fall einer Beauftragung können diese Kosten bei dem jeweiligen TV-Anbieter nicht zwingend als Vorkosten im Budget geltend gemacht werden.

- Darüber hinaus sind für die TV-Sender – sowohl beim Einkauf als auch bei der Produktion von Programminhalten – erfolgreiche Reichweiten- und Marktanteilsentwicklungen maßgeblich, um zahlungskräftige Werbepartner auch weiterhin an sich binden zu können. Daher behalten sich die Programmanbieter in ihren Verträgen mit Produzenten verstärkt die Möglichkeit zum Ausstieg aus einem beauftragten Format vor, falls es die Quotenerwartungen nicht erfüllen sollte. Somit besteht für Produzenten in zunehmendem Maße das Risiko, dass Produktionen kurzfristig abgesetzt werden.

- Im unwahrscheinlichen Fall einer Verschiebung oder eines Abbruchs einer Kino- oder TV-Auftragsproduktion aufgrund unvorhersehbarer Markt- oder Projektentwicklungen ist es möglich, dass bereits gelieferte bzw. beauftragte Leistungen nicht mehr verwendet werden können und zusätzliche Kosten aus einer erneuten Beauftragung der Leistungen entstehen.

- Mangelnde Budgetdisziplin bei den Herausbringungskosten kann zu einer Überschreitung der filmbezogenen Marketingkosten führen und den Deckungsbeitrag eines Films senken.

- Im Gegensatz zu Kinofilmen kann die Finanzierung internationaler TV-Serien nicht zum großen Teil über Vorverkäufe auf Drehbuchbasis erfolgen. Verkäufe können i.d.R. erst durch Vorstellung von mindestens einer fertigen Pilotfolge getätigt werden. Dadurch sind die Produktionskosten schon stark vorangeschritten, bis es zu Verkäufen kommt.

Sollte es im Verlauf einer Produktion zu Budgetüberschreitungen kommen, könnte sich dies negativ auf den geplanten Deckungsbeitrag eines Films und damit auf das Ergebnis auswirken. Zusätzlich zur regelmäßigen Überwachung der Herstellungskosten werden Filmversicherungen und insbesondere Completion Bonds abgeschlossen, die die Fertigstellung eines Films absichern sollen.

Die Constantin Film AG bewirbt sich bei diversen Sendern im In- und Ausland um Formate und hat Entwicklungsverträge für serielle und nicht serielle Formate abgeschlossen. Aufgrund ihrer langjährigen Erfahrung in der Filmproduktion ist es der Constantin Film AG in der Vergangenheit jedoch meistens gelungen, die entstandenen Produktionskosten aus den Verwertungserlösen voll abzudecken. Außerdem konnte sie die Filmproduktionen im festgelegten zeitlichen und finanziellen Rahmen realisieren und die Entstehung außerplanmäßiger Kosten weitestgehend verhindern bzw. versichern.

Insgesamt wird das Risiko weiterhin als erheblich eingestuft.

Die Constantin Medien-Gruppe ist von einer sicheren und gut funktionierenden Infrastruktur abhängig
Um einen reibungslosen Geschäftsbetrieb zu gewährleisten, ist die Constantin Medien-Gruppe auf das reibungslose Funktionieren ihrer IT-Systeme angewiesen. Es kann dabei nicht ausgeschlossen werden, dass trotz Sicherheitsmaßnahmen wie Zutritts-Kontrollsysteme, Notfallpläne und unterbrechungsfreie Stromversorgung kritischer Systeme, Backup-Systeme sowie

regelmäßige Datenspiegelung kein hinreichender Schutz vor Schäden aus dem Ausfall ihrer IT-Systeme besteht.

Im Segment Sport ist ein Großteil der Programmverteilung und Sendeabwicklung ebenfalls von einer reibungslos funktionierenden technischen Infrastruktur abhängig. Eine technische Störung könnte den Sendebetrieb unterbrechen.

Sollte es zu einem Ausfall von IT-Systemen oder einem Entwenden von Unternehmensdaten oder einer Manipulation der Unternehmens-IT kommen, könnte dies negative Auswirkungen auf den Geschäftsbetrieb und damit auf das Ergebnis haben.

Die Risiken bezüglich unberechtigter Zugriffe auf Unternehmensdaten werden durch den Einsatz von Virenscannern- und Firewall-Systemen weitestgehend unterbunden. Darüber hinaus werden im Konzern Maßnahmen ergriffen, um die vorhandene IT-Service-Landschaft auf aktuellem, technologischen Stand zu halten und dem Überalterungsprozess der Geräte- und Programmtechnik entgegenzuwirken. Senderelevante Technik ist häufig redundant vorhanden und deren Funktionsweise wird zeitnah überwacht.

Unter Berücksichtigung der Effekte der Gegenmaßnahmen ist dieses Risiko weiterhin auf einer mittleren Stufe einzuordnen.

Die Constantin Medien-Gruppe ist von der Kreativität, dem Engagement und der Kompetenz ihres Personals abhängig
Der zukünftige Erfolg der Constantin Medien-Gruppe hängt in erheblichem Umfang von der Leistung ihrer Führungskräfte und ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ab. Es besteht ein starker und zunehmender Wettbewerb um Personal, das über die entsprechenden Qualifikationen und Branchenkenntnisse verfügt.

Die Constantin Medien-Gruppe kann daher nicht gewährleisten, dass sie zukünftig in der Lage sein wird, ihr gut ausgebildetes und engagiertes Personal zu halten bzw. neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit entsprechenden Qualifikationen zu gewinnen.

Die Abwanderung von qualifiziertem Personal oder Personen in Schlüsselpositionen könnte zum Verlust von Know-how führen und ungeplante Kosten für die Rekrutierung sowie die Einarbeitung von neuem Personal erzeugen und damit negative Auswirkungen auf das Ergebnis haben.

Um dieses Risiko zu minimieren, werden regelmäßig Zielvereinbarungs- und Feedback-Gespräche geführt. Zudem bietet der Constantin Medien-Konzern ein attraktives Arbeitsumfeld, eine leistungsgerechte Kompensation und Möglichkeiten zur Weiterentwicklung an. Um die Attraktivität als Arbeitgeber im Bewerbermarkt zu erhöhen, wurde verstärkt in soziale Netzwerke und Bewerberportale investiert.

Insgesamt ist dieses Risiko weiterhin auf einer kleinen Stufe einzuordnen.

Die Constantin Medien-Gruppe könnte nicht ausreichend gegen Schäden und Ansprüche versichert sein
Die Constantin Medien-Gruppe entscheidet über Art und Umfang des Versicherungsschutzes auf der Grundlage einer kaufmännischen Kosten-Nutzen-Analyse, um so die aus ihrer Sicht wesentlichen Risiken abzudecken. Die Constantin Medien-Gruppe kann jedoch nicht gewährleisten, dass ihr keine Verluste entstehen oder dass keine Ansprüche erhoben werden, die über den Umfang des bestehenden Versicherungsschutzes hinausgehen.

Sollten der Constantin Medien-Gruppe materielle Schäden entstehen, gegen die kein oder nur ein unzureichender Versicherungsschutz besteht, könnte dies negative Auswirkungen auf das Ergebnis haben. Im Schadensfall müssten Ansprüche Dritter oder Ersatzinvestitionen aus eigenen Mitteln finanziert werden.

Insgesamt ist dieses Risiko weiterhin auf einer kleinen Stufe einzuordnen.

Compliance-Risiken
Trotz bestehender Kontroll- und Überwachungssysteme der Constantin Medien-Gruppe kann es sein, dass diese möglicherweise nicht ausreichen, um Gesetzesverletzungen von Mitarbeitern, Vertretern, externen Servicedienstleistern oder Partnern zu verhindern bzw. erfolgte Gesetzesverletzungen aufzudecken
Die Constantin Medien-Gruppe hat grundsätzlich keine Möglichkeit, die Tätigkeiten von Mitarbeitern, Vertretern und Partnern bei der Geschäftsanbahnung mit Kunden umfassend zu überwachen. Sollte sich herausstellen, dass Personen, deren Handeln der Constantin Medien-Gruppe zuzurechnen ist, unlautere Vorteile im Zusammenhang mit der Geschäftsanbahnung entgegennehmen, gewähren oder sonstige korrupte Geschäftspraktiken anwenden, könnte dies zu rechtlichen Sanktionen nach deutschem Recht sowie nach dem Recht anderer Staaten führen, in denen die Constantin Medien-Gruppe geschäftlich aktiv ist. Als mögliche Sanktionen können dabei unter anderem erhebliche Geldbußen verhängt werden, aber auch der Verlust von Aufträgen drohen.

Dies könnte sich nachteilig auf das Ergebnis auswirken und zu Reputationsschäden der Constantin Medien-Gruppe führen.

Entsprechend ist das Risiko weiterhin auf einer kleinen Stufe einzuordnen.

Finanz-, Rechnungswesen und Steuer-Risiken
Die Constantin Medien-Gruppe unterliegt dem Risiko des Ausfalls von Forderungen gegen Kunden
Ein Kreditrisiko besteht, wenn ein Schuldner eine Forderung nicht, bzw. nicht fristgerecht begleichen kann. Das Kreditrisiko umfasst das unmittelbare Adressenausfallrisiko als auch die Gefahr einer Bonitätsverschlechterung.

Potenziellen Ausfallrisiken auf Kundenforderungen wird durch regelmäßige Bewertung und bei Bedarf durch Bildung von Wertberichtigungen kontinuierlich Rechnung getragen. Ferner sichert der Konzern das Risiko eines Ausfalls durch Insolvenz eines Schuldners auch durch Einholung von Bonitätsauskünften, ab. Daher beurteilt der Konzern die Kreditqualität für Forderungen, die weder überfällig noch wertgemindert sind, als überwiegend gut.

Der Ausfall von Forderungen gegen Kunden könnte sich nachteilig auf das Ergebnis auswirken.

Unter Berücksichtigung der getroffenen Maßnahmen ist dieses Risiko unverändert als klein einzustufen.

Die Constantin Medien-Gruppe unterliegt Risiken in der Bewertung finanzieller und nicht finanzieller Vermögenswerte
Die Constantin Medien-Gruppe hält zum Stichtag wesentliche finanzielle und nicht-finanzielle Vermögenswerte wie beispielsweise Filmvermögen, sonstige immaterielle Vermögenswerte sowie Geschäfts- oder Firmenwerte, festverzinsliche kurzfristige Wertpapiere, Vorzugsaktien sowie sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte.

Für die Geschäfts- oder Firmenwerte sowie das Filmvermögen der Constantin Medien-Gruppe werden jährlich und, sofern unterjährig Anhaltspunkte für eine Wertminderung vorliegen, Impairment-Tests durchgeführt.

Die Berechnung des Bewertungsansatzes beinhaltet dort, wo kein Marktwert vorhanden ist, Schätzungen und Annahmen des Managements, denen Prämissen zugrunde liegen. Diese beruhen auf dem jeweils aktuell verfügbaren Kenntnisstand. Die tatsächliche Entwicklung, die häufig außerhalb des Einflussbereichs der Gesellschaft liegt, kann die getroffenen Annahmen überholen und eine Anpassung der Buchwerte erfordern. Dies kann sich negativ auf das Ergebnis auswirken.

Insgesamt ist dieses Risiko weiterhin auf einer mittleren Stufe einzuordnen.

Die Constantin Medien-Gruppe kann trotz ordnungsmäßiger Prozesse und sorgfältiger Kontrollen Risiken im Rahmen von zukünftigen Steuer- oder Sozialversicherungsprüfungen nicht ausschließen
Die Constantin Medien AG ist der Ansicht, dass die innerhalb der Gruppe erstellten Steuererklärungen und Angaben bei den Sozialversicherungsträgern vollständig und korrekt abgegeben wurden. Dennoch besteht das Risiko, dass es aufgrund abweichender Betrachtungsweisen von Sachverhalten durch die Steuerbehörden zu Steuernachforderungen kommen könnte. Im Falle einer Sozialversicherungsprüfung innerhalb der Constantin Medien-Gruppe ist zudem grundsätzlich nicht auszuschließen, dass der Sozialversicherungsträger eine andere Betrachtung bzgl. der Sozialabgaben vornimmt und es dann zu Nachforderungen gegen die Constantin Medien-Gruppe kommt.

Sollte es zu abweichenden Steuerfestsetzungen oder Sozialversicherungsnachforderungen kommen, könnte sich dies negativ auf das Ergebnis auswirken.

Insgesamt ist dieses Risiko weiterhin auf einer kleinen Stufe einzuordnen.

Risiken aus der Verwendung von Finanzinstrumenten
Der Konzern ist verschiedenen finanziellen Risiken ausgesetzt, die sich aus seinen betrieblichen Geschäftstätigkeiten und Finanzierungstätigkeiten ergeben. Die Finanzrisiken lassen sich nach den Kategorien Liquiditätsrisiken, Kreditrisiken und Marktrisiken (einschließlich Währungsrisiken, Zinsrisiken und Preisrisiken) untergliedern.

Die im Zusammenhang mit der Finanzierung stehenden Risiken werden im Anhang im Kapitel „Management der finanziellen Risiken“ (Seite 131ff) detailliert umschrieben. Währungs- und Zinsrisiken werden im Konzern – soweit sinnvoll – durch entsprechende Sicherungsgeschäfte abgesichert.

Die Constantin Medien-Gruppe ist Währungsrisiken ausgesetzt
Diese Währungsrisiken bestehen vor allem gegenüber dem Euro und dem US-Dollar, dem Kanadischen Dollar und dem Schweizer Franken.

Vor dem Hintergrund der Aufgabe der Euro-Kursuntergrenze von 1,20 Euro durch die Schweizer Notenbank am 15. Januar 2015 führt die aktuelle Bewertung der einzelnen Risikofaktoren zu einer Änderung in der Einstufung von einem mittleren Risiko zu einem erheblichen Risiko.

Bei wesentlichen Transaktionen ist die Gruppe bestrebt, das Währungsrisiko durch den Einsatz von geeigneten derivativen

Finanzinstrumenten zu reduzieren. Es ist jedoch nicht sichergestellt, dass die Währungssicherungsmaßnahmen der Gruppe ausreichend sind, und dass Schwankungen der Wechselkurse sich nicht nachteilig auf das Ergebnis auswirken.

Für eine umfassende Darstellung der Währungsrisiken der Constantin Medien AG verweisen wir zudem auf den Geschäftsbericht 2015, Kapitel 8, Währungsrisiko, im Konzernanhang.

Die Constantin Medien-Gruppe unterliegt Liquiditätsrisiken
Liquiditätsrisiken ergeben sich, wenn die Auszahlungsverpflichtungen des Konzerns nicht aus vorhandener Liquidität oder durch entsprechende Kreditlinien gedeckt werden können. Zum Bilanzstichtag verfügte der Constantin Medien-Konzern unter Berücksichtigung freier kurzfristiger Kreditlinien über Liquiditätsreserven. Dennoch kann nicht ausgeschlossen werden, dass bestehende Aval- oder Kreditrahmenvereinbarungen von einzelnen Kreditinstituten oder Investoren gekündigt oder nicht mehr verlängert werden, sodass der Constantin Medien-Konzern, auch unter der Berücksichtigung von freien Betriebsmittellinien, kurz- bis mittelfristig zur weiteren Aufnahme von Fremdkapital über den Kapitalmarkt oder über Kreditinstitute zur Finanzierung neuer Projekte oder zur Refinanzierung bestehender Finanzverbindlichkeiten gezwungen ist.

Daher besteht das Risiko, dass bei einer Verschlechterung der wirtschaftlichen Situation des Konzerns weitere Finanzierungsmittel nicht oder nicht in ausreichendem Umfang oder nur zu unvorteilhafteren Konditionen zur Verfügung stehen könnten. Sollte die Constantin Medien-Gruppe die jeweiligen Darlehen nicht fristgemäß bedienen bzw. nach einer Kündigung oder am Ende der Laufzeit nicht zurückzahlen, besteht das Risiko, dass der jeweilige Darlehensgeber die zur Sicherheit übertragenen Vermögensgegenstände der Constantin Medien-Gruppe verwertet, was sich erheblich negativ auf das Ergebnis auswirkt.

Insgesamt ist dieses Risiko unverändert auf einer kleinen Stufe einzuordnen.

Die Constantin Medien-Gruppe unterliegt dem Risiko von Zinsänderungen
Das Zinsänderungsrisiko liegt dabei in erster Linie im Bereich von kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten. Darüber hinaus entsteht aus der Inkongruenz von Fristen ein Zinsänderungsrisiko. Gegenwärtig bestehen bei der Constantin Medien-Gruppe fest und variabel verzinsliche kurzfristige Finanzverbindlichkeiten und festverzinsliche langfristige Finanzverbindlichkeiten. Risiken aus der Änderung der Zinssätze für Finanzverbindlichkeiten können sich nachteilig auf das Ergebnis auswirken.

Insgesamt ist dieses Risiko unverändert auf einer kleinen Stufe einzuordnen.

8.2. Chancenbericht

8.2.1 Chancenmanagementsystem

Analog zum Risikomanagement verfolgt der Constantin Medien-Konzern mit dem Chancenmanagement das Ziel, die strategischen und operativen Ziele rasch und effizient durch konkrete Aktivitäten umzusetzen. Chancen können sich in allen Bereichen ergeben. Deren Identifikation und zielgerichtete Nutzung ist eine Management-Aufgabe, die in die alltäglichen Entscheidungen einfließt.

Zur besseren Strukturierung und Kommunikation des Chancen-Portfolios wurde das bestehende Risikomanagementsystem (RMS) um die Erfassung und Bewertung von Chancen ergänzt. Die entsprechenden Vorgaben und Abläufe gelten analog.

Entsprechend der Definition des Risikobegriffs definiert der Constantin Medien-Konzern eine Chance als eine mögliche künftige Entwicklung oder ein Ereignis, das zu einer für das Unternehmen positiven Prognose- bzw. Zielabweichung führen kann. Das bedeutet, dass Ereignisse, die bereits in die Budget- oder Mittelfristplanung eingegangen sind, nach dieser Definition keine Chance darstellen, über die im Folgenden nicht berichtet wird. Analog zu den Risiken werden Chancen in die vier Kategorien „klein“, „mittel“, „erheblich“ und „groß“ eingeordnet.

8.2.2 Angaben zu einzelnen Chancen

Die Constantin Medien-Gruppe sieht Chancen durch die Umsetzung der Strategie zur digitalen Transformation
Durch die fortschreitende Digitalisierung verändert sich auch das Mediennutzungsverhalten der Menschen. Der Constantin Medien-Konzern entwickelt bereits seit geraumer Zeit die Geschäftsmodelle konsequent weiter und treibt damit die digitale Transformation innerhalb des Konzerns aktiv voran. Dabei sind die breite operative Aufstellung mit der Klammer Sport und Entertainment, die exzellenten und nicht selten führenden Marktpositionen der Geschäfte des Konzerns und dessen bekannte starke Marken in der sich im massiven Umbruch befindenden Medienwelt klare Pluspunkte. Dabei sind für das Management im Segment Sport folgende Faktoren maßgeblich:

Um an dem stark steigenden mobilen Mediennutzungsverhalten zu partizipieren, liegen Chancen im Aus- und Aufbau von bestehenden und neuen mobilen Angeboten im Sport- und Entertainment-Bereich. Dies betrifft sowohl die Erlöse für Abonnements, als auch werbefinanzierte Medienprodukte. Dabei besteht bei sehr hohen Reichweiten auf allen mobilen Produkten die Möglichkeit steigender Erlöse durch neue Mobile-konforme Vermarktungsprodukte.

– SPORT1 hat seine technische Infrastruktur um standardisierte Schnittstellen erweitert, die es externen Partnern ermöglichen, auf Basis von SPORT1-Content- und Sportdaten neue Angebote und Produkte zu erstellen. Dies kann zu neuen Reichweiten- und Erlösmöglichkeiten führen.

– Mit dem Aufbau neuer Themenkanäle im Videobereich (Mobile und Online) und bei gleichzeitiger Ansprache neuer Zielgruppen können sowohl im Bereich Abonnements, als auch bei der Werbevermarktung neue Erlöse erzielt werden.

– Generell liegen Chancen im weiteren Ausbau von bezahlten Video- und Games-Inhalten.

– Ebenfalls bestehen Chancen bei der Ausweitung der bisherigen YouTube-Multi-Channel-Network-Aktivitäten um neue Themenkanäle und weitere eigene und fremde Inhalte, sowie durch die Erweiterung um zusätzliche Vermarktungsformen. Dies kann die Erlöse in diesem Bereich positiv beeinflussen.

– Das Produkt SPORT1.fm kann durch die Erweiterung um kostenpflichtige Endkonsumenten-Mehrwertdienste neue Erlösmöglichkeiten schaffen.

– Das veränderte Mediennutzungsverhalten zeigt sich auch in der stark gestiegenen Nutzung von Videoinhalten auf allen digitalen Plattformen. Hierfür baut SPORT1 seine digitale Video-Infrastruktur entsprechend um, damit die Anzahl der zur Verfügung stehenden Inhalte noch effizienter gesteigert werden kann.

Die Planung der erzielbaren Umsätze dieser Geschäftsmodelle basiert auf vorsichtigen Annahmen. Es besteht die Chance, dass die tatsächliche Entwicklung die getroffenen Annahmen weit übersteigt und die digitale Transformation schneller zu mehr Umsatz führt, als erwartet.

Die Chance wird weiterhin als mittel eingeordnet.

Die Constantin Medien-Gruppe sieht Chancen in der Auswertung und Entwicklung von bereits gesicherten Lizenzen, Formaten und Stoffen sowie der Einbindung in ein ausgeprägtes Netzwerk
Der Constantin Medien-Konzern verfügt bereits über eine Vielzahl an Verwertungs- und/oder Vermarktungs-Rechten an den für seine operativen Aktivitäten in den verschiedenen Segmenten wichtigen Sport- und Entertainment-Veranstaltungen sowie an Filmrechten und Stoffen. Damit wurde die Basis gelegt, um auch über den Planungszeitraum hinaus Umsätze generieren zu können. Das Image des Konzerns sowie die Aufrechterhaltung und Pflege eines ausgeprägten Netzwerkes fördern den Zugang zu diesen Rechten auch in der Zukunft.

Die Auswertung dieser Rechte kann die Attraktivität und damit die Reichweite der Sender und Plattformen stärker als erwartet erhöhen, was zu zukünftigen Umsätzen führen würde, die höher als geplant ausfallen. Attraktive Stoffe und Filmrechte könnten den Kundengeschmack antizipieren, was über die gesamte Verwertungskette hinweg zu Umsätzen führen könnte, die höher als geplant ausfallen würden. Insbesondere besteht die Möglichkeit zum internationalen Relaunch bestehender eingeführter Intellectual Properties/Marken, die der Constantin Film-Gruppe gehören.

Die Chance wird weiterhin als mittel eingeordnet.

Die Constantin Medien-Gruppe sieht Chancen in der Zusammenarbeit mit der UEFA
Aufgrund der erneuten Verlängerung des TEAM-Mandats zur Vermarktung der kommerziellen Rechte für die UEFA Champions League, die UEFA Europa League und den UEFA Super Cup (jeweils für die Spielzeiten 2015/16 bis 2020/21) ergeben sich sehr gute Perspektiven zur Fortsetzung der engen Zusammenarbeit mit dem Europäischen Fußballverband.

Die Chance wird weiterhin als mittel eingeordnet.

Die Constantin Medien-Gruppe sieht für das Segment Sport Chancen in einer möglichen weiteren Deregulierung von Sportwetten und anderen Glücksspielarten
Die im Glücksspielstaatsvertrag vorgesehene und nach wie vor nicht erfolgte Erteilung von Konzessionen/Lizenzen an private Veranstalter von Sportwetten verhindert derzeit zusätzliche Werbevolumina in dem Bereich Sportwetten. Zudem ist eine bundesweite Deregulierung zur Veranstaltung und Bewerbung von sonstigen Glücksspielarten (unter anderem Poker und Casino) bislang nicht erfolgt.

Die Erteilung von Lizenzen an private Veranstalter von Sportwetten und eine vollständige Deregulierung im Bereich des Glücksspielwesens könnten sich positiv auf die Umsätze auswirken.

Die Chance wird unverändert als klein eingestuft.

Die Constantin Medien-Gruppe sieht Chancen im Segment Sport in einer möglichen neuen Medienordnung
Das Inkrafttreten der derzeit diskutierten künftigen „Neuen Medienordnung“ bzw. „Konvergenten Regulierung TV“, z.B. durch einen neuen Rundfunk(änderungs)staatsvertrag der Länder – und damit eines neuen Regulierungsmodells für lineare sowie non-lineare Mediendienste – könnte zu Deregulierungen,

insbesondere im Bereich des Rundfunkwerberechts, führen. Dadurch könnten neue Umsatzchancen im Rahmen der Werbevermarktung der SPORT1-TV-Programme sowie des Radio-Angebots SPORT1.fm entstehen.

Insgesamt wird diese Chance als klein eingestuft.

Die Constantin Medien-Gruppe sieht Chancen in der Hebung von Synergien durch die Optimierung interner Abläufe
In den letzten Jahren hat der Vorstand wesentliche interne Abläufe konsequent optimiert, indem die Transparenz sichergestellt, die Fehleranfälligkeit reduziert und die Effizienz der einzelnen Abläufe erhöht wurden. Im Fokus standen dabei die Abläufe innerhalb einzelner Konzerngesellschaften. Da sich die Constantin Medien-Gruppe aus voneinander relativ unabhängig agierenden Gesellschaften zusammensetzt, sieht der Vorstand Synergie- und Einsparpotenziale in der weiteren Optimierung der Zusammenarbeit einzelner Konzerngesellschaften, insbesondere aus der Übertragung von konzerninternen Best-Practice Ansätzen, aus Agglomerationseffekten an den Standorten in und um München sowie aus der Vereinfachung, Standardisierung und Automatisierung von Prozessen.

Mit Gremienentscheid vom Juli 2015 zur Beibehaltung der aktuellen Miet- und Standortsituation der einzelnen Gesellschaften im Großraum München entfällt eine Grundlage für Agglomerationseffekte, welche ursprünglich als „erhebliche Chance“ bewertet worden waren. Das Management sieht auch unabhängig von der Standortsituation weitere Synergiepotenziale und bewertet die Chance zum Stichtag nunmehr als kleine Chance.

Die Constantin Medien-Gruppe sieht Chancen aus dem Wachstum in neuen Geschäftsfeldern im Segment Übrige Geschäftsaktivitäten
Die im Vorjahr berichtete Chance aus dem Wachstum in neuen Geschäftsfeldern im Segment Übrige Geschäftsaktivitäten der Highlight Communications-Gruppe entfällt. Zudem wurde die Highlight Event & Entertainment AG veräußert. Das Segment Übrige Geschäftsaktivitäten wird nicht fortgeführt.

8.3 Zusammengefasste Darstellung der Chancen- und Risikolage

Entsprechend der vom Vorstand erlassenen Richtlinie werden die von den einzelnen Risikoverantwortlichen gemeldeten Chancen- und Risikofaktoren zusammengefasst, aggregiert und eine Bewertung auf Ebene des Konzerns durchgeführt. Dabei wird der dezentralen Konzernstruktur Rechnung getragen. Die Verantwortung für die vollständige und richtige Erfassung, Bewertung und Kommunikation der Chancen und Risiken liegt bei den Verantwortlichen der jeweils betroffenen Gesellschaft.

Auf Basis der vorliegenden Informationen und der Einschätzungen, insbesondere der Eintrittswahrscheinlichkeiten, der maximalen Schadenshöhe und der Wirkung der getroffenen Gegenmaßnahmen kommt der Vorstand der Constantin Medien AG zu der Überzeugung, dass diese Risiken keine den Bestand des Konzerns gefährdenden Charakter aufweisen. Dies gilt für die Risiken im Einzelnen, als auch in deren Gesamtheit, sofern sich die Auswirkung der Gesamtheit sinnvoll simulieren oder anderweitig abschätzen lässt. Für den Umgang mit den nicht durch Gegenmaßnahmen reduzierten Restrisiken sieht der Vorstand den Konzern ausreichend gerüstet.

Zusammenfassend sind drei Risiko-Cluster erkennbar: Zur ersten Kategorie zählen extern getriebene Risiken, die sich besonders aus regulatorischen Eingriffen und gesetzlichen Vorgaben ergeben und nur schwer beeinflussbar sind. Diese Themen werden eng überwacht, um ungünstige Entwicklungen zeitnah zu erkennen. Die Wirkung dieser Themen ist von Natur aus eher nicht kurzfristig, sodass durch Anpassungen im Planungsprozess reagiert werden kann. In die zweite Kategorie fallen Themen, die der Vorstand bewusst, aus Gründen der Umsetzung der Geschäftsstrategie, in Kauf nimmt. Hierunter fallen besonders die Risiken aus der Film- und Fernsehproduktion, dem Zugang zu Lizenzrechten und Stoffen sowie die Absatz-, Geschmacks- bzw. Konsumentenrisiken. Der Vorstand ist der Überzeugung, dass die Auswirkung dieser Risiken im Verhältnis zu den Ertragsmöglichkeiten, die sich aus den betroffenen Geschäftsfeldern ergeben, überschaubar ist. Mittels der Überwachung von Kennzahlen kann erkannt werden, ob sich dieses Verhältnis in einzelnen Bereichen nachhaltig verschlechtert. Hierauf kann mit einer Anpassung der Strategie reagiert werden. Die letzte Gruppe umfasst die operativen Risiken und beinhalt besonders die Betriebsrisiken, Sicherheitskonzepte und vertragliche bzw. finanzielle Verpflichtungen. Diese steuert der Vorstand durch Vorgaben und Prozesskontrollen, sodass das verbleibende Restrisiko auf einem wirtschaftlich vertretbaren Maß verbleibt. Die größten Chancen sieht der Vorstand weiterhin im konsequenten Ausbau der digitalen Strategie und in den Möglichkeiten, die eine Umgestaltung der Medienwelt mit sich bringen können.

Die Konzerngesellschaften sind allesamt in ihren jeweiligen Bereichen etabliert, können auf ein breites Netzwerk an technischer sowie kreativer Energie zugreifen und rasch auf Änderungen reagieren. Entsprechend ist der Vorstand der Überzeugung, dass die getroffenen Maßnahmen das Risiko in einem wirtschaftlich vertretbaren Ausmaß halten und erachtet die Risikotragfähigkeit des Konzerns als ausreichend. Gleichzeitig verfolgt er die bestehenden Chancen konsequent weiter.

9. Internes Kontrollsystem und Risikomanagementsystem bezogen auf den Konzernrechnungslegungsprozess

Das rechnungslegungsbezogene Interne Kontrollsystem (IKS) der Constantin Medien-Gruppe umfasst im Hinblick auf den Abschluss diejenigen Maßnahmen, die eine vollständige, korrekte und zeitnahe Übermittlung von relevanten Informationen sicherstellen, die für die Aufstellung des Jahres- und Konzernabschlusses sowie des Konzernlageberichts notwendig sind. Hierdurch sollen Risiken der fehlerhaften Darstellung in der Buchführung und der externen Berichterstattung minimiert werden.

Analog zum Risikomanagementsystem folgt das IKS ebenfalls den Grundzügen des übergreifenden Rahmenwerks für „Unternehmensweites Risikomanagement“, wie es vom „Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission“ (COSO) entwickelt wurde.

Das Rechnungswesen innerhalb des Constantin Medien-Konzerns ist dezentral organisiert. Während auf den Ebenen der Teilkonzerne jeweils eigene Abteilungen bestehen, unterstützt die Constantin Medien AG ihre direkten Tochtergesellschaften bei spezifischen rechnungslegungsbezogenen Themen. Die Aufstellung der Einzelabschlüsse der Constantin Medien AG und deren Tochtergesellschaften erfolgt nach den einzelnen landesrechtlichen Regelungen. Für die Erfordernisse zur Erstellung eines Konzernabschlusses nach den Vorschriften der IFRS werden für alle in den Konzern einbezogenen Gesellschaften Überleitungsrechnungen erstellt und an das Konzernrechnungswesen gemeldet. Die Bilanzierungsvorschriften im Constantin Medien-Konzern regeln einheitliche Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden in Übereinstimmung mit den für das Mutterunternehmen geltenden IFRS-Vorschriften. Gesetze, Rechnungslegungsstandards und andere Verlautbarungen werden kontinuierlich analysiert, ob und inwieweit sie relevant sind und wie sie sich auf die Rechnungslegung auswirken. Relevante Anforderungen werden z.B. in der Konzern-Bilanzierungsrichtlinie festgehalten, kommuniziert und sind zusammen mit dem konzernweit gültigen Abschlusskalender die Basis für den Abschlusserstellungsprozess. Darüber hinaus unterstützen ergänzende Verfahrensanweisungen, standardisierte Meldeformulare, IT-Systeme sowie IT-unterstützte Reporting- und Konsolidierungsprozesse den Prozess der einheitlichen und ordnungsgemäßen Konzernrechnungslegung. Wenn nötig, werden auch externe Dienstleister eingesetzt, z.B. für die Bewertung von Pensionsverpflichtungen. Die in den Rechnungslegungsprozess einbezogenen Mitarbeiter werden regelmäßig geschult.

Auf Konzernebene umfassen die spezifischen Kontrollaktivitäten zur Sicherstellung der Ordnungsmäßigkeit und Verlässlichkeit der Konzernrechnungslegung die Analyse und ggf. Korrektur der durch die Konzerngesellschaften vorgelegten Einzelabschlüsse. Klare Abgrenzungen von Verantwortlichkeiten sowie prozessintegrierte Kontrollen, wie die Anwendung des „Vier-Augen-Prinzips" stellen weitere Kontrollmaßnahmen dar. Die Ordnungsmäßigkeit und Wirksamkeit des internen Überwachungssystems wird jährlich durch prozessunabhängige Prüfungstätigkeiten der Konzernrevision sichergestellt und regelmäßig an den Vorstand sowie den Aufsichtsrat berichtet.

10. Risiken und Chancen der Constantin Medien AG

Der Einzelabschluss der Constantin Medien AG ist im Wesentlichen durch die Risiken und Chancen der Tochtergesellschaften beeinflusst, da sie als Finanzierungsholding und Organträgerin unmittelbar eingebunden ist. Entsprechend gelten die oben genannten Chancen und Risiken auch für die Constantin Medien AG.

Die Risiken und Chancen können sich bei der Constantin Medien AG zu anderen Zeitpunkten niederschlagen als bei den operativen Tochtergesellschaften.

Besondere und relevante Chancen für die Constantin Medien AG existieren nach derzeitigem Kenntnisstand nicht.

11. Prognosebericht

11.1 Konjunkturelles Umfeld

Die Entwicklung der Weltwirtschaft im Jahr 2016 wird insgesamt positiv gesehen. Jedoch senkte der Internationale Währungsfonds (IWF) im Januar seine Erwartungen und rechnet mit einem geringeren Wirtschaftswachstum als noch im Oktober 2015. Wesentliche Gründe dafür sind eine langsamere konjunkturelle Entwicklung in den aufstrebenden Volkswirtschaften und eine nur geringfügige Erholung in den Industriestaaten. Insgesamt sieht der Währungsfonds im laufenden Jahr ein Wachstum der Weltwirtschaft von 3,4 Prozent anstelle von zunächst prognostizierten 3,6 Prozent.

Für die Euro-Zone rechnet der IWF mit einem Wachstum von 1,7 Prozent und damit mit einer gegenüber dem Vorjahr leicht verbesserten Entwicklung. Positive Einflussfaktoren seien u.a. der niedrige Ölpreis sowie der zum US-Dollar schwächere Euro, der die Exportwirtschaft fördert.

Die konjunkturelle Entwicklung in Deutschland soll im Jahr 2016 das moderate Wachstum des Vorjahres fortsetzen. Der

IWF rechnet mit einem Anstieg der Wirtschaftsleistung von 1,7 Prozent nach 1,5 Prozent im Vorjahr. Optimistischer sind die deutschen Wirtschaftsforschungsinstitute: Das ifo Institut geht von einem Wachstum des Bruttoinlandsprodukts (BIP) von 1,9 Prozent aus, das Institut für Weltwirtschaft (IfW) erwartet sogar ein Plus von 2,2 Prozent. Als Treiber sieht das IfW den weiter wachsenden privaten Konsum aufgrund hoher Einkommenszuwächse und die stärkere Investitionstätigkeit der Wirtschaft. Zudem können höhere staatliche Investitionen für die Versorgung und Integration von Flüchtlingen eine Art Konjunkturprogramm darstellen.

Quellen: Internationaler Währungsfonds (IWF), World Economic Outlook, Januar 2016; ifo Institut, München: Pressemitteilung, 9. Dezember 2015; Institut für Weltwirtschaft (IfW), Kiel: Winterprognose, 14. Dezember 2015

11.2 Marktumfeld Medien und Unterhaltung in Deutschland

PwC geht davon aus, dass die Medien- und Unterhaltungsbranche in Deutschland im Zeitraum 2015 bis 2019 ein robustes Wachstum von durchschnittlich 2,1 Prozent pro Jahr erreichen wird. Dies entspräche einem Marktvolumen im Jahr 2019 von 75,6 Mrd. Euro, das sowohl von der positiven Entwicklung der Werbeerlöse als auch von steigenden Konsumentenausgaben getragen werden soll. Der Anteil der digitalen Medien am Gesamtumsatz der Branche soll demnach von 35 Prozent im Jahr 2014 auf 43 Prozent am Ende des Prognosezeitraums weiter steigen.

Das Werbevolumen in Deutschland soll sich bis 2019 um durchschnittlich 2,6 Prozent auf 19,3 Mrd. Euro erhöhen. Mit einer geschätzten Zuwachsrate von 6,6 Prozent pro Jahr bleibt der Teilmarkt Onlinewerbung dabei der wesentliche Einflussfaktor.

Quelle: PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, „German Entertainment and Media Outlook: 2015 – 2019“, Oktober 2015

11.3 Schwerpunkte im Geschäftsjahr 2016

11.3.1 Segment Sport

Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Die Mediaagenturgruppe ZenithOptimedia prognostiziert in ihrem aktuellen vierteljährlichen „Advertising Expenditure Forecast“ (AEF) für Mobile ein durchschnittliches jährliches weltweites Wachstum von 32 Prozent. Bis 2018 werde mehr als die Hälfte der weltweiten Werbeinvestitionen in die Gattung Mobile investiert – insgesamt 114 Mrd. US-Dollar. Somit werde Mobile, abgesehen von TV, mit einem Volumen von rund 215 Mrd. US-Dollar, größer sein als alle anderen Mediengattungen. Mobile werde demnach im Jahr 2018 weltweit 87 Prozent der Werbeinvestitionen auf sich ziehen und nahezu für das Wachstum der Werbeinvestitionen insgesamt verantwortlich sein.

Das Wachstum des deutschen Werbemarktes ist ZenithOptimedia zufolge ebenfalls technologiegetrieben und erfolgt insbesondere in den Wachstumsfeldern Mobile und Programmatic-Technology. Das habe der Gattung Internet im Jahr 2015 ein Plus von 9,7 Prozent eingebracht. Damit würden die Investitionen in Online von 5,1 Mrd. Euro erstmals die Gesamtheit des deutschen Print-Marktes (4,8 Mrd. Euro) übertreffen. Für die kommenden Jahre prognostiziert ZenithOptimedia ein weiteres Wachstum der Online-Werbeeinnahmen mit Wachstumsraten von deutlich mehr als 7 Prozent pro Jahr. Bereits in drei Jahren werde das Internet, so der AEF, TV als größtes Werbemedium überholt haben – unter anderem aufgrund des schnellen Wachstums in der Suchmaschinenwerbung mit ihren Direct-Response-Möglichkeiten. TV bliebe in erster Linie der Hauptkanal für Markenbekanntheit.

Quelle: ZenithOptimedia, Pressemitteilung, 7. Dezember 2015 zur Studie „Advertising Expenditure Forecast“

Bei der Entwicklung der Pay-TV-Haushalte in Deutschland prognostiziert PwC einen Anstieg von knapp 7,8 Mio. Haushalten im Jahr 2015 auf 11,2 Millionen im Jahr 2019. Diese sei besonders auf die Nachfrage nach Sportübertragungen, höherer Bildqualität und fremdsprachlichen Sendungen zurückzuführen.

Quelle: PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, „German Entertainment and Media Outlook: 2015 – 2019“, Oktober 2015

Auch 2016 wird der Produktionsmarkt weiter vom Trend hochauflösender Technologien (4K, 8K) beeinflusst – nicht zuletzt aufgrund der weiter steigenden Nachfrage auf Konsumentenseite. Anders als bei bisherigen produktionstechnischen Innovationen sind diesmal nicht Spielekonsolen-Hersteller und Pay-TV-Anbieter federführend, sondern eher VoD-Anbieter wie Netflix und Amazon, die sich als Markttreiber bei der Produktion hochauflösender Bilder positionieren konnten.

Quellen: Verband Deutscher Kabelnetzbetreiber e.V. (ANGA), „Kursbuch: Medienkonsum der Zukunft“, 24. September 2015; kress.de, „Fernsehen extrascharf: UHD wird 2016 wichtiger Treiber in mehreren Märkten“, 9. Dezember 2015.

Weitere Herausforderung bleibt auch 2016 die Umstellung von herkömmlichen linearen Produktionstechnologien auf IP-basierte Infrastrukturen. Aktuell haben sich einige Anbieter mit zum Teil unterschiedlichen Systemen im Bereich der Netzwerk- und IP-basierten Technologien etabliert, dennoch ist ein gemeinsamer Systemstandard zukünftig nicht ausgeschlossen. Im Live-Bereich werden Remote-Produktionen weiterhin intensiv getestet, um mittel- bis langfristig kosteneffizientere Produktions-Services ohne qualitative Einbußen anbieten zu können. Der Trend hin zu 4K beschleunigt diese Entwicklung,

da die zur Datenübertragung benötigten Bandbreiten den Austausch bislang bewährter Produktionstools gegen neue Technologien erforderlich machen. Dennoch ist nicht davon auszugehen, dass komplexe Großereignisse, insbesondere im Sportbereich, bereits 2016 gänzlich über IP-basierte Systeme produziert werden.

Quellen: film-tv-video.de, „Der Klassiker: Wie entwickelt sich das ZDF technisch weiter?“, 31.März 2015; Reuters, „4K Fueling Broadcaster Demand for Remote Production“, 10. April 2015; SVG Europe, „Emerging IP technologies set to boost remote production”, 10. Juni 2015,

Schwerpunkte

Auch im Geschäftsjahr 2016 liegt der Fokus bei SPORT1 auf der konsequenten multimedialen Content-Nutzung und -Verbreitung. Neben der Stärkung des Portfolios durch den Erwerb attraktiver neuer Rechte oder der Verlängerung bestehender Kooperationen stehen die plattformübergreifende Auswertung und Inszenierung etablierter Programmsäulen wie der Bundesliga und 2. Bundesliga, der UEFA Europa League, Handball, Basketball, Motorsport oder Darts auch weiterhin im Mittelpunkt. Vor dem Hintergrund der nach wie vor weiter wachsenden digitalen und plattformübergreifende Nutzung von Medienangeboten wird die Sport1 GmbH auch im Geschäftsjahr 2016 die digitale Diversifizierung der Marke SPORT1 weiter vorantreiben und gleichzeitig neue Vermarktungsumfelder schaffen. Im Zusammenhang mit der rasant zunehmenden Verbreitung von Smartphones und Tablets stehen auch zukünftig die Entwicklung neuer mobiler Angebote, die Intensivierung der Social-Media-Aktivitäten und der Ausbau des Video-Bereichs über eigene Apps, eigene Video-Brand-Channels bzw. zusätzliche Sub-Markenwelten im Mittelpunkt. Dies beinhaltet auch Gaming-Plattformen sowie eigene Angebote und Formate im Bereich eSports, einem auch in Deutschland rasant wachsenden Markt.

Im Fokus der PLAZAMEDIA stehen im Geschäftsjahr 2016 neben der Realisierung von aufwendigen und komplexen Live-Sportproduktionen und Non-Live-Formaten die Entwicklung und Weiterentwicklung innovativer Produktionstechnologien. Darüber hinaus bilden die Entwicklung und Implementierung von Softwarelösungen zur Aufbereitung, Archivierung von Content sowie die produktionstechnische Steuerung von Medien- und Distributionsplattformen und zudem kreative Konzeptionen zur Inszenierung von Inhalten, Medien und Marken einen Schwerpunkt. Ziel ist es unverändert, auf Basis des vielfältigen Leistungsspektrums der PLAZAMEDIA bestehende Geschäftsbeziehungen zu sichern, im Geschäftsjahr 2016 neue Kunden zu akquirieren und somit die Kundenbasis insgesamt auf eine deutlich breitere Basis zu stellen.

11.3.2 Segment Film

Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Für den deutschen Kinomarkt wird bis zum Jahr 2020 ein Umsatzanstieg auf 1,44 Mrd. Euro prognostiziert.

Quelle: Statista 2016: Umsatz der Kinos in Deutschland von 2008 bis 2012 und Prognose bis 2020

Im Home-Entertainment-Markt wird sich der Verkauf und Verleih der traditionellen DVDs in den kommenden Jahren weiter rückläufig entwickeln, während für den Blu-ray-Kaufmarkt eine positive Entwicklung prognostiziert wird. Der Anstieg bei den digitalen Verwertungsformen wird auch in den nächsten Jahren anhalten. Wachstumstreiber in diesem Bereich ist insbesondere die Nutzung von Abonnement-Diensten (Subscription-Video-on-Demand/SVoD).

Die Auftragslage im Bereich TV-Auftragsproduktionen dürfte sich in den nächsten Jahren verbessern, da sich die Sehgewohnheiten der deutschen Fernsehzuschauer – wie auch in anderen Ländern – hin zu zeitautonomem Konsum verlagern werden. Das wird Auswirkungen auf das klassische Auftragsproduktionsvolumen haben, gleichzeitig aber auch neue Abnehmer hervorbringen. Der Abnehmermarkt wird sich weiter fragmentieren. Insgesamt wird ein kleinteiligeres Geschäft auf höherem Niveau erwartet.

Quelle: PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, „German Entertainment and Media Outlook: 2015 – 2019“, Oktober 2015

Schwerpunkte

Im Geschäftsfeld Kinoproduktion/Rechteerwerb konzentriert sich die Constantin Film-Gruppe weiterhin auf die kontinuierliche Optimierung der anhaltend hohen Qualität ihrer nationalen und internationalen Eigenproduktionen. Ziel ist es, vor allem Titel zu produzieren, die stark auf die emotionalen Bedürfnisse des Publikums ausgerichtet sind, idealerweise auf bekannten Marken basieren und/oder Event-Charakter haben. Doch auch Produktionen mit kleineren Budgets und demzufolge auch einem überschaubaren Besucherrisiko sind interessant, wenn sie konzeptionell überzeugen. Im Mittelpunkt jeder Produktion steht die Analyse, welches Publikumssegment angesprochen werden soll.

Generell ist im Kinomarkt die Tendenz zu erkennen, dass sich das Publikum insgesamt auf weniger Filme als in der Vergangenheit konzentriert, diese aber in größerem Umfang konsumiert. Für kleinere Titel, auf deren Produktion aus Portfolio-Überlegungen nicht komplett verzichtet werden kann, bedeutet das einen zunehmenden Druck auf die Herstellungskosten.

Bei der Auswertung von Kinofilmen setzt die Constantin Film-Gruppe nach wie vor auf die bewährte Strategie der Kombination von nationalen und internationalen Eigen- und Koproduktionen mit hochwertigen Fremdtiteln, die mit einer adäquaten Presse- und Marketingstrategie zum günstigsten Zeitpunkt ins Kino gebracht werden. Die Kinoauswertung und die damit verbundene Markeneinführung sind nach wie vor das Fundament für die nachfolgenden Auswertungsstufen. Deshalb wird die Constantin Film-Gruppe ihre Strategie produktbezogen ausrichten. Das heißt, dass die Mengengerüste davon abhängen, in welchem Umfang Erfolg versprechende Titel hergestellt bzw. erworben werden können.

In der Kinostaffel 2016 sind nach derzeitigem Stand 13 Neustarts geplant. Sie beinhaltet sechs Eigen-/Koproduktionen – darunter „Timm Thaler" – sowie sieben Lizenztitel, wie beispielsweise „Dirty Grandpa", „BFG – Big Friendly Giant" (Regie: Steven Spielberg), sowie die Bestseller-Verfilmung „Girl on the Train" und „Florence Foster Jenkins".

Im Bereich Home Entertainment wird für das Geschäftsjahr 2016 ein Anstieg des Marktanteils erwartet. Die Basis dafür dürfte im Wesentlichen die Vermarktung der großen Kinoerfolge „Fack Ju Göhte 2" und „Er ist wieder da" sein. Darüber hinaus wird kurz vor dem Jahresende 2016 die unter der Regie von Steven Spielberg realisierte Großproduktion „BFG – Big Friendly Giant" im Home-Entertainment-Bereich veröffentlicht. Zu den positiven Erwartungen für das Geschäftsjahr 2016 tragen außerdem die unverändert hohen Absatzzahlen von Katalogprodukten sowie der von der Constantin Film-Gruppe in Eigenregie betriebene Digitalvertrieb bei.

Im ersten Halbjahr 2016 werden sich im Bereich Lizenzhandel/TV-Auswertung im Free-TV unter anderem die Produktionen „Schossgebete", „Da geht noch was" und „Winterkartoffelknödel" umsatzrelevant auswirken. In der Pay-TV-Auswertung sind u.a. die Produktionen „Männerhort", „Frau Müller muss weg!" und „Love, Rosie – Für immer vielleicht" umsatzrelevant.

Im Geschäftsfeld TV-Auftragsproduktion arbeiten die Tochterfirmen der Constantin Film AG kontinuierlich an der Entwicklung innovativer TV-Formate. Neben der klassischen Auftragsproduktion für deutsche TV-Sender sind sowohl die Generierung von Rechten durch Eigenproduktionen und Konzeptentwicklungen als auch der Ausbau der internationalen TV-Produktion weitere Schwerpunkte. Für die kommenden Monate erwartet die Constantin Film AG eine weitere Verbesserung der Auftragslage in diesem Geschäftsfeld, die auch durch die zunehmend aggressive Einkaufspolitik der großen SVoD-Anbieter positiv beeinflusst wird.

Mit ihren TV-Auftragsproduktionen und der TV-Auswertung ihrer Kinoproduktionen geht die Constantin Film-Gruppe davon aus, im laufenden Jahr wieder Einschaltquoten zu erzielen, die im Durchschnitt über dem jeweiligen Senderschnitt liegen werden.

11.3.3 Segment Sport- und Event-Marketing

Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Das Beratungsunternehmen für Sponsoringmessung IEG prognostiziert, dass die weltweiten Sponsoring-Ausgaben im Jahr 2016 um 4,7 Prozent (Vorjahr: 4,1 Prozent) auf 60,2 Mrd. US-Dollar ansteigen werden. Den größten prozentualen Zuwachs erwartet das Unternehmen dabei in der Region Asien/Pazifik (5,7 Prozent nach 5,2 Prozent im Vorjahr), aber auch der mittel- und südamerikanische Raum soll infolge der Olympischen Spiele in Brasilien erneut deutlich zulegen (4,7 Prozent wie im Vorjahr). Für den weltweit größten Sponsoring-Markt Nordamerika prognostiziert IEG einen Anstieg um 4,5 Prozent (Vorjahr: 4,1 Prozent), während das Wachstum in Europa bei 3,9 Prozent (Vorjahr: 3,3 Prozent) liegen soll.

Quelle: IEG Sponsorship Report, 5. Januar 2016

Schwerpunkte

Bei der TEAM-Gruppe läuft im laufenden Geschäftsjahr der Vermarktungsprozess für die TV- und Sponsorenrechte der UEFA Champions League und der UEFA Europa League (jeweils für den Spielzyklus 2018/19 bis 2020/21) an. Zielsetzung wird es dabei sein, eine möglichst hohe Anzahl von Verträgen zu den bestmöglichen Konditionen abzuschließen.

Im Zentrum der operativen Tätigkeiten steht im Jahr 2016 die erfolgreiche Abwicklung der Finalspiele beider Wettbewerbe, die in Mailand und Basel stattfinden werden, sowie des UEFA Super Cup.

11.4 Finanzielle Ziele des Konzerns

Es wird darauf hingewiesen, dass die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den Erwartungen über voraussichtliche Entwicklungen abweichen können, wenn sich die den zukunftsbezogenen Aussagen zugrundeliegenden Annahmen als unzutreffend erweisen sollten.

Im **Segment Sport** wird das Jahr 2016 im Wesentlichen durch die großflächige mediale Auswertung der Fußball-Europameisterschaft in Frankreich sowie der Olympischen Sommerspiele in Brasilien bei den Öffentlich-Rechtlichen geprägt sein. Dennoch geht SPORT1 im Free-TV auf Basis ihres hochwertigen

Programmportfolios und insbesondere durch die ganzjährige Verwertung der Rechte an der UEFA Europa League, die SPORT1 seit der Saison 2015/16 hält, von einem annähernd gleichbleibenden Marktanteil in der Kernzielgruppe der 14- bis 49-jährigen Männer aus. Im Digitalbereich wird insbesondere aufgrund der genannten sportlichen Großereignisse, ein starker Anstieg der kumulierten Online- und Mobile-Reichweiten erwartet, wobei der Großteil des Wachstums wieder auf den Bereich Mobile entfallen wird. Hinzukommt ein erneut erwarteter starker Anstieg der Bewegtbildabrufe durch eine Ausweitung des Videoangebotes. Auf Basis dessen ist für das Geschäftsjahr 2016 von einer weiteren Steigerung der Umsatzerlöse auszugehen. Der Umsatzanstieg überkompensiert dabei gestiegene Materialaufwendungen, insbesondere aufgrund der ganzjährigen Auswertung der UEFA Europa League. Daher wird ein steigendes EBIT sowie eine positive EBIT-Rendite im oberen einstelligen Prozentbereich erwartet. Im Produktionsbereich geht der Vorstand für das Geschäftsjahr 2016 bei den großen Bestandskunden der PLAZAMEDIA von einem sinkenden Produktionsvolumen aus, das teilweise durch Neukundengeschäft aufgefangen werden kann. In Summe wird ein moderater Umsatzrückgang erwartet, der teilweise durch eine angepasste Kostenstruktur aufgefangen werden soll. Dennoch ist von einem stark sinkenden EBIT, jedoch einer nach wie vor positiven EBIT-Rendite auszugehen.

Insgesamt geht der Vorstand im Segment Sport für das Geschäftsjahr 2016 im Vergleich zum Vorjahr von einer erneuten Umsatzsteigerung, bei einem leicht unter Vorjahr liegenden Ergebnis aus.

Im **Segment Film** bestehen vor allem im Hinblick auf die Performance der Kinostarts 2016 Unsicherheiten. Trotzdem ist davon auszugehen, dass die Constantin Film AG auch im Geschäftsjahr 2016 mit mindestens zwei Filmen unter den Besuchermillionären in Deutschland vertreten sein wird. Diese Annahme wird wie in den Vorjahren durch den Risiko-diversifizierenden Portfolio-Effekt einer umfangreichen Staffel gestützt. Da im Jahr 2016 internationale Eigenproduktionen an weltweite Partner geliefert werden, werden nennenswerte Weltvertriebserlöse aus Minimumgarantien bei Kinostart anfallen. Hingegen werden die Erlöse aus der deutschen Kinoauswertung aufgrund der überragenden Performance der Rekord-Staffel 2015 voraussichtlich deutlich sinken. Im Bereich Home Entertainment wird die starke Verwertungsstaffel 2016 – u.a. getrieben durch die Auswertung der Kinoerfolge „Fack Ju Göhte 2“ und „Er ist wieder da“ – zu einem Anstieg der Erlöse führen. Darüber hinaus werden die Umsätze in diesem Bereich stark von der Allokation von Weltvertriebserlösen vor allem im Subscription-Video-on-Demand-Bereich profitieren. Insgesamt werden die Erlöse in diesem Bereich stark wachsen. Auch im Bereich TV-Auswertung/Lizenzhandel wird der Umsatz deutlich über den Vorjahreswerten liegen. Dies ist auf Lizenzzeitstarts sowie die Vertragsvolumina der Kinostaffeln der Vergangenheit zurückzuführen. Auch in diesem Bereich ist im Geschäftsjahr 2016 mit hohen Weltvertriebserlösen internationaler Eigenproduktionen zu rechnen, die deutlich über dem Vorjahresniveau liegen werden. Im Bereich TV-Auftragsproduktion ist die Beauftragungssituation derzeit noch nicht abschließend zu beurteilen. Obwohl viele Marktentwicklungen zunächst genau beobachtet werden müssen, rechnet der Vorstand für das Jahr 2016 in Summe mit deutlich über den Vorjahreswerten liegenden Umsätzen.

Insgesamt liegen die Umsatzerwartungen für das Segment Film im Geschäftsjahr 2016 deutlich über dem Niveau des Vorjahres. Der deutliche Anstieg gegenüber dem Vorjahr ist wesentlich auf zu erwartende Erlöse aus internationalen Kino- und Fernsehproduktionen zurückzuführen. Diese Erlöse werden im Wesentlichen zum jeweiligen Produktionsbeginn durch Vorverkäufe festgelegt und dienen vor allem der Absicherung der entsprechenden Herstellungskosten. Bei einem Erfolg dieser Produktionen ergeben sich Ergebnisbeiträge erst in den nachgelagerten Auswertungsstufen bzw. bei Folgebeauftragungen. Bei der Ergebnisentwicklung ist darüber hinaus zu berücksichtigen, dass 2015 eines der erfolgreichsten Jahre in der Geschichte der Constantin Film war. Daher geht der Vorstand im Segment Film für das Geschäftsjahr 2016 derzeit von einem Ergebnis unter dem Niveau des Rekordjahres 2015 aus. Ein derzeit nicht quantifizierbares positives Potenzial könnte sich aus den Lizenz-Auswertungen vor allem im internationalen Bereich ergeben.

Im **Segment Sport- und Event-Marketing** sind innerhalb der aktuellen Vertragsvereinbarung für die Vermarktung der UEFA Champions League und der UEFA Europa League die erwarteten Umsatz- und Ergebnisziele auf Euro-Basis auf unverändertem Niveau. In welchem Ausmass sich die Währungsrelation zwischen dem Schweizer Franken und dem Euro auf Umsatz und Ergebnis auswirken wird, ist derzeit noch nicht abzuschätzen.

Auf Basis der Entwicklung in den Segmenten geht der Vorstand der Constantin Medien AG für das Geschäftsjahr 2016 gegenwärtig von einem Konzernumsatz von 550 Mio. Euro bis 590 Mio. Euro aus. Unter Berücksichtigung der Holding-Kosten sowie der Finanzierungsaufwendungen und Steuern erwartet der Vorstand ein auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis von 6 Mio. Euro bis 9 Mio. Euro.

Die **Constantin Medien AG** ist als Holding von der Entwicklung der operativen Beteiligungsunternehmen abhängig, welche sich durch die Ergebnisabführungsverträge bzw. Dividendenausschüttungen niederschlagen. Daneben beeinflussen u.a. Finanzierungskosten das Jahresergebnis der Gesellschaft. Insgesamt ist eine Prognose der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage nur auf Basis der Constantin Medien-Gruppe sinnvoll. Der Vorstand erwartet unter Berücksichtigung der Segmentplanungen und der originären Finanzierungskosten aus heutiger Sicht einen Jahresüberschuss deutlich unter dem Niveau des Vorjahres. Das Vorjahresergebnis war u.a. von einem Einmaleffekt aus einem zugunsten der Gesellschaft entschiedenen Rechtsstreit geprägt.

Ismaning, 16. März 2016
Constantin Medien AG

Fred Kogel
Vorsitzender des Vorstands

Olaf G. Schröder
Vorstand Sport

Leif Arne Anders
Vorstand Finanzen

Versicherung der gesetzlichen Vertreter

„Nach bestem Wissen versichern wir, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Jahresabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Constantin Medien AG vermittelt und im Lagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage der Gesellschaft so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung der Gesellschaft beschrieben sind."

Ismaning, 16. März 2016
Constantin Medien AG

Fred Kogel
Vorsitzender des Vorstands

Olaf G. Schröder
Vorstand Sport

Leif Arne Anders
Vorstand Finanzen

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

„Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers
Wir haben den Jahresabschluss - bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang - unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der Constantin Medien AG, Ismaning, der mit dem Konzernlagebericht zusammengefasst ist, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2015 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und zusammengefasstem Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegen in der Verantwortung des Vorstands. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und über den zusammengefassten Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Jahresabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den zusammengefassten Lagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld der Gesellschaft sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluss und zusammengefasstem Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen des Vorstands sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.
Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Jahresabschluss den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft. Der zusammengefasste Lagebericht steht in Einklang mit dem Jahresabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

München, 16. März 2016

PricewaterhouseCoopers
Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Petra Justenhoven
Wirtschaftsprüferin

Katharina Deni
Wirtschaftsprüfer

Impressum

Herausgeber
Constantin Medien AG
Münchener Straße 101g, 85737 Ismaning, Germany
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 AG München

Redaktion
Constantin Medien AG Kommunikation/Rechnungswesen/
Investor Relations

Bildnachweis/Copyright
© Sport1 GmbH (Seiten 30)
© Constantin Film Verleih GmbH (Seiten 35, 36)
© TEAM-Gruppe (Seite 40)
© Highlight Event & Entertainment AG (Seiten 40, 41)
© Getty Images (Seiten 29, 30,31, 39)
© ZDF/Moovie GmbH (Seite 38)
© 2015 Disney Enterprises, Inc. (Seite 37)

Alle in diesem Bericht veröffentlichten Fotografien sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nur nach schriftlicher Genehmigung der Urheber verwendet werden.

CONSTANTIN
MEDIEN AG

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