



#### **Zukunftsbezogene Aussagen**

Dieser Quartalsbericht enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf Einschätzungen künftiger Entwicklungen seitens des Vorstands basieren. Eine Reihe außerhalb der Kontrolle des Unternehmens stehender Faktoren wie zum Beispiel Änderungen des allgemeinen wirtschaftlichen und geschäftlichen Umfelds sowie die Realisierung einzelner Risiken oder das Eintreten ungewisser Ereignisse können zur Folge haben, dass die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den Prognosen abweichen. EM.TV beabsichtigt nicht, die in dem Quartalsbericht enthaltenen zukunftsbezogenen Aussagen fortlaufend zu aktualisieren.

2	Kennzahlen
3	Highlights im ersten Quartal
4	Berichte der Geschäftsfelder   Sport
9	Berichte der Geschäftsfelder   Unterhaltung
12	Die EM.TV AG Aktie
14	Wirtschaftliche Entwicklung
19	Prognose und Ausblick
20	Konzernabschluss
28	Finanzkalender
28	Impressum

## Kennzahlen

<b>In Mio. Euro</b>	<b>31.3.2006</b>	<b>31.12.2005</b>
Langfristige Vermögenswerte	<b>178,2</b>	178,9
> Immaterielle Vermögenswerte	<b>90,6</b>	89,8
Bilanzsumme	<b>314,0</b>	316,2
Gezeichnetes Kapital	<b>69,9</b>	66,6
Eigenkapital	<b>158,0</b>	153,6
Eigenkapitalquote (in Prozent)	<b>50,3%</b>	48,6%
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	<b>65,6</b>	64,5
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	<b>7,3</b>	5,6
	<b>1.1. bis 31.3.2006</b>	<b>1.1. bis 31.3.2005</b>
Umsatzerlöse	<b>60,1</b>	51,0
> Sport	<b>46,1</b>	44,2
> Unterhaltung	<b>13,9</b>	6,8
> Sonstige	<b>0,1</b>	0,0
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	<b>7,3</b>	7,8
Abschreibungen	<b>-4,3</b>	-3,7
Betriebsergebnis (EBIT)	<b>3,0</b>	4,1
Ergebnis vor Steuern (EBT)	<b>0,3</b>	3,3
Ergebnisanteil Anteilseigner	<b>-0,5</b>	2,3
Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit	<b>6,9</b>	0,5
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	<b>-11,3</b>	116,2
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	<b>1,1</b>	-112,9
	<b>31.3.2006</b>	<b>31.3.2005</b>
Anzahl Aktien im Umlauf in Mio.	<b>56,1</b>	51,0
Aktienkurs in Euro	<b>4,69</b>	5,94
Marktkapitalisierung (bezogen auf Aktien im Umlauf)	<b>263,1</b>	302,9
Durchschnittliche Aktienzahl (unverwässert) in Mio.	<b>53,7</b>	50,0
Ergebnis je Aktie (unverwässert) in Euro	<b>-0,01</b>	0,05
Mitarbeiter (Periodendurchschnitt)	<b>786</b>	612

Umsatzsteigerung im ersten Quartal 2006 um 18 Prozent

Segmente Sport und Unterhaltung mit erwartungsgemäßem Geschäftsverlauf

Konzernergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) erreicht 3,0 Mio. Euro

Finanzergebnis durch Einmalaufwand belastet

Produktionsvereinbarung zwischen PLAZAMEDIA und Arena Sport Rechte und Marketing GmbH zur Fußball-Bundesliga

### Sport

#### Fernsehen | DSF Deutsches SportFernsehen

Im ersten Quartal 2006 konnte für den Gesamtmarkt TV-Werbung erneut ein leichter Anstieg bei den Brutto-Ausgaben festgestellt werden. Nach verhaltenen Buchungen in den Monaten Januar und Februar wurde erst in der zweiten Märzhälfte ein deutliches Wachstum gegenüber dem Vorjahreszeitraum verzeichnet.

Leicht rückläufig, aber im Rahmen der Planungen, entwickelte sich dagegen der Bereich T-Commerce – ein Geschäftsmodell, das zunehmend auch von anderen Sendern bzw. anderen Medien umgesetzt wird.

Neben der Fortführung bestehender Werbepartnerschaften wie zum Beispiel mit König Pilsener, Polo, DA Direkt, Seat und zahlreichen anderen Kunden konnten neue namhafte Unternehmen für ein Engagement beim DSF gewonnen werden: So fungiert die Deutsche Bahn AG als Titelsponsor des täglichen WM-Talks während der FIFA WM 2006™.

##### **Stabile Marktanteile für das DSF zu Jahresbeginn**

Mit 1,1 Prozent in der Zielgruppe Zuschauer gesamt erzielte das DSF im ersten Quartal 2006 trotz der Olympischen Winterspiele in Turin, die von ARD, ZDF und Eurosport umfangreich übertragen wurden, exakt den Wert des Vergleichszeitraums des Vorjahres. In der Zielgruppe Männer 14 bis 49 Jahre erreichte der Sender im Berichtszeitraum mit 1,8 Prozent einen leicht geringeren Wert als im ersten Quartal 2005 (1,9 Prozent).

##### **Top-Reichweiten mit 1. Fußball-Bundesliga und UEFA Cup**

Mit der Live-Übertragung der UEFA Cup-Partien der drei deutschen Vertreter VfB Stuttgart, Hamburger SV und FC Schalke 04 am 23. Februar erreichte das DSF einen Tagesmarktanteil von 8,4 Prozent in der Zielgruppe Männer 14 bis 49 Jahre. Mit diesem Wert verbuchte das DSF nach dem 20. April 1993 (14,0 Prozent) und dem 29. September 2005 (9,8 Prozent) den bislang drittbesten Tagesmarktanteil der Sendergeschichte in der Männerzielgruppe.

Ebenfalls einen neuen Top-Wert verzeichnete das DSF mit der Zusammenfassung der Spitzenbegegnung aus der Fußball-Bundesliga zwischen Bayern München und dem FC Schalke 04. *Bundesliga – Der Sonntag* am 13. März erzielte in der Spitze eine Reichweite von 4,04 Mio. Zuschauern (Z3+) sowie einen Marktanteil von 14,5 Prozent in der Zielgruppe der 14 bis 49-jährigen Männer – das bedeutete Saisonrekord für das DSF in der Spielzeit 2005/06.

##### **Fußball-Formate im DSF boomen weiter**

Die Fußball-Formate im DSF entwickeln sich weiter erfolgreich. So konnte *Bundesliga – Der Sonntag* im ersten Quartal 2006 seinen Marktanteil in der Zielgruppe Männer 14 bis 49 Jahre von 10,1 Prozent (erstes Quartal 2005) auf 12,9 Prozent (erstes Quartal 2006) steigern. Reichweitzuwächse verzeichnete das DSF im Berichtszeitraum auch bei den Hatrick-Formaten der 2. Bundesliga. *Hattrick am Freitag* steigerte sich gegenüber dem ersten Quartal 2005 von 2,7 auf 3,0 Prozent, *Hattrick am Sonntag* von 5,3 auf 6,0 Prozent Marktanteil bei den 14 bis 49-jährigen Männern. Auch das Live-Spiel am Montag konnte im Vergleich von 4,5 auf 4,9 Prozent Marktanteil in der Männerzielgruppe zulegen. Diese positive Entwicklung verdeutlicht einmal mehr die große Akzeptanz der unterschiedlichen Fußball-Formate bei den Zuschauern.

##### **Erfolg mit hochkarätigen LIVE-Rechten**

Neben der 1. und 2. Fußball-Bundesliga und dem UEFA Pokal berichtete das DSF im Januar über acht Fußball-Hallenturniere live. Insgesamt verfolgten durchschnittlich 470.000 Zuschauer (Z3+) die Hallenserie im DSF – dies bedeutete eine Steigerung von 15 Prozent gegenüber 2005 (durchschnittlich 410.000 Zuschauer). Top-Highlights aus dem Non-Fußballbereich im Berichtszeitraum waren die Handball-EM mit bis zu 940.000 Zuschauern sowie der Tennis Davis Cup zwischen Deutschland und Frankreich mit bis zu 640.000 Zuschauern.

### **Champions League live im DSF**

Das erste Quartal 2006 war darüber hinaus geprägt von der Vereinbarung strategischer Partnerschaften und vom Erwerb neuer Rechte. So schloss das DSF im Februar eine Kooperation mit Premiere zur UEFA Champions League. Unter der neuen Marke Champions TV präsentiert Premiere in den Spielzeiten 2006/07 bis 2008/09 Partien der UEFA Champions League Live im DSF. Die Vereinbarung beinhaltet, dass das DSF unter anderem mindestens drei Spiele mit deutscher Beteiligung überträgt. Insgesamt wird das DSF zwölf Spiele der Fußball-Königsklasse im Programm haben, über das Endspiel wird gesondert entschieden.

Neben einer weiteren Festigung der Positionierung als führender Fußballsender im Free-TV und der damit einhergehenden Imagesteigerung rechnet das DSF mit signifikanter Reichwei-

tensteigerung auf bis zu fünf Millionen Zuschauer. Das neue hochwertige Recht sichert darüber hinaus gemeinsam mit den im Dezember 2005 erworbenen Übertragungsrechten der Fußball-Bundesliga langfristig die analoge Verbreitung.

Zusätzlich zur Kooperation mit Premiere erwarb das DSF von ARD und ZDF die Übertragungsrechte an allen nicht-deutschen Begegnungen der nächsten beiden Handball-Europameisterschaften der Männer in den Jahren 2008 und 2010. Zusätzlich sind auch die nächsten drei Handball-Europameisterschaften der Frauen 2006, 2008 und 2010 im Sportsender zu sehen. Das DSF überträgt alle deutschen Begegnungen und die Endspiele der kommenden drei EM-Turniere live. Neben Handball beinhaltet das Rechtepakete zudem alle nicht-deutschen Partien der nächsten drei Eishockey A-Weltmeisterschaften (2006, 2007 und 2008).

## Online | Sport1

Deutschlands größtes Sportportal Sport1.de ist sowohl bezüglich der Reichweiten als auch wirtschaftlich gut in das FIFA WM 2006™-Jahr gestartet. Der positive Trend aus dem Vorjahr setzte sich im ersten Quartal fort. Durch Reichweitzuwächse von fast 50 Prozent im Vergleich zum ersten Quartal des Vorjahres wurde die Marktführerschaft weiter gefestigt und ausgebaut. Eine positive Entwicklung ist ebenso bei den Werbeumsätzen zu verzeichnen, bei denen sich Sport1 überproportional zum Gesamtmarkt entwickelt.

### **Hohe Reichweitzuwächse**

Das erste Quartal war durch Rekordreichweiten gekennzeichnet. Während die Rekordmarken im Februar durch die Olympischen Winterspiele in Turin und dem Start der Bundesliga-rückrunde bei knapp 18 Millionen Besuchen (Visits) und 141 Millionen Seitenabrufen (Page-Impressions) lagen, konnten diese im März erneut übertroffen werden. Mit über 20 Mio. Besuchen und 159 Mio. Seitenabrufen erzielte Sport1.de

im März Bestwerte. Insgesamt konnten im ersten Quartal 55 Mio. Besuche und 400 Mio. Seitenabrufe erreicht werden. Dies bedeutet im Vergleich zu ersten Quartal 2005 eine Steigerung der Visits von über 49 Prozent.

Auch fussball.de, der Kooperation zwischen DFB.net und Sport1.de, gab es einen positiven Aufwärtstrend der Reichweiten. Insgesamt konnten im ersten Quartal über 3,6 Mio. Besuche und 8,1 Mio. Seitenabrufe erreicht werden. Dies bedeutet im Vergleich zu ersten Quartal 2005 eine Steigerung der Visits von über 125 Prozent.

### **Wechsel in der Geschäftsführung**

Mit Wirkung zum 1. Februar 2006 gab es einen Wechsel in der Führungsspitze der sport1 GmbH. Durch die interimistische Doppelspitze mit Manuel Lopez, verantwortlich für den operativen Geschäftsbereich und Jan Schwark, verantwortlich für den kaufmännischen Bereich, wird die Kontinuität im Unternehmen sichergestellt.

### **Neue Kooperationspartner gewonnen**

Sport 1 konnte in den ersten drei Monaten namhafte Kunden wie Samsung, Air Berlin, Lufthansa, Premiere, Dunlop und Veltins als Kooperationspartner gewinnen. Zudem wurden erfolgreiche Sponsoringverträge aus dem Jahr 2005 verlängert. Mit betandwin wurde eine neue einjährige Vereinbarung geschlossen. Auch die Vermarktung zur FIFA WM 2006™ lief im ersten Quartal bereits sehr erfolgreich: So konnten beispielsweise VW, Coke und Fedex als Vermarktungspartner gewonnen werden. Darüber hinaus konnte bei fussball.de der Vertrag mit Deichmann, dem größten Vermarktungspartner dieses Portals, verlängert werden.

### **Erfolgreicher Ausbau des B2B-Geschäfts**

Eine positive Entwicklung zeigt auch das B2B-Geschäftsfeld der Sport1 GmbH. Im ersten Quartal wurden neue attraktive Kunden gewonnen. So wurde der Vertrag mit der DFL zum Internetangebot bundesliga.de und dem Telekommunikations-Anbieter O2 vereinbart. Ab Juni wird Sport1 die Gesamtabwicklung auf technischer und redaktioneller Ebene für bundesliga.de übernehmen. Dem Anbieter O2 werden zur FIFA WM 2006™ multimediale Inhalte für das neue Produkt „Handy-TV“ bereitgestellt. Und mit Freenet und Yahoo wurden im ersten Quartal umfangreiche Content-Partnerschaften geschlossen.

## Produktionsdienstleistung | PLAZAMEDIA

Durch die Vergabe der Übertragungsrechte an der DFL Deutschen Fußball Bundesliga und 2. Bundesliga im Dezember 2005 schreiben die neuen Rechteinhaber attraktive Aufträge aus, was im ersten Quartal 2006 zu einer Belebung des Produktionsmarktes führt. Daneben befinden sich die Programmvorhaben zur FIFA WM 2006™ in abschließenden Vorbereitungsphasen. Anfragen nach Produktionsdienstleistungen aus dem In- und Ausland häufen sich. Auch in den anderen Produktions- und Geschäftsbereichen ist PLAZAMEDIA nachgefragt worden, an bedeutenden nationalen und internationalen Ausschreibungen teilzunehmen.

### **Steigerung bei Umsatz und Ergebnis**

Auf Basis dieser positiven Marktentwicklung erwirtschaftete PLAZAMEDIA im Vergleich zum Vorjahreszeitraum im ersten Quartal 2006 einen höheren Umsatz sowie ein höheres operatives Ergebnis. Diese erfreuliche wirtschaftliche Entwicklung erzielte das Unternehmen trotz der umfangreicher Modernisierungsmaßnahmen und Erweiterungen des Sendezentrums und den damit verbundenen erheblichen Investitionen in die Infrastruktur. PLAZAMEDIA hat im Berichtszeitraum mit der Planung und der Erweiterung um neue Pro-

duktionsflächen auf dem AGROB-Mediengelände in Ismaning, dem Sitz des Unternehmens, begonnen.

Aufgrund einer enttäuschenden Geschäftsentwicklung fand eine Wertberichtigung der 25-prozentigen Unternehmensbeteiligung an der arena media GmbH statt, die den Auktionskanal Mega\Vision (zuvor arena) betreibt.

### **Führende Position in der Sport-Produktion weiter gefestigt**

Mit Arena Sport Rechte und Marketing GmbH, die von der Deutsche Fußball Liga (DFL) die Pay-TV-Verwertungsrechte an den Spielen der 1. und 2. Fußball-Bundesliga für die kommenden drei Spielzeiten ab der Saison 2006/2007 erworben hatte, hat PLAZAMEDIA im März 2006 einen neuen Großkunden gewonnen und ihre Positionierung als sender-unabhängiges Produktionsunternehmen im Markt weiter gestärkt. Der umfangreiche Produktionsrahmenvertrag, der für eine Laufzeit von drei Jahren abgeschlossen wurde und mit dem sich der neue Pay-TV-Sender „Arena“ exklusiv an PLAZAMEDIA bindet, beginnt mit der Spielsaison 2006/2007. Der Vertrag umfasst die produktionstechnische Umsetzung und Programmabwicklung der Fußball Bundesliga und 2.

Bundesliga, somit sämtliche Leistungen in der Außen- und Innenproduktion. Dies beinhaltet auch die Live-Produktion eines Konferenzkanals.

Im Auftrag des Schweizer Handball Verbandes produzierte PLAZAMEDIA als Hostbroadcaster das Worldfeed der Handball-Europameisterschaft 2006 in der Schweiz. Dabei setzte der Sport-TV-Produzent auf innovative Kamerasysteme aus der Familie „Camera Moving Systems“, so dass die Zuschauer weltweit einen einzigartigen Live-Sport-Event mit hochwertigen Sportbildern erleben konnten. Neuartige Kameraperspektiven setzte das Unternehmen auch bei der Produktion der Deutschen Eishockey-Liga (DEL) für Premiere ein: die neu entwickelte „pylonCam“ – ein hoch flexibles vertikales System - die das gesamte Spielgeschehen aus der Vogelperspektive einfing sowie die „sportsCam“, die die Aktionen der Spieler aus einer einmaligen Schlittschuh-Perspektive zeigte.

Das Stammgeschäft sowie die seriellen Produktionen für die Kunden Premiere und DSF verliefen im Berichtsquartal weiterhin sehr positiv. Als Hostbroadcaster und im Auftrag des DSF produzierte PLAZAMEDIA die Davis-Cup-Begegnung zwischen Deutschland und Frankreich in Halle/Westfalen. Für Premiere realisierte PLAZAMEDIA im Berichtszeitraum wie gewohnt die Formel 1-Produktion und produzierte darüber hinaus für Premiere erstmals die UEFA Champions League in der neuen Fernsehtechnologie High Definition, die auf Premiere HD Sport übertragen wurde. Auch das Topspiel der höchsten Österreichischen Fußball-Liga erstellt PLAZAMEDIA seit Februar 2006 für Premiere im neuen HDTV-Standard.

#### **Sport- und Entertainmentformate aus dem Studiobetrieb**

Im Berichtszeitraum bereitete PLAZAMEDIA die Produktion des neuen Live-TV-Formats für Premiere vor, die Euroliga Live. Analog zum Konferenzkanal in der Fußball Bundesliga startete der Pay-TV-Sender am 1. April die „Euroliga Konferenz“, einen Highlightkanal mit Konferenzschaltungen zu den Topspielen der bedeutendsten europäischen Fußball-

ligen. Sowohl Studioproduktion als auch die Programmabwicklung der Euroliga Live wird von PLAZAMEDIA übernommen. Neben der kontinuierlichen Produktion sämtlicher Studioformate u. a. für das DSF oder 9Live, realisierte PLAZAMEDIA im Berichtszeitraum außerdem für die Constantin Film AG eine weitere Staffel des erfolgreichen TV-Formats *Hausmeister Krause*.

Gemeinsam mit der Tochtergesellschaft Creation Club (CC) GmbH, die PLAZAMEDIA mit Wirkung zum 31.12.2005 erworben hatte und mit deren operativer Integration im ersten Quartal 2006 begonnen wurde, ergibt sich eine verstärkte Marktposition mit Erweiterung in den Bereichen Creative Services und Content. Das Tochterunternehmen Creation Club drehte im Berichtszeitraum u. a. für den RBB Rundfunk Berlin Brandenburg den Musikclip zur FIFA WM 2006™ „Check Eins“ und erstellte für die Reihe *Premiere in Concert* den Mitschnitt des Hamburg-Konzerts von Peter Maffay.

#### **Innovative Produktionsverfahren sichern hervorragende Marktstellung**

Auf der CeBIT präsentierte die DFL in Kooperation mit Microsoft und PLAZAMEDIA erstmals ein Live-Spiel der Fußball Bundesliga auf einem mobilen Endgerät via DVB-H (Digital Video Broadcasting Handheld). PLAZAMEDIA übernahm hierbei die Sendeabwicklung.

Im Auftrag von TOBO (The Torino Olympic Broadcasting Organisation) setzte PLAZAMEDIA für die Zuschauer in aller Welt die Skisprung-Wettbewerbe in Szene. Bei den XX. Olympischen Winterspielen in Turin kam dabei eine Weltneuheit zum Einsatz: Gemeinsam mit dem Technologiepartner TV Skyline wurde erstmals eine durchgängige Hochgeschwindigkeits-Kameraschiene entlang der ganzen Schanze aufgebaut.

## Licensing | EM.TV vermarktet in Europa exklusiv die Merchandising-Rechte an der FIFA WM 2006™

Nachdem insbesondere im Jahr 2005 erwartungsgemäß der Großteil der Lizenzen in den verschiedenen Produktkategorien vergeben worden war, akquirierte die EM.TV AG im Berichtszeitraum vier weitere Lizenznehmer. Somit standen zum Ende des ersten Quartals 2006 insgesamt 57 Lizenznehmer unter Vertrag.

Im Berichtszeitraum sicherte sich die in München ansässige Dialog-Agentur Benner & Partner GmbH die Rechte an so genannten „Rasen-Boxen“ (non-branded). Die Fandeckel GmbH mit Sitz in Stendal erwarb eine Produktlizenz für Untersetzer (non-branded) aus den Materialien Pappe, Holz und Metall. An die Münchner New License AG hat EM.TV eine Lizenz für non-branded Lanyards zur Befestigung von Schlüsseln und Mobilfunkgeräten vergeben. Darüber hinaus schloss EM.TV mit der Firma Nitya Enterprises einen exklusiven Produktlizenzvertrag für ausgewählte Schmuckstücke aus Sterling Silber sowie Fußball-Dekoration aus Gold, Onyx und Diamanten ab.

### Unterhaltung

#### Produktion

Produzenten fokussierten auch im ersten Quartal 2006 die Entwicklung von Programmen, die international verwertbar und die über die gesamte Auswertungskette von TV über Home Entertainment bis hin zu Merchandising und insbesondere Neue Medien zu vermarkten sind. Auch das Thema „Frühförderung von Kindern“ für die Altersgruppe eins bis drei Jahre und Sprachlernprogramme für Kinder im Vorschulalter standen weiterhin im Blickfeld der Anbieter. Aufgrund des nach wie vor verhaltenen Werbemarktes setzten Produzenten bei Neuproduktionen auch im Berichtszeitraum auf die Zusammenarbeit mit Koproduktionspartnern.

Mit der Übernahme der restlichen 50 Prozent der australischen Produktionsgruppe Yoram Gross-EM.TV PTY Ltd. zu Beginn des Jahres konnte die EM.Entertainment GmbH ihre Produktionskompetenz im Kinder- und Jugendbereich weiter stärken. Über die Yoram Gross-EM.TV-Tochtergesellschaft Forest Interactive, die zu den kreativsten Multimedia-Produzenten Australiens zählt, wird EM.Entertainment in den kommenden Jahren zudem die Aktivitäten im Bereich Interactive mit Mobile Content und Spielen weiter intensivieren. Das Unternehmen entwickelt modernste Multimedia-Produkte im 2D- und 3D-Format, interaktive DVDs oder Mobile Content. Zu den Produktneuheiten zählte Anfang 2006 MobiStax™, das weltweit erste Mobilfunk-Spiel mit Sammelkarten, das dem Nutzer erlaubt, eine unbegrenzte Zahl digitaler Daten bzw. Objekte wie z.B. Karten, Musikstücke oder Videos zu erwerben, zu sammeln und zu handeln.

Der Nachfrage für Sprachlernprogramme kommt EM.Entertainment unter anderem mit der seit Anfang 2006 in Produktion befindlichen Serie *CROCO LOCO* nach. Das innovative Edutainment-Programm regt Kinder im Alter von drei bis sieben Jahren auf spielerische und unterhaltsame Weise an, Fremdsprachen zu erlernen. Als eines der weltweit ersten „Immersive Learning“-Formate für Kinder wurde das Projekt unter anderem in Zusammenarbeit mit dem German Institute for Immersive Learning (GIFIL) entwickelt. Die ersten drei Episoden mit einer Länge von jeweils elf Minuten werden 2006 fertig gestellt sein.

Mit derzeit rund zehn Produktions- und Entwicklungsthemen arbeitet EM.Entertainment an einer hoch attraktiven und international wettbewerbsfähigen Bandbreite von Programmen für Kinder in der relevanten Zielgruppe von drei bis 14 Jahren. Das Portfolio umfasst Inhalte in sämtlichen Genres und berücksichtigt alle 2-D/3-D-Animationstechniken. Darunter befinden sich u. a. die Preschool-Serie *Zigby*, das Comedy-Format *GASP* für Acht- bis Zwölfjährige oder die Action-Comedy-Serie *Staines Down Drains*, die sich derzeit in der Animation befindet. Die Fertigstellung der ersten Episoden dieses Formates ist für Herbst 2006 geplant.

### TV Sales

Zu den Trends im Markt für Kinder- und Jugendprogramme gehörte im ersten Quartal der Bereich Interactive mit Schwerpunkten wie Mobile Content, Games oder IP-TV. Der Bedarf nationaler wie internationaler Medienunternehmen an Formaten, die neben der klassischen Verwertung über Free- und Pay-TV auch für diese Vertriebskanäle geeignet sind, stieg im Berichtsquartal weiter an. Im Hinblick auf die Programminhalte ist bei den Fernsehsendern deutlich ein steigendes Interesse an Sprachlernprogrammen für Kinder im Vorschulalter zu erkennen.

Neben diesen Inhalten waren bekannte Serien aus der Rechtebibliothek von EM.Entertainment weiterhin attraktiv. So begann am 1. Januar diesen Jahres die insgesamt siebenjährige Laufzeit des bereits im Jahr 2005 mit dem ZDF unterzeichneten Rahmenvertrags. Das Rechtepakete enthält neben Astrid-Lindgren-Themen wie *Pippi Langstrumpf*, *Michel aus Lönneberga* oder *Karlsson vom Dach* auch bekannte Serien wie *Heidi* sowie Märchen-Realverfilmungen

wie *Schneewittchen*, *Dornröschen* und *König Drosselbart*. Die Popularität des kleinen grünen Drachen *Tabaluga* ist ebenfalls ungebrochen: Mit Frankreichs größtem Privatsender TF1 wurde die Free-TV-Lizenz für die erste Staffel der gleichnamigen Serie um fünf weitere Jahre verlängert. In Polen erwarb der Pay-TV-Anbieter CANAL+ die Ausstrahlungsrechte für die ersten beiden Staffeln der Serie mit insgesamt 52 halben Stunden.

Im Vorfeld der FIFA WM 2006™ konnte EM.Entertainment die Serie *GOLEO VI* in zahlreichen Ländern Asiens sowie des amerikanischen Kontinents platzieren. So erwarb Toshiba für den japanischen Markt neben den Free- und Pay-TV-Lizenzen auch die Mobile Content-Rechte an der Offiziellen Maskottchen TV-Serie. Die Auswertungsrechte an *GOLEO VI* in Lateinamerika und den spanischsprachigen Regionen der USA sicherte sich für den Bereich Mobile Content die Investment Media Group über den Rechthändler Comarex.

### Licensing | Merchandising

Die Lizenzbranche war im ersten Quartal durch die im Juni beginnende FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2006™ und die verstärkte Nachfrage nach entsprechend fußballnahen Lizenzthemen geprägt. Die EM.Entertainment GmbH verzeichnete im Berichtszeitraum neben gewohnt umsatzstarken Kategorien wie Toys & Games ein sehr großes Interesse an Lizenzen in den Bereichen Food und Promotion.

Im ersten Quartal fand eine Reihe von wichtigen Messen für die Lizenzbranche statt. Bereits im Vorfeld der Nürnberger Spielwarenmesse gelang es der EM.Entertainment, mit Clementoni (Brett-, Lern- und Aktionsspiele), HEROS (u.a. Bildersuch- und Dominospiele) und LIEDTKE Consumer Products

(Kinderarmbanduhren und Kindergartentaschen sowie weitere Spielwaren) drei neue Lizenznehmer in der Kategorie Toys & Games zu gewinnen. Zudem wurden die bestehenden Verträge mit Heunec, der John GmbH, der Nürnberger Spielkartenfabrik und der Paul Günther GmbH verlängert.

Zur Internationalen Süßwarenmesse ISM schloss EM.Entertainment mit der Haribo GmbH & Co. KG einen Lizenzvertrag. Der Bonner Süßwarenproduzent erwarb die Rechte an Fruchtgummis mit der *Biene Maja*. Für die bekannte Biene entschied sich auch der renommierte Schokoladenhersteller Lindt & Sprüngli und sicherte sich eine Lizenz für den österreichischen Markt.

Im Bereich Promotion gewann das Unternehmen mit dem Automobilhersteller Volkswagen einen weiteren prominenten Lizenzpartner. Der Wolfsburger Konzern warb zur Einführung des neuen CrossPolo mit der *Biene Maja* als Testimonial für eine breit angelegte Printkampagne.

Wie bereits im zweiten Halbjahr 2005 stand auch im Berichtsquartal das 30-jährige TV-Jubiläum der *Biene Maja* im Fokus. Zu diesem Anlass startete die EM.Entertainment in Kooperation mit zahlreichen Lizenznehmern und Promotion-Partnern am 4. März 2006 eine deutschlandweite Roadshow mit mehr als 30 Veranstaltungstagen in 19 Städten.

## Licensing | Home Entertainment

Die EM.Entertainment GmbH bündelt im Geschäftsfeld Home Entertainment die Auswertung von Lizenzrechten in den Bereichen Video und DVD. Nach dem Ausbau der Aktivitäten in diesem Segment im Jahr 2005 erzielte das Unternehmen weitere Abschlüsse in diesem Bereich im ersten Quartal 2006: So sicherte sich das IT-Unternehmen

Toshiba in Japan unter anderem die Lizenz für den Bereich Home Entertainment an *GOLEO VI*, der Serie zum Offiziellen Maskottchen der FIFA WM Deutschland 2006™. Darüber hinaus erwarb das Unternehmen Mediaway für den polnischen Markt die DVD- und Videorechte an der Serie *Rainbow Fish*.

## Fernsehen | Junior Channel

Die Junior.TV GmbH & Co. KG, eine Tochtergesellschaft der EM.TV AG, ist Veranstalterin des kinder- und familienorientierten Pay-TV-Kanals Junior. In Deutschland ist Junior über den Abo-TV-Anbieter Premiere zu empfangen. Der Kanal ist sowohl einzeln als auch über die Programmangebote „Premiere Kinder“ und „Premiere Thema“ sowie über das Gesamtangebot „Premiere Komplette“ abonnierbar.

weiteren Kanalerstausstrahlungen gehörten im ersten Quartal die Serie *Underdog der Superhund* sowie der Live-Action-Spielfilm *Aufbruch im Zauberwald*.

Anfang Januar feierte die in den USA bereits äußerst erfolgreiche Kinderserie *LazyTown – Los geht's* mit ihrer Mischung aus 3D-Animation, Puppentrick und realen Elementen bei Junior ihre deutsche TV-Premiere. Darüber hinaus gab es im Januar als Kanalerstausstrahlung in drei jeweils 45-minütigen Specials ein Wiedersehen mit den *Peanuts*. Zu

## Die Aktie der EM.TV AG

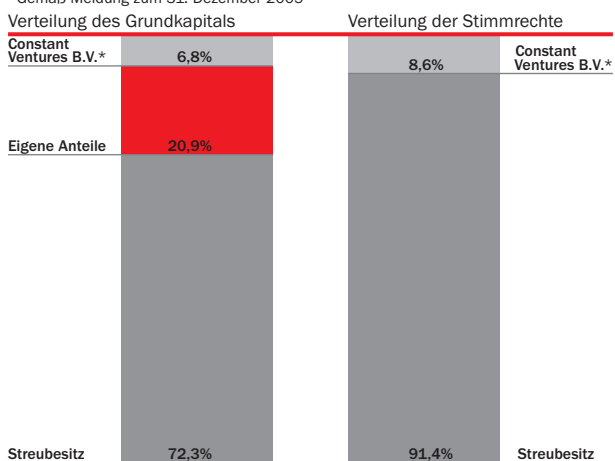
### Die Entwicklung der EM.TV-Aktie

Der Aktienkurs fiel bis Mitte Januar auf ein Tief von 4,00 Euro. Danach setzte eine deutliche Kurserholung mit hohen Kursschwankungen auf 5,32 Euro bis zum 27. März 2006 ein. Ab dem 28. März 2006 fiel der Kurs und schloss am 31. März 2006 mit 4,69 Euro. Dies entspricht einem Kursgewinn von 0,36 Euro (+8 Prozent) seit Jahresanfang. Damit blieb die prozentuale Steigerung des Aktienkurses der EM.TV AG sowohl hinter dem SDAX (+20 Prozent) als auch hinter dem Prime Media Index (+16 Prozent) zurück.

Im ersten Quartal 2006 wurden rund 36 Mio. Aktien (Tagesdurchschnitt 0,5 Mio. Aktien) gehandelt. Hiermit gehörte die EM.TV-Aktie weiterhin zu den meistgehandelten Werten im SDAX.

### Aktionärsstruktur zum 31. März 2006

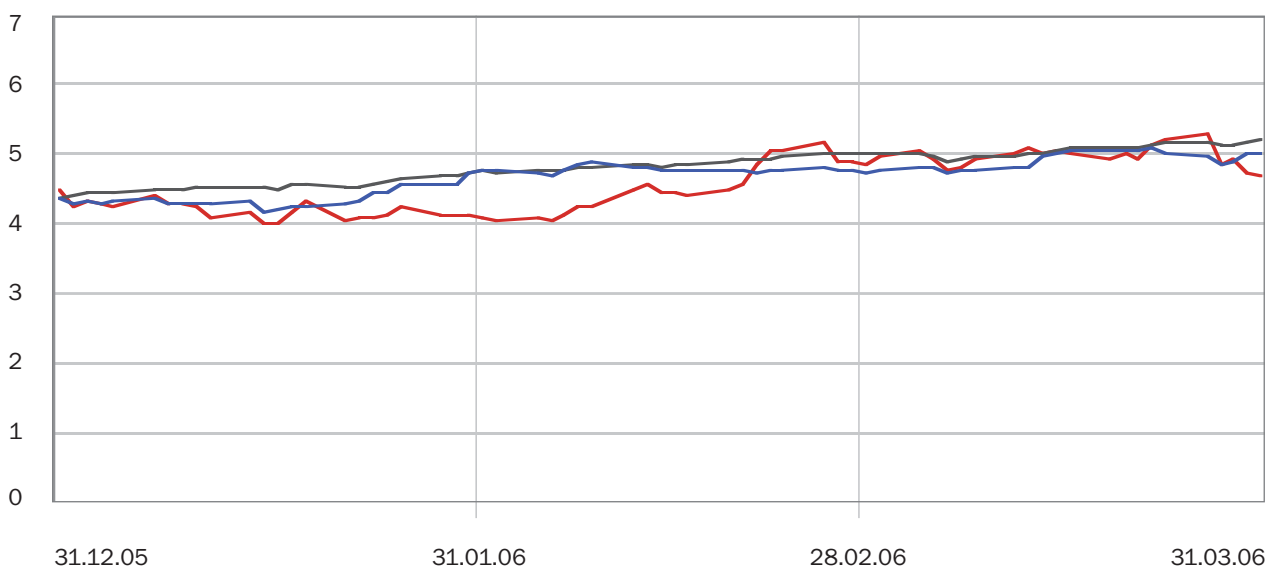
\*Gemäß Meldung zum 31. Dezember 2005



### Xetra-Schlusskurse der EM.TV-Aktie im Vergleich zu SDAX und Prime Media

Indizes zum Vergleich indiziert auf den EM.TV-Schlusskurs zum 31. Dezember 2005

EM.TV AG SDAX Prime Media



### Grundkapital der EM.TV AG

Das Grundkapital der EM.TV AG inklusive neuer Aktien aus ausgeübten Optionen zur Optionsschuldverschreibung, deren Eintragung im Handelsregister noch aussteht, belief sich per 31. März 2006 auf rund 70,9 Mio. Euro. Die EM.TV AG hielt 20,9 Prozent des Grundkapitals bzw. rund 14,8 Mio. eigene, nicht stimmberechtigte Aktien. Davon waren rund 13,1 Mio. Aktien zur Bedienung der Zertifikatsserien reserviert. Nach Abzug der eigenen, nicht stimmbere-

chtigten Aktien befanden sich zum 31. März 2006 insgesamt rund 56,1 Mio. Aktien im Umlauf.

### Eigenemittierte Derivate der EM.TV AG

Im ersten Quartal 2006 wurden bis zum Ende der Ausübungsfrist (30. März 2006) der Optionen zur Optionsschuldverschreibung rund 1,0 Mio. Aktien ausgegeben. Durch Ausübungen von Zertifikaten der Serie 1 wurden rund 1,9 Mio. Aktien und der Serie 2 rund 0,02 Mio. Aktien ausgegeben.

### Informationen zur EM.TV-Aktie per 31. März 2006

ISIN	
> Stammaktie	DE0009147207
> Junge Aktie*	DE000A0AHSX7
Segment	Prime Standard, Geregelter Markt
Indizes	SDAX, Prime Media Index
Aktienkurs	4,69 Euro
52-Wochen-Hoch/52-Wochen-Tief	6,34 Euro/3,68 Euro
Grundkapital (inkl. Aktien aus ausgeübten Optionen)	70,9 Mio. Euro
Aktien im Umlauf	56,1 Mio. Stück
Potentielle Aktien aus ausgegebenen Optionen	
> Zertifikate Serie 1 (Basispreis 2,50 Euro bis 18.04.2006)	5,4 Mio. Stück
> Zertifikate Serie 2 (Basispreis 3,50 Euro bis 18.04.2008)	7,7 Mio. Stück
> Sonstige (Mitarbeiterbeteiligungsprogramme/Wandelschuldverschreibung)	0,3 Mio. Stück
Marktkapitalisierung (basierend auf Aktien im Umlauf)	263,0 Mio. Euro
Marktpreis der eigenemittierten Derivate im Umlauf	25,5 Mio. Euro

\*Sofern seit dem 1. Januar 2006 Aktien der EM.TV AG aus bedingtem Kapital ausgegeben werden, werden diese als „Junge Aktien“ unter einer separaten ISIN an der Börse gehandelt. Hintergrund ist eine abweichende Gewinnberechtigung gegenüber den Stammaktien. Erst nach dem Beschluss der Hauptversammlung über die Gewinnverwendung des abgelaufenen Geschäftsjahres 2005, werden die „Jungen Aktien“ in die Stammaktie überführt.

### Aktien- und Optionsbestand der Vorstände und des Aufsichtsrats zum 31. März 2006

	Anzahl Aktien	Aktienanspruch aus Optionsrechten
Werner E. Klatten	23.000	27.397
Rainer Hüther	0	27.397
Dr. Andreas Pres	6.000	27.396
Aufsichtsratsmitglieder	0	0

### Wirtschaftliche Entwicklung

#### Veränderungen im Konsolidierungskreis

Im ersten Quartal 2006 ergaben sich im Konzernabschluss der EM.TV AG folgende Veränderungen im Konsolidierungskreis:

Die zum 31. Dezember 2005 über die EM.TV-Tochtergesellschaft PLAZAMEDIA zu 100 Prozent akquirierte Creation Club (CC) GmbH wurde erstmals in die Gewinn- und Verlustrechnung des Konzernabschluss einbezogen.

Mit Vertrag vom 11. Januar 2006 übernahm die EM.TV-Tochtergesellschaft EM.Entertainment GmbH die ausstehenden 50 Prozent der Anteile an der Yoram Gross-EM.TV PTY Ltd. Seit diesem Zeitpunkt wird das zuvor quotalkonsolidierte Produktionsunternehmen mittels Vollkonsolidierung in den Konzernabschluss einbezogen.

#### Allgemeines, Rechnungslegung und Bewertungsgrundsätze

Nach dem Regelwerk des Prime Standard der Deutschen Börse sind Quartalsabschlüsse nach internationalen Rechnungslegungsvorschriften – IFRS oder US-GAAP – aufzustellen. Die EM.TV AG erstellt ihren Konzernabschluss nach International Financial Reporting Standards (IFRS).

Im vorliegenden Abschluss zum 31. März 2006 ergaben sich gegenüber dem Jahresabschluss der EM.TV AG zum 31. Dezember 2005 keine Veränderungen der Bilanzierungs- und Bewertungsansätze.

Das Geschäft des EM.TV-Konzerns ist eingeteilt in die Segmente „Sport“ (im Wesentlichen DSF, PLAZAMEDIA-Gruppe und Sport1) und „Unterhaltung“ (im Wesentlichen EM.Entertainment, Junior.TV GmbH & Co. KG und Junior Produktions GmbH). Zudem wird das Segment „Sonstige“ ausgewiesen, das u.a. die Erträge und Aufwendungen der EM.TV AG als Holdinggesellschaft des Konzerns beinhaltet.

#### Umsatz- und Ertragslage

Der EM.TV-Konzern hat in den ersten drei Monaten 2006 eine Geschäftsentwicklung verzeichnet, die weitgehend im Rahmen der Planungen lag. Der Umsatz konnte gegenüber dem starken ersten Quartal des Vorjahres deutlich ausgeweitet werden, wobei sich vor allem das Segment Unterhaltung positiv entwickelte. Das Finanzergebnis war durch einen Einmalaufwand aus der Abschreibung der Minderheitsbeteiligung an der arena media GmbH (Betreiberin des Auktionskanals Mega\Vision, ehemals arena) beeinträchtigt.

Der Umsatz des EM.TV-Konzerns erreichte im ersten Quartal 60,1 Mio. Euro und lag damit um 17,8 Prozent über dem Wert des ersten Quartals 2005 (51,0 Mio. Euro).

Der Umsatzanstieg ist überwiegend auf Konsolidierungseffekte durch die Vollkonsolidierung der Creation Club (CC) GmbH und Yoram Gross-EM.TV PTY Ltd. zurückzuführen. Bereinigt betrug das Wachstum der Erlöse 7,6 Prozent und lag somit bei 54,9 Mio. Euro. Der Umsatzzuwachs fiel vor

allem im Segment Unterhaltung an, das von der Verlängerung des Rahmenvertrages mit dem ZDF ab dem Jahr 2006 profitierte.

Vom Konzernumsatz entfielen im ersten Quartal des Berichtsjahres 77 Prozent (Vorjahreszeitraum: 87 Prozent) auf das Segment Sport und 23 Prozent (Vorjahreszeitraum: 13 Prozent) auf den Bereich Unterhaltung.

Die sonstigen betrieblichen Erträge für die ersten drei Monate erreichten 6,3 Mio. Euro und lagen damit deutlich über dem Vorjahreswert von 4,3 Mio. Euro. Der Anstieg ist in erster Linie auf höhere Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen zurückzuführen. Zudem lagen die Währungsgewinne leicht über dem Vorjahreswert.

Der Materialaufwand, üblicherweise die größte Aufwandsposition im Konzern, belief sich auf 32,3 Mio. Euro, ein Anstieg um 27,7 Prozent gegenüber dem Vergleichswert des ersten Quartals 2005 (25,3 Mio. Euro), was im Wesentlichen auf Veränderungen im Konsolidierungskreis und die Aufwendungen bei DSF für den UEFA-Cup zurückzuführen war. Der Personalaufwand lag mit 14,2 Mio. Euro um 9,2 Prozent über Vorjahr (13,0 Mio. Euro), vor allem bedingt durch den akquisitionsbedingten Anstieg der Mitarbeiterzahlen.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen erreichten 12,8 Mio. Euro nach 9,3 Mio. Euro im gleichen Vorjahreszeitraum. Der Anstieg begründet sich durch eine Vielzahl von Positionen (u.a. Währungsverluste, Beratungskosten, Rückstellungen).

Der EM.TV-Konzern weist danach für die ersten drei Monate 2006 ein Konzernergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) von 7,3 Mio. Euro aus, das leicht unter dem Vorjahresniveau von 7,8 Mio. Euro blieb (-6,4 Prozent).

Die Abschreibungen erhöhten sich um 16,2 Prozent auf 4,3 Mio. Euro (erstes Quartal 2005: 3,7 Mio. Euro). Die Zunahme geht überwiegend auf die Konsolidierung des Creation Club im Segment Sport zurück. Das Konzernergebnis vor Zinsen

und Steuern (EBIT) erreichte 3,0 Mio. Euro nach 4,1 Mio. Euro im gleichen Vorjahreszeitraum. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Geschäftsentwicklung der ersten drei Monate des Vorjahres, insbesondere aufgrund einer sehr guten Vermarktung der FIFA-Merchandising-Rechte, über den Erwartungen des Vorstands gelegen hatte und von daher eine hohe Ausgangsbasis darstellte.

Der Konzern weist ein Ergebnis aus assoziierten Unternehmen in Höhe von -2,0 Mio. Euro aus (Vorjahreszeitraum: -0,1 Mio. Euro). Es resultierte hauptsächlich aus der vollständigen Abschreibung der Minderheitsbeteiligung in Höhe von 2,2 Mio. Euro an der arena media GmbH.

Das Start-Up hatte Ende September 2005 seinen Betrieb aufgenommen. Die Entwicklung des Senders blieb weit hinter dem von der früheren Geschäftsführung vorgelegten Business-Plan zurück. Eine zweite Finanzierungsrunde scheiterte an der fehlenden Mitwirkung weiterer Gesellschafter. Die Beteiligung in Höhe von 25 Prozent wird über die Tochtergesellschaft PLAZAMEDIA gehalten und ist für den EM.TV-Konzern nicht von strategischer Bedeutung. Nach der im Quartalsabschluss vorgenommenen Abschreibung sind nach Ansicht des Vorstands keine weiteren Belastungen aus dem Engagement zu erwarten.

Das Finanzergebnis lag im Drei-Monats-Zeitraum plangemäß mit -0,8 Mio. Euro in etwa auf dem Wert des ersten Quartals 2005 (-0,7 Mio. Euro). Vor Steuern erreichte EM.TV im ersten Quartal ein positives Konzernergebnis von 0,3 Mio. Euro (Vorjahreszeitraum: 3,3 Mio. Euro). Nach Steuern und nach Minderheitenanteilen weist der Konzern ein Quartalsergebnis von -0,5 Mio. Euro aus (erstes Quartal 2005: 2,3 Mio. Euro). Dem entspricht ein Ergebnis je Aktie auf unverwässerter Basis von -0,01 nach 0,05 Euro im gleichen Vorjahreszeitraum.

### Entwicklung der Segmente

Im Segment Sport betrug der Umsatz der ersten drei Monate 46,1 Mio. Euro, ein Zuwachs von 4,3 Prozent gegenüber dem gleichen Vorjahresquartal (44,2 Mio. Euro). Der Anstieg ist durch die Einbeziehung des Creation Club bedingt. Das Quartalsergebnis des Segments lag bei -2,6 Mio. Euro (Vorjahreszeitraum: 5,5 Mio. Euro). Der Unterschied resultiert aus Aufwendungen für den UEFA-Cup sowie dem erwartungsgemäß geringeren Ergebnisbeitrag aus der Vermarktung von FIFA-Lizenzen.

Das Segment Unterhaltung erreichte im Zeitraum Januar bis März 2006 einen Umsatz von 13,9 Mio. Euro, der damit gegenüber dem Vorjahreswert von 6,8 Mio. Euro verdoppelt werden konnte. Dabei wirkten sich wesentlich die Erlöse

aus dem ab 2006 verlängerten Programmliefervertrag mit dem ZDF aus. Ferner trug die erstmalige Vollkonsolidierung der Produktionstochter Yoram Gross-EM.TV zum Umsatzanstieg bei. Das Segmentergebnis erreichte 8,1 Mio. Euro (erstes Quartal 2005: 0,7 Mio. Euro). Abgesehen von dem erheblichen Umsatzanstieg wirkten sich dabei auch Erträge aus Rückstellungsaufösungen positiv aus. Es ist zu beachten, dass es sich um ein außergewöhnlich gutes Quartalsergebnis handelt, das nicht extrapoliert werden kann.

Das Segmentergebnis des Bereichs „Sonstige“ für die ersten drei Monate belief sich auf -2,5 Mio. Euro nach -2,2 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum.

### Vermögens- und Finanzlage des Konzerns

In der Struktur der Konzernbilanz ergaben sich zum Bilanzstichtag 31. März 2006 gegenüber dem Vergleichsstichtag 31. Dezember 2005 keine wesentlichen Veränderungen. Die Bilanzsumme erreichte 314,0 Mio. Euro und lag damit um 2,2 Mio. Euro oder 0,7 Prozent unter dem Wert zum Jahresende 2005 (316,2 Mio. Euro). Auf der Aktivseite nahmen die langfristigen Vermögenswerte um 0,7 Mio. Euro auf 178,2 Mio. Euro ab. Grund war in erster Linie die Reduzierung der Position „Beteiligungen an assoziierten Unternehmen“ aufgrund der Abschreibung auf die arena media GmbH. Bei den kurzfristigen Vermögenswerten (-1,4 Mio. Euro auf 135,8 Mio. Euro) lagen die liquiden Mittel mit 44,3 Mio. Euro leicht unter Niveau Ende 2005 (45,8 Mio. Euro), vor allem aufgrund der im ersten Quartal getätigten Beteiligungserwerbe.

Auf der Passivseite erreichte das Konzerneigenkapital per Ende März 2006 den Wert von 158,0 Mio. Euro (31.

Dezember 2005: 153,6 Mio. Euro). Dabei erhöhte sich das gezeichnete Kapital der Gesellschaft um 3,3 Mio. Euro auf 69,9 Mio. Euro infolge der am 07. Februar 2006 erfolgten Eintragung der „Zur Durchführung beschlossener Kapitalerhöhung geleisteten Einlagen“ aus Optionsrechten. Mit 50,3 Prozent wies der Konzern per Ende März 2006 eine sehr solide Eigenkapitalquote aus (31. Dezember 2005: 48,6 Prozent).

Die langfristigen Finanzverbindlichkeiten von 65,6 Mio. Euro bestanden unverändert aus der 8% Optionsschuldverschreibung 2004/2009 sowie aus dem Restbestand der im Jahr 2004 restrukturierten 4% Wandelschuldverschreibung 2000/2005. Zum Stichtag 31. März 2006 wies der Konzern kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Banken von 7,3 Mio. Euro aus (31. Dezember 2005: 5,6 Mio. Euro).

Der Posten „Sonstige Verbindlichkeiten“ lag zum Stichtag mit 34,7 Mio. Euro um 9,4 Mio. Euro unter dem Wert zum 31. Dezember 2005, was sich durch die Zahlung der aufge-

laufenen Zinsen auf die 8% Optionsschuldverschreibung 2004/2009 sowie die Begleichung des ausstehenden Kaufpreises für die Creation Club (CC) GmbH erklärt.

## Cash-Flow

Der operative Cash-Flow des Konzerns belief sich in den ersten drei Monaten 2006 auf 6,9 Mio. Euro und lag damit erheblich über dem Wert des Vorjahreszeitraums (0,5 Mio. Euro). Der Grund für den Anstieg lag in einem im Gegensatz zum Vorjahresquartal ausgeglichenen Verhältnis des Working Capitals.

Aus der Investitionstätigkeit resultierte ein Cash-Flow von -11,3 Mio. Euro, der die Ausgaben für Beteiligungserwerbe (Creation Club, Yoram Gross-EM.TV) widerspiegelt. Der hohe Vorjahreswert von 116,2 Mio. Euro war durch den

Mittelzufluss aus dem Verkauf der Anteile an der Tele München Gruppe geprägt gewesen. Der Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit von 1,1 Mio. Euro ergab sich durch Zuflüsse aus der Ausübung von ausgereichten Zertifikaten und Optionsrechten. Der erheblich höhere Wert zum ersten Quartal 2005 von -112,9 Mio. Euro war begründet durch die Rückführung der Null-Kupon-Schuldverschreibung.

Der Cash-Flow der Berichtsperiode erreichte investitionsbedingt -3,2 Mio. Euro nach 3,8 Mio. Euro im gleichen Vorjahreszeitraum.

## Personal

Der EM.TV-Konzern beschäftigte im Zeitraum Januar bis März 2006 durchschnittlich 786 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gegenüber 612 Personen im Vergleichszeitraum

des Vorjahres. Der Anstieg der Mitarbeiterzahl ist auf die Erweiterung des Konsolidierungskreises mit Creation Club und Yoram Gross-EM.TV zurückzuführen.

## Vermögenslage der EM.TV AG

Die nach den Bestimmungen des Handelsgesetzbuches (HGB) bilanzierende EM.TV AG wies per 31. März 2006 eine Bilanzsumme von 282,2 Mio. Euro aus, die damit gegenüber dem Wert zum 31. Dezember 2005 (284,0 Mio. Euro) nahezu unverändert blieb. Die liquiden Mittel beliefen sich auf 19,6 Mio. Euro gegenüber 25,9 Mio. zum 31. Dezember 2005.

Das Eigenkapital der AG stand per Ende März mit 171,1 Mio. Euro zu Buche, das entsprach einer Eigenkapitalquote von 60,6 Prozent nach 59,7 Prozent zum Ende des vergangenen Jahres.

### Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

#### **Wandelschuldverschreibung**

Am 2. Mai 2006 begab EM.TV über ihr niederländisches Tochterunternehmen EM.TV FINANCE B.V. als Emittentin eine Wandelschuldverschreibung mit einer Laufzeit von sieben Jahren. Dabei wurden 15 Mio. Teilschuldverschreibungen angeboten.

Sämtliche nicht von Aktionären bezogenen Schuldverschreibungen konnten an institutionelle Investoren platziert werden. Der Emissionspreis und damit der Nennbetrag und anfängliche Wandlungspreis beträgt 5,85 Euro je Schuldverschreibung. Die Höhe des Zinssatzes liegt bei 5,25 Prozent per anno. Das Gesamtemissionsvolumen beträgt 87,75 Mio. Euro. Der anfängliche Wandlungspreis stellt eine Prämie von 35 Prozent dar. Der Netto-Emissionserlös soll für folgende Maßnahmen verwendet werden:

- > für die vorzeitige Rückzahlung der nominal noch ausstehenden 37,1 Mio. Euro der 8% Optionsschuldverschreibung 2004/2009 am 30. Juni 2006;
- > für die Rückzahlung der nominal noch ausstehenden 23,1 Mio. Euro der 4% Wandelschuldverschreibung 2000/2005 am 9. Januar 2007
- > sowie für sonstige Zwecke.

Die Wandelschuldverschreibung ermöglicht EM.TV die langfristige Refinanzierung der bestehenden Kapitalmarktverbindlichkeiten auf einem deutlich niedrigeren Zinsniveau. Der Konzern erhält überdies zusätzlichen finanziellen Spielraum für Wachstum in unseren beiden Segmenten Sport und Unterhaltung.

#### **Wettgeschäft**

Am 7. Mai 2006 wurde das neue Format *Wettstar.de* – *Pferderennen LIVE* im DSF gestartet. Über die Internet-Plattform [www.wettstar.de](http://www.wettstar.de) werden zudem Wetten auf die im DSF übertragenen Pferderennen vermittelt. Weitere Angebote sind in Vorbereitung.

Sämtliche Angebote erfolgen nach einer sorgfältigen Analyse des Urteils des Bundesverfassungsgerichts zum Sportwettmarkt in Deutschland vom 28. März dieses Jahres. Das Urteil lässt nach Ansicht von EM.TV dem Gesetzgeber einen breiten Spielraum zur Ausgestaltung des derzeit noch regulierten Marktes.

### Prognose und Ausblick

EM.TV sieht sich mit seinem redaktionellen und produktionstechnischen Angebot in dem sich wandelnden Umfeld für Sportberichterstattung in Deutschland weiterhin sehr gut positioniert. Das Auftreten neuer Marktteilnehmer (z.B. Arena Sport, T-Online) sowie die zunehmende Digitalisierung der Programmangebote ermöglichen dem Konzern, neue Partnerschaften und Geschäftsbeziehungen einzugehen. Im Segment Unterhaltung haben die Generierung neuer Produktionen, die Vergrößerung der Auswertungsbreite von Programmen (z.B. mit Blick auf Mobilfunk) sowie die Erschließung der angelsächsischen Märkte weiterhin Priorität.

Auf Basis des Quartalsergebnisses und der bisherigen Geschäftsentwicklung setzt der Vorstand für das Gesamtjahr 2006 ein Umsatzziel für den Konzern in Höhe von rund 250 Mio. Euro und damit eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr von etwa 19 Prozent. Bisher war EM.TV von einem Umsatzwachstum von etwa 10 Prozent ausgegangen. Für das EBITDA setzt der Vorstand ein Ziel von 27 bis 30 Mio. Euro, entsprechend einer Steigerung um mindestens 27 Prozent. Als EBIT werden 8 bis 10 Mio. Euro angestrebt, ein Zuwachs von mindestens 40 Prozent.

Unterföhring, im Mai 2006

**EM.TV AG**  
**Der Vorstand**

**AKTIVA ZUM 31. MÄRZ 2006** in TEUR

	<b>31.3.2006</b>	<b>31.12.2005</b>
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		
Immaterielle Vermögenswerte	<b>90.599</b>	89.832
Geschäfts- oder Firmenwert	<b>55.950</b>	54.508
Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten	<b>1.183</b>	1.285
Technische Anlagen und Maschinen	<b>9.882</b>	7.806
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	<b>2.122</b>	4.026
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	<b>544</b>	790
Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	<b>3.422</b>	5.253
Sonstige Finanzanlagen	<b>398</b>	328
Langfristige Forderungen	<b>7.934</b>	9.021
Aktive latente Steuern	<b>6.126</b>	6.069
	<b>178.160</b>	<b>178.918</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>		
Waren und unfertige Erzeugnisse/Leistungen	<b>66</b>	72
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	<b>65.853</b>	68.650
Forderungen gegen assoziierte Unternehmen	<b>1.836</b>	2.827
Sonstige Vermögenswerte	<b>23.789</b>	19.886
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	<b>44.293</b>	45.806
	<b>135.837</b>	<b>137.241</b>
	<b>313.997</b>	<b>316.159</b>

**PASSIVA ZUM 31. MÄRZ 2006** in TEUR

	<b>31.3.2006</b>	<b>31.12.2005</b>
<b>Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital	69.875	66.601
Eigene Anteile	-14.811	-16.726
Zur Durchführung beschlossener Kapitalerhöhung geleistete Einlagen	0	3.274
Kapitalrücklage	102.737	101.600
Andere Rücklagen	433	316
Verlustvortrag	-5.950	-7.937
Ergebnisanteil Anteilseigner	-545	229
Anteile Minderheiten	6.231	6.242
	<b>157.970</b>	<b>153.599</b>
<b>Einlagen aus Aktenausgaben, für die die Eintragung noch aussteht</b>	<b>1.032</b>	<b>0</b>
<b>Langfristige Schulden</b>		
Langfristige Rückstellungen	1.435	1.763
Finanzverbindlichkeiten	65.578	64.549
Pensionsrückstellungen	216	210
Passive latente Steuern	9.907	8.966
	<b>77.136</b>	<b>75.488</b>
<b>Kurzfristige Schulden</b>		
Anleihen	30	30
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	7.284	5.577
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	3.494	3.353
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	18.325	17.516
Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Unternehmen	370	0
Verbindlichkeiten gegenüber Joint Ventures	1.420	1.386
Sonstige Verbindlichkeiten	34.692	44.106
Sonstige Rückstellungen	8.183	9.837
Steuerrückstellungen	4.061	5.267
	<b>77.859</b>	<b>87.072</b>
	<b>313.997</b>	<b>316.159</b>

**1. JANUAR BIS 31. MÄRZ 2006** in TEUR

	<b>1.1 bis 31.3.2006</b>	1.1 bis 31.3.2005
Umsatzerlöse	60.124	50.958
Andere aktivierte Eigenleistungen	202	27
<b>Gesamtleistung</b>	<b>60.326</b>	<b>50.985</b>
Sonstige betriebliche Erträge	6.303	4.308
Materialaufwand	-32.283	-25.263
Personalaufwand	-14.232	-12.980
Abschreibungen	-4.316	-3.698
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-12.782	-9.279
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>3.016</b>	<b>4.073</b>
<b>Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen</b>	<b>-1.978</b>	<b>-73</b>
<b>Finanzergebnis</b>	<b>-777</b>	<b>-660</b>
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>261</b>	<b>3.340</b>
Steuern	-818	-514
<b>Ergebnis nach Steuern</b>	<b>-557</b>	<b>2.826</b>
davon Ergebnisanteil Minderheiten	12	-541
<b>Ergebnisanteil Anteilseigner</b>	<b>-545</b>	<b>2.285</b>
<b>Gesamtleistung</b>	<b>60.326</b>	<b>50.985</b>
<b>EBITDA</b>	<b>7.332</b>	<b>7.771</b>
<b>EBIT</b>	<b>3.016</b>	<b>4.073</b>
<b>EBT</b>	<b>261</b>	<b>3.340</b>
<b>Ergebnisanteil Anteilseigner je Aktie unverwässert, in EUR</b>	<b>-0,01</b>	<b>0,05</b>
<b>Ergebnisanteil Anteilseigner je Aktie verwässert, in EUR*</b>	<b>-0,01</b>	<b>0,03</b>
<b>Durchschnittliche im Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)</b>	<b>53.747.873</b>	<b>49.983.272</b>
<b>Durchschnittliche im Umlauf befindliche Aktien (verwässert)</b>	<b>69.260.572</b>	<b>69.262.204</b>

\*Gemäß IAS 33.41 dürfen potenzielle Stammaktien den Verlust je Aktie aus der Fortführung der gewöhnlichen Tätigkeit nicht herabsetzen.

## 1. JANUAR BIS 31. MÄRZ 2006 in TEUR

	<b>1.1 bis 31.3.2006</b>	1.1 bis 31.3.2005
<b>Ergebnisanteil Anteilseigner</b>	<b>-545</b>	<b>2.285</b>
Minderheitenanteile	-12	541
Latente Steuern	-143	127
Materialaufwand durch verbrauchsbedingten Anlagenabgang	328	721
Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	6.487	3.771
Verlust aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	-13	-54
Übrige nicht zahlungswirksame Posten	-359	-119
Zunahme/Abnahme der Vorräte, Forderungen aLL, sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- u. Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	6.639	-9.559
Zunahme/Abnahme der Verbindlichkeiten aLL sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-5.473	2.792
<b>Cash-Flow aus betrieblicher Geschäftstätigkeit</b>	<b>6.909</b>	<b>505</b>
Auszahlungen für Erwerbe von Unternehmen/Unternehmensanteilen	-9.490	0
Auszahlung für immaterielles Anlagevermögen	-1.008	-382
Auszahlung für das Sachanlagevermögen	-877	-1.478
Auszahlung für Finanzanlagen	-10	-10
Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten	73	4
Einzahlungen aus Abgängen von Sachanlagen	27	56
Einzahlungen aus Abgängen von Finanzanlagen	0	118.000
<b>Cash-Flow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-11.285</b>	<b>116.190</b>
Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen und Zuschüsse der Gesellschafter	1.149	494
Auszahlungen durch Tilgung von langfristigen Verbindlichkeiten	0	-113.439
<b>Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>1.149</b>	<b>-112.945</b>
<b>Cash-Flow der Berichtsperiode</b>	<b>-3.227</b>	<b>3.750</b>
Nettofinanzmittel zu Beginn des Geschäftsjahres	40.229	105.961
Nettofinanzmittel zum Ende des Geschäftsjahres	37.009	110.122
Auswirkungen Währungsdifferenzen	7	411
<b>Veränderung der Nettofinanzmittel</b>	<b>-3.227</b>	<b>3.750</b>
Kurzfristige flüssige Mittel*	44.293	110.122
Kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	-7.284	0
<b>Kurzfristige Nettofinanzmittel zum Ende der Berichtsperiode</b>	<b>37.009</b>	<b>110.122</b>
<b>Veränderung der liquiden Mittel</b> (Kassenbestand und Bankguthaben)	<b>-1.513</b>	<b>4.161</b>
<b>Veränderung der kurzfristigen Bankverbindlichkeiten</b>	<b>1.707</b>	<b>0</b>

\*davon sind 3.701 TEUR für Sicherungszwecke gebunden (Vj 8.895 TEUR)

**SEGMENTINFORMATIONEN NACH GESCHÄFTSFELDERN 1. JANUAR 2006 BIS 31. MÄRZ 2006** in TEUR

	Unterhaltung	Sport	Sonstige	Überleitung	Konzern
Außenumsätze	13.931	46.106	87	0	<b>60.124</b>
Konzerninnenumsätze	8	44	0	-52	<b>0</b>
Andere aktivierte Eigenleistungen	202	0	0	0	<b>202</b>
Übrige Segmenterträge	2.135	2.922	1.951	-705	<b>6.303</b>
Segmentaufwendungen	-8.165	-51.687	-4.518	757	<b>-63.613</b>
> davon Abschreibungen	-2.545	-1.515	-256	0	<b>-4.316</b>
<b>Segmentergebnis</b>	<b>8.111</b>	<b>-2.615</b>	<b>-2.480</b>	<b>0</b>	<b>3.016</b>
<b>Periodenergebnis assoziierter Unternehmen</b>	<b>178</b>	<b>-2.156</b>	<b>0</b>		<b>-1.978</b>
<b>Nicht zugeordnete Ergebniselemente</b>					
Abschreibungen auf sonstige Finanzanlagen					<b>-3</b>
Zinsaufwendungen					<b>-1.561</b>
Zinserträge					<b>787</b>
<b>Ergebnis vor Steuern</b>					<b>261</b>
<b>Weitere Segmentinformationen:</b>					
Segmentvermögen	141.935	122.955	42.583		<b>307.473</b>
> davon Anteile an assoz. Unternehmen	3.422	0	0		<b>3.422</b>
Nicht zugeordnete Elemente					<b>6.524</b>
<b>Vermögen des Konzerns</b>					<b>313.997</b>
Segmentsschulden	15.947	33.997	18.191		<b>68.135</b>
Nicht zugeordnete Elemente					<b>86.860</b>
<b>Schulden des Konzerns</b>					<b>154.995</b>
<b>Segmentinvestitionen</b>	<b>856</b>	<b>992</b>	<b>47</b>		<b>1.895</b>

**SEGMENTINFORMATIONEN NACH REGIONEN 1. JANUAR 2006 BIS 31. MÄRZ 2006** in TEUR

	Deutschsprachig	Restliches Europa	Restliche Welt	Summe
Umsatz nach Abzinsung	58.908	414	802	<b>60.124</b>
Periodenergebnis assoziierter Unternehmen	-2.156	190	-12	<b>-1.978</b>
Segmentvermögen	283.445	12.475	11.553	<b>307.473</b>
> davon Anteile an assoz. Unternehmen	15	3.272	135	<b>3.422</b>
Segmentinvestitionen	1.669	3	223	<b>1.895</b>

**SEGMENTINFORMATIONEN NACH GESCHÄFTSFELDERN 1. JANUAR 2005 BIS 31. MÄRZ 2005** in TEUR

	Unterhaltung	Sport	Sonstige	Überleitung	Konzern
Außenumsätze	6.751	44.183	24	0	<b>50.958</b>
Konzerninnenumsätze	0	0	0	0	<b>0</b>
Andere aktivierte Eigenleistungen	27	0	0	0	<b>27</b>
Übrige Segmenterträge	834	1.933	2.198	-657	<b>4.308</b>
Segmentaufwendungen	-6.870	-40.569	-4.438	657	<b>-51.220</b>
> davon Abschreibungen	-2.804	-662	-232	0	<b>-3.698</b>
<b>Segmentergebnis</b>	<b>742</b>	<b>5.547</b>	<b>-2.216</b>	<b>0</b>	<b>4.073</b>
<b>Periodenergebnis assoziierter Unternehmen</b>	<b>-73</b>	<b>0</b>	<b>0</b>		<b>-73</b>
<b>Nicht zugeordnete Ergebniselemente</b>					
Abschreibungen auf sonstige Finanzanlagen					<b>-3</b>
Zinsaufwendungen					<b>-1.652</b>
Zinserträge					<b>995</b>
<b>Ergebnis vor Steuern</b>					<b>3.340</b>
<b>Weitere Segmentinformationen:</b>					
Segmentvermögen	131.579	96.069	87.748		<b>315.396</b>
> davon Anteile an assoz. Unternehmen	2.696				<b>2.696</b>
Nicht zugeordnete Elemente					<b>4.932</b>
<b>Vermögen des Konzerns</b>					<b>320.328</b>
Segmentsschulden	18.632	32.702	29.925		<b>81.259</b>
Nicht zugeordnete Elemente					<b>81.021</b>
<b>Schulden des Konzerns</b>					<b>162.280</b>
<b>Segmentinvestitionen</b>	<b>216</b>	<b>1.639</b>	<b>15</b>		<b>1.870</b>

**SEGMENTINFORMATIONEN NACH REGIONEN 1. JANUAR 2005 BIS 31. MÄRZ 2005** in TEUR

	Deutschsprachig	Restliches Europa	Restliche Welt	Summe
Umsatz nach Abzinsung	49.906	527	525	<b>50.958</b>
Periodenergebnis assoziierter Unternehmen	0	-66	-7	<b>-73</b>
Segmentvermögen	301.513	9.454	4.429	<b>315.396</b>
> davon Anteile an assoz. Unternehmen	15	2.669	12	<b>2.696</b>
Segmentinvestitionen	1.741	0	129	<b>1.870</b>

## ENTWICKLUNG DES KONZERNEIGENKAPITALS in TEUR

	Gezeichnetes Kapital	Eigene Anteile	Beschlossene Kapitalerhöhung	Kapitalrücklagen	Andere Rücklagen	Verlustvortrag	Ergebnisanteil Anteilseigner	Anteile Minderheiten	Summe
<b>Stand 1.1.2005</b>	<b>65.617</b>	<b>-17.317</b>	<b>983</b>	<b>100.631</b>	<b>33</b>	<b>-142.268</b>	<b>134.331</b>	<b>11.090</b>	<b>153.100</b>
Umgliederung Jahresergebnis Vorjahr						134.331	-134.331		0
Personalaufwand aus aktienbasierter Vergütung					18				18
Eintragung Anteile aus Optionsrechten	983		-983						0
Kapitalerhöhung aus Optionsausübung		147		266					413
Veränderung des Konsolidierungskreises								25	25
Unterschiede Währungsumrechnung					109				109
Quartalsergebnis							2.285	541	2.826
<b>Stand 31.3.2005</b>	<b>66.601</b>	<b>-17.170</b>	<b>0</b>	<b>100.897</b>	<b>160</b>	<b>-7.937</b>	<b>2.285</b>	<b>11.656</b>	<b>156.492</b>
<b>Stand 1.1.2006</b>	<b>66.601</b>	<b>-16.726</b>	<b>3.274</b>	<b>101.600</b>	<b>316</b>	<b>-7.937</b>	<b>229</b>	<b>6.242</b>	<b>153.599</b>
Umgliederung Jahresergebnis Vorjahr						229	-229		0
Entnahme aus Kapitalrücklage wegen Untergang Wandlungsrecht Wandelanleihe				-1.760		1.760			0
Eintragung Anteile aus Optionsrechten	3.274		-3.274						0
Kapitalerhöhung aus Optionsausübung		1.915		2.897					4.812
Personalaufwand aus aktienbasierter Vergütung					8				8
Neubewertung von Vermögenswerten					491				491
Unterschiede Währungsumrechnung					-382	-2			-384
Quartalsergebnis							-545	-12	-557
<b>Stand 31.3.2006</b>	<b>69.875</b>	<b>-14.811</b>	<b>0</b>	<b>102.737</b>	<b>433</b>	<b>-5.950</b>	<b>-545</b>	<b>6.231</b>	<b>157.970</b>

Im laufenden Geschäftsjahr wurde folgende Gesellschaft in den Konzernabschluss einbezogen und voll konsolidiert bzw. ergaben sich Veränderungen bei der Konsolidierung:

### **Yoram Gross-EM.TV Pty Ltd., Sydney, Australien**

Mit Vertrag vom 11. Januar 2006 übernahm die EM.Entertainment GmbH, eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der EM.TV AG, die ausstehenden 50 Prozent des bisherigen Gemeinschaftsunternehmens. Der Kaufpreis betrug 4.668 TEUR, Verkäufer war der bisherige Partner Yoram Gross Holdings.

Ab diesem Zeitpunkt, wird die Gesellschaft mittels Vollkonsolidierung in den Konzernabschluss einbezogen (bisher quotat).

Im Rahmen der Kaufpreisallokation wurden stille Reserven im Filmvermögen und eine technische Neuerung im interaktiven Spielbereich in Höhe von 1.246 TEUR sowie 156 TEUR auf den Beteiligungsbuchwert an der Beteiligung Trackdown Digital Pty. Ltd. aufgedeckt. Diese stillen Reserven werden hälftig im Zuge der Übergangskonsolidierung übernommen. Die verbleibende Differenz zwischen Kaufpreis und Vermögenswerten abzüglich Schulden wird als Goodwill angesetzt, da keine weiteren bilanzierungsfähige Potentiale oder Risiken bestehen. Dieser Goodwill ist dadurch gerechtfertigt, dass jetzt die Potentiale und Synergien besser genutzt werden können. Darüber hinaus trägt die positive Geschäftsaussicht der Gesellschaft und deren Tochtergesellschaften zu diesem Mehrwert bei.

### **MITTELABFLUSS DURCH AKQUISITIONEN in TEUR**

	<b>Yoram Gross</b>	<b>Summe</b>
Immaterielles Anlagevermögen	2.898	2.898
Materielle Vermögenswerte	376	376
Langfristige Forderungen	60	60
Aktive Latente Steuer	66	66
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>3.400</b>	<b>3.400</b>
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	400	400
Forderungen gegen assoziierte Unternehmen	77	77
Sonstige Vermögensgegenstände	97	97
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	1.612	1.612
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>2.186</b>	<b>2.186</b>
		<b>5.586</b>
Passive Latente Steuern	927	927
Langfristige verzinsliche Verbindlichkeiten	284	284
<b>Langfristige Schulden</b>	<b>1.211</b>	<b>1.211</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	671	671
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	206	206
Sonstige Verbindlichkeiten	233	233
Steuerrückstellungen	38	38
<b>Kurzfristige Schulden</b>	<b>1.148</b>	<b>1.148</b>
		<b>2.359</b>
<b>Nettovermögen</b>	<b>3.227</b>	<b>3.227</b>
<b>Goodwill</b>	<b>1.441</b>	<b>1.441</b>
<b>Kaufpreis</b>	<b>4.668</b>	<b>4.668</b>
Erworbene liquide Mittel		1.612
Nachträglich bezahlter Kaufpreis Creation Club (CC) GmbH		6.434
<b>Mittelabfluss durch Akquisitionen</b>		<b>9.490</b>

## Finanzkalender 2006

- 30. Juni 2006** Hauptversammlung der EM.TV AG  
für das Geschäftsjahr 2005
- 22. August 2006** Bericht 2. Quartal 2006
- 21. November 2006** Bericht 3. Quartal 2006

Anmerkung: Am Tag der Veröffentlichung der Jahresabschluss- bzw. Quartalszahlen wird i.d.R. eine Telefonkonferenz für Analysten abgehalten.

## Impressum

### **Herausgeber**

EM.TV AG  
Beta-Straße 11, D-85774 Unterföhring  
Tel. +49 (0) 89 99 500-0, Fax +49 (0) 89 99 500-111  
E-Mail [info@em.tv](mailto:info@em.tv), [www.em.tv](http://www.em.tv), HRB 148 760 AG München

### **Redaktion**

EM.TV AG Kommunikation/Investor Relations  
Frank Elsner Kommunikation für Unternehmen GmbH,  
Westerkappeln

### **Konzept und Gestaltung**

EM.TV AG Grafik

EM.TV AG



EM.TV AG  
Beta-Straße 11  
D-85774 Unterföhring  
Tel. +49 (0) 89 99 500-0  
Fax +49 (0) 89 99 500-111  
E-Mail [info@em.tv](mailto:info@em.tv)  
Internet [www.em.tv](http://www.em.tv)  
HRB 148 760 AG München