

Sendesperrfrist: 10:00 Uhr!

**Ordentliche Hauptversammlung 2016
der Constantin Medien AG**

Statement

Fred Kogel

Vorsitzender des Vorstands

München, 9. November 2016

Es gilt das gesprochene Wort!

Chart 1: Herzlich willkommen zur Ordentlichen Hauptversammlung 2016

Sehr geehrte Aktionärinnen und sehr geehrte Aktionäre,
sehr geehrte Aktionärsvertreterinnen und Aktionärsvertreter,
sehr geehrte Damen und Herren von der Presse und anderen Medien,
liebe Freunde der Constantin Medien AG,

ich begrüße Sie herzlich – auch im Namen meiner beiden Vorstandskollegen Arne Anders und Olaf Schröder – zur ordentlichen Hauptversammlung der Constantin Medien AG. Ich freue mich sehr über Ihr zahlreiches Kommen und Ihr großes Interesse

Chart 2: Strategische Partnerschaft – TATA Communications

Heute ist ein bedeutender Tag für die Constantin Medien AG. Lassen Sie mich mit einer äußerst erfreulichen Botschaft für den Constantin Medien-Konzern insgesamt und für unsere Tochtergesellschaft PLAZAMEDIA im Besonderen beginnen, die wir vor wenigen Stunden mittels einer Pressemitteilung verkünden konnten. Ab sofort wird die Constantin Medien AG mit dem indischen Weltkonzern TATA Communications partnerschaftlich zusammenarbeiten. Im Rahmen dieser engen Partnerschaft baut TATA Communications einen Connectivity Hub auf dem PLAZAMEDIA-Gelände in Ismaning und darüber hinaus ein hochmodernes cloudbasiertes Data Center in München auf. Beides wird im Jahr 2017 geschehen.

PLAZAMEDIA wird der Vereinbarung zufolge nicht nur **Abnehmer**, sondern auch zum bevorzugten Vertriebspartner für TATAs Connectivity und Cloud-Leistungen für alle Medienunternehmen in Deutschland, Österreich und Schweiz. Ich bin mir mit Brian Morris, dem General Manager des TATA Communication's Media and Entertainment Services Geschäfts, einig, dass die zwischen uns vereinbarten Schritte beiden Unternehmen einen komplett neuen und in der weiteren Zukunft sehr aussichtsreichen Geschäftsbereich mit großem Marktpotenzial eröffnen. Zugleich treibt die Vereinbarung die bereits in der Umsetzung befindliche digitale Transformation bei PLAZAMEDIA mächtig voran. PLAZAMEDIA wird für sich selbst und unsere bestehenden und künftigen Kunden zur digitalen Auffahrt auf die Datenautobahnen in die ganze Welt. Im Bereich Connectivity kann PLAZAMEDIA durch die Partnerschaft zukünftig schnelle, flexible und weltweit verfügbare Video- und Daten-Verbindungen anbieten. Wir können dabei gleichzeitig auf eines der modernsten und effizientesten Rechenzentren der Welt zugreifen. Bei den Data Center-Services ergibt sich ein Alleinstellungsmerkmal aus der Kombination von steigenden

Datenschutzbestimmungen und hochmodernen, auf Medien-Unternehmen angepassten Cloud-Lösungen aus Deutschland heraus.

Darüber hinaus wird TATA Communications zukünftig das Produktportfolio des Sportsegments der Constantin Medien AG international mitvertreiben. Wir erhalten somit Zugang zu globalen Playern und eröffnen uns ganz neue Märkte für die Produkte der PLAZAMEDIA sowie des digitalen Bereichs von SPORT1. Damit erreichen wir einen wichtigen Meilenstein bei der Internationalisierung unserer Sportgeschäfte, die bislang sehr stark vom deutschsprachigen Markt abhängen.

Zudem sollen im weiteren Verlauf der mehrjährig angelegten Partnerschaft gemeinsame Lösungen zum Beispiel in den Bereichen **Payout, Remote-Produktion und Online-Video-Plattformen** entwickelt werden.

Der Vorstand sieht in dieser Partnerschaft großes Potenzial für die künftige Entwicklung unseres Konzerns, insbesondere im Hinblick auf die digitale Neuausrichtung der PLAZAMEDIA.

Sie sehen: Der Vorstand der Constantin Medien AG hat neben den generellen Überlegungen zur Konzernstrategie, die Ihnen in den Medien ja bereits sehr transparent gemacht wurden, auch seine operativen Tätigkeiten mit Nachdruck vorangetrieben.

Aber auch aus einem anderen Grund ist heute ein bedeutender Tag für unseren Konzern. Wie Sie der Medienberichterstattung im Vorfeld zur heutigen Hauptversammlung und der Tagesordnung entnehmen können, handelt es sich sicherlich auch aufgrund der anstehenden Strategieentscheidung um eine der wichtigsten Hauptversammlungen in der Geschichte unseres Unternehmens.

Nun möchte ich Ihnen aber, bevor ich in meiner Rede zur Erläuterung der wesentlichen Tagesordnungspunkte komme, noch kurz vorab einige Erläuterungen zum Geschäftsjahr 2015 und zum ersten Halbjahr 2016 geben. Mit Verweis auf meine Ausführungen in der Hauptversammlung vom 6. Juli 2016 fasse ich mich dabei allerdings sehr kurz.

Chart 3: Wirtschaftliche Entwicklung – Geschäftsjahr 2015

2015 war für unser Unternehmen **ein sehr erfolgreiches Jahr**. Am Ende stand ein Konzerngewinn nach Steuern und Minderheitenanteilen – der so genannte Ergebnisanteil

Anteilseigner – in Höhe von 12,4 Millionen Euro. Im Verlauf des Geschäftsjahres 2015 konnten wir die Ergebnisprognose dreimal nach oben setzen. Dies hatte insbesondere folgende Gründe:

- Die **größte Ergebnisverbesserung erreichte das Segment Sport**, dessen Segmentergebnis gegenüber 2014 um fast 10 Millionen Euro zulegen.
- Ein **sehr erfolgreiches Jahr hatte auch das Segment Film** mit der Constantin Film-Gruppe, angetrieben durch den Kinohit „**Fack Ju Göhte 2**“.
- Zudem konnten wir aus einem Rechtsstreit einen **Einmalertrag** in Höhe von 3,3 Millionen Euro erzielen.

Beim **Konzernumsatz** erreichten wir 2015 mit 481,6 Millionen Euro ebenfalls unser Ziel und lagen **am oberen Ende der Prognosespanne**, die wir bei 450 Millionen Euro bis 490 Millionen Euro erwartet hatten.

Nun ein kurzer Blick auf die Highlights der operativen Segmente:

Chart 4: Performance Segment Sport – Geschäftsjahr 2015

- Der **Free-TV-Sender SPORT1** verbesserte den Marktanteil in seiner Kernzielgruppe der 14- bis 49-jährigen Männer im vergangenen Jahr um 23 Prozent auf 1,6 Prozent.
- Die Verbreitung unserer **Pay-TV-Angebote** bewegte sich 2015 auf hohem Niveau: Ende 2015 hatte der Pay-TV-Sender SPORT1+ 2,04 Millionen und der Sender SPORT1 US rund 1,43 Millionen Abonnenten. In beiden Zahlen sind die Abonnenten von Sky nicht enthalten.
- Im **Bereich Online/Mobile** verzeichneten unsere Angebote 2015 im Monatsdurchschnitt fast 700 Millionen Seitenaufrufe – ein Zuwachs um 39 Prozent gegenüber dem Vorjahr 2014. Davon entfielen bereits 534 Millionen Seitenaufrufe im Monatsschnitt auf die mobilen Angebote von SPORT1.
- Die **Video-Abrufe** legten kräftig zu: 2015 konnten wir die Abrufe auf den SPORT1-Plattformen und den SPORT1 YouTube-Channels auf rund 10,6 Millionen pro Monat steigern – ein Plus von 78 Prozent.
- Im Sportsegment 2015 haben wir darüber hinaus über alle Plattformen hinweg einen erfreulichen Anstieg der **Werbeeinnahmen** verzeichnet, sowohl aus der Vermarktung des Free-TV-Senders als auch der Online- und Mobile-Plattformen von SPORT1.

Nun zum Segment Film:

Chart 5: Performance Segment Film – Geschäftsjahr 2015

- Der Bereich **Kinoverleih** profitierte, wie bereits erwähnt, vom großen Erfolg des Kinohits „*Fack Ju Göhte 2*“
- Im Bereich **Home Entertainment** gingen die Umsätze im Vergleich zum Vorjahr zurück.
- Ebenso lagen die Umsätze im Bereich **Lizenzhandel/TV-Auftragsproduktion** leicht unter Vorjahresniveau. Erwähnenswert ist, dass Constantin Film mit der TV-Serie „Shadowhunters“ die erste internationale Großproduktion für den US-Sender Freeform erfolgreich umsetzen konnte. Die Rechte für Subscription Video on Demand, kurz: SVoD, außerhalb der USA wurden von Netflix erworben.

Chart 6: Performance Segment Sport- und Event-Marketing – Geschäftsjahr 2015

Das Segment Sport- und Event-Marketing hat auch im vergangenen Jahr eine **solide Entwicklung auf einem hohen Ertragsniveau** verzeichnet. Mit einer **operativen Umsatzrendite von 35 Prozent** bleibt das Segment die zentrale Ertragssäule des Konzerns.

Ein großer Erfolg war auch die langfristige Verlängerung der Zusammenarbeit unserer Vermarktungsagentur TEAM mit dem europäischen Fußballverband UEFA. TEAM wird bis zur Spielzeit 2020/21 und, bei Erreichen von vereinbarten Leistungszielen, sogar bis zur Saison 2023/24 die Klubwettbewerbe UEFA Champions League und UEFA Europa League sowie den UEFA Super Cup exklusiv vermarkten.

Chart 7: Segment Übrige Geschäftsaktivitäten – Aufgabe des Segments

Der Verwaltungsrat unserer Konzerngesellschaft Highlight Communications AG beschloss Anfang 2016, das Segment Übrige Geschäftsaktivitäten, das die Vermarktungsmandate für den Eurovision Song Contest und die Wiener Philharmoniker und darüber hinaus die Entwicklung und Erschließung von Projekten bzw. Geschäftsmodellen im digitalen Bereich umfasste, nicht weiterzuführen und die Aktivitäten an Herrn Bernhard Burgener zu verkaufen. Durch das Desinvestment haben wir uns von einem Segment getrennt, das nicht zu den Kernaktivitäten des Konzerns gehörte und bisher negative Ergebnisbeiträge brachte. Wir fokussieren uns vielmehr auf den dynamischen Ausbau unserer digitalen Wertschöpfungskette in den Gesellschaften SPORT1 und PLAZAMEDIA.

Meine Damen und Herren,

im laufenden Geschäftsjahr 2016 wollen wir die positive Geschäftsentwicklung unseres Konzerns aus den Vorjahren fortsetzen.

Chart 8: Wirtschaftliche Entwicklung im ersten Halbjahr 2016 – Operative Highlights

Ein wichtiges Ereignis im ersten Halbjahr 2016 war die Vergabe der **Übertragungsrechte an der Fußball-Bundesliga** für die Spielzeiten 2017/18 bis 2020/21 im Juni dieses Jahres. Wir haben in allen Phasen dieser Rechtevergabe wirtschaftlich gedacht und gehandelt und sind bis an die für uns ökonomisch vertretbare Grenze gegangen. Es war keineswegs sicher, dass wir die Bundesligen **als eines unserer Kernrechte weiterhin langfristig in unserem Rechteportfolio** behalten werden. Dieses Ziel haben wir mit dem Erwerb der Nachverwertungsrechte an der Bundesliga und 2. Bundesliga am Sonntag – dem für uns wichtigsten Paket – erreicht. Somit werden wir auch in den kommenden Jahren die Highlights der Bundesliga-Partien vom Freitag und Samstag am Sonntagmorgen und Sonntagnachmittag in den SPORT1 Top-Formaten „*Bundesliga Pur*“ und „*Doppelpass*“ zeigen. Die Highlights an den Zweitligaspielen vom Freitag und Samstag strahlen wir weiterhin in der Sendung „*Hattrick Pur*“ aus.

Im Filmsegment schloss die Constantin Film AG im Mai mit Elyas M'Barek, dem Hauptdarsteller unserer Kinoerfolge „*Fack Ju Göhte*“ und „*Türkisch für Anfänger*“, einen Rahmenvertrag über mindestens drei weitere Filme. Und auch mit Bora Dagtekin, dem Autor und Regisseur dieser Erfolgsproduktionen, wird die Constantin Film weiter zusammenarbeiten.

Was die wirtschaftliche Entwicklung betrifft, so haben wir im ersten Halbjahr unsere Ziele erreicht.

Chart 9: Wirtschaftliche Entwicklung im ersten Halbjahr 2016 – Kennzahlen

- Der **Konzernumsatz** lag mit 264,0 Millionen Euro um fast 35 Prozent über dem Wert im ersten Halbjahr des Vorjahres. Dieser Sprung ist auf das Filmsegment zurückzuführen, bei dem sich die Bereiche Lizenzhandel und Home Entertainment dynamisch entwickelten. Umsatztreiber waren dabei vor allem die bereits erwähnte internationale Serienproduktion „*Shadowhunters*“ sowie „*Fack Ju Göhte 2*“.

- Das **operative Ergebnis vor Zinsen und Steuern**, das **EBIT**, nahm um 1,3 Millionen Euro auf 11,0 Millionen Euro zu. Wir führen im Übrigen das EBIT ab dem aktuellen Geschäftsjahr als weiteren Leistungsindikator für den Constantin Medien-Konzern an, neben dem Ergebnisanteil Anteilseigner, also dem Ergebnis nach Steuern und Minderheitenanteilen.
- Der **Ergebnisanteil Anteilseigner** betrug minus 1,4 Millionen Euro nach minus 0,3 Millionen Euro im Vorjahreszeitraum. Darin enthalten sind 0,8 Millionen Euro **Einmalbelastungen aus der Veräußerung von nicht-strategischen Beteiligungen und assoziierten Unternehmen**. Die meisten dieser Beteiligungen stehen im Zusammenhang mit der Trennung von unserem Geschäftsfeld Übrige Geschäftsaktivitäten, über die ich soeben sprach. Wir haben durch das Desinvestment unser Portfolio gestrafft und neuen Freiraum für die Konzentration auf unsere Kerngeschäfte geschaffen.

Über die Ergebnisse des dritten Quartals 2016 werden wir am 16. November 2016 berichten.

Chart 10: Performance der Aktie – 2015 bis heute

Kommen wir zur Aktie unserer Gesellschaft: Wie Sie wissen, war die Kursentwicklung in den vergangenen Jahren nicht zufriedenstellend. Eine nachhaltige Aufwärtsbewegung gab es nicht, und der Aktienkurs kam nur selten über die Marke von 1,80 Euro hinaus. Zu Beginn des Jahres 2015 startete die Constantin Medien-Aktie bei 1,31 Euro und legte bis Jahresende um 38 Prozent zu – und dies bei deutlich gestiegenen Handelsumsätzen. Der Jahresschlusskurs lag bei 1,78 Euro.

Im **laufenden Jahr** gewann die Kursentwicklung zunächst **deutlich an Dynamik**. Mitte März nahm die Aktie die Marke von 2 Euro, stieg dann bis auf rund 2,80 Euro, konnte dieses Niveau aber nicht halten. Bald nach unserer letzten Hauptversammlung im Juli gab der Kurs wieder nach. Der Schlusskurs am Montag lag bei rund 1,90 Euro. Der Börsenwert unseres Unternehmens erreicht somit gut 180 Millionen Euro.

Die offen zu Tage getretenen Auseinandersetzungen im Gesellschafterkreis in den letzten Monaten haben die Kursentwicklung negativ beeinflusst. Aus Sicht des Vorstands benötigt die Constantin Medien AG nun baldmöglichst wieder Ruhe und Stabilität, damit sich das durch die operative Entwicklung gewonnene **Vertrauen am Kapitalmarkt** weiter verfestigt.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

ich möchte Ihnen nachfolgend Erläuterungen zu einzelnen Tagesordnungspunkten geben.

Zunächst zu

**Chart 11: TOP 6 Beschlussfassung Satzungsänderung – § 5 Abs. 3 Satz 5 –
Satzung: Wahl der Aufsichtsratsmitglieder**

**TOP 6: Beschlussfassung über eine Satzungsänderung betreffend die Wahl der
Aufsichtsratsmitglieder**

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen vor, folgenden Beschluss zu fassen:

„§ 5 Abs. 3 Satz 5 der Satzung wird geändert und lautet künftig wie folgt:

Die Abberufung von Aufsichtsratsmitgliedern bedarf einer Mehrheit von mindestens drei Viertel der abgegebenen Stimmen.“

Wir haben mit dieser Änderung unsere Satzung an die vom Gesetz (§ 103 Abs. 1 Aktiengesetz) vorgesehene Schwelle anpasst. Eine Satzung kann für die Abberufung von Aufsichtsratsmitgliedern auch eine niedrigere Schwelle festlegen, was bislang in der Satzung der Constantin Medien AG der Fall war. Die bisherige Regelung war natürlich zulässig, ist aber nicht zuletzt aufgrund der aktuellen Aktionärsituation für eine stabile und nachhaltige Arbeit von Aufsichtsratsmitgliedern nicht förderlich.

Chart 12: Beschluss Strategie – Beschlussvorschlag

TOP 7: Beschlussfassung über die Strategie

Während der Generaldebatte der ordentlichen Hauptversammlung der Constantin Medien AG am 6. Juli 2016 haben insbesondere Aktionäre, die an unserer Gesellschaft in signifikanter Höhe beteiligt sind, die zukünftige Ausrichtung unseres Konzerns öffentlich diskutiert. Dabei wurde deutlich, dass zwei große Aktionärsblöcke unterschiedliche Auffassungen vertreten.

Nach einer Meinung sollte die gegenwärtige Ausrichtung des Unternehmens als Mischkonzern, bestehend aus den Segmenten Sport, Sport- und Event-Marketing sowie Film, einschließlich der bestehenden Mehrfachstrukturen mit zwei börsennotierten Holdinggesellschaften unverändert aufrechterhalten werden. Auf der anderen Seite stand die

Auffassung, sich strategisch auf die Segmente Sport sowie Sport- und Event-Marketing zu konzentrieren, den Abbau von Doppelstrukturen voranzutreiben und damit verbundene Ertragspotenziale zu heben.

Wie in meiner Rede auf der Hauptversammlung am 6. Juli 2016 erläutert, war der Vorstand zum damaligen Zeitpunkt in Abstimmung mit dem Aufsichtsrat bereits seit Monaten dabei, die Konzernstrukturen zu analysieren und eine Zukunftsstrategie für den Konzern zu entwickeln, hatte diese aber noch nicht endgültig finalisiert. Weder der Vorstand noch der Aufsichtsrat der Constantin Medien AG hatten dementsprechend zu diesem Zeitpunkt bereits eine Entscheidung über das Strategiekonzept des Vorstands getroffen. Deshalb konnten wir uns seinerzeit auch noch nicht dazu äußern.

Der Vorstand der Constantin Medien AG hält die Entscheidung über die weitere Ausrichtung des Konzerns im Hinblick auf die unterschiedlichen Auffassungen unter den Aktionären für wesentlich. Deshalb legen wir dieses Thema Ihnen heute in der Hauptversammlung zur Beschlussfassung nach § 119 Abs. 2 Aktiengesetz vor – dies auch in der Hoffnung, dass die damit verbundene, für die Gesellschaft nicht förderliche Auseinandersetzung unter den Aktionären baldmöglichst beendet wird.

Der Beschluss zu TOP 7 lautet:

„Der Vorstand der Constantin Medien AG beabsichtigt, die Geschäftstätigkeit auf die Segmente Sport sowie Sport- und Event-Marketing zu fokussieren, nach Möglichkeit die Verwaltungskosten unter Auflösung bestehender Mehrfachstrukturen zu reduzieren und eine nachhaltige Verbesserung der Finanzierungsstruktur zu erreichen. Dieser Neuausrichtung des Constantin Medien-Konzerns stimmt die Hauptversammlung gemäß § 119 Abs. 2 AktG zu.“

Chart 13: Beschluss Strategie – Einführung

An den Beginn meiner Ausführungen zur Strategie des Vorstands möchte ich ein Zitat aus dem Jahr 2014 stellen:

*„Zur besseren Wahrnehmung an der Börse könnte unter Umständen auch beitragen, dass wir die **Komplexität unseres Konzerns verringern**. Dieser besteht – wie ich eingangs erwähnte – aus zwei börsennotierten Gesellschaften, dazu noch zwei Gesellschaften mit unterschiedlicher Ertragskraft und in zwei Ländern. Diese Konstellation führt zwangsläufig zu*

einer gewissen Splittung des Investoreninteresses und der Liquidität, die für die jeweiligen Aktien zur Verfügung steht.

Um Spekulationen vorzubeugen: Es wird keine kurzfristige Veränderung dieser Konzernstruktur geben. Wir wollen aber versuchen, Doppelstrukturen aufzulösen, dadurch auch Kosten zu reduzieren und die Zusammenführung der unterschiedlichen Unternehmensteile innerhalb unseres Konzerns voranzutreiben. Da wir bei Constantin Medien unseren Weg konsequent weitergehen und nachhaltig stabile schwarze Zahlen schreiben wollen, werden wir auch dieses Thema angehen“.

Dieses Zitat stammt von Bernhard Burgener aus seiner Rede als damaliger Vorstandsvorsitzender der Constantin Medien AG zur Hauptversammlung 2014. Das war vor zweieinhalb Jahren.

Nach dieser Ankündigung vom 30. Juli 2014 wollen wir auch dieses nun endlich tun und die Hauptversammlung hierüber abstimmen lassen. Wir wollen das schaffen, was Sie, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, seit Jahren von uns mit Recht erwarten: ein modernes, transparentes Unternehmen mit einer klaren Wachstumsstrategie und Kapitalmarktperspektive.

Zum 1. Oktober 2014 wurde ich vom Aufsichtsrat als Vorstand für die Bereiche „Produktion, Prozessmanagement und Integration“ bestellt. Meine Aufgabe war es, die segmentübergreifende Zusammenarbeit innerhalb des Konzerns und dadurch die Ertragslage der Constantin Medien AG zu verbessern. Die daraufhin mit großer Sorgfalt entwickelten und intensiv geprüften Entscheidungsvorlagen, die unter anderem den räumlichen Zusammenzug der Verwaltungen der Constantin Medien AG sowie der Constantin Film AG an einen Standort in Ismaning vorsahen, lehnte der damalige Vorstand im Juli 2015 mehrheitlich ab.

Der Vorstand begann anschließend in Abstimmung mit dem Aufsichtsrat, unter meiner Projektleitung alternative Maßnahmen zu prüfen, um die Finanz- und Ertragslage unseres Konzerns zu verbessern. Wir analysierten dabei insbesondere die Konzernstruktur, um eine Neuausrichtung der Konzernstrategie zu entwickeln. Hierbei wurden auch eine Zusammenfassung von Segmenten unseres Konzerns und/oder eine Trennung von bestimmten Segmenten nicht ausgeschlossen. Auf Basis der bis dahin erfolgten Prüfung beschloss Vorstand und Aufsichtsrat im Herbst 2015, insbesondere die Fokussierung auf die Segmente Sport sowie Sport- und Event-Marketing näher zu prüfen.

Der Vorstand hat diese Prüfung nunmehr abgeschlossen und empfiehlt, den Constantin Medien-Konzern auf die Segmente Sport sowie Sport- und Event-Marketing zu konzentrieren, nach Möglichkeit die Verwaltungskosten, vor allem unter Auflösung der Doppelstrukturen, deutlich zu reduzieren und eine nachhaltige Verbesserung der Finanzierungsstruktur zu erreichen. Dies soll geschehen, um die Ertragskraft und Finanzlage unseres Konzerns nachhaltig zu verbessern und mehr Spielraum für internes und externes Wachstum zu erlangen. Mittelfristig streben wir auch die Dividendenfähigkeit der Constantin Medien AG an.

Die Berichtssegmente Sport, Sport- und Event-Marketing und Film unterscheiden sich deutlich in ihren jeweiligen Risikoprofilen. Die Kombination des Film- und Sportgeschäfts in einem Konzern bewirkt, jenseits der reinen Diversifikation, keine Portfolio- und Synergieeffekte. Darüber hinaus besteht auch kein Finanzierungsverbund, der durch eine Kapitalallokation über die Segmente hinweg einen Mehrwert schaffen könnte. Ein Ergebnis der vorgenannten Prüfung war, dass ein solcher „Mischkonzern“, wie er derzeit existiert, in der Regel von Investoren nicht honoriert wird.

Durch einen Verkauf des Filmsegments durch die Highlight Communications AG würde eine Fokussierung auf das Sportgeschäft sowohl in der Produktion als auch bei der Vermarktung und im Vertrieb erreicht. In der Folge könnte unser Unternehmen stringent als „Sports only company“ im Markt positioniert werden. Darüber hinaus könnten die verbleibenden Sportaktivitäten weiter ausgebaut und neue sportaffine Geschäftsbereiche hinzugefügt werden.

Der Erlös aus einem möglichen Verkauf des Filmsegments kann zudem zur Entschuldung der Unternehmensgruppe verwendet werden und zu deren Ausbau, also für weiteres Wachstum, welches ich sogleich noch konkretisieren werde.

Alle diese Maßnahmen sind dazu geeignet zu einer Steigerung des Shareholder Value beizutragen und damit im besten Interesse aller Aktionäre.

Chart 14: Begründung des Beschlussvorschlags – Ausgangslage | Aktuelle Unternehmensstruktur

Um zu erläutern, warum Vorstand und Aufsichtsrat diesen strategischen Weg einschlagen wollen, sollte man sich zunächst den Status Quo unseres Konzerns vergegenwärtigen. Die Constantin Medien AG ist durch ihre Tochter- und Beteiligungsgesellschaften in unterschiedlichen Bereichen der Medienbranche national und international tätig. Die drei Segmente des Konzerns – Sport, Sport- und Event-Marketing sowie Film – werden rechtlich wie operativ getrennt voneinander geführt. Nennenswerte Überschneidungen zwischen den einzelnen Segmenten gibt es nicht. Aufgrund der operativen und rechtlichen Trennung werden weder Synergiepotenziale genutzt noch Mehrfachstrukturen vermieden.

Die Constantin Medien AG betreibt durch ihre Tochtergesellschaft Sport1 GmbH unter der Marke SPORT1 Deutschlands führende 360°-Multimedia-Sportplattform mit sehr guten Zuschauer-, Nutzer- und Hörerzahlen sowie Marktanteilen. Olaf Schröder als Vorsitzender der Geschäftsführung von SPORT1 verantwortet zugleich als Mitglied des Vorstandes der Constantin Medien AG das Segment Sport, zu dem auch die PLAZAMEDIA GmbH mit ihrer Tochtergesellschaft LEITMOTIF und der Vermarkter Sport1 Media GmbH gehören. Die wirtschaftliche Stärke des Segments Sport führte im Geschäftsjahr 2015 zu einem Sprung des Segmentergebnisses von 3,7 Millionen Euro auf 13,4 Millionen Euro. Die Gesellschaften des Segments sind 100-prozentige Beteiligungen der Constantin Medien AG.

Das Segment Sport- und Event-Marketing umfasst die TEAM-Gesellschaften, deren Obergesellschaft die Team Holding AG mit Sitz in Luzern in der Schweiz ist. Die TEAM-Gesellschaften vermarkten für den Europäischen Fußballdachverband UEFA sehr erfolgreich seit vielen Jahren insbesondere die UEFA Champions League und die UEFA Europa League. Im Geschäftsjahr 2015 stieg der Gewinn dieses Segments um 4,3 Prozent auf 17,0 Millionen Euro. Die TEAM ist eine 100-prozentige Beteiligungsgesellschaft der Highlight Communications AG, an der die Constantin Medien AG mit 60,53 Prozent beteiligt ist.

Das Segment Film umfasst insbesondere die Constantin Film AG und deren Tochter- und Enkelgesellschaften sowie die Rainbow Home Entertainment AG und die Rainbow Home Entertainment Ges.m.b.H. Die Constantin Film-Gruppe ist auf allen Stufen der Wertschöpfungskette audiovisueller Inhalte tätig. Neben Kinofilmen erstellt sie fiktionale sowie non-fiktionale Produkte für deutsche und ausländische Fernsehsender und Plattformen. Im Geschäftsjahr 2015 gab es im Segment Film einen Ergebnisanstieg von 9,1 Millionen Euro auf 14,5 Millionen Euro. Die Constantin Film AG und die Rainbow-Gesellschaften sind 100-

prozentige Beteiligungen der Highlight Communications AG, an der unsere Gesellschaft – wie bereits dargestellt – mit 60,53 Prozent beteiligt ist.

Chart 15: Begründung des Beschlussvorschlags – Ausgangslage | Aktuelle Fremdfinanzierungsstruktur

Bei einer Marktkapitalisierung von rund 180 Millionen Euro (Stichtag 7. November 2016) belaufen sich die Fremdfinanzierungen der Constantin Medien AG auf rund 100 Millionen Euro. Eine zentrale Aufgabe des Vorstands muss es deshalb sein, unsere Gesellschaft zu entschulden.

Die Constantin Medien AG hat im April 2013 eine Unternehmensanleihe mit einem Nominalbetrag in Höhe von 65,0 Millionen Euro, einem Zinssatz von 7,0 Prozent pro Jahr und einer Laufzeit von fünf Jahren platziert. Die Unternehmensanleihe ist am 23. April 2018 zur Rückzahlung fällig.

Die Schweizer Stella Finanz AG hat der Constantin Medien AG ein Darlehen in Höhe von 26,0 Millionen CHF und 12,25 Millionen Euro gewährt. Das Darlehen hatte eine Laufzeit bis 30. Juni 2017 und wird mit 5,0 Prozent pro Jahr verzinst. Als Sicherheit hat die Constantin Medien AG 24,75 Millionen Aktien der Highlight Communications AG an die Darlehensgeberin verpfändet.

Ende Mai 2016 wurde das Stella-Darlehen fristgemäß zum 30. Juni 2016 vorzeitig ordentlich von der Constantin Medien AG gekündigt. Diese Möglichkeit hatten wir laut Vertrag. Zur Rückführung des Stella-Darlehens haben wir eine Refinanzierung in Höhe von 36,0 Millionen Euro mit der HypoVereinsbank UniCredit vereinbart.

Chart 16: Begründung des Beschlussvorschlags – Ausgangslage | Differenzen mit Stella Finanz AG

Wir wollen das Stella-Darlehen schnellstmöglich zurückführen. Die Stella Finanz AG verweigert jedoch die Rückabwicklung des Darlehens und damit die Freigabe der Sicherheit, also unserer 24,75 Millionen Aktien an der Highlight Communication AG. Sie behauptet, sie habe nicht nur ein Pfandrecht, sondern Eigentum an diesen Aktien erworben, so dass ihr auch das Stimmrecht aus diesen Aktien zustehe.

In den vertraglichen Vereinbarungen gibt es für einen Erwerb von Eigentum keinerlei Grundlage. Auch hatte die Stella Finanz AG diese Frage in den Vorjahren nie aufgeworfen. Der Verwaltungsrat der Highlight Communications AG nahm dieses Verhalten der Stella Finanz AG zum Anlass, die für den 3. Juni 2016 terminierte Generalversammlung der Highlight Communications AG auf unbestimmte Zeit zu verschieben.

Dem Verwaltungsrat der Highlight Communications AG gehören Herr Martin Hellstern, damaliger Verwaltungsrat der Stella Finanz AG, und Herr Bernhard Burgener, ehemaliger Vorstandsvorsitzender der Constantin Medien AG, an, welche seinerzeit die Vereinbarungen zum Stella-Darlehen verhandelt hatten. Durch die Verschiebung der Generalversammlung wird der Constantin Medien AG und allen anderen Highlight-Aktionären – einige sind sicherlich heute auch hier im Raum – seit dem 3. Juni 2016 die angekündigte Dividende vorenthalten. Für die Constantin Medien AG liegt dieser Betrag bei rund 5,3 Millionen Euro.

Die Stella Finanz AG und ihr früherer Alleinaktionär Martin Hellstern sind Mitglieder des Stimmrechtspools von Bernhard Burgener. Für alle Details verweise ich auf die ausführliche Darstellung im Vorstandsbericht der Einladung zu dieser Hauptversammlung.

An dieser Stelle nur ein verkürzter Überblick der Ereignisse:

- Am 12. Mai 2016 teilte die Constantin Medien AG dem Verwaltungsrat der Highlight Communications AG mit, dass sie zukünftig eine ihrem Anteil von 60,53 Prozent am Aktienkapital der Highlight Communications AG entsprechende Vertretung im Verwaltungsrat anstrebt – so wie es in der Vergangenheit auch der Fall gewesen war. Dies lehnte der Verwaltungsrat der Highlight Communications AG ab.
- Da die Constantin Medien AG aber über die Mehrheit der Stimmen verfügt, hätte sie bei der für den 3. Juni 2016 terminierten Generalversammlung der Highlight Communications AG gleichwohl die Wahl ihrer Kandidaten durchsetzen können.
- Zum 30. Juni 2016 wurde das Stella-Darlehen – wie ich bereits dargestellt habe – ordentlich und fristgerecht durch die Constantin Medien AG gekündigt.
- Am 7. und 8. Juni 2016 einigten sich die Constantin Medien AG und die Stella Finanz AG auf die Vorgehensweise zur Rückabwicklung des Stella-Darlehens zum 30. Juni 2016. Die als Sicherheit verpfändeten Highlight-Aktien sollten in ein Depot der

Constantin Medien AG übertragen werden, und zwar Zug-um-Zug gegen Zahlung der Darlehensvaluta nebst Zinsen.

- Ohne Angabe von Gründen annullierte die Stella Finanz AG den Vollzug dieser Einigung am 27. Juni 2016 und verweigert seither die Rückabwicklung des Stella-Darlehens.
- Die Constantin Medien AG hat zur Durchsetzung ihrer Rechtspositionen gegen die Stella Finanz AG vor dem Kantonsgericht Glarus in der Schweiz sowie dem Landgericht München I rechtliche Schritte eingeleitet. Am 20. Oktober 2016 ergingen Entscheidungen des Kantonsgerichts Glarus: eine Entscheidung in der Sache, also ob der Anspruch der Constantin Medien AG auf Herausgabe der verpfändeten Highlight-Aktien begründet ist, wurde jedoch nicht getroffen.

Mit Beschluss vom 5. Juli 2016 hat das Landgericht München I zur Sicherung unserer Ansprüche auf Herausgabe der Sicherheit eine einstweilige Verfügung erlassen. Gegen diese einstweilige Verfügung hat die Stella Finanz AG ein Rechtsmittel eingelegt. Hierüber wird das zuständige Gericht voraussichtlich in der kommenden Woche entscheiden.

Wie bereits ausgeführt, hatte die Constantin Medien AG zur Rückführung des Stella-Darlehens ein Bankdarlehen in Höhe von 36,0 Millionen Euro mit der UniCredit abgeschlossen und auch gezogen. Nach der Weigerung der Stella Finanz AG, das Darlehen rückabzuwickeln, wurde dieses Bankdarlehen wieder gekündigt und an die Bank zurückgezahlt. Parallel dazu haben wir ein neues Bankdarlehen mit der UniCredit zur kurzfristigen Rückführung des Darlehens abgeschlossen, dieses aber bisher aufgrund der fehlenden Bereitschaft der Stella Finanz AG nicht in Anspruch genommen.

Die rechtliche Auseinandersetzung um die Herausgabe unserer Aktien an der Highlight Communications AG dauert also noch an. Es ist völlig klar und sollte von niemandem bezweifelt werden, dass Vorstand und Aufsichtsrat alles tun werden und müssen, was erforderlich ist, um die Rechte der Constantin Medien AG vollumfänglich zu wahren. Es geht hier um unsere größte und wichtigste Beteiligung. Die Herausgabe unserer Aktien ist auch Voraussetzung für die Umsetzung der nachfolgend weiter ausgeführten strategischen Überlegungen. Wenn die rechtmäßige Forderung nach der Herausgabe unserer Aktien weiter verzögert wird, muss unsere Gesellschaft grundsätzlich alle Handlungen in Betracht ziehen, um in der Folge möglichen Schaden von der Gesellschaft abzuwenden.

Chart 17: Begründung des Beschlussvorschlags – Neuausrichtung | Zielstruktur

Meine Damen und Herren,

wenn wir die aktuelle Struktur unseres Konzerns einfach fortführen, dann bleibt es bei den hohen Fremdfinanzierungs- und Verwaltungskosten. Zugleich mangelt es dem Constantin Medien-Konzern an einer klaren Strategie und Ausrichtung und damit an einer überzeugenden und für den Kapitalmarkt attraktiven Equity Story. Diese ist aber erforderlich, um den Wert unserer Aktie substanziell und nachhaltig anzuheben und damit den Wert Ihres Investments in unsere Gesellschaft zu steigern.

Dazu gehört auch, dass unsere Gesellschaft selbstverständlich das Ziel anstreben muss, zumindest mittelfristig wieder dividendenfähig zu werden.

Um dies zu erreichen, bedarf es nicht nur der Steigerung unserer Ertragskraft, sondern auch bilanztechnischer Voraussetzungen. Deshalb planen wir, in der Einzelbilanz der Constantin Medien AG, welche nach HGB-Standards erfolgt, die bestehende Kapitalrücklage in Teilen mit dem Bilanzverlust zu verrechnen. Denn die Dividendenfähigkeit setzt rechtlich voraus, dass kein Verlustvortrag mehr besteht.

Ohne deutliche strukturelle Veränderungen wird ein wesentlicher Abbau der bestehenden Finanzverbindlichkeiten nicht möglich sein. Wenn unsere Verbindlichkeiten jedoch nicht sinken, können keine ausreichende Mittel für künftiges – internes und externes – Wachstum in den bestehenden Geschäftsfeldern generiert werden.

Durch die Neuausrichtung und die dadurch freiwerdenden Mittel soll unsere Fremdfinanzierung optimiert werden. Nach der Rückabwicklung des Stella-Darlehens planen wir, unter Führung der UniCredit mit einem noch zu bildenden Bankenkonsortium ein Konsortialdarlehen für die Constantin Medien AG zu vereinbaren. Das Konsortialdarlehen soll die Neuausrichtung der Strategie der Constantin Medien AG unterstützen; insbesondere wird sie der Rückführung des mit der UniCredit vereinbarten Bankdarlehens sowie der 2018 fälligen Unternehmensanleihe dienen.

Aufgrund des vorgenannten Verhaltens der Stella Finanz AG musste der Vorstand die bereits laufenden Verhandlungen über das Konsortialdarlehen leider aussetzen. Wir werden sie unmittelbar wieder aufnehmen, sobald die Rechte der Constantin Medien AG als Aktionärin der Highlight Communications AG sichergestellt sind.

Gibt es andere strategische Optionen für unseren Konzern als den von uns vorgeschlagenen Weg?

Was wäre zum Beispiel, wenn wir uns von den Aktivitäten des Segments Sport trennen würden? Bei einer möglichen Veräußerung des Sportgeschäfts könnten nach unserer Ansicht zwar auf Ebene der Constantin Medien AG die bestehenden Fremdfinanzierungen substanziell zurückgeführt werden. An den strukturellen Schwächen unseres Konzerns mit den Doppelstrukturen und der fehlenden Fokussierung infolge der Beibehaltung zweier miteinander weitgehend unverbundener Segmente würde sich aber nichts ändern. Eine erkennbare gemeinsame Strategie für die zukünftige Geschäftsentwicklung der Constantin Medien AG fehlt in diesem Szenario.

Der Vorstand will sich deshalb – wie bereits ausgeführt – strategisch auf die Segmente Sport sowie Sport- und Event-Marketing konzentrieren.

Der Vorstand hat sich über eine mögliche Veräußerung des Segments Film unter anderem in einem zusammen mit dem Aufsichtsrat gebildeten Lenkungsausschuss eingehend beraten. Dem Lenkungsausschuss gehörten neben Mitgliedern von Vorstand und Aufsichtsrat der Constantin Medien AG, welche teilweise auch Mitglieder des Verwaltungsrats der Highlight Communications AG waren, an. Im November 2015 beschlossen sowohl Vorstand und Aufsichtsrat der Constantin Medien AG als auch der Verwaltungsrat der Highlight Communication AG, die Möglichkeit eines Verkaufs des Segments Film detaillierter zu prüfen. Die Prüfung wurde seitens der Constantin Medien zwischenzeitlich abgeschlossen. Als Ergebnis empfiehlt der Vorstand zusammenfassend folgendes Vorgehen:

- Es ist beabsichtigt, dass sich die Constantin Medien AG und der Constantin Medien-Konzern zukünftig auf die Segmente Sport und Sport- und Event-Marketing konzentrieren. Deshalb ist angedacht, sich vom Segment Film zu trennen. Unter dem Dach der Constantin Medien AG soll zukünftig eine integrierte Sport-Content-Gruppe entstehen, die auf den Säulen Vermarktung, Dienstleistung und Verwertung beruht. Dabei streben wir die bewährte 360-Grad-Verwertung von Sportinhalten über alle gegenwärtigen und zukünftigen elektronischen Verbreitungswege und Geschäftsmodelle sowie die Produktion und das Management von Sportinhalten für Dritte über jegliche elektronischen Medien an. Es wird des Weiteren eine klare Ausrichtung auf wachsende und attraktive Geschäftsfelder in den Bereichen Sport sowie Sport- und Event-Marketing angestrebt, in denen unser Konzern über SPORT1, SPORT1 MEDIA, PLAZAMEDIA sowie die TEAM-Gesellschaften bereits heute sehr gut positioniert ist. Die digitale

Transformation ist unsere Zukunft, und durch die von mir eingangs skizzierte umfangreiche Zusammenarbeit mit TATA Communications sind wir heute auf diesem Weg ein großes Stück weitergekommen.

- Die Constantin Film-Gruppe verfügt heute über eine führende Marktstellung in Deutschland. Sie ist der größte unabhängige deutsche Hersteller und Verleiher von Kinofilmen sowie ein bedeutender Fernsehproduzent. Sie bewegt sich in Märkten, die einem starken und schnellen Wandel unterliegen: Die Konvergenz der Verbreitungswege erlaubt vielfältige Nutzungsformen, die mit neuen Geschäftsmodellen einhergehen und etablierte Geschäftsmodelle zurückdrängen oder sogar ganz verdrängen. Zugleich ist die Constantin Film Gruppe Teil eines Medienkonzerns, ohne dass dies für sie oder andere Konzerngesellschaften einen wesentlichen Synergienutzen oder strategischen Vorteil bringt. Wir sind der Ansicht, dass der Constantin Medien-Konzern bzw. die Highlight Communications AG nicht mehr der bestmögliche Eigentümer ist, um die Stellung der Constantin Film-Gruppe sichern, optimal nutzen sowie ausbauen zu können.

Chart 18: Begründung des Beschlussvorschlags – Neuausrichtung

- Die durch eine mögliche Veräußerung des Segments Film zu erzielenden Erlöse ermöglichen eine deutliche Rückführung der Fremdfinanzierung und schaffen Spielraum zur Finanzierung internen Wachstums oder von strategischen Zukäufen.
- Der Vorstand strebt zudem die deutliche Reduzierung der Verwaltungskosten durch Kostenoptimierung und Abbau der Doppelstrukturen an, um die Ertragskraft unseres Konzerns zu erhöhen:
 - Bei der Constantin Medien AG als Holding unseres Konzerns, bei der wir direkten Einfluss haben, kommen wir bei der Reduzierung von Verwaltungskosten und bei der Evaluierung von deutlichen Einsparpotenzialen im Bereich IT gut voran. Mit unserer Strategie streben wir eine maßgebliche Reduzierung der drei großen Kostenblöcke der Constantin Medien AG-Holding an, nämlich den Personal-, Administrations- und Finanzierungskosten.
 - Die Highlight Communications AG weist für das Geschäftsjahr 2015 einen Personal- und Verwaltungsaufwand in Höhe von 8,8 Millionen CHF aus. Wir gehen davon aus,

dass eine substantielle Reduzierung dieser Kosten insbesondere durch den Abbau von Doppelstrukturen möglich sein wird.

- Der Vorstand strebt durch die neue Strategie und die damit einhergehende geplante Struktur- und Finanzierungsoptimierung eine nachhaltige Ergebnisverbesserung an. Unser Ziel ist es, trotz des mit der Veräußerung des Segments Film verbundenen Wegfalls von Umsätzen und Betriebsergebnissen die Umsatzrentabilität im Konzern mittelfristig zu steigern.
- Der Vorstand strebt den schrittweisen Ausbau der Beteiligung der Constantin Medien AG an der Highlight Communication AG und mittelfristig deren Komplettübernahme an.

Die Entscheidung über einen möglichen Verkauf der Constantin Film AG fällt in die autonome Zuständigkeit des Verwaltungsrats der Highlight Communications AG. Dies haben wir auch immer wieder betont.

Wir als Vorstand der Constantin Medien AG ziehen den Verkauf der Constantin Film AG in Betracht, sind aber beim Vollzug eines solchen Verkaufs auf unsere Rechte als Aktionär der Highlight Communications AG beschränkt. Deshalb bitten wir zunächst um die Zustimmung dieser Hauptversammlung zur vorgeschlagenen neuen strategischen Ausrichtung der Constantin Medien AG. Danach sind die im Rahmen der strategischen Neuausrichtung vorgesehenen Maßnahmen umzusetzen.

Chart 19: Ausblick Segment Sport – Ausbau Sportgeschäft

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

die soeben erläuterte Strategie muss sich aber auch klar in einem operativen Ausbau des Sportgeschäfts manifestieren – sonst nützt die ganze Strategie nichts. Ausbau heißt für uns aber nicht, dass wir freiwerdende Finanzmittel – wie teils in der Presse geschrieben – unreflektiert in teure Sportrechte investieren.

Der Sportmarkt fragmentiert zusehends. Neue Anbieter wie der Streamingdienst DAZN und Sky Sports News HD drängen in den Markt; andere Anbieter wie die Telekom, RTL Nitro ProSiebenSat.1 oder Amazon weiten ihr Sportangebot aus. Es herrscht großer Wettbewerb. Konkurrenz gab es allerdings immer, und wir waren und sind erfolgreich, wenn es um die Akquise von attraktiven Sportrechten geht. Der Weg, an neue Rechte zu kommen, hat sich

jedoch verändert. Mit Ausnahme der Premium-Fußballrechte sind Sportrechte auch nicht unbedingt teurer als in der Vergangenheit. Liga und Verbände legen nicht mehr nur Wert darauf, dass die Sportevents übertragen werden, sondern vor allem, dass ihre Marke aufgebaut und entsprechend hochwertig transportiert wird. Hier sind wir im Vorteil.

Deshalb möchte ich Ihnen jetzt darlegen, wie wir eine auf Sport und Sport- und Event-Marketing fokussierte Constantin Medien AG operativ aufstellen wollen. Hierzu haben der Vorstand und die Geschäftsführer der wesentlichen Tochtergesellschaften gemeinsam eine Reihe von Maßnahmen entwickelt. Wir sind ein Management-Team, das nach vorne marschieren will! Unser Ziel ist es, bei SPORT1, unserer Vermarktungstochter SPORT1 MEDIA und auch bei der PLAZAMEDIA deutliche Wachstumsakzente zu setzen.

Als Vorstandsvorsitzender der Constantin Film AG habe ich vor über 10 Jahren erfolgreich ein 5-Säulen-Modell zur Stabilisierung und zum Wachstum der Gesellschaft eingeführt. Ich möchte Ihnen deshalb heute unser 5-Säulen-Modell für den Constantin Medien-Sportkonzern vorstellen. Es umfasst die Punkte....

Chart 20: 5-Säulen-Modell

- ONE Strategy – Fokussierung auf die Bereiche Sport- und Sport- und Event-Marketing
- ONE Partner – das ist SPORT1
- ONE Stop Shop – das ist PLAZAMEDIA
- ONE Sales – das ist SPORT1 MEDIA
- ONE Team – das ist Sport- und Event-Marketing.

Chart 21: 5-Säulen-Modell | ONE Strategy – Fokussierung auf Sport sowie Sport- und Event-Marketing

Über die Vorteile unserer neuen Strategie mit der Konzentration auf die Segmente Sport sowie Sport- und Event-Marketing habe ich Ihnen bereits ausführlich berichtet.

Noch einmal auf den Punkt gebracht:

- Wir bauen teure Doppelstrukturen ab, senken damit erheblich die Verwaltungskosten und steigern die Ertragskraft des Konzerns;

- Wir reduzieren unsere Finanzschulden deutlich und verbessern die verbleibende Finanzierungsstruktur;
- Wir generieren frische Mittel, um substantiell in internes und externes Wachstum zu investieren;
- Wir können damit dem Kapitalmarkt endlich eine attraktive und überzeugende Equity Story präsentieren, die die Chance auf eine nachhaltige Wertsteigerung unserer Aktie bietet.

Chart 22: 5-Säulen-Modell | ONE Partner – SPORT1: Die 360°-Sportplattform in Deutschland

Das Free-TV ist als Werbe- und Vermarktungsplattform ungebrochen attraktiv. Free-TV ist das Marketing-Tool und der Transmissionsriemen für digitale Medien. Wir sind die Nr. 1 Sport-Plattform in Deutschland mit klarer nationaler und künftig auch verstärkt internationaler Fokussierung. SPORT1 wird zur Plattform der deutschen Ligen und Nationalmannschaften.

Unsere wichtigsten Ziele bei SPORT1 sind:

- Steigerung der Reichweite auf allen Plattformen durch radikale Kreativität und Zukäufe

Die Zukunft heißt für uns: Wir sind eine Multimedia-Plattform mit klarem Fokus auf nationalen und internationalen Sport und der besten Unterhaltung für den Mann.

Im Digitalbereich stehen die weitere Steigerung des Video-Traffics, die Optimierung unseres Digital Business inklusive neuer Chancen in sozialen Netzwerken wie Facebook, Google, Twitter, Instagram und Snapchat, sowie der Ausbau unserer Sportdatenbank im Fokus.

Trotz nach wie vor hohem Wachstum im Bereich der mobilen Nutzung verlangsamen sich die Zuwachsraten. Der Markt ist extrem fragmentiert, die Kosten steigen, und Differenzierungsmerkmale werden bei allen Angeboten immer wichtiger. Der Markt wird sich voraussichtlich in naher Zukunft konsolidieren. Dies bietet SPORT1 Chancen, durch Kooperationen, Joint Ventures oder Übernahmen zu wachsen. Aktive Investments in neue Traffic-Quellen und radikale Innovationen sind unerlässlich. Dazu brauchen wir Kapital – und damit sind wir wieder bei der Strategiefrage.

Ein Eckpfeiler wird die Erhöhung unserer Präsenz im stark wachsenden Bereich **eSports** sein. Darunter versteht man den Wettkampf zwischen Menschen mit Computerspielen. Dies kann uns mit Liga-Partnerschaften gelingen oder mit weiteren Übertragungen von eSports-Events – wie zuletzt die Live-Übertragung des WM-Finales 2016 in „League of Legends“ aus dem kalifornischen San Jose im Rahmen einer „eSports Event Night“ am 30. Oktober. SPORT1 ist bereits heute eine der führenden TV-Destinationen für eSports-Fans im deutschsprachigen Raum.

- SPORT1 2.0 – angestrebter Marktanteil im Free-TV von 2,0 Prozent

Das ist unser Ziel in der Kernzielgruppe unserer Sender, also bei Männern von 14-49 Jahren. Wir werden dazu unsere Sport- und Entertainment-Berichterstattung künftig noch weiter ausdehnen. Der Fokus liegt ganz klar auf der Festigung und dem Ausbau von Sportinhalten und Live-Strecken in der relevanten Kernzeit von 13:00 Uhr bis 01:00 Uhr. Dies umfasst auch die Erweiterung der Programmpositionierung hin zu Männer-Entertainment mit der Veredelung unserer erfolgreichen Docutainment-Programmstrecken im TV. Das Motto: „SPORT1 von 1 bis 1“.

Wir sind u.a. im Fußball, Motorsport, Darts, Basketball und Eishockey gut positioniert. Bei Letzteren konnten wir uns in Kooperation mit der Telekom Eishockey-Spiele der DEL und BBL für das Free-TV sichern und für fünf weitere Jahre umfangreiche Darts-Übertragungsrechte, unter anderem die Darts-WM, die bis zu 2 Millionen Zuschauer im Finale 2016 anlockte. Durch wirtschaftlich sinnvolle Investments, den Aufbau neuer Sportarten und Kooperationen wie mit der Telekom oder DAZN bei internationalen Fußballmagazinen, Livespielen im Pay-TV und Cliprechten für unsere Digitale Plattform wollen wir organisches Wachstum schaffen. Ebenso sollen bestehende Rechte noch intensiver genutzt werden, zum Beispiel durch den Ausbau des Sublizenzgeschäfts.

- Prüfung der Gründung eines Free TV Senders SPORT2

Unter der Voraussetzung, dass wir entsprechend attraktive Programminhalte erwerben können, prüfen wir derzeit die Gründung eines neuen Free-TV-Senders SPORT2. Niedrige digitale Verbreitungskosten machen diesen Schritt interessant. Dadurch würden wir unser Vermarktungspotenzial schlagartig erweitern können. Die Nachfrage nach den klassischen und bereits etablierten Werbeformen ist stabil. Mit SPORT2 könnten wir Fläche für zusätzliche Zielgruppen, Werbepartner oder interessante Wachstumsstrategien wie Media for Equity, Media for Revenue und Media for License schaffen.

Chart 23: 5-Säulen-Modell | ONE Sales – SPORT1 MEDIA | Vermarktung

- Für unsere Vermarktungstochter SPORT1 MEDIA gilt das Ziel der maximalen Kapitalisierung unserer Reichweiten auf allen Plattformen. Die beschriebene Erweiterung der SPORT1-Kernzeit und die Erweiterung der Programmpositionierung hin zu Männer-Entertainment sind dazu wichtige Stellschrauben.
- Digitale Video Views nähern sich mittlerweile dem Fernsehen an. Hieraus kann sich für uns eine große strategische Chance ergeben. Denn die Vermarktung von Bewegtbild-Content – sei es im Free-TV oder digital – wird sich künftig kaum noch trennen lassen. Free-TV- und Digitalvermarktung aus einer Hand – also „one sales“ - ist die Maxime. Hierin liegt für uns großes Potenzial, auch vor dem Hintergrund, dass wir künftig neue Werbeformen (wie AdStitching oder Addressable TV/HBBTV) selbst vermarkten können.
Weitere Wachstumspotenziale liegen im Bereich Content-Kooperationen aufgrund der steigenden Nachfrage von Verbänden, Veranstaltern und Markenartiklern nach Medialisierung und Reichweite.
- Beratung, Kreation, Produktion und Distribution: Die Vermarktung des Leistungsportfolios des gesamten Constantin Medien-Konzerns rundet künftig das Sales-Portfolio ab.

Chart 24: 5-Säulen-Modell | ONE Stop Shop – PLAZAMEDIA | Neuausrichtung

Vor dem Hintergrund der fortschreitenden Digitalisierung hat unsere Produktionsgesellschaft PLAZAMEDIA schon im Jahr 2014 begonnen, die Organisation und die Geschäftsfelder weiterzuentwickeln, die Kundenbasis auszuweiten und neue Geschäftsmodelle zu erschließen. Das Leistungsportfolio wurde ausgebaut, etwa im Bereich innovativer Produktions- und Kameratechnologien, die technologisch hochkomplex sind. Wir sprechen hier über die zukunftssträchtigen Bereiche Remote Produktion, Augmented Reality und Virtual Reality. Neben dem Ausbau klassischer Broadcast-Lösungen liegt der Fokus insbesondere auf der Weiter- und Neuentwicklung digitaler Produkte und Produktionsaktivitäten. Daher wurde Anfang August eigens der neue Geschäftsbereich Digital Products unter der Leitung von Robin Seckler eingeführt, der sämtliche digitale Aktivitäten der PLAZAMEDIA bündelt.

Auch die Konzeption und Produktion von Corporate-Media- und Branded-Entertainment-Formaten über die Tochter LEITMOTIF ist ein neues Geschäftsfeld.

Es ist bekannt, dass die PLAZAMEDIA-Gruppe intensiv Strukturen und Prozesse verändern musste und auch zukünftig muss, um sich an die neuen Marktgegebenheiten anzupassen. Dies führt in den Jahren 2016 und 2017 zu Restrukturierungs-Maßnahmen und Personalreduzierungen in nennenswertem Umfang. Für das Jahr 2017 werden leider 50 Arbeitsplätze vom notwendigen Stellenabbau bei der PLAZAMEDIA betroffen sein. Dieser Abbau ist ein Zwischenstadium bei der Weiterentwicklung unserer Produktionsgesellschaft, für die wir langfristig sehr gute Wachstumschancen sehen.

Im Bereich Dienstleistungen wird das Kunden- und Leistungsportfolio der PLAZAMEDIA-Gruppe massiv erweitert.

- Wir liefern unseren Kunden einen digitalen One Stop Shop, also eine digitale Architektur, die Unternehmen komplett oder als Teillösung angeboten werden kann.

Chart 25: 5-Säulen-Modell | ONE Stop Shop – PLAZAMEDIA | Partnerschaften & Projekte

- Bei der Etablierung von Partnerschaften und Joint Ventures haben wir seit der letzten Hauptversammlung am 6. Juli bereits wegweisende Erfolge verzeichnet.
 - Mit DAZN, dem neuen Livesport-Streamingdienst der Perform Group, konnte im August 2016 ein neuer wichtiger Kunde und Partner gefunden werden. PLAZAMEDIA stellt für DAZN Produktionskapazitäten in Ismaning zur Verfügung und setzt Produktionspersonal ein. Seit dem Start von DAZN am 10. August wickelt PLAZAMEDIA von hier Übertragungen von bis zu 20 Live-Sportereignissen parallel ab.
 - Wie bereits eingangs ausführlich erwähnt, haben wir heute eine langfristige, strategische Zusammenarbeit mit TATA Communications bekannt gegeben und damit einen weiteren und bedeutenden Meilenstein in der Neuausrichtung der PLAZAMEDIA erreicht. Die Partnerschaft verhilft uns neben dem kostengünstigen Eigenbezug von Connectivity und Data Center-Leistungen außerdem zu einem wertvollen USP: In Zeiten der digitalen Transformation werden wir zum Anbieter und Vertriebspartner von immer essenzieller werdenden Produkten wie beispielsweise Cloud-Lösungen für insbesondere Medienunternehmen im deutschsprachigen Raum. Alleine unter dem Aspekt der steigenden Datenschutzbedürfnisse sehen wir hier erhebliches Potential durch das von TATA Communications in den kommenden Monaten in München neu zu

errichtende Data Center – ganz zu schweigen von Netzwerkeffekten, die die Partnerschaft mit einem globalen Player wie TATA Communications mit sich bringt. Jetzt heißt es also für uns, eine entsprechende Vertriebsmannschaft an den Start zu bringen und diesen neuen Geschäftsbereich mit einem stark wachsenden Marktpotenzial aufzubauen.

- Projekt SPORT1 2018: Wir wollen SPORT1 im Jahr 2018 zum Nucleus und Enabler für die Technik der Zukunft ausbauen. SPORT1 kann somit für unsere Kunden modellhaft die State Of The Art-Leistungsfähigkeit der PLAZAMEDIA demonstrieren.
- Unsere neue Agentur LEITMOTIF Creators bietet als Ergänzung zur klassischen Produktionsdienstleistung der PLAZAMEDIA in internationaler Ausrichtung Content Marketing für Unternehmen, also Image- und Produktfilme zur Emotionalisierung von Marken. Zudem werden internationale Premium TV-Formate, vor allem im Bereich Dokumentation, produziert. LEITMOTIF wird sich darüber hinaus zu einem unabhängigen Beratungsdienstleister für Verbände, Vereine, Rechteinhaber und Werbekunden entwickeln und damit zu *dem Sport-Media-Service-Partner*.

Chart 26: 5-Säulen-Modell | ONE Team – TEAM | Global Player im Bereich Klubfußball

Unser Konzernsegment Sport- und Event-Marketing mit der TEAM-Gruppe steht für die sehr erfolgreiche Kommerzialisierung von Sportrechten über alle denkbaren Verwertungsformen und -wege mit dem „Single Focus“ UEFA. Im Jahr 2017 beginnen die Vermarktungsprozesse für die TV- und Sponsorenrechte der beiden UEFA-Klubwettbewerbe für den Zeitraum 2018/19 bis 2020/21. Angesichts der sehr guten Ergebnisse, die die TEAM-Gruppe seit vielen Jahren bei der Vermarktung dieser Toprechte erzielt, sind wir zuversichtlich, dass TEAM auch weiterhin unseren langjährigen Partner UEFA überzeugen kann. Ein weiterer Ausbau der guten Geschäftsbeziehungen zur UEFA steht im Fokus unserer Bemühungen.

- TEAM ist ein Global Player im Bereich Klubfußball. Eine Option ist die Erweiterung von Properties im Fußball gemeinsam mit der UEFA.
- Natürlich ist es ebenfalls vorstellbar, dass TEAM und in der Folge gegebenenfalls die UEFA verstärkt die Creative Services der Constantin Medien AG, also Leistungen aus unserem Sportsegment, in Anspruch nehmen. Dies wäre dann eine echte Synergie in dem neu ausgerichteten Constantin Medien-Konzern. Wir wären „ONE Team“.

Chart 27: Schlusswort

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

ich kann Ihnen versichern: Die Strategie und die operativen Maßnahmen, die ich Ihnen heute vorgestellt habe, sind die intensive Arbeit des gesamten Vorstands, also von Olaf Schröder, Arne Anders und mir. Dieser Vorstand und das Geschäftsführungs-Team der Tochtergesellschaften der Constantin Medien AG stehen bereit und brennen dafür, diese neue Strategie für unseren Konzern umzusetzen. Wir haben lange und ausführlich analysiert und geprüft, und wir haben uns die Entscheidung nicht leicht gemacht. Eine mögliche Umsetzung wird sicherlich nicht einfach und birgt – wie jeder unternehmerische Schritt – Risiken.

Lassen Sie mich ein einfaches Bild bemühen:

Sie, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, sind heute die Weichensteller. Ein „Weiter so“ wie bisher wird nicht ausreichen, um mittel- und langfristig erfolgreich zu sein. Es ist nach unserer Auffassung ein „Stehenbleiben“ – doch das ist in unserer heutigen rasanten Medienwelt keine Option und liefert für die Constantin Medien AG keine Zukunftsperspektive. Eine operativ gute Performance alleine wird nicht ausreichen, um die hohe Fremdvverschuldung deutlich zurückzuführen und dabei gleichzeitig auch noch die Kraft für weiteres Wachstum zu haben.

Wir, der Vorstand, wollen mit unserer Strategie dynamisch vorangehen. Es ist an der Zeit, dass unser Konzern einen großen strategischen Schritt nach vorne macht.

Auch muss Constantin Medien wieder zur Ruhe kommen. Dies ist auch ein Appell an Sie, liebe Aktionärinnen und Aktionäre – im Sinne unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die alle eine hervorragende Arbeit leisten.

Heute geht es nicht um Einzelinteressen. Heute geht es um den Blick für das Ganze. Es geht um die nach unserer Einschätzung langfristig beste und vielversprechendste Strategie für den Constantin Medien-Konzern. Die Überlegungen des Vorstands, die vom Aufsichtsrat einstimmig befürwortet werden, habe ich Ihnen ausführlich dargestellt. Wir stellen sie heute zur Abstimmung.

Wir haben die Chance, Umsatzrentabilität und Ertragskraft des Constantin Medien-Konzerns dauerhaft und nachhaltig zu steigern, wenn Sie – sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre – heute der neuen Strategie zustimmen.

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Chart 28: Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Chart 29: Ordentliche Hauptversammlung 2016