



MME MOVIEMENT

Bilanzpressekonferenz/Analystenkonferenz

Berlin/Frankfurt, 5. April 2005

Inhalt

Seite

1. MME MOVIEMENT kurzgefasst	03
2. Marktumfeld und Rahmenbedingungen	06
3. Stärken im Markt	10
4. Das Geschäftsjahr 2004 in Zahlen	15
5. Ausblick	21

1. MME MOVIEMENT kurzgefasst

Deutschlands Spezialist für Entertainment

MME MOVIEMENT ...

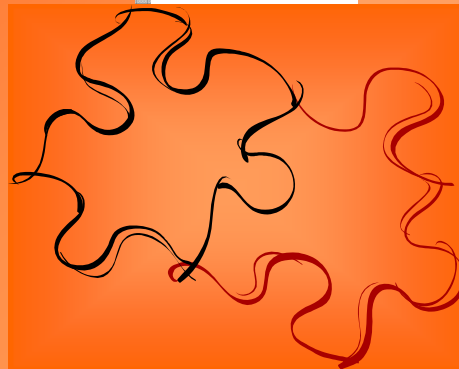
- ▶ ist einer der **führenden** Film- und Fernsehproduzenten in Deutschland
- ▶ produziert für alle **großen TV-Sender** in Deutschland
- ▶ konzentriert sich auf die Programmsparte **Entertainment** mit den Programmbereichen Fiction, Non-Fiction, Dokumentation und Show/Musik
- ▶ hat ein **stabiles Programmportfolio** mit sieben täglichen Sendungen, einer wöchentlichen Sendung und zwei Prime Time Serien
- ▶ stärkt Marktauftritt mit **Multi Label Strategie**: filmpool, MME Entertainment und AllMedia
- ▶ hat **ambitionierte** strategische Ziele und bietet **attraktive** Umsatz- und Ertragsperspektiven

Übernahme der moviement GmbH – perfekter strategischer Fit

MME AG:

MME GmbH

- Show/Musik
- Dokumentation
- Non-Fiction



moviement Gruppe:

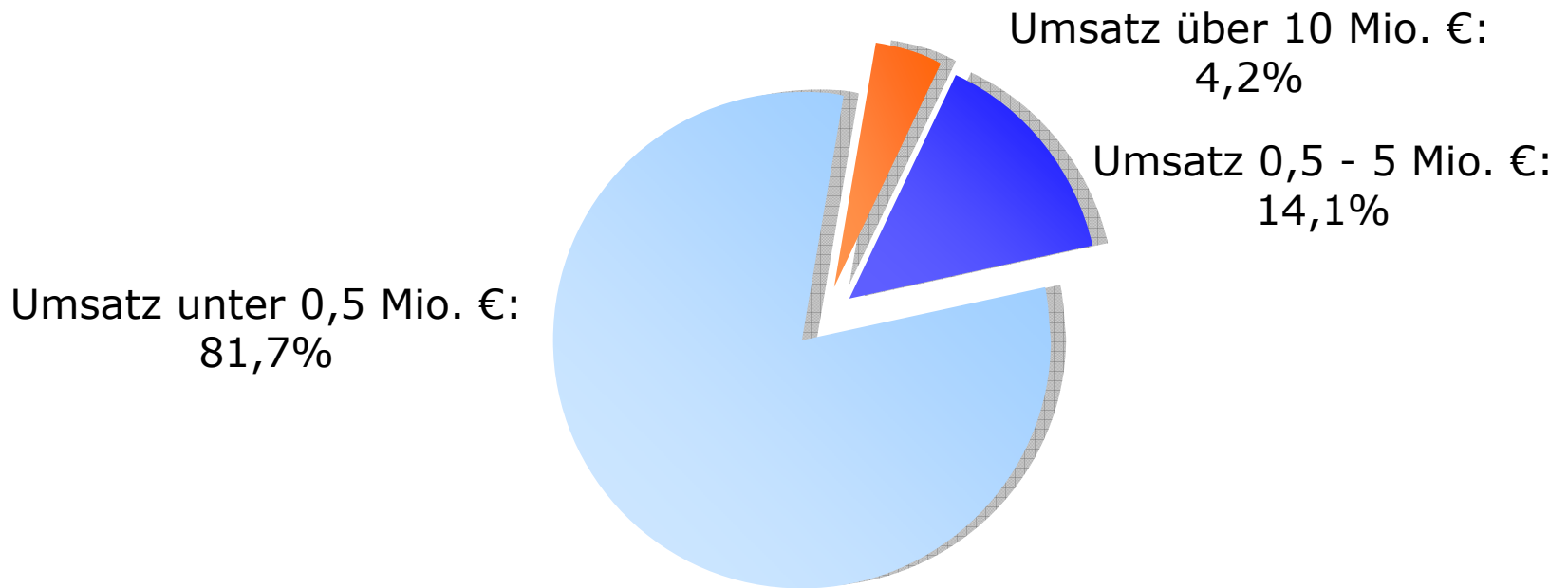
filmpool KG
AllMedia GmbH

- Non-Fiction
- Fiction

- Pro Forma Umsatz 2004: ca. 81 Mio. €
- Kaufpreis:
 - 22,7 Mio. € in bar (15,0 Mio. € Bankdarlehen, 7,7 Mio. € eigene Mittel)
 - 3,44 Mio. neue Aktien

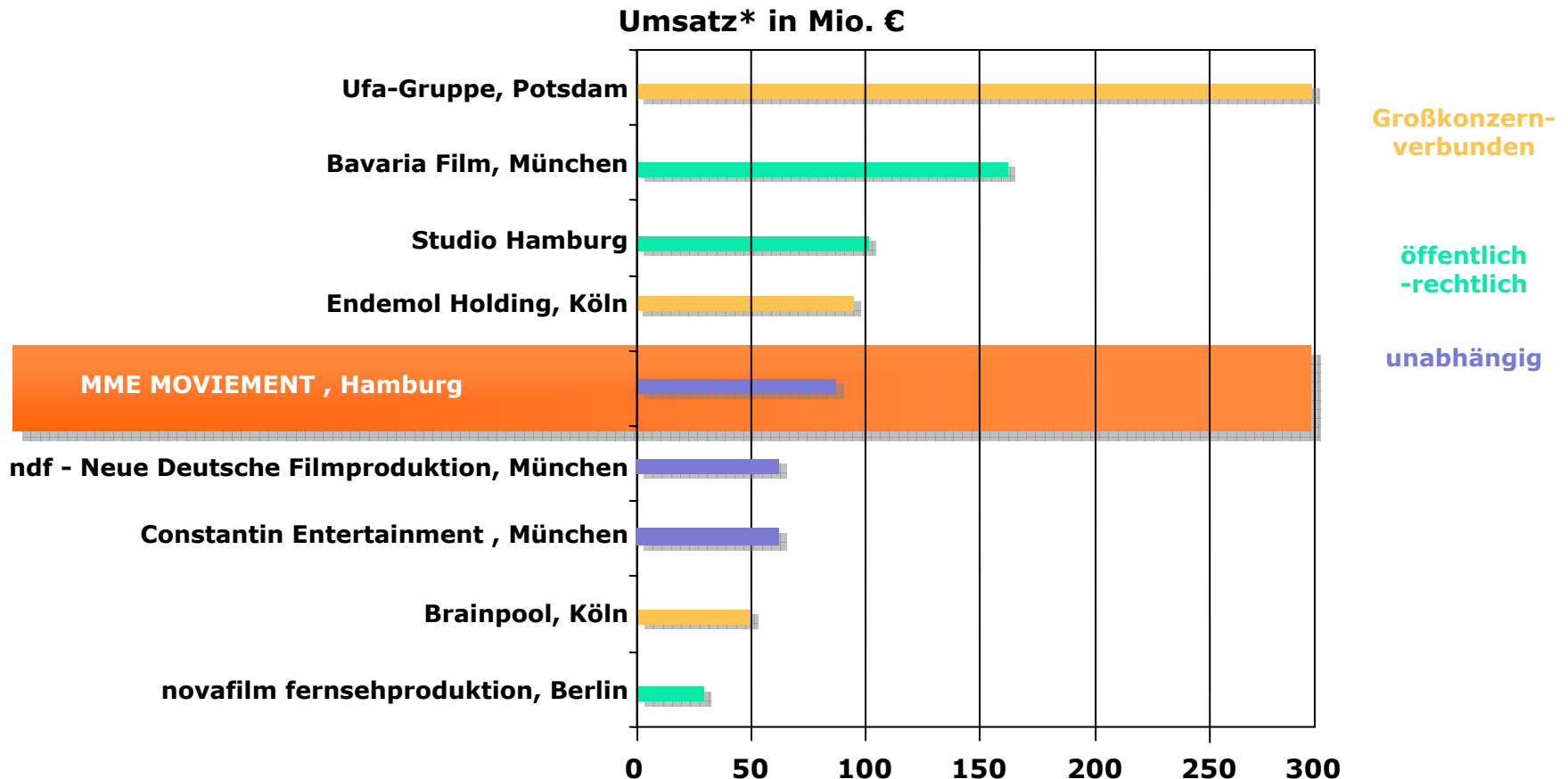
2. Marktumfeld und Rahmenbedingungen

TV-Produzenten in Deutschland – ein hochfragmentierter Markt



95% der deutschen unabhängigen Fernsehproduzenten erwirtschaften weniger als 5 Mio. € Umsatz pro Jahr

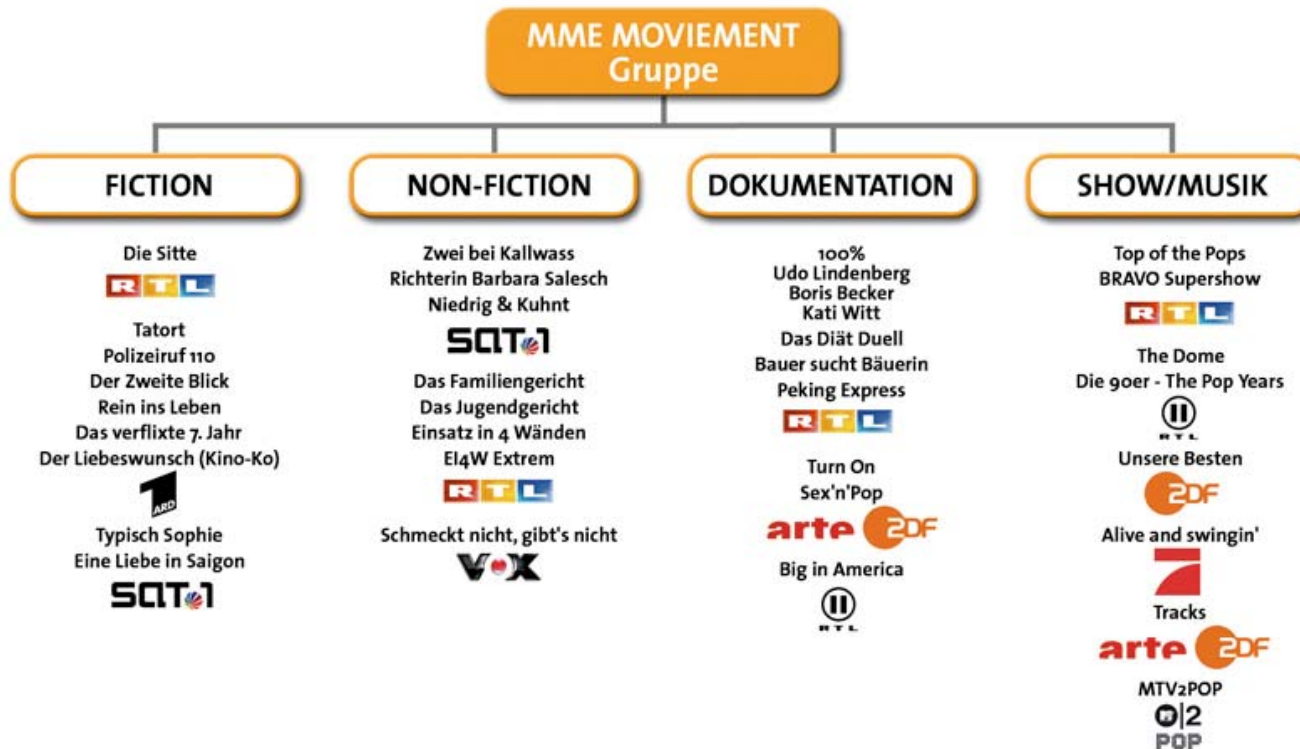
MME MOVIEMENT - größter unabhängiger TV-Produzent in Deutschland



*) Geschätzter Umsatz 2004

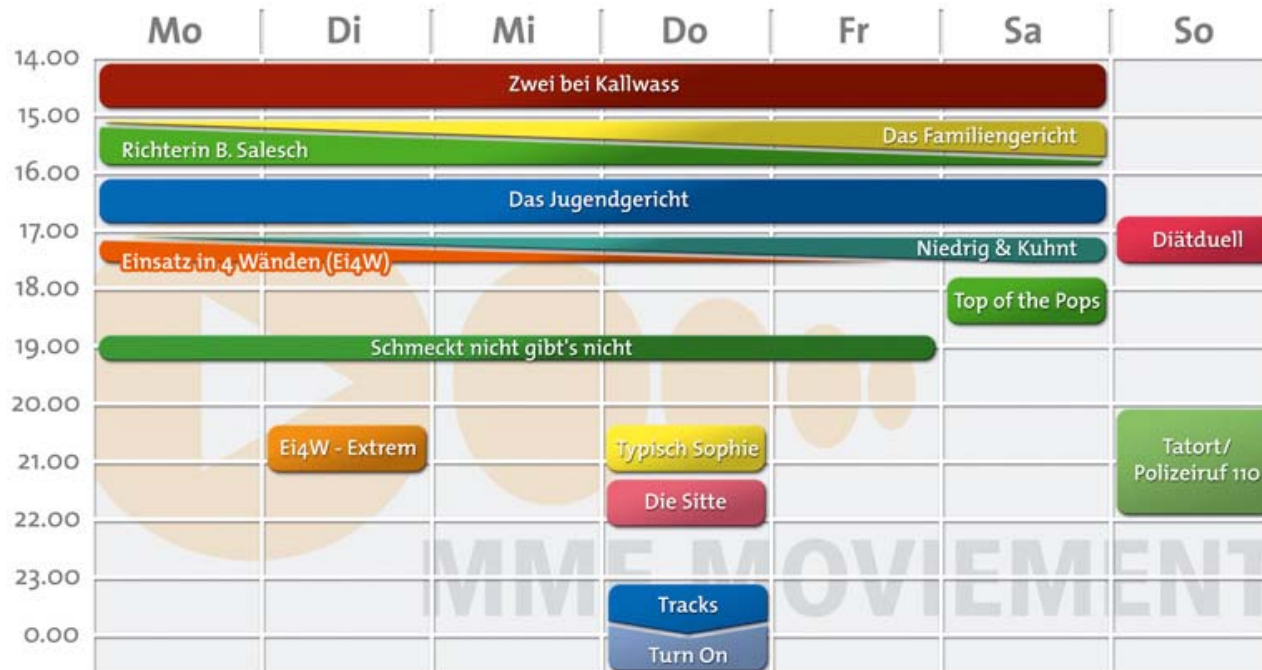
3. Stärken im Markt

Stärke: Breites Produkt- und Kundenportfolio



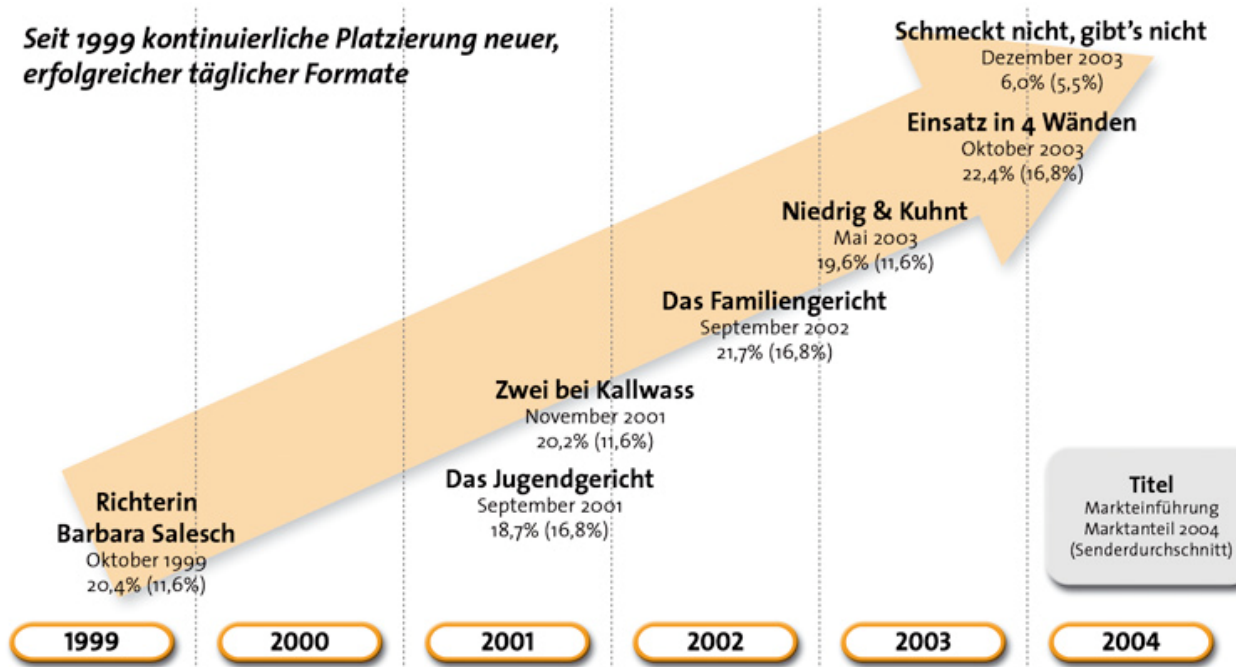
- Risikostreuung: maximal 10% des Umsatzes entfallen auf eine Produktion
- Vergleichsweise geringes finanzielles Risiko durch vorwiegende Tätigkeit als Auftragsproduzent
- MME MOVIEMENT ist mit allen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendergruppen im Geschäft

Stärke: Stabiles Geschäftsmodell



- Serielle Formate binden den Zuschauer an den Sender und schaffen Sehgewohnheiten
- MME MOVIEMENT produziert derzeit sieben werktägliche Sendungen und über 5 Stunden Programm pro Tag
- MME MOVIEMENT Formate liefern seit Jahren stabile und hohe Quoten
- Hohe Planungssicherheit für Sender und MME MOVIEMENT als Produzent

Stärke: Kreativität und Innovation



- Die Produktionsgesellschaften der Gruppe sind seit Jahren im deutschen Markt fest etabliert
- Vorstandsmitglieder und Führungskräfte verfügen über ein dichtes und belastbares Kontakt Netzwerk zu Entscheidungsträgern bei den Sendern sowie zu Autoren, Regisseuren und Darstellern

4. Das Geschäftsjahr 2004 in Zahlen

MME MOVIEMENT erreicht Umsatz- und Ertragsziele in vollem Umfang

- pro forma* -

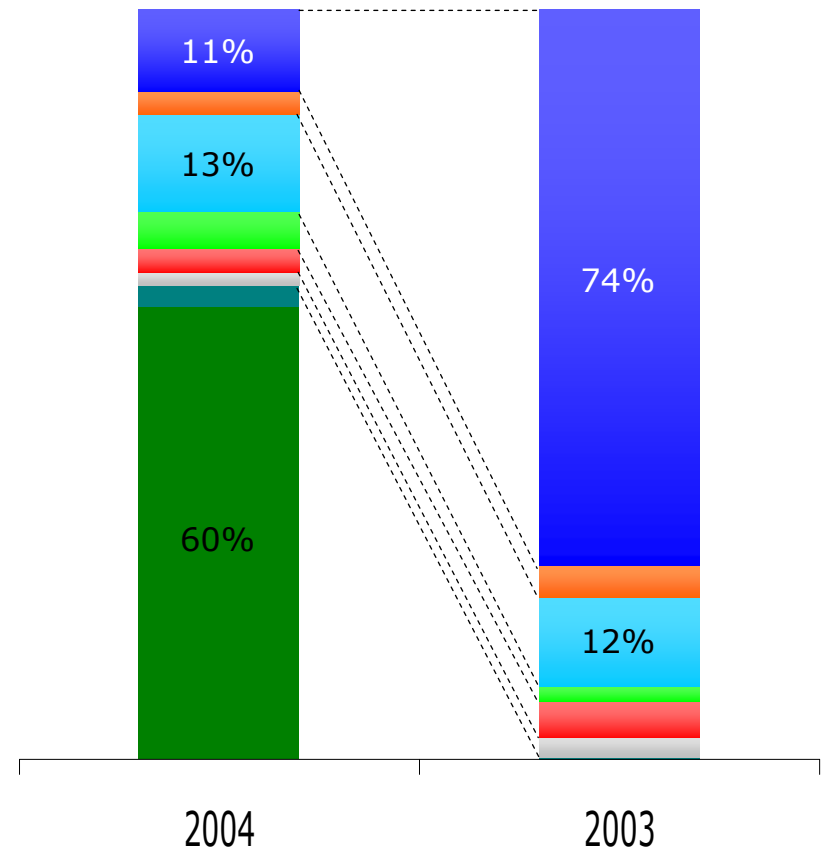
- Umsatz 80,9 Mio. €
> MME MOVIEMENT ist durch die Übernahme der moviement GmbH in eine neue Dimension gewachsen
- EBITDA 7,6 Mio. €
> Ergebnisziel voll erreicht
- EBITDA-Rendite 9,4%
- Jahresüberschuss 3,2 Mio. €
- Ergebnis pro Aktie 0,31 € (bei 10,45 Mio. Aktien zum 31. Dezember 2004)

Ergebnisentwicklung im Konzern: Umsatz- und Ergebnissprung

1.1.-31.12.2004 [Mio. €]	2004 pro forma		2004		2003	
<i>Umsatz</i>	80,9	100%	50,8	100%	17,5	100%
Gesamtleistung	83,8	104%	52,9	104%	19,2	110%
Materialaufwand	-66,9	83%	-42,0	83%	-12,2	70%
Personalaufwand	-5,9	7%	-3,5	7%	-3,4	19%
Sonst. betriebl. Aufw.	-3,5	4%	-2,7	5%	-2,4	14%
<i>EBITDA</i>	7,6	9%	4,7	9%	1,3	7%
Abschreibungen	-2,4	3%	-2,3	5%	-0,5	3%
<i>EBIT</i>	5,1	6%	2,3	5%	0,8	5%
<i>Jahresüberschuss</i>	3,2	4%	1,6	3%	0,6	3%
Ergebnis pro Aktie [€]	0,31		0,20		0,08	
Aktien [Mio. Stück]	10,45		8,14		7,38	

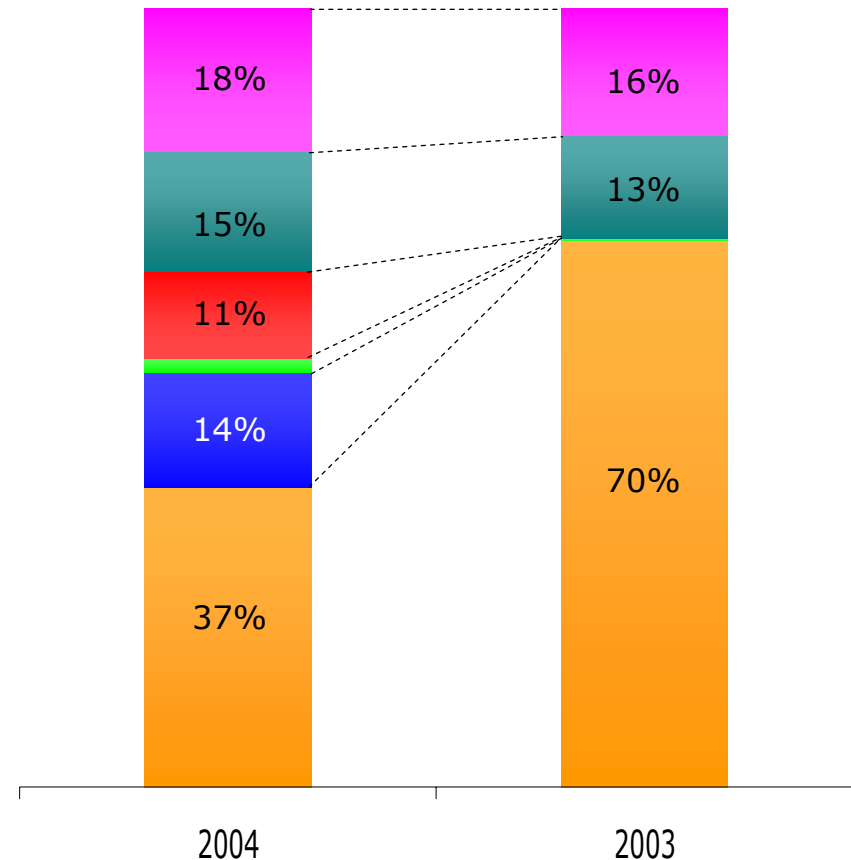
Vermögenslage - Aktiva

[Mio. €]	2004	2003
Liquide Mittel	6,0	9,1
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	1,8	0,5
Forderungen aus LuL	7,2	1,4
Vorräte	2,7	0,2
Latente Steuern	1,7	0,6
Sonstige langfristige Vermögenswerte	0,9	0,3
Immaterielle Vermögenswerte	1,6	0,04
Geschäfts- oder Firmenwert	33,5	0
Bilanzsumme	55,5	12,2

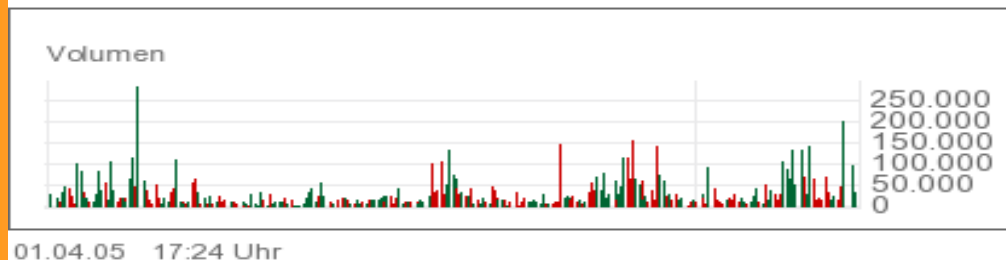


Vermögenslage - Passiva

[Mio. €]	2004	2003
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	11,8	2,0
Verbindlichkeiten aus LuL	8,1	1,6
Kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	5,9	0
Latente Steuern	1,0	0
Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	8,0	0
Eigenkapital	20,5	8,5
Bilanzsumme	55,5	12,2



Die Aktie: Über 300% Kursgewinn vom 1. Januar 2004 bis zum 1. April 2005



- Grundkapital zum 31.12.2005: 11.090.000 €
- Eigene Aktien: 642.895
- Im Umlauf befindliche Aktien zum 31.12.2005: 10.447.105 Stück

5. Ausblick

Marktentwicklung: Maximal leichtes Wachstum im Kernmarkt und mögliche Dynamik in Nebenmärkten

- Erwartetes Wachstum für den deutschen TV-Werbemarkt 2005 liegt bei 0 – 2%. Damit vermutlich maximal nur leichtes Wachstum im deutschen TV-Produktionsmarkt
- Abnehmerstruktur (Oligopol) wirkt weiterhin als Treiber für Preisdruck und Marktkonsolidierung
- Neue Vertriebskanäle durch Digitalisierung (Spartenkanäle, Mobile-Services, On-Demand-Services, IP-TV). Steigende Programmnachfrage bei wachsender Akzeptanz dieser Kanäle erwartet
- Kapitalmarkt hat stabile Wachstumswerte im Medienbereich wieder entdeckt

MME MOVIEMENT Strategie: Fokus auf das Kerngeschäft, Beobachtung der Nebenmärkte

- Ausbau des Kerngeschäftes:
 - Bestehende Sendeplätze durch Formatpflege halten
 - Innovative Formate auf neuen Sendeplätzen und bei neuen Kunden platzieren
 - Nebenrechte bzw. Erlösbeteiligungen bei neuen Formaten sichern
 - Programm- und Kundenportfolio durch strategische Akquisitionen ausbauen: Firmen, Formate, Köpfe
- Chancen neuer Märkte vorsichtig nutzen:
 - Internationales Geschäft über Ein- und Verkauf von Formatlizenzen auf- und ausbauen (z. B. Sparks Network)
 - Inhalte für digitale Vertriebswege produzieren und mit Partnern kooperieren

Ausbau des Kerngeschäfts: strategische Ziele für 2005 „on track“

- Halten der Sendeplätze: Alle täglichen und wöchentlichen Formate werden in 2005 fortgeführt
- Ausbau Prime Time:
 - Dritte Staffel der Prime Time Serie „Die Sitte“ (RTL)
 - Zweite Staffel der Prime Time Serie „Typisch Sophie“ (SAT.1)
 - Einsatz in 4 Wänden – Extrem (RTL)
- Ausbau Kunden:
 - ZDF: Fun Factory
 - Pro7: Alive and Swingin`
- Innovative Formate:
 - Bauer sucht Bäuerin (RTL)
 - Big in America – Die Chance deines Lebens (RTL II, VIVA)

Innovative Formate ...



»Bauer sucht Bäuerin« (RTL)

MME GmbH | Dokusoap
Prime-Time

8 Folgen
Ausstrahlung geplant: ab Herbst 2005



»Big in America – Die Chance Deines Lebens« (RTL2)

MME GmbH | Musik-Doku-Soap
Access-Prime-Time

14 Folgen
Ausstrahlung geplant: Frühjahr 2005

... Prime Time Formate ...



»ALIVE AND SWINGIN'« (ProSieben)

MME GmbH | Event-Show
Sa 20:15-22:15 Uhr

A Tribute to the Rat-Pack
Ausstrahlung: 7. Mai 2005
Cast: Rea, Sasha, Xavier Naidoo, Michael Mittermeier u.a.
Einzelevent



»Einsatz in 4 Wänden Extrem« (RTL)

MME GmbH | Decotainment-Show
Prime-Time

Ausstrahlung geplant: ab Herbst 2005

... und Dokumentationen



»Turn on« (arte)

MME GmbH | Dokumentation – Reihe
Late-Prime-Time

5 Folgen
Ausstrahlung geplant: Juli 2005



»100%« (RTL)

MME GmbH | mehrteilige Dokumentation - Reihe
Sa 22:15-23:15 Uhr

„Nena“; „Udo Lindenberg“; „Katharina Witt“; „Boris Becker“ u.a.

Ausstrahlung „Nena“: 3. April 2004
Durchschnittlicher Marktanteil in der Zielgruppe (14-49J.): 26,2%
Ausstrahlung „Udo Lindenberg“: 9. April 2005

Planung 2005: Leichtes Umsatzwachstum und überproportionales Ergebniswachstum

- Voraussetzungen:
 - Fortsetzung aller seriellen Formate über das Gesamtjahr 2005
 - Platzierung von neuen Formaten
 - Zumindest unveränderte Rahmenbedingungen, insbesondere Stabilität bei den Werbeeinnahmen
- Planung:
 - Organisches Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Prozentbereich
 - EBITDA und EBIT wachsen im Vergleich zum Umsatz überproportional
- Basis:
 - Pro forma Umsatz, EBITDA und EBIT 2004

**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!**