

Close Brothers Seydler Medientage Frankfurt, 27. September 2006



MME MOVIEMENT



1. MME MOVIEMENT im Überblick	03
2. Das 1. Halbjahr 2006	09
3. Strategie und Ausblick 2006	18
4. Anhang	24



1. MME MOVIEMENT im Überblick

Investment Case MME MOVIEMENT

- ▶ **Strategische Positionierung:** MME MOVIEMENT ist ein führender Bewegtbild-Inhalte-Anbieter im zweitgrößten Fernsehmarkt der Welt
- ▶ **Technologischer Wandel:** Digitalisierung ist Realität und treibt neue Vertriebskanäle und Geschäftsmodelle
- ▶ **Deregulierung:** Unabhängigkeit der MME MOVIEMENT stärkt Marktposition bei zukünftiger Entzerrung öffentlich-rechtlicher Strukturen
- ▶ **Management:** Erfahrenes Team mit umfassenden Kompetenzen in Strategie, Programm, Unternehmensentwicklung und Corporate Finance
- ▶ **Bilanz:** Solide Bilanzstruktur mit 51% Eigenkapital (30.6.2006) und net debt/EBITDA < 1,5 (31.12.2005)
- ▶ **Ertrag:** Nachhaltige Ertragskraft, EBITDA-Margen von bis zu 10% möglich
- ▶ **Aktie:** 57% free float, Coverage durch DZ-Bank, Berenberg, M. M. Warburg und First Berlin, aktive IR-Arbeit

Deutschlands Spezialist für Entertainment

MME MOVIEMENT ...

- ▶ ist der **größte sender- und konzernunabhängige** Film- und Fernsehproduzent in Deutschland
- ▶ konzentriert sich auf die Programmsparte **Entertainment**
- ▶ produziert für alle **großen TV-Sender** in Deutschland
- ▶ hat den Fokus auf **seriellen Formaten**
- ▶ stärkt Marktauftritt mit **Multi Label Strategie**: AllMedia, filmpool, Lunet, MME Entertainment und white balance
- ▶ erzielt mehr als 85 Mio. Euro Umsatz und ist **nachhaltig profitabel**

MME MOVIEMENT agiert in einem fragmentierten Marktumfeld

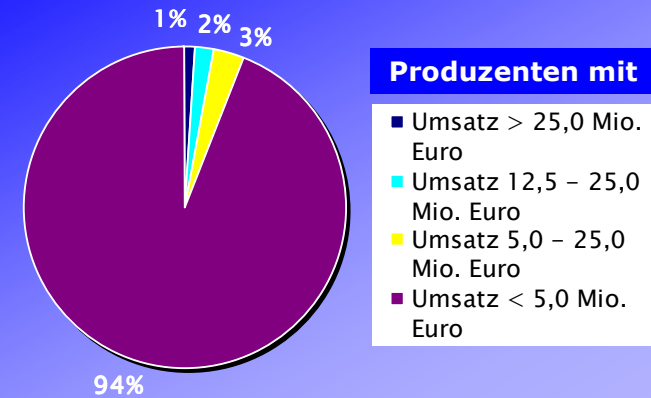
Der deutsche TV-Produktionsmarkt

Umsatz 2005 [Mio. Euro]

Ufa/Bertelsmann	320	
Studio Hamburg	290	
Bavaria	200	
MME MOVIEMENT	88	
Endemol	83	
Constantin	60	
Brainpool/Viacom	50	
ndF	45	
Odeon Film	40	

■ Öffentlich-rechtlich
■ Konzernverbund
■ unabhängig

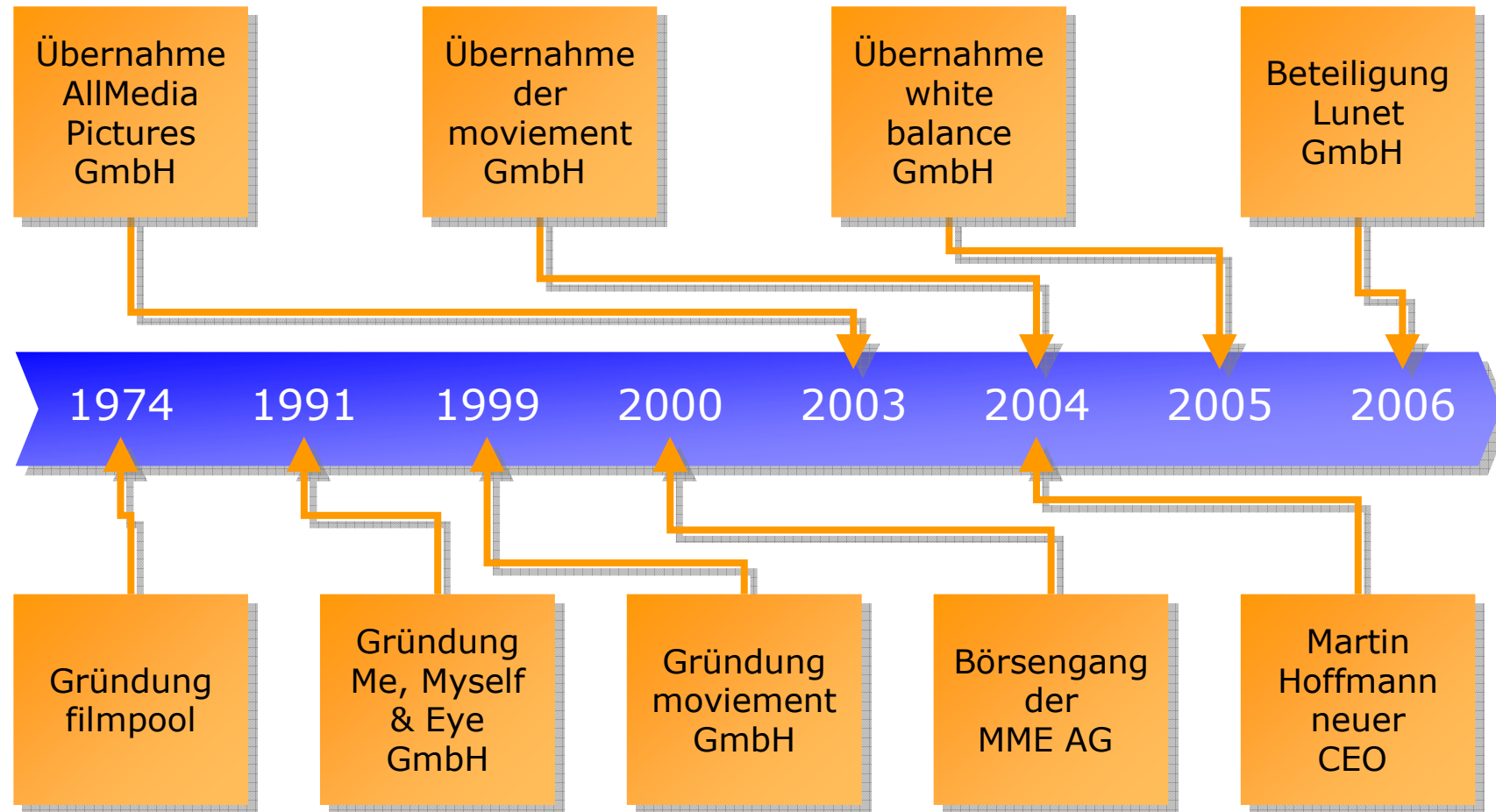
Fragmentierte Strukturen



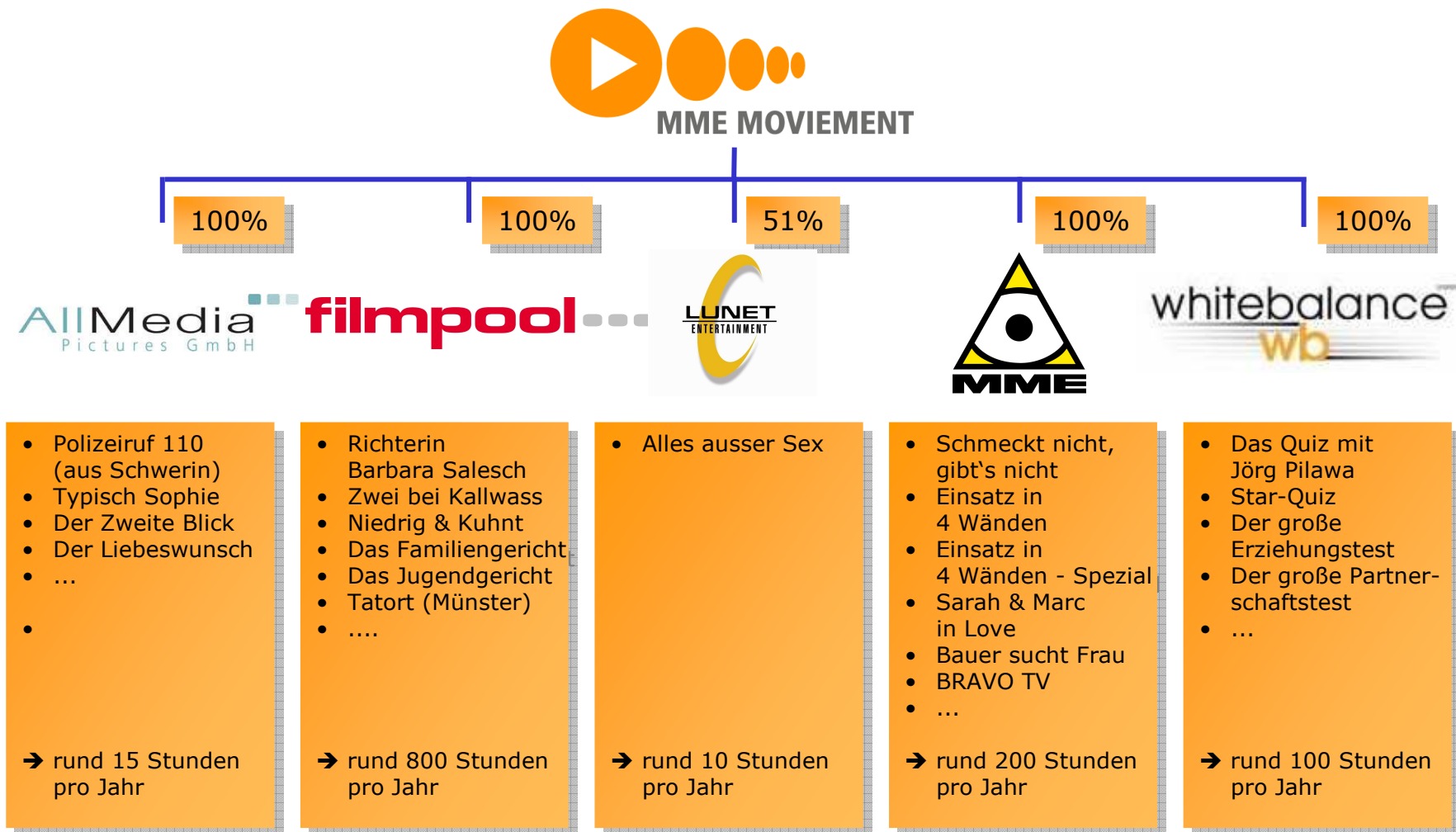
„ Durch den Zusammenschluss (MME und moviement) entsteht einer der größten unabhängigen Produzenten in Deutschland. Das Unternehmen kann allen Sendern alle Programmfarben der TV-Unterhaltung bieten. //

Martin Hoffmann
Vorstandsvorsitzender MME MOVIEMENT
September 2004

Langjährige Erfahrung im TV-Produktionsgeschäft



Fünf Produzentenmarken und eine jährliche Produktionsleistung von über 1.000 Stunden





2. Das 1. Halbjahr 2006

Strategie im 1. Halbjahr 2006 erfolgreich weiter verfolgt

Bestehende
Sendeplätze
halten



Senderversorgung bis Ende 2006 für alle täglichen Formate beauftragt

Innovative
Formate
platzieren



- „Wie alt bist du wirklich?“ - Der ultimative Test mit Jörg Pilawa
- „Unser neues Leben“ - Umzugs-Doku-Soap
- „Frank – der Weddingplaner“

Programmportfolio
ausbauen



- Dieter Wedel und der Produzent Jürgen Kriwitz produzieren ab 2006 fiktionale Formate unter dem Dach der AllMedia Pictures
- MME MOVIEMENT beteiligt sich im April 2006 mit 51% an der Lunet Entertainment GmbH









Chancen neuer
Märkte nutzen



- Pilotierung des ersten Handykrimis Deutschlands mit Niedrig & Kuhnt erfolgreich
- First-Look-Agreement mit Globomedia (Spanien) abgeschlossen

Ausbau des Kunden- und Programmportfolios erfolgreich vorangetrieben

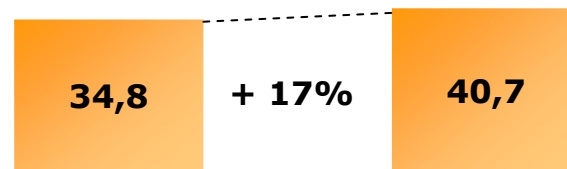
Ausgewählte Produktionsstarts im ersten Halbjahr 2006

	Fiction	Non-Fiction	Dokumentation	Show/Musik
	<p>P110-Traumtod</p> <p>Nur ohne meine Mutter</p>			<p>Wie alt bist Du wirklich?</p> <p>Frag` doch mal die Maus</p>
	<p>Mein alter Freund Fritz</p>			
	<p>Alles außer Sex II</p>	<p>Frank der Weddingplaner</p>		
		<p>Bauer sucht Frau II</p>	<p>100% Dieter Bohlen</p>	
		<p>Unser neues Leben</p>		
 		<p>Big in America II</p>		
		<p>Love is blind</p>		

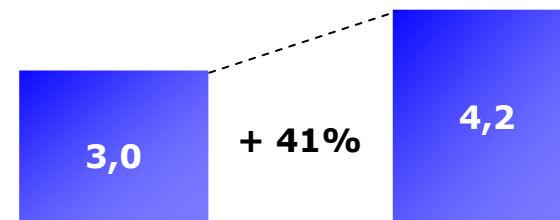
Umsatz und Ergebnis im 1. Halbjahr 2006 deutlich gesteigert

Vergleich 1. Halbjahr 2005/1. Halbjahr 2006

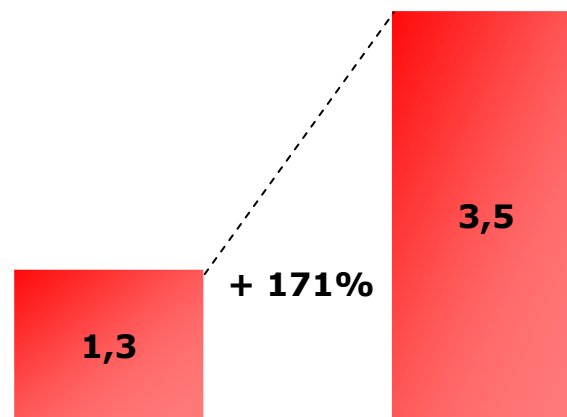
Umsatz
[Mio. Euro]



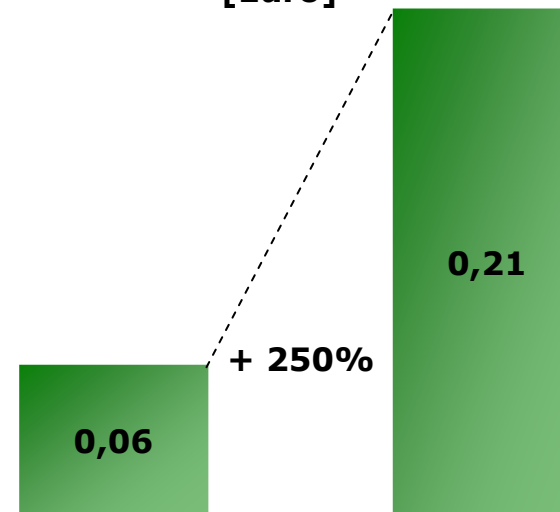
EBITDA
[Mio. Euro]



EBIT
[Mio. Euro]



Gewinn je Aktie
[Euro]



Eigenkapitalquote jetzt bei 51%; Bilanzsumme um 2,1% reduziert

- Wesentliche Bilanzpositionen der Konzernbilanz (IFRS) -

Aktiv

[Mio. Euro]	30.06. 2005	31.12. 2005
Langfristige Vermögenswerte	41,22	40,75
- davon Geschäfts- oder Firmenwert	38,26	38,08
Kurzfristige Vermögenswerte	19,78	21,54
- davon Zahlungsmittel und Zahlungsmittel-äquivalente	5,37	7,68
Bilanzsumme	61,0	62,29

Passiv

[Mio. Euro]	30.06. 2005	31.12. 2005
Eigenkapital	30,92	28,6
Langfristige Schulden	6,97	9,63
- davon Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	5,25	7,25
Kurzfristige Schulden	23,11	24,06
- davon Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	5,82	5,34
Bilanzsumme	61,0	62,29

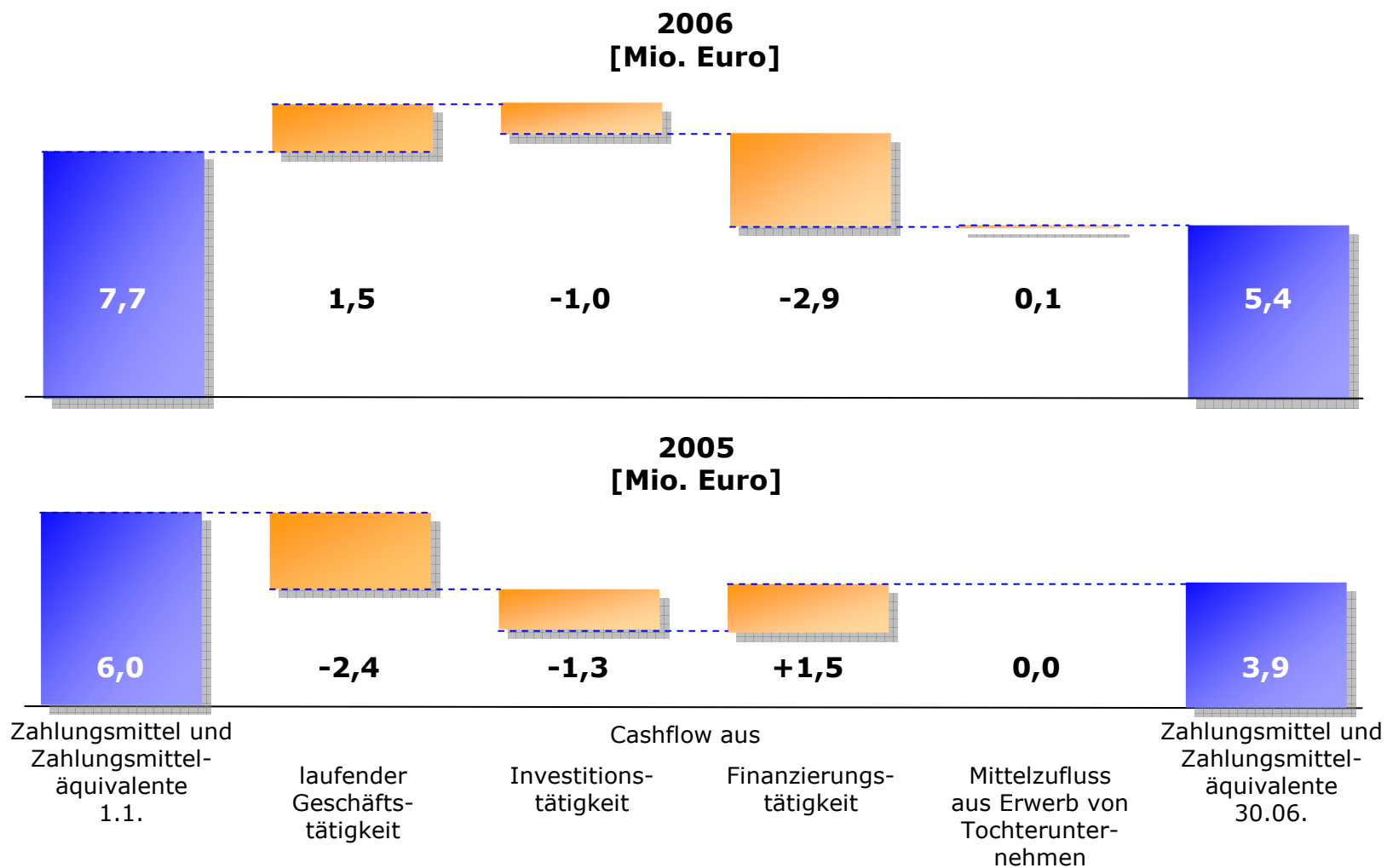
Umsatz 40,7 Mio. Euro; EBITDA-Marge 10%

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (IFRS)- Wesentliche Positionen

[Mio. Euro]	1.1.- 30.06. 2006		1.1. – 30.06. 2005	
<i>Umsatz</i>	40,7	100%	34,8	100%
Materialaufwand	-33,0	-81%	-29,9	-86%
Personalaufwand	-3,6	-9%	-3,1	-9%
Sonst. betriebl. Aufw.	-2,0	-5%	-2,0	-6%
<i>EBITDA</i>	4,2	10%	3,0	8%
Abschreibungen	-0,6	-2%	-1,6	-5%
<i>EBIT</i>	3,6	9%	1,3	4%
<i>Jahresüberschuss</i>	2,3	6%	0,6	2%
Ergebnis pro Aktie ¹ [Euro]	0,21		0,06	
Aktien ¹ [Mio. Stück]	11,18		10,69	

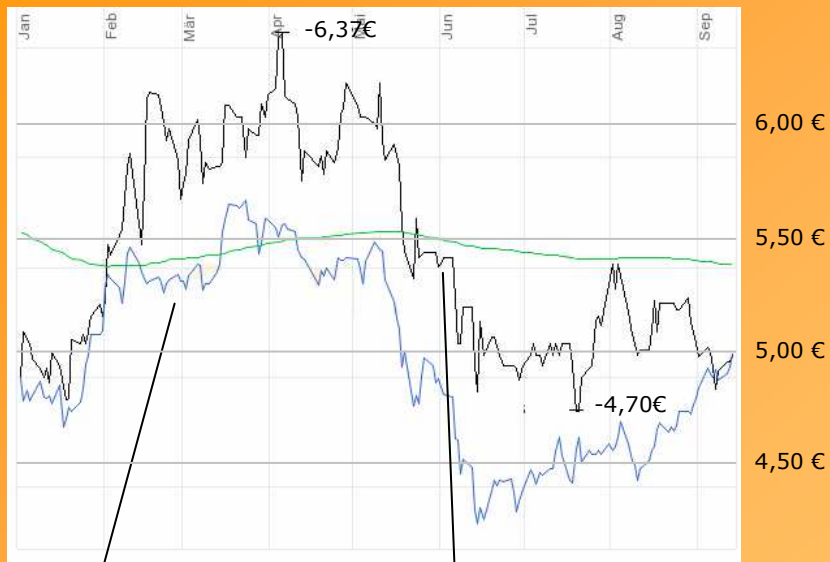
1) unverwässert

Cashflow 1. Halbjahr 2006 und 1. Halbjahr 2005



Die MME MOVIEMENT Aktie

Xetra Schlusskurse 1.1.2005 – 13.9.2006



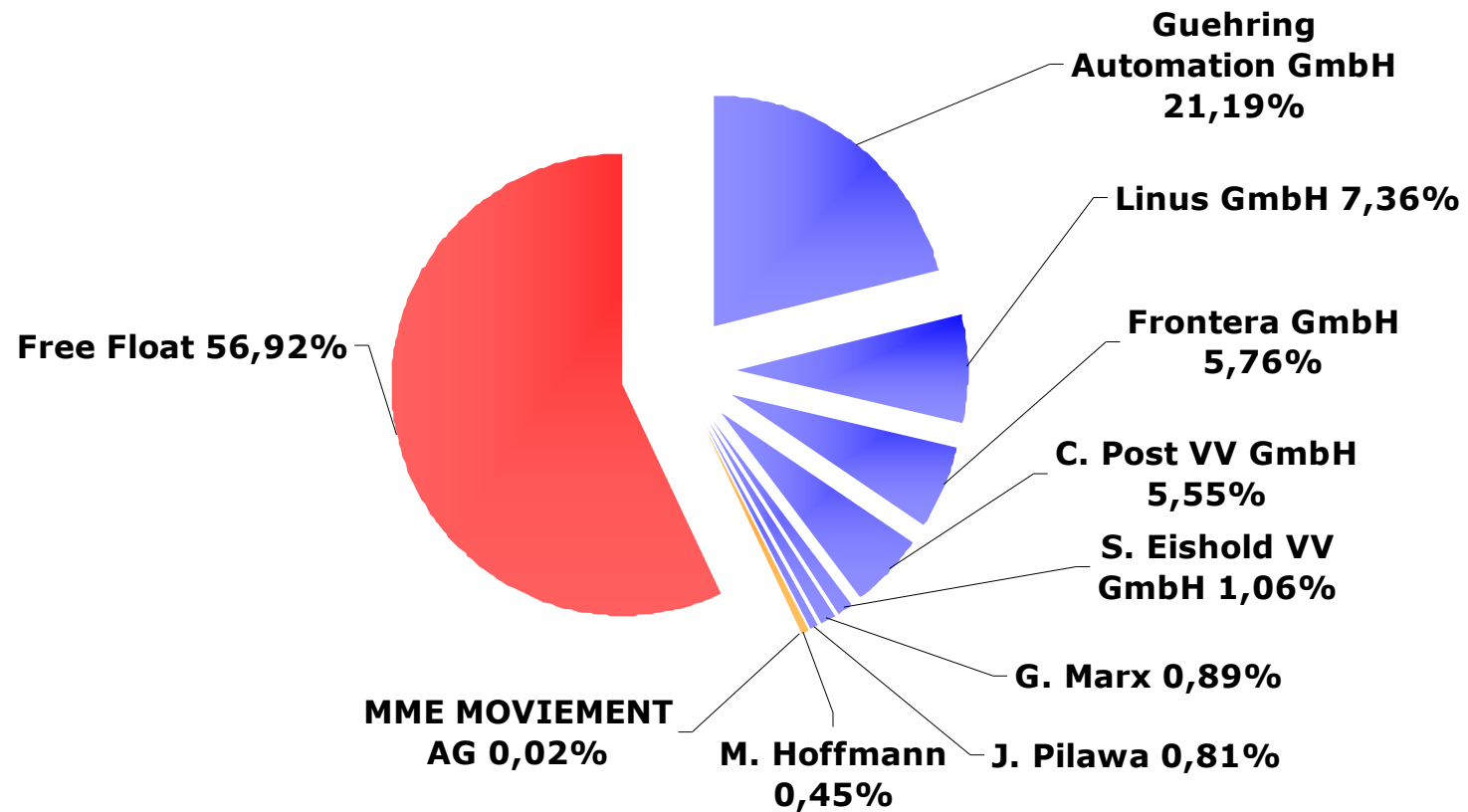
MME MOVIEMENT (200 Tage Linie)

PRIME MEDIA PERFORMANCE INDEX

Eckdaten zur Aktie

ISIN:	DE0005761159
WKN:	576115
Symbol:	MME
Reuters:	MMEG
Bloomberg:	MME GY
Aktientyp:	Nennwertlose Stückaktie
Grundkapital:	11.180.909 Aktien
Markt- kapitalisierung:	ca. 60 Mio. Euro
Durchschnittlicher XETRA-Umsatz:	ca.32.000 Stück pro Tag
Designated Sponsor:	Close Brothers Seydler AG

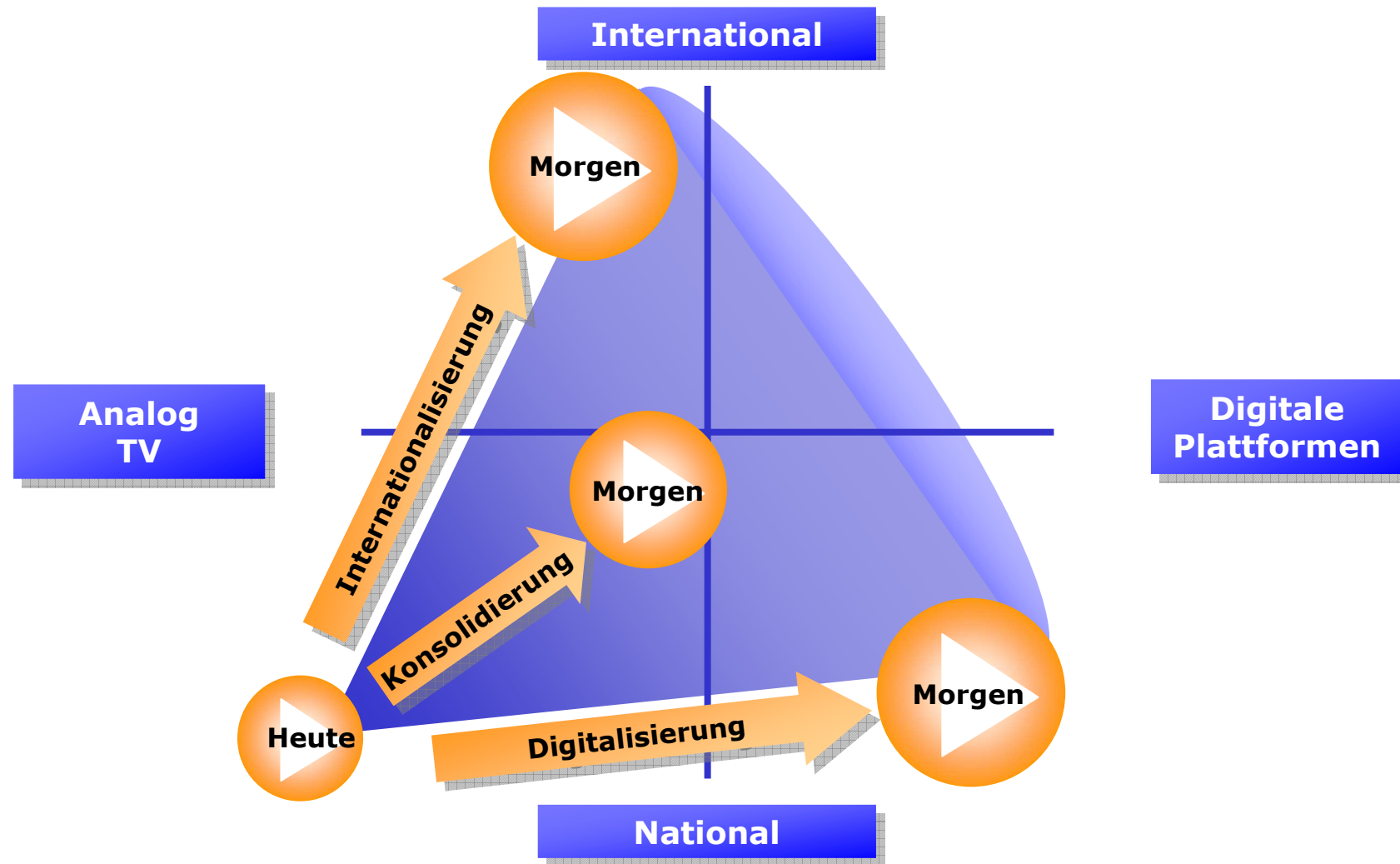
Aktionärsstruktur: 57% Free Float





3. Strategie und Ausblick 2006

Wachstums Optionen: Konsolidierung, Internationalisierung, Medienkonvergenz



Spanien, Großbritannien und Osteuropa biete gute Voraussetzungen für Internationalisierung

Großbritannien

- Urheberrechte der Produzenten gesetzlich abgesichert
- Hohe Exportquote von TV-Produktionen
- Vereinfachter Zugang zu englischsprachigen Märkten
- Ausgeprägtes Verständnis von Medienunternehmen im Kapitalmarkt
- Vergleichsweise hohe Bewertung von notierten Medienunternehmen

Spanien

- Vereinfachter Zugang zu spanischsprachigen Märkten
- Dynamischer TV-Markt mit hohen Zuwachsraten
- Hoher Anteil an neuen, innovativen TV-Produkten
- Produzentenlandschaft hat unter finanzwirtschaftlichen Aspekten Potential

Skandinavien

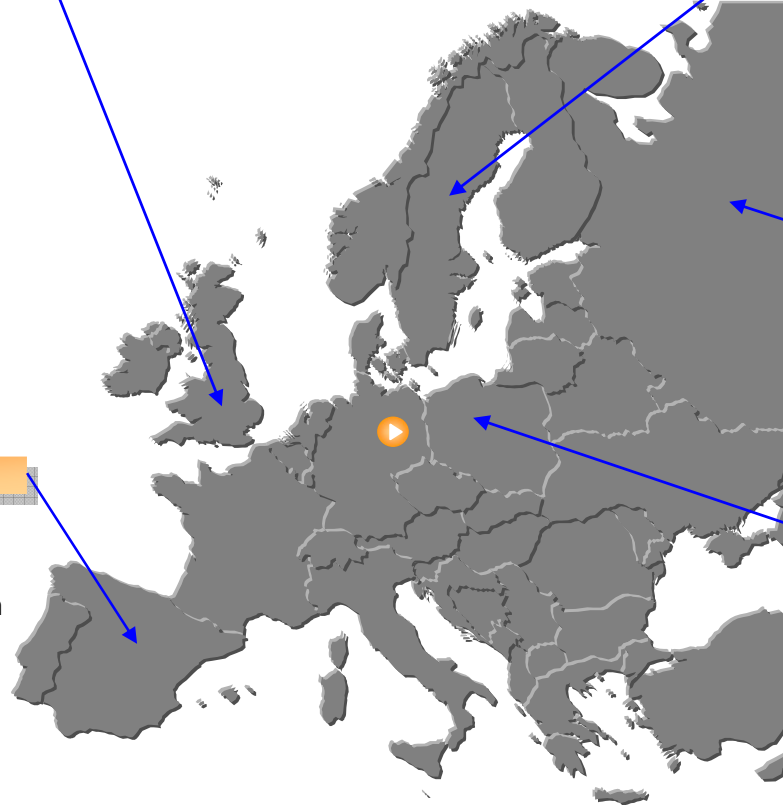
- Vergleichsweise kleiner, aber innovativer Markt
- Vergleichsweise hoher Exportanteil bei TV-Produktionen

Russland

- Stark wachsender TV-Markt
- Laufende Etablierung von regionalen Sendern
- Wachsende Konsumkraft der Ballungsräume zieht werbetreibende Industrie an

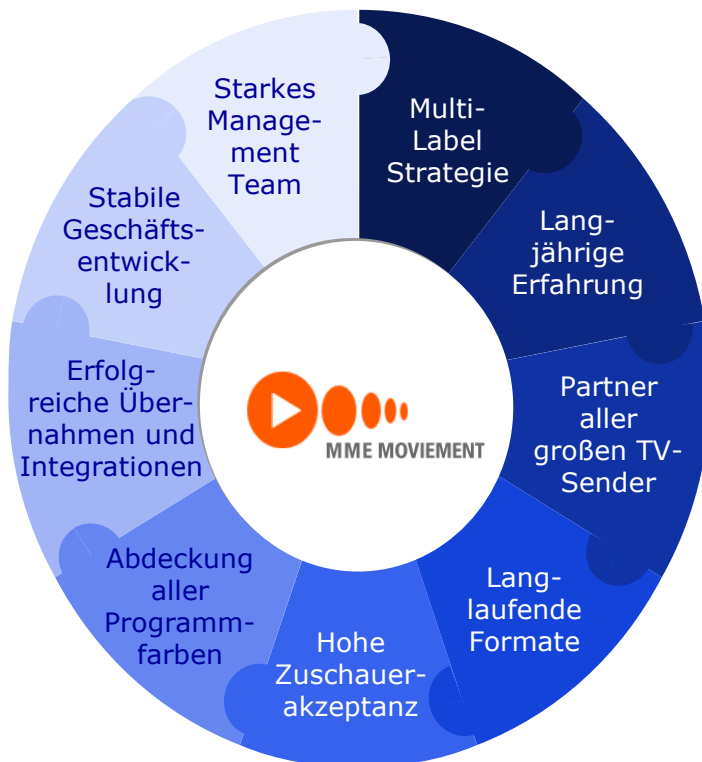
Polen

- Rundfunksysteme im Umbruch
- Zunehmende Etablierung von Privatsendern
- Steigende Nachfrage nach Inhalten
- Räumliche Nähe zu Deutschland ermöglicht grenzüberschreitende Produktionen



Umsetzung der Strategie erfolgt auf Basis etablierter Wettbewerbsvorteile

Wettbewerbsvorteile

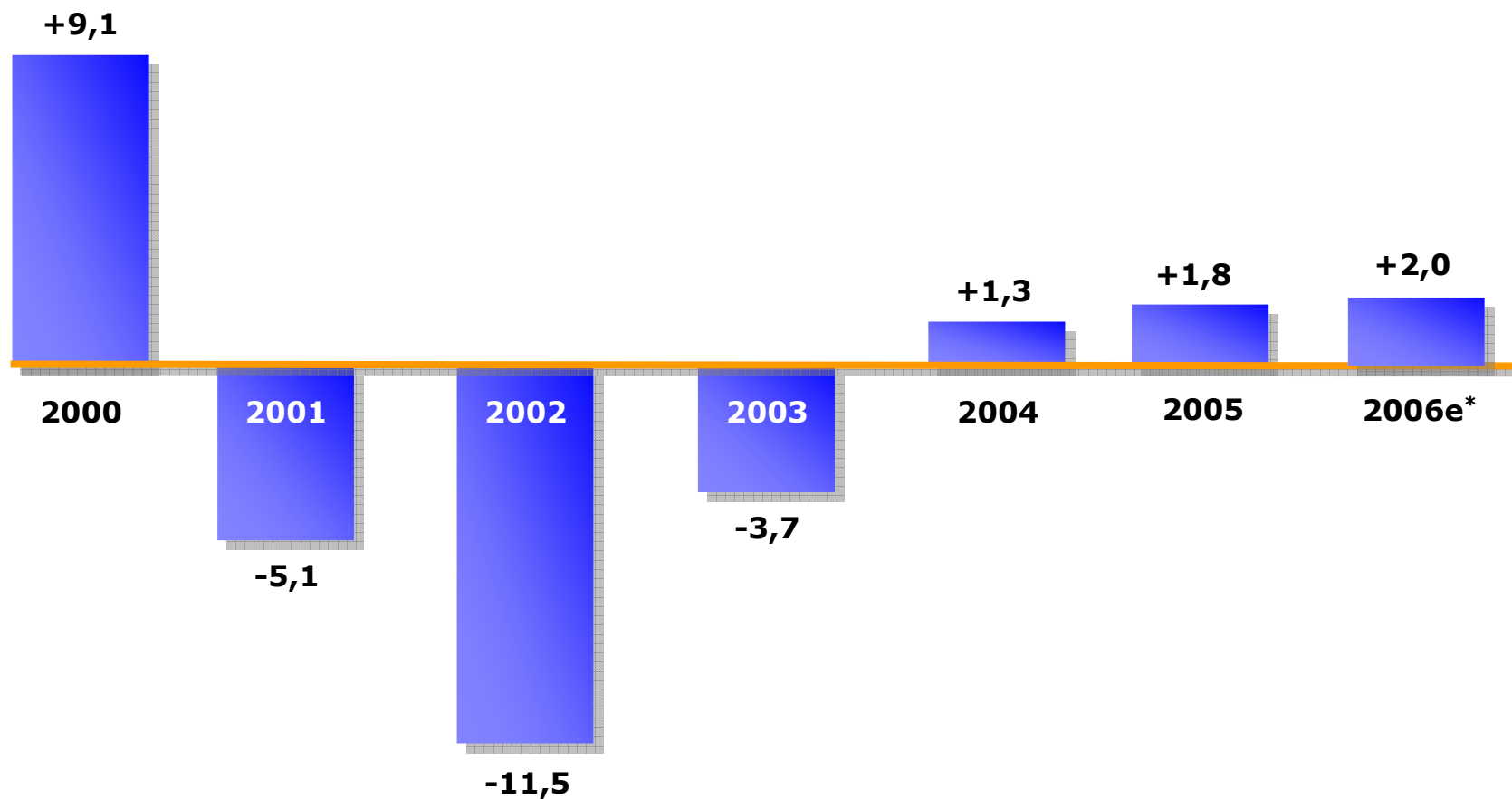


Strategie

- Ausbau des Kerngeschäfts:
 - Bestehende Sendepplätze durch Formatpflege halten
 - Innovative Formate auf neuen Sendepplätzen und bei neuen Kunden platzieren
 - Nebenrechte bzw. Erlösbeteiligungen bei neuen Formaten sichern
 - Ausbau des Programm- und Kundenportfolios durch strategische Zukäufe: Köpfe, Formate, Firmen
- Chancen neuer Märkte vorsichtig nutzen:
 - Internationales Geschäft über Ein- und Verkauf von Formatlizenzen auf- und ausbauen
 - Inhalte für digitale Vertriebswege (TV, Mobile, Internet) produzieren und mit Partnern kooperieren

Wieder steigende Netto-Werbeinnahmen bei den TV-Sendern für 2006 erwartet

Veränderung der Netto-Werbeinnahmen zum Vorjahr in Prozent



Quelle: ZAW, *Schätzung ProSiebenSat.1 Media AG

Prognose 2006: Umsatz- und EBIT-Wachstum von bis zu 10%

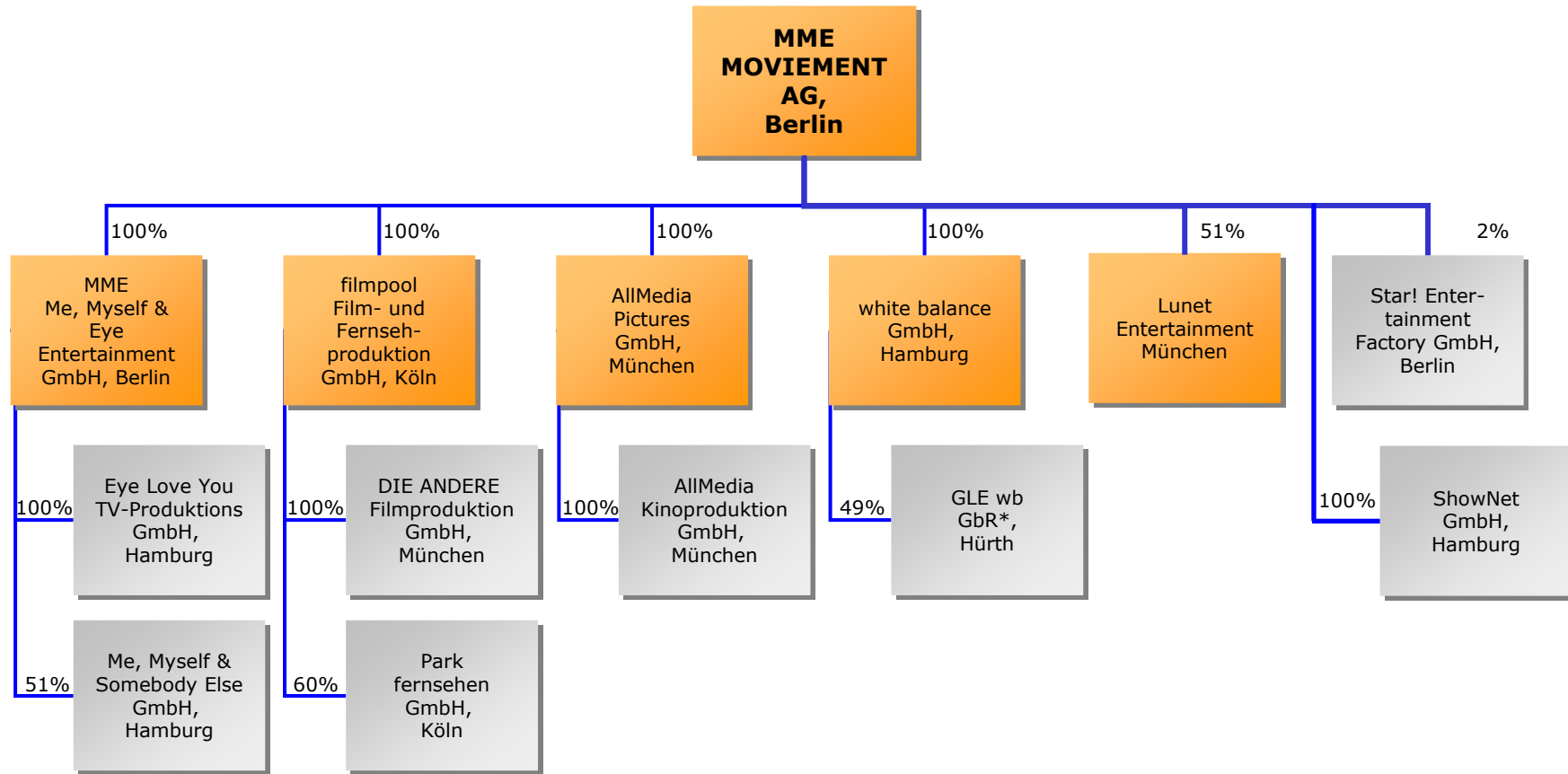
▶ Prognose 2006:

- Umsatz- und EBIT-Wachstum von bis zu 10% im Vergleich zum Vorjahr erwartet, da
 - erstes Halbjahr positiv verlaufen
 - Wachstumsgeschwindigkeit im 2. Halbjahr 2006 verlangsamt:
 - Proaktive Investitionen in Formatumstellungen bei den Gerichts-Shows
 - Branchenübliche reduzierte Margen bei neu einstartenden täglichen Serien
 - Produktionsverschiebungen von für den Herbst fest geplanten Programmen




4. Anhang

Unternehmerstruktur MME MOVIEMENT



*) Grundy Light Entertainment GmbH & WB GmbH GbR

 Wesentliche operative Gesellschaften

Finanzkalender 2006

- 30.3.2006:
Veröffentlichung Geschäftsbericht 2005 und Prognose 2006
- 30.5.2006:
Hauptversammlung, Universal Hall, Berlin
- 28.8.2006:
Veröffentlichung Halbjahresbericht 2006
DVFA Small Caps Conference, Frankfurt
- 27.9.2006:
Close Brothers Seydler Medientage 2006, Frankfurt

Ihre Ansprechpartner:

**Martin
Hoffmann,
CEO**

- Gotzkowsky-
straße 20 -21
- 10555 Berlin
- Tel.: 030 5200 76 0
- Fax: 030 5200 76 599
- e-mail: mhoffmann
@mmemoviemment.de

**Dr. Christian
Franckenstein,
CFO**

- Residenz-
straße 18
- 80333 München
- Tel.: 089 24 20 73 0
- Fax: 089 24 20 73 25
- e-mail: cfranckenstein
@mmemoviemment.de

**Dr. Markus
Schäfer,
IR**

- Residenz-
straße 18
- 80333 München
- Tel.: 089 24 20 73 0
- Fax: 089 24 20 73 25
- e-mail: mschaefer
@mmemoviemment.de

Lebensläufe Vorstände (1)

Martin Hoffmann, CEO

- Geboren 1959
- Studierte Rechtswissenschaften an den Universitäten in Saarbrücken, Lausanne und Hamburg
- 1991 bis 1993 wissenschaftlicher Referent am Max-Planck-Institut für ausländisches und internationales Privatrecht
- Anfang 1994 bis Ende 2000 bei Sat.1, u.a. als Programmgeschäftsführer
- Ende 2000 bis Ende 2003 Geschäftsführer Sat.1
- Seit Übernahme der moviement GmbH in 08/2004 CEO der MME MOVIEMENT AG
- Veröffentlichung einer Reihe von Publikationen im Bereich Medienrecht

Dr. Christian Franckenstein, CFO

- Geboren 1963
- Studierte Betriebswirtschaftslehre an der European Business School mit späterer Promotion
- 1992 bis 1995 in leitender Position bei der IMM Office Systems Holding GmbH, München
- Seit 1997 Geschäftsführer und Co-Initiator der NOVAMEDIA-Gruppe (innovative Medienfonds zur Herstellung und Finanzierung von Fernsehfilmen und -serien)
- Seit 1999 Mitbegründer und Geschäftsführer der moviement GmbH
- Seit Übernahme der moviement GmbH in 08/2004 CFO der MME MOVIEMENT AG

Lebensläufe Vorstände (2)

Gisela Marx

- Geboren 1942
- Studium der Geschichte, Philosophie und Romanistik
- Seit 1967 Autorin, Regisseurin und Moderatorin für Rundfunk und TV
- Bis 1999 Moderation politischer und wirtschaftspolitischer Magazine – ibs. WDR
- 1974 Gründerin und Geschäftsführerin filmpool
- Seit Übernahme der moviement GmbH in 08/2004 Mitglied des Vorstands der MME MOVIEMENT AG
- Diverse Auszeichnungen für journalistische Leistungen, u. a. Wilhelmine Lübke Preis und Verdienstorden des Landes Nordrhein-Westfalen
- 2002 – 2004 stellvertretende Vorsitzende der Jury für den Deutschen Fernsehpreis

Christoph Post

- Geboren 1965
- Studierte an der Universität Münster Musikwissenschaften und Publizistik
- freier Mitarbeiter für verschiedene Musikmagazine und Tageszeitungen.
- Von 1988 bis 1991 redaktioneller Leiter verschiedener Musiksendungen bei Tele 5
- 1991 Gründungsmitglied der MME, Produzent verschiedener Musiksendungen, Musikspektakel, Quizshows und Dokumentationsreihen
- 1993 Programmdirektor von VIVA Television
- 1995 Programmgeschäftsführer des Musiksenders VH-1
- Mitglied des Vorstandes seit 11/2000