

Zwischenmitteilung des Vorstands der MME MOVIEMENT AG zum 15. Januar 2010 gemäß § 37x WpHG

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die deutsche Wirtschaft ist im Jahr 2009 zum ersten Mal seit sechs Jahren geschrumpft. Mit - 5,0% (2008: +1,3%) war der Rückgang des preisbereinigten Bruttoinlandsprodukts (BIP) so stark wie noch nie in der Nachkriegszeit. Dies ergaben erste Berechnungen des Statistischen Bundesamtes (Destatis). Der wirtschaftliche Einbruch fand hauptsächlich im Winterhalbjahr 2008/2009 statt. Im Jahresverlauf zeichnete sich eine leichte Stabilisierung der Wirtschaftsentwicklung auf dem neuen, niedrigen Niveau ab.

Bei den Werbeinvestitionen ist die Brutto-Netto-Schere 2009 offenbar wieder kräftig auseinandergegangen. Das legen jedenfalls die Jahreszahlen von Nielsen Media Research nahe. Wie das Hamburger Medien- und Werbeforschungsunternehmen bekannt gibt, sind die Brutto-Investitionen in klassische Kommunikation im Krisenjahr lediglich um 0,2 % auf rund 20,8 Milliarden Euro zurückgegangen. Laut Nielsen Media Research schloss der deutsche Bruttowerbemarkt im vierten Quartal - nach den Reduzierungen in den ersten beiden Quartalen und der Stagnation im dritten Quartal, mit einem deutlichen Plus von 5,1 % ab.

9,4 Milliarden Euro der Brutto-Investitionen flossen 2009 in TV-Werbung, das entspricht einem Wachstum von 2,9% gegenüber dem Vorjahr. Dagegen sind die für die Einnahmesituation der Sender relevanten Netto-Investitionen nach Branchenschätzungen um etwa 10% gesunken. Für das Jahr 2010 rechnet der ZENTRALVERBAND DER DEUTSCHEN WERBEWIRTSCHAFT ZAW E.V. mit einem deutlich abgeschwächten Minus der Netto-Werbeinnahmen der Medien von 3%.

Geschäftsverlauf

In den ersten vier Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2009/2010 konnte die MME MOVIEMENT insbesondere von den seriellen und teilweise über mehrere Jahre etablierten Programmen profitieren und die Grundauslastung des Produktionsbetriebes absichern. Hierzu gehören die daytime-Formaten bei Sat.1 - „Richterin Barbara Salesch“, „Zwei bei Kallwass“ und „Niedrig und Kuhnt“ - und seit September 2009 auch die neu eingestarteten täglichen Programme bei RTL „Familien im Brennpunkt“ und „Verdachtsfälle“. Seither hat RTL mit diesen Programmen die Marktführerschaft am Nachmittag eindrücklich zurück erobert. Die MME MOVIEMENT-Tochter filmpool hat mit diesem Erfolg ihre ursprüngliche Produzenten-Marktführerschaft am Nachmittag zurückerlangt und stellt derzeit fünf tägliche Programme her. Darüber hinaus produziert die white balance seit Oktober 2009 „Das Duell“. Die

ARD zeigt das von Florian Weber moderierte Quiz-Format täglich im Vorabendprogramm.

Im Abendprogramm zeigte RTL die 5. Staffel der MME-Produktion „Bauer sucht Frau“, die bis zu 8,56 Mio. Zuschauer und Marktanteile von bis zu 27,8% (14-49 Jahre) erreichte. Damit zählt „Bauer sucht Frau“ zu den erfolgreichsten RTL-Programmen 2009. Weitere Primetime-Erfolge konnte die MME MOVIEMENT mit der white balance-Produktion „Das StarQuiz“ (ARD) und der MME-Produktion „Die José Carreras Gala“ (ARD) verbuchen. Die Dreharbeiten zur neuen achteiligen fiktionalen Krimiserie „Countdown“ wurden im Dezember abgeschlossen. RTL strahlte die erste Folge am 14. Januar 2010 aus und erzielte einen erfreulich hohen Marktanteil von 19,6% (14 – 49 Jahre). Die filmpool-Produktion „Die Seele eines Mörders“ nach dem Roman von Batya Gur sahen 5,03 Mio. ZDF-Zuschauer.

Insgesamt ist das Marktumfeld weiterhin schwierig. Die Entwicklung des Werbemarktes und damit die Entwicklung der Einnahmesituation der TV-Sender hat nach wie vor eine geringe Visibilität. Dementsprechend ist das Beauftragungsverhalten der Sender unverändert sehr zurückhaltend.

Ausblick

Das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) sieht die Konjunktur nach dem Rückgang 2009 grundsätzlich wieder auf Erholungskurs. Die Wachstumsprognosen der Ökonomen reichen von 1,6% bis 2,3% beim realen Bruttoinlandsprodukt (BIP) für 2010. Allerdings wird es wohl weitere 4–5 Jahre dauern, bis die Volkswirtschaft wieder die Stärke des Jahres 2007 haben wird. Es besteht unverändert eine erhöhte Unsicherheit mit äußerst geringer Visibilität und dadurch ein erschwerter Rahmen für die Prognose.

MME MOVIEMENT erzielt ca. zwei Drittel seiner Umsatzerlöse mit werbefinanzierten Fernsehsendeanstalten. Aufgrund der ökonomischen Unsicherheiten verspüren diese Sender derzeit eine zurückhaltende Dispositionstätigkeit ihrer Werbekunden. Die äußerst geringe Visibilität bezogen auf die Einnahmesituation der großen Senderfamilien RTL-Gruppe und ProSiebenSat.1 führt in der Konsequenz zu einer zurückhaltenden Verhaltensweise bei der Beauftragung von Programmen, die neu zu produzieren sind. Aufgrund der Möglichkeit, Programmschienen durch verstärkte Ausstrahlung von Wiederholungen oder auch preisgünstiger Lizenzware ökonomischer zu gestalten, schlägt sich das veränderte Beauftragungsverhalten insbesondere negativ auf die deutsche Produktionsindustrie nieder.

Zwar ist es uns in den vergangenen Jahren gelungen, den Umsatzanteil bei den öffentlich-rechtlichen TV-Sendeanstalten sukzessive zu erhöhen und damit ein ausgewogeneres Kundenprofil zu erreichen. Dennoch

besteht umsatz- und ertragsmäßig unverändert eine hohe Abhängigkeit von den werbefinanzierten Sendern.

Unter Abwägung aller zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts vorliegenden Informationen nimmt der Vorstand die überwiegenden Unsicherheiten zum Anlass, von einer konkretisierten quantitativen Geschäftsprognose für das laufende Geschäftsjahr 2009/2010 Abstand zu nehmen, da die Unsicherheiten eine seriöse Vorschau nicht zulassen. Aufgrund von Preis- und Volumenkürzungen bei bestehenden seriellen Beauftragungen wird trotz interessanter und vielversprechender Neuentwicklungen allenfalls mit einer stagnierenden Umsatzentwicklung im Geschäftsjahr 2009/2010 gerechnet. Vorstand und Aufsichtsrat haben jedoch das Ziel, im laufenden Geschäftsjahr trotz aller Widrigkeiten eine operative EBITDA-Marge von mindestens 6% zu erwirtschaften.