

# EM.TV AG

Q3 2005





2	Kennzahlen
3	Highlights im dritten Quartal
4	Berichte der Geschäftsfelder
4	Sport
9	Unterhaltung
12	Die Aktie
14	Wirtschaftliche Entwicklung
19	Ausblick
20	Konzernabschluss
30	Unternehmenskalender
30	Impressum

## 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 Umfeldes 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.

## EM.TV-Konzern (Angaben nach IFRS-Rechnungslegung)

In Mio. Euro	30.9.2005	31.12.2004
Filmrechte und EDV-Programme	86,6	93,9
Langfristige Vermögenswerte	164,2	131,1
Bilanzsumme	308,7	426,6
Gezeichnetes Kapital	66,6	65,6
Eigenkapital	145,2	153,1
Eigenkapitalquote (in Prozent)	47,0%	35,9%
Langfristige Finanzschulden	59,7	181,9
Kurzfristige Finanzschulden	3,2	0,0
	1.1. bis 30.9.2005	1.1. bis 30.9.2004
Umsatzerlöse	146,5	151,6
> Sport	128,1	130,3
> Unterhaltung	17,3	21,4
> Sonstige	1,1	0,0
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	8,8	62,1
Abschreibungen	-11,2	-11,7
Betriebsergebnis (EBIT)	-2,4	50,4
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EBT)	-6,4	140,1
Konzernperiodenergebnis	-4,5	133,3
Cash-Flow aus betrieblicher Geschäftstätigkeit	-3,9	20,2
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	67,3	-16,0
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	-114,6	-15,6
	30.9.2005	30.9.2004
Aktien im Umlauf in Mio.	52,5	48,6
Durchschnittliche Aktien im Umlauf (unverwässert) in Mio.	51,0	39,2
Aktienkurs in Euro	5,13	2,32
Ergebnis je Aktie (unverwässert) in Euro	-0,09	3,40
Marktkapitalisierung (bezogen auf Aktien im Umlauf)	269,5	112,8
Mitarbeiter (Periodendurchschnitt)	630	614

## Highlights im dritten Quartal

*Plangemäße Geschäftsentwicklung nach neun Monaten 2005*

*Leichte Umsatzsteigerung im erwartungsgemäß schwachen dritten Quartal*

*Quartalsergebnis von Vorlaufkosten und Forderungswertberichtigung beeinträchtigt*

*DSF im dritten Quartal mit bestem Marktanteil seit fünf Jahren*

*Start des Auktionskanals arena, einer PLAZAMEDIA-Beteiligung*

*Positiver Ausblick für das Gesamtjahr 2005 bestätigt*

## Berichte der Geschäftsfelder – Sport

### DSF

Im Fernsbereich verzeichnete der Gesamtmarkt beim Brutto-Werbevolumen auch im dritten Quartal erneut einen leichten Anstieg. Jedoch gestalteten sich die Nettowerbeerlöse, die mit klassischer TV-Werbung erzielt werden konnten, nach wie vor rückläufig.

Das DSF lag in diesem weiterhin schwierigen TV-Werbemarkt bei den klassischen Netto-Werbeerlösen im dritten Quartal 2005 leicht unter den Erwartungen. Im Bereich T-Commerce war aufgrund des erhöhten Wettbewerbs mit anderen Fernsehsendern im dritten Quartal ein Rückgang der Erlöse zu verzeichnen.

Mit Blick auf die Werbekunden ist hervorzuheben, dass der Partner Telekom im Berichtszeitraum das Engagement bei *Bundesliga – Der Sonntag* verlängert hat. Für die Berichterstattung über die 2. Fußball-Bundesliga konnte neben Hasseröder nun auch Suzuki als neuer Partner gewonnen werden.

#### **DSF verzeichnet im dritten Quartal besten Marktanteil seit fünf Jahren**

Mit 2,1 Prozent Marktanteil in der Kernzielgruppe Männer 14 bis 49 Jahre erzielte das DSF im dritten Quartal den besten Wert seit fünf Jahren. Darüber hinaus konnte das DSF mit diesem Ergebnis sowie mit 1,2 Prozent bei Zuschauer gesamt die Werte des Vergleichszeitraumes des Vorjahres um 30 Prozent steigern. Zum Vergleich: Im dritten Quartal 2004 erzielte das DSF 0,9 Prozent bei den Zuschauern gesamt und 1,6 Prozent in seiner Kernzielgruppe Männer 14 bis 49 Jahre. Insgesamt konnte das DSF seinen Marktanteil gegenüber dem Vorjahr in allen relevanten Zielgruppen deutlich verbessern. So verzeichnete das DSF auch in der Zielgruppe Erwachsene 14 bis 49 Jahre gegenüber dem 3. Quartal 2004 eine Steigerung von 1,0 auf 1,3 Prozent Marktanteil.

#### **DSF bleibt Motto „Mehr Sport, mehr LIVE“ weiter treu**

Auch im dritten Quartal blieb das DSF seinem zu Jahresbeginn ausgegebenen Motto „Mehr Sport, mehr Live“ weiter treu. Neben den erfolgreichen Formaten der Fußball-Bundesliga und des UEFA Cup hatte das DSF im Berichtszeitraum mit dem UI Cup, hochklassigen Testspielen, der U 20-WM und dem UEFA Supercup zwischen dem FC Liverpool und ZSKA Moskau zahlreiche weitere Live-Highlights im Programm. Außerhalb des Fußballs dominierte im Berichtszeitraum die Basketball-EM, Top-Tennis mit Wimbledon und dem Davis Cup, der Auftakt in die neue Saison der Handball-Bundesliga und Live-Boxen.

#### **Zweitbestes Tagesergebnis seit Senderbestehen in der DSF-Kernzielgruppe**

Ein historisches Ergebnis feierte das DSF am 29. September: Der lange „UEFA Cup-Marathon“ mit fünf Live-Spielen bescherte dem DSF einen Tagesmarktanteil von 9,9 Prozent in der DSF-Kernzielgruppe Männer 14 bis 49 Jahre. Damit erzielte das DSF das bislang zweitbeste Ergebnis seit Senderbestehen. Mit einem Tagesmarktanteil von 6,0 Prozent bei den Zuschauern gesamt erzielte das DSF ebenfalls einen historischen Wert und das viertbeste Ergebnis seit Senderbestehen. Sehr starke Reichweiten



verzeichnete das DSF dabei über den kompletten UEFA Cup-Tag. Bereits am frühen Nachmittag sahen durchschnittlich 960.000 Zuschauer die Partie des VfB Stuttgart in Domzale live im DSF. Auch die übrigen Begegnungen der deutschen Mannschaften kamen auf erstklassige Durchschnittsreichweiten: 1,49 Mio. bei Sofia gegen Leverkusen, 1,46 Mio. bei Hertha gegen Nikosia, 2,19 Mio. bei Mainz gegen Sevilla sowie 2,77 Mio. Zuschauer bei Kopenhagen gegen den HSV untermauerten das hervorragende Tagesergebnis im DSF. In der Spitze verfolgten 3,1 Mio. Zuschauer die Spiele live.

#### **Bundesliga-Formate im DSF sind weiter auf Erfolgskurs**

Die Top-Reichweite des dritten Quartals 2005 erzielte das DSF am 11. September. Durchschnittlich 2,7 Mio. Zuschauer, in der Spitze 3,2 Millionen, verfolgten die Zusammenfassung der Sonntagsspiele Dortmund gegen Köln und Berlin gegen Wolfsburg in *Bundesliga – Der Sonntag*. Damit erzielte das DSF einen Marktanteil von 9,6 Prozent bei Zuschauer gesamt bzw. 11,4 Prozent in der Zielgruppe Männer 14 bis 49 Jahre. Zum Vergleich: Den Topwert des dritten Quartals 2004 erzielte das DSF am 26. September mit durchschnittlich 2,53 Mio. Zuschauern. Insgesamt konnte das DSF im Berichtszeitraum die hervorragenden Reichweiten der Bundesliga-Formate im DSF weiter ausbauen. Bis zum 7. Spieltag der Saison 2005/06 am 24./25. September wurden beispielsweise die Marktanteile in der Zielgruppe Männer 14 bis 49 Jahre bei den Formaten Viererkette und *Bundesliga Mittendrin* um jeweils 86 Prozent gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres gesteigert. Deutliche Zuwächse verzeichneten mit einem Marktanteilszuwachs von 78 Prozent auch *Bundesliga Aktuell* und mit einem Zuwachs von 73 Prozent das Magazin *Hattrick* am Freitag

#### **DSF erzielt Top-Reichweiten mit Basketball und Tennis**

Ebenfalls sehr gute Reichweiten erzielte das DSF im dritten Quartal mit der Basketball-Europameisterschaft in Serbien und Montenegro: Bis zu 2,1 Mio. Zuschauer sahen das EM-Finale zwischen Deutschland und Griechenland am 25. September live im DSF (Marktanteil Männer 14 bis 49 Jahre: 7,8 Prozent). Insgesamt verfolgten durchschnittlich rund 600.000 Zuschauer die EM-Spiele der DBB-Auswahl im DSF. Sehr gute Reichweiten verbuchte das DSF auch mit dem Davis Cup: im Durchschnitt verfolgten 710.000 Zuschauer die Begegnung zwischen Tschechien und Deutschland.

## **Sport1**

Deutschlands größtes Sport-Online-Portal Sport1 konnte im dritten Quartal 2005 den positiven Trend des ersten Halbjahres fortsetzen. Die Marktführerschaft konnte durch erhebliche Reichweitzuwächse weiter ausgebaut werden. Trotz der in 2005 fehlenden großen Sportevents in der Kategorie der Olympischen Spiele oder der UEFA Euro 2004™ im Vorjahr ist der Ergebnisbeitrag von Sport1 für den EM.TV-Konzern nach wie vor deutlich positiv.



### **Neuer Reichweitenrekord im September 2005**

Das dritte Quartal 2005 ist durch den neuen Reichweitenrekord von Sport1.de im September mit über 17 Mio. Besuchen (Visits) und 148 Mio. Seitenabrufen (Page-Impressions) gekennzeichnet. Die Sport1 verzeichnet damit im Berichtszeitraum, trotz der Fussball-Bundesligapause, erneute Reichweitenzuwächse und erreichte 355 Mio. Seitenabrufe (Page-Impressions) und knapp 48 Mio. Besuche (Visits). Dies bedeutet im Vergleich zum dritten Quartal 2004 eine Steigerung der Visits von über 31 Prozent.

### **Sport1 startet mit eigener Sportdatenbank**

Das dritte Quartal 2005 stand im Zeichen der Implementierung einer eigenen Sport1-Sportdatenbank in Kooperation mit dem norwegischen Sportdaten-Lieferanten „Betradar.com-Market Monitor AS“. Ebenfalls im September launchte die Sport1 das neue Produkt „DSF-Mobile-TV“ für den Partner T-mobile. Sport1 fungiert bei diesem neuen innovativen Produkt als Dienstleister und ist darüber hinaus neben der Produktion auch für die Konzeption verantwortlich. In der Vermarktung konnte Sport1 die „T-com“ als exklusiven Partner für die Fußball-Bundesliga gewinnen. Seit Beginn der Saison 2005/2006 werden die Bundesliga-Seiten auf [www.sport1.de](http://www.sport1.de) von „T-com“ präsentiert.

## **Sportwetten**

Wie bereits mehrfach kommuniziert, beabsichtigt EM.TV den Einstieg in den Bereich Sportwetten, da dieser nach Ansicht des Unternehmens ein großes Umsatz- und Renditepotenzial bietet. Bislang ist der Sportwettenmarkt in Deutschland jedoch unverändert reguliert. Da die europäische Rechtsprechung zur Zulässigkeit von Sportwetten bereits wichtige Vorgaben gemacht hat, wird eine zeitnahe Liberalisierung von vielen erwartet. Von zentraler Bedeutung ist hierbei die Entscheidung des Bundesverfassungsgerichtes in einem derzeit anhängigen Klageverfahren.

Vor einer solchen Liberalisierung werden jedoch weder EM.TV selbst noch Tochtergesellschaften Sportwetten in Deutschland anbieten oder vermitteln.

Im Vorgriff auf die zu erwartende Liberalisierung des Sportwettenmarktes in Deutschland hat EM.TV in den vergangenen Monaten jedoch intensive Vorbereitungen getroffen, um den Einstieg in das Wettgeschäft kurzfristig vollziehen zu können. Dazu gehörten insbesondere die Konzeption und der Aufbau einer technischen Infrastruktur. Diese Vorbereitungen zogen entsprechende Beratungs-, Planungs- und Aufbaukosten nach sich, die das Segmentergebnis der ersten neun Monate belasteten. Dies impliziert jedoch noch keine endgültige Entscheidung über einen Einstieg ins Sportwettengeschäft. Das Unternehmen will diese Entscheidung bis Ende des Jahres 2005 treffen.

## PLAZAMEDIA

Auf dem deutschen Fernsehmarkt zeichnet sich im dritten Quartal eine Zunahme neuer TV-Sparten-Sender ab, die schlanke Produktionslösungen und teilweise kurzfristige Realisierungszeiträume suchen. Daraus resultierte für die Geschäftsbereiche Studioproduktion und Programmabwicklung eine steigende Nachfrage. Parallel dazu sichern sich TV-Sender durch qualitativ hochwertige Formate, die sie kostengünstig anfragen, ihre Position auf dem Markt. Premium-Produktionen werden im derzeit gültigen TV-Standard „SDTV“ (Standard Definition Television) auf niedrigem Preisniveau nachgefragt. Als Nachfolger von SDTV ist das hochauflösende Fernsehen „HDTV“ (High Definition Television) von besonderem Interesse.

Diese erfreuliche Marktentwicklung führte bei PLAZAMEDIA im dritten Quartal zu einer guten Auslastung sowohl im Bereich der Innenproduktion als auch im Bereich der Außenproduktion, was sich auf Umsatz und Ergebnis positiv auswirkte.

### **Erweiterung der Neue Medien-Produktion und Einstieg in internationale Märkte**

Im Geschäftsbereich Neue Medien baute PLAZAMEDIA das internationale Geschäft weiter aus. Für das US-amerikanische Internetunternehmen Bluelake Media wird die 1. und 2. Fußball-Bundesliga als Video-Stream produziert. Der japanische Rechteinhaber Softbank erhält von PLAZAMEDIA für mobile Endgeräte aufbereitete Videoclips aller Spielbegegnungen. Neben dem Markteintritt in Nordamerika und in Asien wurde die bereits bestehende Zusammenarbeit mit dem brasilianischen Telekommunikationsunternehmen Terra Networks fortgeführt.

Premiere beauftragte PLAZAMEDIA erneut mit der Produktion aller 125 Spiele der UEFA Champions League bis zum Finale am 17. Mai 2006 in Paris. Im Auftrag des DSF realisiert PLAZAMEDIA erstmals auch den UEFA Cup. Ebenfalls für DSF startete die Produktion der Handball Bundesliga.

### **Deutschlands führender Produzent für interaktives Live-Fernsehen**

PLAZAMEDIA wurde mit der Produktion und Abwicklung des Auktionskanals arena beauftragt, der seit September täglich 17 Stunden live sendet und bei dem der Zuschauer derzeit via Telefon, künftig auch per SMS und Internet den Preis bestimmen kann. Das Konzept von arena setzt auf unterhaltende Elemente kombiniert mit herkömmlichem Teleshopping. PLAZAMEDIA hält einen Anteil von 25 Prozent an der arena media GmbH. Die Beteiligung an diesem innovativen TV-Konzept stellt eine konsequente Erweiterung der Geschäftsfelder dar. Für die Produktion des interaktiven TV-Senders hat PLAZAMEDIA seine Studio-Kapazitäten erweitert.

### **PLAZAMEDIA setzt auf Premium-Produktion und innovative Technologien**

PLAZAMEDIA leistet und bietet bereits jetzt – und dies auch als einziges deutsches Produktionsunternehmen – die neue Fernsehtechnologie HDTV in der gesamten Produktionskette von der Außenproduktion, über die Studio- und Postproduktion bis hin zur Sendeabwicklung an. Daher ist das Unternehmen insgesamt sehr gut positioniert, um die zunehmenden Produktionsanforderungen im Hinblick auf innovative Technologien – auch im Bereich der Kamerasysteme – zu realisieren.



© The Official Emblem, the Official Mascot of the 2006 FIFA World Cup Germany™ and the FIFA World Cup Trophy are copyrights and trademarks of FIFA. All rights reserved.

Auf der International Broadcast Convention (IBC) in Amsterdam präsentierte PLAZAMEDIA im September zusammen mit dem Technologiepartner TV Skyline GmbH die „Camera Moving Systems“, bestehend aus zahlreichen individuellen Kamerasystemen für die Sport-Produktion. Im Mittelpunkt stand die dritte Generation der SportsCam, das erste HD-fähige Kamerasystem in dieser Form auf dem Markt. Erstmals wurde auch die PylonCam präsentiert, ebenfalls eine Spezialkamera für vertikale Kamerafahrten und in Verbindung mit der neuen SportsCam III HD ein einzigartiges System. Für beide Systeme zeichnet sich eine große nationale und internationale Nachfrage ab.

#### **FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2006™**

Im Hinblick auf die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2006™ wurden erfolgreiche Verhandlungen geführt, und es konkretisieren sich auf der Seite nationaler und internationaler TV-Sender die Planungen. Ferner hat die Host Broadcast Services AG (HBS) PLAZAMEDIA beauftragt, mit zwei Venue-Produktionsteams die Erstellung des Weltsignals zu realisieren, darunter u. a. auch das Finalspiel der FIFA WM 2006™ in Berlin. Darüber hinaus erstellt PLAZAMEDIA im Auftrag von HBS die City Profiles aller Austragungsorte (Host Cities) der FIFA WM 2006™, in denen die einzelnen Host Cities dem Weltpublikum vorgestellt werden. Die City Profiles werden in HDTV produziert.

## **Europäische Vermarktungsrechte im Merchandising an der FIFA WM 2006™**

Durch das hohe mediale Interesse an der FIFA WM 2006™ und des inzwischen sehr breiten Angebotes von Offiziellen Lizenzprodukten zur FIFA WM 2006™ auf dem europäischen Markt ist das Interesse an Lizenzrechten nach wie vor ungebrochen. Daher lag EM.TV mit der Vermarktung der Merchandising-Rechte zur FIFA WM 2006™ auch im dritten Quartal über den Erwartungen.

Im Berichtszeitraum konnte die EM.TV AG fünf weitere Lizenznehmer für die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2006™ gewinnen. Hierzu gehören die VIP Merchandising GmbH mit einer exklusiven Lizenz für non-branded Flaggen und illuminierte Pins, die ars Parfum Creation & Consulting GmbH mit einer exklusiven Lizenz an non-branded Eau de Toilette und Eau de Parfum und die Xtrem Toys & Sports GmbH mit den Exklusivrechten an Miniatur-Trucks und Fußballtoren (non-branded). Ferner sicherte sich die Kryolan GmbH die Exklusivrechte an non-branded Gesichtsschminke und mit der Kid Galaxy Corp. wurde ein Vertrag über die exklusive Lizenz für biegsame Fußballspieler-Figuren mit Accessoires (non-branded) geschlossen. Die Anzahl der Verträge mit Lizenznehmern konnte zum Ende des Berichtszeitraumes auf 43 ausgebaut werden.

## Unterhaltung

### Produktion

Nationale wie internationale TV-Sender waren auch im dritten Quartal 2005 auf der Suche nach hochwertigen, kreativen Programmen mit einer starken Handlung und prägnanten Charakteren. Gefragt waren vor allem Programme, die über breite Auswertungsmöglichkeiten und ein hohes Vermarktungspotenzial, vor allem in den Bereichen Home Entertainment, Publishing und Merchandising, verfügen.

Programme für Kleinkinder im Alter von bis zu drei Jahren sowie Sprachlernprogramme für Vorschulkinder zeichneten sich im dritten Quartal als neue Trends im Produktionsmarkt ab. Zudem werden verstärkt interaktive TV-Formate entwickelt, die Kinder z. B. über mobile Endgeräte ins Geschehen mit einbeziehen.

Im Berichtszeitraum wurde die dritte Staffel der Zeichentrickserie *Flipper & Lopaka* sowie der Spielfilm *Flipper & Lopaka – Piraten auf Quetzo* fertig gestellt. Neben der Comedy-Action-Serie *Staines Down Drains*, die sich in der Produktion befindet, wurde an zwei weiteren Koproduktionen sowie fünf Entwicklungsthemen, darunter der Preschool-Serie *Zigby* und dem Lernprogramm *Croco Loco*, gearbeitet.

Mit Dominique Christina Neudecker gewann EM.Entertainment im dritten Quartal eine ausgewiesene Programmexpertin und erfahrene Produzentin für den Bereich Produktion. Frau Neudecker, die viele Jahre den Bereich Internationale Koproduktionen der TV-Loonland AG verantwortete, ist seit 1. Oktober 2005 Leiterin Produktion der EM.Entertainment GmbH.

### TV Sales

Die Marktstimmung des Vorquartals setzte sich im dritten Quartal 2005 fort. Nationale wie internationale TV-Sender zeigten weiterhin Interesse an Kinder- und Jugendprogrammen aus der Rechtebibliothek von EM.TV. Dabei waren sowohl neue Koproduktionen und Programmeinkäufe gefragt als auch bestehende Library-Ware.

Zu den wichtigsten Abschlüssen im Geschäftsfeld Free-TV zählte ein Vertrag mit Nickelodeon Deutschland. Nach der Lizenzierung von 22 Episoden der Serie *Farscape* hat der TV-Anbieter im Berichtszeitraum nun auch die Rechte an drei Staffeln der Realserie *Clueless* erworben. Die 62 halbstündigen Episoden sollen auf NICK, dem im September 2005 neu gestarteten Kindersender der Viacom-Gruppe, ausgestrahlt werden. Nach dem großen TV-Erfolg der ersten beiden Staffeln entschied sich das ZDF im dritten Quartal nun auch für die Folgestaffeln von *Flipper & Lopaka*. Der ORF wählte im Zuge seines bestehenden Volumenvertrags sieben Zeichentrickserien im Umfang von insgesamt 156 halben Stunden aus.



Im Ausland verlängerte die italienische Mediengruppe Mediaset die Lizenzzeit der *Pippi Langstrumpf*-Zeichentrickserie um weitere sechs Jahre und der ukrainische Sender K1 wählte 402 halbstündige Episoden für seinen Volumenvertrag aus.

Im Geschäftsfeld Pay-TV gelang es der EM.Entertainment, sämtliche 50 halbstündigen Episoden des Klassikers *Anne mit den roten Haaren* an den asiatischen Medienkonzern Power International Multimedia (PIM) zu verkaufen. Darüber hinaus wählte der französische Satellitenbetreiber TPS Jeunesse 65 Episoden der Serie *Bambaloo* sowie die dritte und vierte Staffel von *Was ist los mit Alex Mack?* für seinen Kinderkanal Teletoon aus.

## Merchandising

Im Geschäftsfeld Merchandising war im dritten Quartal 2005 kein dominierendes Topthema zu erkennen, das den Lizenzmarkt für Kinder und Jugendliche entscheidend geprägt hätte. Vielmehr konnten sich mehrere Lizenzthemen gut am Markt behaupten, ohne dabei jedoch neue Trends zu setzen. Vor allem Lizenzen aus dem Bereich Promotion wurden im Berichtszeitraum stark nachgefragt.

Für die EM.Entertainment GmbH zählte die Lizenzmesse licensing.forum, die vom 21. bis 22. September 2005 in München stattfand, zu den Highlights des dritten Quartals. Auch auf dieser Branchenveranstaltung stieß das 30-jährige TV-Jubiläum der *Biene Maja* im kommenden Jahr auf anhaltend starkes Interesse. Darüber hinaus gewann EM.Entertainment gemeinsam mit der Autobahn Tank & Rast GmbH den LIMA Award in der Kategorie „Promotion 2005“. Der Lizenzverband LIMA hatte die dreiteilige *Wickie*-Promotion, die anlässlich des 30. TV-Geburtstags der Serie *Wickie und die starken Männer* in ausgewählten Raststätten der Autobahn Tank & Rast stattgefunden hatte, zur besten Promotion des Jahres gekürt.

Zu den wichtigsten Lizenzvereinbarungen des dritten Quartals zählte ein Vertrag mit der Flötotto GmbH. Der Gütersloher Möbelhersteller hat sich die Rechte an Kinderzimmermöbeln im *Biene Maja*-Design gesichert. Einen weiteren neuen Lizenznehmer gewann EM.Entertainment mit der FUN LITES Handels- und Vertriebs GmbH. Die Hamburger Firma hat eine Lizenz für Lampen und Leuchten mit den beliebten Kindercharakteren *Die Biene Maja*, *Heidi* und *Tabaluga* erworben. Zudem hat die SIGG Switzerland AG ihren Vertrag über Trinkflaschen im *Biene Maja*-Look verlängert. Die bewährte Aluminiumflasche wird zum runden Geburtstag in 2006 mit einem neuen Motiv auf den Markt kommen.

Weitere *Biene Maja*-Lizenzen wurden an die Dinico GmbH und den Panini-Verlag vergeben. Während Dinico die Rechte an *Biene Maja*-Kindergeschirr aus Melanin erwarb, sicherte sich Panini die Lizenz für ein *Biene Maja*-Magazin. Darüberhinaus hat EM.Entertainment Bettwäsche mit *Wickie und die starken Männer* an die Firma Herding lizenziert.

## Home Entertainment

Im Geschäftsfeld Home Entertainment, das die Vergabe von Lizenzrechten in den Bereichen Video und DVD beinhaltet, konnte die EM.Entertainment GmbH auch im dritten Quartal 2005 eine Reihe internationaler Vereinbarungen mit Videoherstellern und -vertriebsgesellschaften erzielen.

Zu den wichtigsten Abschlüssen zählte der Verkauf der dritten Staffel von *Tabaluga* an L.C.J. Editions Paris. Der französische Distributor hat in der Vergangenheit bereits die ersten beiden Staffeln der Zeichentrickserie lizenziert und vermarktet bereits seit Anfang 2001 weitere Programme aus der Programmbibliothek von EM.Entertainment, darunter vorwiegend Klassiker wie z. B. *Black Beauty*, *Lassie* und *Sindbad*, mit großem Erfolg.

Für Lateinamerika erwarb die Tycoon Entertainment Group die exklusiven Video- und DVD-Rechte an allen 52 Episoden der *Heidi*-Zeichentrickserie sowie an dem TV-Special *Heidi in den Bergen*. Bei dem finnischen Videohersteller Panvision gelang es EM.Entertainment, die Zeichentrickklassiker *Die Biene Maja* und *Tao Tao* erfolgreich zu platzieren. Auch Panvision hat bereits zahlreiche Themen aus dem EM.TV-Portfolio auf Video und DVD ausgewertet, darunter so bekannte Titel wie *Flipper & Lopaka*, *Tabaluga* und *Der Regenbogenfisch*.

## Junior Channel

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

Zu den Erstaussstrahlungen auf Junior bzw. dem Abo-TV-Sender Premiere zählten im dritten Quartal die EM.TV-Koproduktion *Tosh* sowie die Zeichentrickserien *Timmy geht zur Schule* und *Birdz*, die aus der Programmbibliothek der RTV Family Entertainment AG stammen. Zudem wurde die Trickfilmproduktion *Peterchens Mondfahrt* im September 2005 erstmals auf dem Abo-TV-Sender Premiere ausgestrahlt und der Spielfilm *Sindbad, der Seefahrer* feierte im Juli sogar seine TV-Premiere.

# 12 Die Aktie

## Die Aktie

### Die Entwicklung der deutschen Kapitalmärkte

Im dritten Quartal des Jahres entwickelten sich die deutschen Kapitalmärkte überwiegend positiv. Der SDAX stieg im dritten Quartal um 12,7 Prozent auf 4.285 Punkte. Der Prime Media Index fiel um 6,0 Prozent auf 172 Punkte.

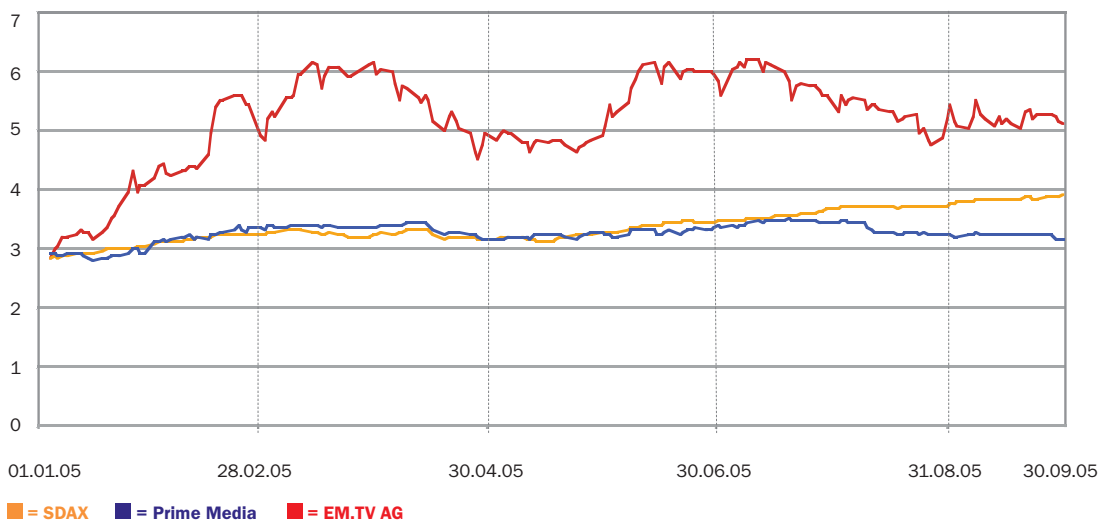
### Die Entwicklung der EM.TV-Aktie

Anfang Juli stieg der Aktienkurs zunächst auf 6,21 Euro. Danach setzte eine deutliche Konsolidierung bis Ende August ein, bei der der Aktienkurs auf ein Tief von 4,74 Euro fiel. Danach stieg der Kurs erneut auf bis zu 5,53 Euro an, bevor eine Seitwärtsbewegung in der Spanne zwischen 5,00 Euro bis 5,35 Euro einsetzte. Die Aktie der EM.TV schloss am 30. September 2005 bei 5,13 Euro. Dies entspricht einem Kursrückgang gegenüber dem 30. Juni 2005 von 0,71 Euro (-12,2 Prozent). Im Vergleich zum 31. Dezember 2004 legte der Aktienkurs deutlich um 2,26 Euro (+179 Prozent) zu.

Das Handelsvolumen ging auch im dritten Quartal 2005 zurück, jedoch gehörte die Aktie der EM.TV AG weiterhin zu den meistgehandelten Werten im SDAX.

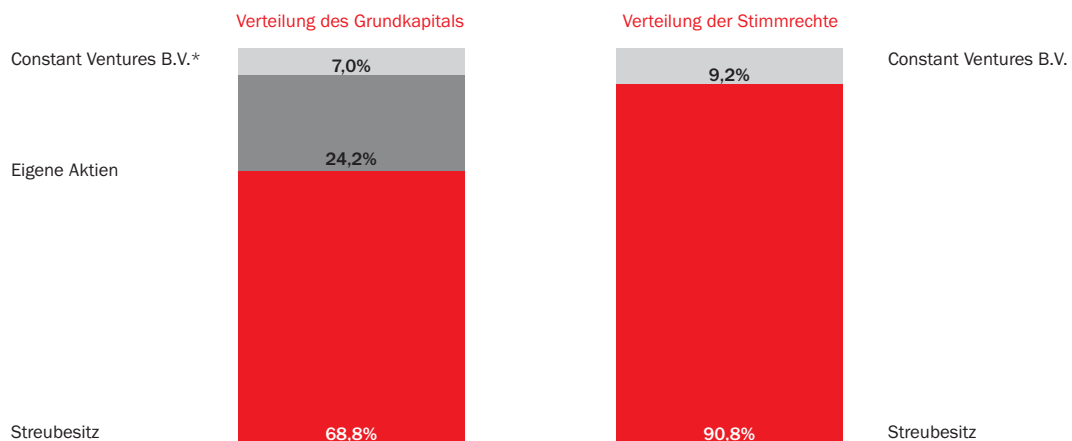
Das Grundkapital der EM.TV AG inklusive neuer Aktien aus ausgeübten Optionen der Optionsschuldverschreibung, deren Eintragung im Handelsregister noch aussteht, belief sich per 30. September 2005 auf rund 69,3 Mio. Euro. Davon hielt die EM.TV AG rund 16,8 Mio. als eigene, nicht stimmberechtigte Aktien, wovon wiederum rund 15,1 Mio. Aktien zur Bedienung der Zertifikatsserien reserviert sind. Nach Abzug der eigenen, nicht stimmberechtigten Aktien befanden sich zum 30. September 2005 insgesamt rund 52,5 Mio. Aktien im Umlauf.

### 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 2004

### Aktionärsstruktur zum 30. September 2005



\*Stand: Aktienbesitz per Juli 2005

### Informationen zur EM.TV-Aktie zum 30. September 2005

ISIN	DE000 914720 7
Segment	Prime Standard
Indizes	SDAX, Prime Media Index
Bloomberg/Reuters	EV4 GR/EV4G.DE
Aktienkurs	5,13 Euro
52-Wochen-Höchstkurs/52-Wochen-Tiefstkurs	6,37 Euro/2,18 Euro
Grundkapital (inkl. Aktien aus ausgeübten Optionen der Optionsanleihe)	69,3 Mio. Euro
Aktien im Umlauf	52,5 Mio. Stück
Potentielle Aktien aus ausgegebenen Optionen	
> Zertifikate Serie 1 (Basispreis 2,50 Euro bis 18. April 2006)	7,4 Mio. Stück
> Zertifikate Serie 2 (Basispreis 3,50 Euro bis 18. April 2008)	7,7 Mio. Stück
> Optionen zur Optionsschuldverschreibung (Basispreis 1,00 Euro bis 30. März 2006)	1,6 Mio. Stück
> Sonstige (Mitarbeiterbeteiligungsprogramme/Wandelschuldverschreibung)	0,4 Mio. Stück
Marktkapitalisierung (basierend auf Aktien im Umlauf)	269,5 Mio. Euro
Marktpreis der Derivate im Umlauf	42,3 Mio. Euro

### Aktien- und Optionsbestand der Vorstände und des Aufsichtsrats zum 30. September 2005

	Anzahl Aktien	Aktienanspruch aus Optionsrechten*
Werner E. Klatten	0	23.397
Rainer Hütter	0	23.397
Dr. Andreas Pres	6.000	23.396
Aufsichtsratsmitglieder	0	0

\* Anmerkung: Im Rahmen der Restrukturierung der EM.TV & Merchandising AG auf die EM.TV AG hat die Hauptversammlung der EM.TV AG am 19.03.2004 beschlossen, den Berechtigten aus bestehenden Optionsprogrammen entsprechend dem Verschmelzungsverhältnis (73:10) 10/73 Inhaber-Stammaktien der EM.TV AG zu gewähren.

# 14 Wirtschaftliche Entwicklung

## Wirtschaftliche Entwicklung

### 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 30. September 2005 wurden gegenüber dem Jahresabschluss der EM.TV AG zum 31. Dezember 2004 der IFRS 2 (aktienbasierte Vergütung) neu angewendet, was auch zu Anpassungen der Vorjahreszahlen führte.

Mit Beginn des Jahres 2005 hat EM.TV die Segmentberichterstattung verändert. Zum Zwecke einer höheren Transparenz wird der Bereich „Sonstige“ ausgewiesen, der u.a. die Erträge und Kosten der EM.TV AG als Holdinggesellschaft des Konzerns beinhaltet. Zuvor war die Holding dem Segment Unterhaltung zugeordnet gewesen. Darüber hinaus ging das frühere Segment „Consumer Products“ in dem Segment „Sonstige“ auf. Die Vorjahresangaben für das neue Segment wurden angepasst, so dass Vergleichbarkeit gegeben ist.

### Umsatz- und Ertragslage

Der EM.TV-Konzern hat in den ersten neun Monaten des Jahres 2005 eine Geschäftsentwicklung im Rahmen der Planungen verzeichnet. Das Ergebnis des dritten Quartals war erwartungsgemäß durch eine schwache operative Ertragslage und Kosten für den UEFA Cup beeinflusst. Zudem wurde das Ergebnis durch Vorbereitungskosten für das Thema Sportwetten und durch eine Forderungswertberichtigung beim TV-Sender DSF belastet.

Der Umsatz des Konzerns in den ersten neun Monaten des Jahres 2005 erreichte 146,5 Mio. Euro nach 151,6 Mio. Euro in den ersten drei Quartalen 2004. Die Differenz von 3,4 Prozent ist – wie bereits im Bericht über das zweite Quartal erläutert – unter anderem auf im Vorjahreszeitraum angefallene Einmalumsätze im Zusammenhang mit der Neuordnung des Gemeinschaftsunternehmens Planeta Junior und auf den eingeplanten Wegfall der Produktion für das Basissignal der 1. und 2. Fußball-Bundesliga ab der Saison 2004/05 zurückzuführen. Im dritten Quartal 2005 steigerte der Konzern den Umsatz gegenüber dem gleichen Vorjahresquartal von 45,0 Mio. Euro um 2,4 Prozent auf 46,1 Mio. Euro.

Die sonstigen betrieblichen Erträge für die ersten neun Monate summierten sich auf 12,6 Mio. Euro und verteilen sich zu in etwa gleichen Teilen auf die drei Quartale. Der entsprechende Vorjahreswert von

62,4 Mio. Euro war stark von dem Einmalertrag (48,2 Mio. Euro) aus der abschließenden Regelung der Geschäftsbeziehungen zwischen KirchMedia, Junior.TV und EM.TV („Kirch-Settlement“) geprägt gewesen.

Der Materialaufwand, die größte Aufwandsposition, betrug im Zeitraum Januar bis September 81,8 Mio. Euro und lag damit um 4,1 Prozent unter dem Wert des Vorjahreszeitraums (85,3 Mio. Euro). Im dritten Quartal ergab sich allerdings ein Anstieg um 29,4 Prozent von 23,1 Mio. Euro auf 29,9 Mio. Euro, im Wesentlichen bedingt durch die angekündigten Kosten für den UEFA Cup, für den das DSF im Mai 2005 die TV-Verwertungsrechte für einen Zeitraum von drei Jahren ab der Spielzeit 2005/06 erworben hatte.

Der Personalaufwand lag im Neun-Monats-Zeitraum mit 37,2 Mio. Euro um 3,0 Prozent über dem Wert des gleichen Vorjahreszeitraums (36,1 Mio. Euro). Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen blieben mit 31,8 Mio. Euro in etwa auf dem Niveau der ersten neun Monate 2004 (31,1 Mio. Euro). Im dritten Quartal stieg diese Position von 7,6 Mio. Euro im gleichen Vorjahresquartal auf 12,1 Mio. Euro. Die Erhöhung ist unter anderem auf die Wertberichtigung einer Forderung des DSF gegenüber einem Dienstleistungspartner in Höhe von 2,4 Mio. Euro zurückzuführen.

Das Konzernergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) belief sich in den ersten neun Monaten auf 8,8 Mio. Euro. Das vergleichbare, um den Einmalertrag aus dem so genannten Kirch-Settlement bereinigte, EBITDA des Vorjahreszeitraums betrug 13,9 Mio. Euro (unbereinigt: 62,1 Mio. Euro).

Im dritten Quartal lag das EBITDA bei -3,5 Mio. Euro nach 5,7 Mio. Euro im gleichen Quartal 2004. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass die Planung für das Berichtsquartal aufgrund des saisonalen Verlaufs der EM.TV-Geschäfte von vornherein einen schwachen operativen Ergebnisbeitrag vorsah. Darüber hinaus wirkten sich die Kosten für den UEFA Cup und die Forderungswertberichtigung beim DSF entsprechend aus. Ungeachtet dessen bewegte sich das EBITDA der ersten neun Monate im Rahmen der Planung.

Nach Berücksichtigung der Abschreibungen errechnet sich ein Neun-Monats-Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) von -2,4 Mio. Euro (Vorjahreszeitraum: 50,4 Mio. Euro, bereinigt um Kirch-Settlement: 2,2 Mio. Euro). Das EBIT des dritten Quartals betrug -7,4 Mio. Euro (gleiches Vorjahresquartal: 0,5 Mio. Euro).

Das Finanzergebnis konnte im Neun-Monats-Zeitraum von -4,7 Mio. Euro auf -4,0 Mio. Euro verbessert werden. Darin enthalten ist der im zweiten Quartal angefallene Sonderaufwand von rund 1 Mio. Euro, der aus der vorzeitigen Rückzahlung eines Teilbetrages von 10 Mio. Euro der 8 % Optionsschuldverschreibung 2004/2009 resultierte.

Vor Steuern erreichte EM.TV in den ersten neun Monaten ein Konzernergebnis von -6,4 Mio. Euro. Das vergleichbare Vorjahresergebnis, das um das Kirch-Settlement und einen hohen Restrukturierungsgewinn bereinigt ist, belief sich auf -2,5 Mio. Euro (unbereinigt: 140,1 Mio. Euro).

# 16 Wirtschaftliche Entwicklung

Nach Steuern und vor Minderheitenanteilen weist der Konzern ein Neun-Monats-Ergebnis von -3,7 Mio. Euro aus (Vorjahreszeitraum bereinigt um Kirch-Settlement und Restrukturierungsgewinn: -6,4 Mio. Euro, unbereinigt: 136,2 Mio. Euro). Der in den ersten neun Monaten auf Minderheitenanteile entfallende Gewinn von 0,8 Mio. Euro (Vorjahreszeitraum: 2,9 Mio. Euro) betrifft im Wesentlichen die früheren Mit-eigentümer der Sportgesellschaften DSF und Sport1. Durch die im Mai vollzogene Erhöhung der Anteile von EM.TV an diesen Gesellschaften auf jeweils 100 Prozent fielen im dritten Quartal 2005 diesbezüglich keine Ergebnisanteile Dritter mehr an.

Nach Steuern und nach Minderheitenanteilen wird für den Zeitraum Januar bis September ein Konzernergebnis von -4,5 Mio. Euro ausgewiesen (Vorjahreszeitraum: 133,3 Mio. Euro, bereinigt um Kirch-Settlement und Restrukturierungsgewinn: -9,3 Mio. Euro). Das Ergebnis nach Steuern und Minderheitenanteilen separat für das dritte Quartal belief sich auf -4,6 Mio. Euro (drittes Quartal 2004: -2,5 Mio. Euro).

Im Segment Sport erreichte EM.TV in den ersten neun Monaten einen Umsatz von 128,1 Mio. Euro nach 130,3 Mio. Euro im gleichen Vorjahreszeitraum. Das Segmentergebnis belief sich auf 6,3 Mio. Euro (Vorjahreszeitraum: 16,8 Mio. Euro). Die Rückgänge sind im Wesentlichen Folge des Wegfalls des Produktionsauftrages der PLAZAMEDIA für die 1. und 2. Fußball-Bundesliga, der Kosten für den UEFA Cup und der Forderungswertberichtigung beim DSF. Ferner führten die intensiven Vorbereitungen für einen geplanten Einstieg ins Wettgeschäft bis zum 30. September zu einem Aufwand in Höhe eines niedrigen einstelligen Millionen Euro-Betrages, der das Segmentergebnis zusätzlich belastete.

Das Segment Unterhaltung erreichte im Zeitraum Januar bis September 2005 einen Umsatz von 17,3 Mio. Euro. Im Vorjahreswert von 21,4 Mio. Euro hatten sich Einmalumsätze aus der Neuordnung von Planeta Junior ausgewirkt. Das Segmentergebnis im Neun-Monats-Zeitraum betrug -1,7 Mio. Euro gegenüber 43,5 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum (bereinigt um das Kirch-Settlement: -4,7 Mio. Euro).

Das Segmentergebnis des Bereichs „Sonstige“ für die ersten neun Monate lag bei -6,9 Mio. Euro und damit um 3,0 Mio. Euro besser als der Wert des Vorjahreszeitraums (-9,9 Mio. Euro).

## Vermögens- und Liquiditätslage des Konzerns

Mit 308,7 Mio. Euro lag die Bilanzsumme des EM.TV-Konzerns per 30. September 2005 um 117,9 Mio. Euro unter dem Wert zum Jahresende 2004 (426,6 Mio. Euro). Der Rückgang ist im Wesentlichen durch den Vollzug des im Dezember 2004 vereinbarten Verkaufs der 45-Prozent-Beteiligung an der Tele München Gruppe (TMG) bedingt.

Auf der Aktivseite der Bilanz stiegen die langfristigen Vermögenswerte um 33,1 Mio. Euro auf 164,2 Mio. Euro. Den planmäßigen Abschreibungen auf das Filmvermögen stand der deutliche Anstieg der Position Geschäfts- und Firmenwert als Folge der Erhöhung der Beteiligungsanteile im Sportbereich gegenüber.

Die kurzfristigen Vermögenswerte sanken im Stichtagsvergleich deutlich von 295,6 Mio. Euro auf 144,5 Mio. Euro. Dies ist in erster Linie auf den Erhalt des Kaufpreises für die Beteiligung an der TMG und die entsprechende Reduzierung der sonstigen Vermögensgegenstände zurückzuführen. Die liquiden Mittel sanken von 106,0 Mio. Euro per Ende 2004 auf 58,5 Mio. Euro per 30. September 2005, in erster Linie durch die Beteiligungserwerbe im Segment Sport und die vorzeitige Tilgung eines Teils der 8% Optionsschuldverschreibung 2004/2009.

Auf der Passivseite erreichte das Konzerneigenkapital per Ende September dieses Jahres 145,2 Mio. Euro und damit eine Eigenkapitalquote von 47,0 Prozent (35,9 Prozent zum 31. Dezember 2004). Der Rückgang gegenüber dem Wert zum 31. Dezember 2004 (153,1 Mio. Euro) ist in erster Linie auf geringere Eigenkapitalanteile anderer Gesellschafter im Zuge der Beteiligungserwerbe im Segment Sport zurückzuführen.

Die langfristigen verzinslichen Verbindlichkeiten lagen, vor allem als Folge der Teilrückzahlung der 8% Optionsschuldverschreibung 2004/2009, per 30. September 2005 mit 59,7 Mio. Euro um 8,8 Mio. Euro unter dem Wert zum Jahresende 2004. Darüber hinaus ist in dieser Position der Restbestand der im Jahr 2004 restrukturierten Wandelschuldverschreibung 2000/2005 enthalten. Zum Stichtag 30. September 2005 wies der Konzern aufgrund valutarischer Überschneidungen im Bereich Geldhandel kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten in Höhe von 3,2 Mio. Euro aus.

## Cash-Flow

Der operative Cash-Flow des Konzerns belief sich in den ersten neun Monaten 2005 auf -3,9 Mio. Euro nach 20,2 Mio. Euro im gleichen Zeitraum des Vorjahres. Aus der Investitionstätigkeit resultierte ein positiver Cash-Flow von 67,3 Mio. Euro (Vorjahreszeitraum: -16,0 Mio. Euro), wobei dem Mittelzufluss für die TMG-Anteile der Mittelabfluss für die Erhöhung der Beteiligungsanteile im Bereich Sport gegenüberstand. Der Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit von -114,6 Mio. Euro (Vorjahreszeitraum: -15,6 Mio. Euro) spiegelt die Tilgung von Finanzverbindlichkeiten wider.

Der Cash-Flow der Berichtsperiode erreichte -51,2 Mio. Euro, wesentlich bedingt durch die Beteiligungserwerbe im Bereich Sport. Der positive Wert des Vorjahreszeitraums (55,8 Mio. Euro) war durch den Effekt aus der Entkonsolidierung, im Wesentlichen der TMG-Anteile, geprägt gewesen.

## Personal

Der EM.TV-Konzern beschäftigte im Zeitraum Januar bis September 2005 durchschnittlich 630 Mitarbeiter im Vergleich zu 614 Mitarbeitern im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Die Mitarbeiterzahl im Konzern ist somit leicht angestiegen. Die Personalaufwendungen für die ersten neun Monate betragen 37,2 Mio. Euro im Vergleich zu 36,1 Mio. Euro im gleichen Zeitraum des Vorjahres (+3,0 Prozent)

## Vermögenslage der EM.TV AG

Die nach den Bestimmungen des Handelsgesetzbuches (HGB) bilanzierende EM.TV AG wies per 30. September 2005 eine Bilanzsumme von 286,5 Mio. Euro aus nach 295,1 Mio. Euro zum Ende des vergangenen Jahres. Die liquiden Mittel betragen 35,2 Mio. Euro (31. Dezember 2004: 74,6 Mio. Euro). Der Rückgang ist vor allem durch die Beteiligungserwerbe im Segment Sport und durch die Teiltilgung der 8% Optionsschuldverschreibung 2004/2009 begründet.

Das Eigenkapital der AG stand per Ende September mit 158,8 Mio. Euro zu Buche (31. Dezember 2004: 162,1 Mio. Euro). Das entsprach einer Eigenkapitalquote von 55,4 Prozent (31. Dezember 2004: 54,9 Prozent).

## Entwicklungen in Organhaftungs- und Aktionärsklagen

### **Organhaftungsverfahren gegen ehemalige Organe**

Neben dem bereits bekannten Verfahren wegen des Formel1-Erwerbs hat die Gesellschaft im August 2005 gegen eine Reihe von früheren Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern wegen möglicher Pflichtverletzung im Zusammenhang mit der TeatroCentro GmbH, dem Beteiligungserwerb an der Tabaluga GmbH sowie einer Großspende an eine gemeinnützige Organisation eine weitere Klage vor dem Landgericht München I eingereicht. Die Schadensersatzforderung beläuft sich auf 16,8 Mio. Euro.

Darüber hinaus hat EM.TV im September 2005 drei weitere Verfahren wegen Pflichtverletzung früherer Organmitglieder eingeleitet bzw. fortgeführt, da nach Ansicht der Gesellschaft bei verschiedenen Koproduktions- bzw. Lizenzverträgen die erforderlichen Zustimmungen der entsprechenden Gremien nicht eingeholt und bei der Entscheidungsfindung die jeweiligen wirtschaftlichen Grundlagen nicht hinreichend ermittelt wurden. Die Schadensersatzforderung beläuft sich auf 18,2 Mio. Euro.

**Aktionärsklagen**

Auch nach dem Bekanntwerden der Entscheidung des Bundesgerichtshofes, mit dem ein abweisendes Urteil des OLG München aufgehoben wurde, hat das OLG München in einem anderen Verfahren Ansprüche von Aktionärsklägern abgewiesen, weil der Nachweis der Kausalität der Ad-Hoc-Mitteilung für die Anlageentscheidung nicht erbracht werden konnte.

Bislang wurden gegen EM.TV über 100 Klagen eingereicht. Sämtliche Urteile sind bislang zugunsten der Gesellschaft ergangen. Davon sind über 40 Urteile mittlerweile rechtskräftig.

## Ausblick

Der Planung entsprechend erwartet EM.TV einen starken Umsatz- und Ergebnisbeitrag im vierten Quartal. Für das Gesamtjahr 2005 geht der Vorstand somit unverändert von einem Wachstum des Konzernumsatzes (2004: 206,6 Mio. Euro) im einstelligen Prozentbereich und von einem leicht positiven Ergebnis vor Steuern, vorbehaltlich der Aufwendungen im Bereich Sportwetten, aus.

Unterföhring, im November 2005

**Der Vorstand**

# 20 Konzernabschluss

## Konzernbilanz Aktiva

Aktiva zum 30. September 2005 in TEUR

	30.9.2005	31.12.2004
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		
Filmrechte und EDV-Programme	86.563	93.915
Geschäfts- und Firmenwert	42.777	8.906
Geleistete Anzahlungen	620	141
Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten	1.270	1.617
Technische Anlagen und Maschinen	5.953	3.965
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	1.913	1.702
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	1.066	73
Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	5.187	2.768
Übrige Beteiligungen	260	258
Sonstige Ausleihungen	71	64
Langfristige Forderungen	11.195	12.761
Aktive latente Steuern	7.341	4.895
	<b>164.216</b>	<b>131.065</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>		
Waren und unfertige Erzeugnisse/Leistungen	96	66
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	60.246	46.991
Forderungen gegen assoziierte Unternehmen	3.574	4.346
Forderungen gegen Joint-Ventures	172	0
Sonstige Vermögensgegenstände	16.796	136.991
Aktive Rechnungsabgrenzungen	5.135	1.203
Kurzfristig verzinsliche Wertpapiere	21.984	0
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	36.490	105.961
	<b>144.493</b>	<b>295.558</b>
<b>Bilanzsumme Aktiva</b>	<b>308.709</b>	<b>426.623</b>

## Konzernbilanz Passiva

Passiva zum 30. September 2005 in TEUR		
	30.9.2005	31.12.2004
<b>Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital	66.601	65.617
Zur Durchführung beschlossener Kapitalerhöhung geleistete Einlagen	0	983
Kapitalrücklagen	101.467	100.631
Sonderrücklagen	50	50
Rücklage Mitarbeiteroptionsprogramm	140	87
Sonstige Rücklagen	162	-104
Bilanzverlust	-12.427	-7.937
Eigene Anteile	-16.813	-17.317
Anteile anderer Gesellschafter	6.066	11.090
	<b>145.246</b>	<b>153.100</b>
<b>Einlagen aus Aktienausgaben, für die die Eintragung noch aussteht</b>	<b>2.750</b>	<b>0</b>
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>		
Langfristige Rückstellungen	2.015	3.100
Langfristige unverzinsliche Finanzverbindlichkeiten	0	113.439
Langfristige verzinsliche Finanzverbindlichkeiten	59.721	68.496
Langfristige sonstige Verbindlichkeiten	4.200	0
Passive latente Steuern	7.161	7.316
	<b>73.097</b>	<b>192.351</b>
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>		
Anleihen	30	30
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	3.163	0
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	4.167	3.100
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	18.589	18.759
Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Unternehmen	1.810	0
Verbindlichkeiten gegenüber Joint-Ventures	1.582	1.675
Sonstige Verbindlichkeiten	38.162	35.915
Passive Rechnungsabgrenzungen	1.052	596
Sonstige Rückstellungen	14.978	16.871
Steuerrückstellungen	4.083	4.226
	<b>87.616</b>	<b>81.172</b>
<b>Bilanzsumme Passiva</b>	<b>308.709</b>	<b>426.623</b>

## 22 Konzernabschluss

### Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

1. Januar bis 30. September 2005 in TEUR

	1.1. bis 30.9.2005	1.7. bis 30.9.2005	1.1. bis 30.9.2004	1.7. bis 30.9.2004
Umsatzerlöse	146.526	46.078	151.630	45.025
Andere aktivierte Eigenleistungen	496	116	682	264
<b>Gesamtleistung</b>	<b>147.022</b>	<b>46.194</b>	<b>152.312</b>	<b>45.289</b>
Sonstige betriebliche Erträge	12.594	4.171	62.363	2.323
Materialaufwand	-81.842	-29.911	-85.303	-23.074
Personalaufwand	-37.186	-11.853	-36.086	-11.273
Abschreibungen	-11.174	-3.852	-11.703	-5.163
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-31.783	-12.111	-31.148	-7.592
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>-2.369</b>	<b>-7.362</b>	<b>50.435</b>	<b>510</b>
<b>Finanzergebnis</b>	<b>-4.005</b>	<b>-1.144</b>	<b>-4.714</b>	<b>-1.052</b>
<b>Restrukturierungsergebnis</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>94.366</b>	<b>0</b>
<b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>	<b>-6.374</b>	<b>-8.506</b>	<b>140.087</b>	<b>-542</b>
Steuern	2.713	3.937	-3.867	-1.131
<b>Ergebnis vor Anteilen anderer Gesellschafter</b>	<b>-3.661</b>	<b>-4.569</b>	<b>136.220</b>	<b>-1.673</b>
Gewinn/Verlust anderer Gesellschafter	-829	0	-2.919	-834
<b>Konzernüberschuss/-fehlbetrag</b>	<b>-4.490</b>	<b>-4.569</b>	<b>133.301</b>	<b>-2.507</b>
<b>Konzernverlustvortrag</b>	<b>-7.937</b>		<b>-2.139.987</b>	
<b>Entnahme aus der Sonderrücklage</b>	<b>0</b>		<b>24</b>	
<b>Entnahme aus der Kapitalrücklage</b>	<b>0</b>		<b>1.997.187</b>	
<b>Konzernbilanzverlust</b>	<b>-12.427</b>		<b>-9.475</b>	
<b>Gesamtleistung</b>	<b>147.022</b>	<b>46.194</b>	<b>152.312</b>	<b>45.289</b>
<b>EBITDA</b>	<b>8.805</b>	<b>-3.510</b>	<b>62.138</b>	<b>5.673</b>
<b>EBIT</b>	<b>-2.369</b>	<b>-7.362</b>	<b>50.435</b>	<b>510</b>
<b>EBT</b>	<b>-6.374</b>	<b>-8.506</b>	<b>140.087</b>	<b>-542</b>
<b>Konzernergebnis je Aktie</b> (unverwässert), in EUR	<b>-0,09</b>		<b>3,40</b>	
<b>Konzernergebnis je Aktie</b> (verwässert), in EUR*	<b>-0,09</b>		<b>3,12</b>	
<b>Durchschnittliche im Umlauf befindliche Aktien</b> (unverwässert)	<b>51.041.099</b>		<b>39.220.407</b>	
<b>Durchschnittliche im Umlauf befindliche Aktien</b> (verwässert)	<b>69.262.199</b>		<b>42.682.411</b>	

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

## Konzernkapitalflussrechnung

1. Januar bis 30. September 2005 in TEUR nach IFRS

	<b>1.1. bis 30.9.2005</b>	<b>1.1. bis 30.9.2004</b>
<b>Konzernjahresüberschuss/-fehlbetrag</b>	<b>-4.490</b>	<b>133.301</b>
Materialaufwand durch verbrauchsbedingten Anlagenabgang	1.552	8.295
Abschreibungen auf Werte des Anlagevermögens	11.306	12.710
Gewinn/Verlust aus dem Abgang von Werten des Anlagevermögens	-55	-887
Latente Steuern	-2.691	2.354
Restrukturierungsgewinn	0	-94.366
Übrige nicht zahlungswirksame Posten	-743	-29.779
Zunahme/Abnahme der Vorräte, Forderungen aLL, sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- und Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-10.806	11.090
Zunahme/Abnahme von Rückstellungen	-3.150	-7.903
Zunahme/Abnahme der Verbindlichkeiten aLL, sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- und Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	4.326	-17.552
Minderheitenanteile	829	2.919
<b>Cash-Flow aus betrieblicher Geschäftstätigkeit</b>	<b>-3.922</b>	<b>20.182</b>
Investitionen in Erwerbe von Unternehmen/Unternehmensanteilen	-39.768	-1.828
Zugang in das immaterielle Anlagevermögen	-3.230	-12.886
Zugang in das Sachanlagevermögen	-5.229	-2.276
Zugang in das Finanzanlagevermögen	-2.552	-83
Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten	0	922
Einzahlungen aus Abgängen von Sachanlagen	74	105
Einzahlungen aus Abgängen von Finanzanlagen	118.000	63
<b>Cash-Flow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>67.295</b>	<b>-15.983</b>
<b>Cash-Flow durch Veränderung der liquiden Mittel durch Entkonsolidierung</b>	<b>0</b>	<b>67.220</b>
Einzahlung aus Kapitalerhöhungen und Zuschüsse der Gesellschafter	4.090	338
Auszahlungen von Dividenden	0	-3
Auszahlungen durch Tilgung von langfristigen Verbindlichkeiten	-124.986	-20.224
Einzahlungen durch Aufnahme von Finanzierungsverbindlichkeiten	6.300	4.264
<b>Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-114.596</b>	<b>-15.625</b>
<b>Cash-Flow der Berichtsperiode</b>	<b>-51.223</b>	<b>55.794</b>
Nettofinanzmittel zu Beginn der Berichtsperiode	105.961	47.573
Nettofinanzmittel zum Ende der Berichtsperiode	55.311	102.559
Auswirkungen Währungsdifferenzen	573	-808
<b>Veränderungen der Nettofinanzmittel</b>	<b>-51.223</b>	<b>55.794</b>
Kurzfristige flüssige Mittel	58.474*	102.559*
Kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Finanzinstituten	-3.163	0
<b>Kurzfristige Nettofinanzmittel zum Ende der Berichtsperiode</b>	<b>55.311</b>	<b>102.559</b>
<b>Veränderung der liquiden Mittel (Kassenbestand und Bankguthaben)</b>	<b>-47.487</b>	<b>-25.793</b>
<b>Veränderung der kurzfristigen Bankverbindlichkeiten</b>	<b>3.163</b>	<b>-80.769</b>

\*davon sind 9.590 TEUR für Sicherungszwecke gebunden (Vj 7.603 TEUR)

# 24 Konzernabschluss

## Segmentberichterstattung 3. Quartal 2005

### Segmentinformationen nach Geschäftsfeldern 1. Januar bis 30. September 2005 in TEUR

	Unterhaltung	Sport	Sonstiges	Überleitung	Konzern
<b>Umsatz</b>	<b>17.303</b>	<b>128.119</b>	<b>1.104</b>	<b>0</b>	<b>146.526</b>
Andere aktivierte Eigenleistungen	496	0	0	0	496
Übrige Segmenterträge	2.611	6.624	5.326	-1.970	12.591
Segmentaufwendungen	-22.134	-128.484	-13.334	1.970	-161.982
davon Abschreibungen	-8.310	-2.228	-636	0	-11.174
<b>Segmentergebnis</b>	<b>-1.724</b>	<b>6.259</b>	<b>-6.904</b>	<b>0</b>	<b>-2.369</b>
<b>Anteiliges Periodenergebnis assoziierter Unternehmen</b>	<b>42</b>	<b>-124</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-82</b>
<b>Nicht zugeordnete Ergebniselemente:</b>					
AfA auf Finanzanlagen und Wertpapiere des Umlaufvermögens					-8
Zinsaufwendungen					-6.142
Zinserträge					2.227
<b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>					<b>-6.374</b>
<b>Weitere Segmentinformationen:</b>					
Segmentvermögen	127.599	123.004	45.247	0	295.850
Segmentsschulden	17.418	33.424	31.513	0	82.355
Segmentinvestitionen	2.262	8.671	78	0	11.011

### Segmentinformationen nach Regionen 1. Januar bis 30. September 2005 in TEUR

	Deutsch- sprachig	Restliches Europa	Restliche Welt	Konzern
<b>Umsatz</b>	<b>143.473</b>	<b>937</b>	<b>2.116</b>	<b>146.526</b>
Periodenergebnis assoziierter Unternehmen	-124	61	-19	-82
Segmentvermögen	283.861	7.316	4.673	295.850
Segmentinvestitionen	9.070	803	1.138	11.011

## Segmentberichterstattung 3. Quartal 2004

## Segmentinformationen nach Geschäftsfeldern 1. Januar bis 30. September 2004 in TEUR

	Unterhaltung	Sport	Sonstiges	Überleitung	Konzern
<b>Umsatz</b>	<b>21.366</b>	<b>130.264</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>151.630</b>
Andere aktivierte Eigenleistungen	682	0	0	0	682
Übrige Segmenterträge	53.844	5.005	3.514	0	62.363
Segmentaufwendungen	-32.439	-118.429	-13.372	0	-164.240
davon Abschreibungen	-8.961	-1.910	-832	0	-11.703
<b>Segmentergebnis</b>	<b>43.453</b>	<b>16.840</b>	<b>-9.858</b>	<b>0</b>	<b>50.435</b>
<b>Anteiliges Periodenergebnis assoziierter Unternehmen</b>	<b>-191</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-191</b>
<b>Nicht zugeordnete Ergebniselemente:</b>					
AfA auf Finanzanlagen und Wertpapiere des Umlaufvermögens					-3.536
Zinsaufwendungen					-2.992
Zinserträge					2.005
<b>Restrukturierungsergebnis</b>					<b>94.366</b>
<b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>					<b>140.087</b>
<b>Weitere Segmentinformationen:</b>					
Segmentvermögen	216.932	83.816	496	0	301.244
Segmentsschulden	49.332	28.839	334	0	78.505
Segmentinvestitionen	12.787	2.458	0	0	15.245

## Segmentinformationen nach Regionen 1. Januar bis 30. September 2004 in TEUR

	Deutsch- sprachig	Restliches Europa	Restliche Welt	Konzern
<b>Umsatz</b>	<b>146.431</b>	<b>2.851</b>	<b>2.348</b>	<b>151.630</b>
Periodenergebnis assoziierter Unternehmen	-185	31	-37	-191
Segmentvermögen	289.323	7.472	4.449	301.244
Segmentinvestitionen	11.711	99	1.435	15.245

# 26 Konzernabschluss

## Entwicklung des Konzerneigenkapitals

in TEUR										
	Gezeichnetes Kapital	Beschlossene Kapitalerhöhung	Kapitalrücklagen	Sonderrücklagen	Rücklage IFRS 2	Sonstige Rücklagen	Bilanzverlust	Eigene Anteile	Fremdanteile	Summe
<b>Stand 1.1.2004</b>	146.054	0	1.968.527	581	30	40	-2.139.987	0	7.202	-17.553
Einlage aus Wandlung von Wandeldarlehen	17									17
Personalaufwand nach IFRS 2					43					43
Entnahme aus Sonderrücklagen wegen Rückzahlung Wandeldarlehen				-24			24			0
Entnahme aus Kapitalrücklagen wegen Untergang Wandlungsrecht der Wandelanleihe			-28.660				28.660			0
Kapitalherabsetzung durch Verschmelzung (73 : 10)	-126.062		126.062							0
Kapitalerhöhung durch Anteilsausgabe an Bondholder (Erlass)	28.265									28.265
Übertragung eigener Anteile	17.343							-17.343		0
Kapitalerhöhung aus Schuldverschreibungen			3.184							3.184
Kapitalerhöhung aus Optionsausübung			40					22		62
Verrechnung Kapitalrücklage mit Ergebnisvortrag			-1.968.527				1.968.527			0
Veränderung des Konsolidierungskreises									-2	-2
Kapitalanpassungen									-84	-84
Unterschiede Währungsumrechnung						-105				-105
Ausbezahlte Gewinne									-3	-3
Quartalsüberschuss							133.301		2.919	136.220
<b>Stand 30.9.2004</b>	65.617	0	100.626	557	73	-65	-9.475	-17.321	10.032	150.044
<b>Stand 1.1.2005</b>	65.617	983	100.631	50	87	-104	-7.937	-17.317	11.090	153.100
Einlage aus Optionsausübung	983	-983								0
Kapitalerhöhung aus Optionsausübung			836					504		1.340
Personalaufwand nach IFRS 2					53					53
Veränderung des Konsolidierungskreises									25	25
Übernahme von Minderheiten									-5.878	-5.878
Unterschiede Währungsumrechnung						266				266
Quartalsüberschuss							-4.490		829	-3.661
<b>Stand 30.9.2005</b>	66.601	0	101.467	50	140	162	-12.427	-16.813	6.066	145.246

## Angaben zur erstmaligen Anwendung von IFRS 2 (Aktienbasierte Vergütung)

### 1. Aktienbasierte Vergütung

Durch Beschluss der Hauptversammlung der früheren EM.TV & Merchandising AG vom 22. Juli 1999, der durch Beschluss der Hauptversammlung vom 26. Juli 2000 geändert wurde, wurde der Vorstand, in Abstimmung mit dem Aufsichtsrat, ermächtigt, für Mitarbeiter und Vorstände der Konzernunternehmen ein Aktienoptionsprogramm aufzulegen. Im Zusammenhang mit der Verschmelzung der EM.TV & Merchandising AG auf die EM.TV AG, gingen die Optionen, in angepasster Form, auf die EM.TV AG über.

Die Bedingungen zum Optionsprogramm sehen unter anderem vor, dass maximal 50 Prozent der Optionsrechte frühestens nach zwei Jahren (1. Tranche) und die restlichen 50 Prozent frühestens nach vier Jahren (2. Tranche) nach ihrer Ausgabe ausgeübt werden können. Nicht ausgeübte Optionsrechte verfallen nach zehn Jahren ab Ausgabe.

Für alle ab dem Jahre 2000 gewährten Optionen ergibt sich der Ausübungspreis je Aktie zuzüglich eines Aufschlags von 10 Prozent auf den Referenzpreis als Erfolgsziel für Optionsrechte der 1. Tranche bzw. 20 Prozent Aufschlag für Optionsrechte der 2. Tranche (Referenzpreis-Methode), wobei der Referenzpreis nach der Verschmelzung nach dem Verschmelzungsverhältnis von 73:10 angepasst wurde. Darüber hinaus würde bei Ausübung eine gegenläufige Anpassung gemäß Verwässerungsschutzregel greifen.

Aufgrund der verpflichtenden Anwendung von IFRS 2 Ziffer 53 sind alle Aktienoptionen, die nach dem 7. November 2002 gewährt wurden und zum 1. Januar 2005 noch nicht ausübbar waren gemäß IFRS 2 zu bilanzieren.

Für Optionen, welche vor dem 7. November 2002 gewährt wurden, besteht lediglich eine Angabepflicht.

#### Ausgegebene Optionen

Ausgabedatum	Referenzkurs nach Verschmel- zung in EUR	Anzahl berechtigter Optionen	Anzahl Aktien	Zu Beginn der Periode ausstehend	Am Ende der Periode ausstehend
--------------	--	------------------------------------	------------------	--	--------------------------------------

#### Optionen mit Bilanzierung nach IFRS 2

20. Dezember 2002	6,64	58.000	7.945	58.000	58.000
30. Juni 2003	11,68	137.500	18.835	137.500	137.500
19. September 2003	11,02	27.000	3.698	27.000	27.000

#### Optionen ohne Bilanzierung nach IFRS 2

15. November 1999	357,55	348.000	47.671	348.000	348.000
3. August 2000	381,43	2.500	342	2.500	2.500
1. März 2001	47,45	184.500	25.273	184.500	184.500
31. Januar 2002	16,64	1.043.000	142.876	1.043.000	1.043.000
7. Juni 2002	9,42	119.000	16.301	119.000	119.000
20. Dezember 2002	6,64	58.000	7.945	58.000	58.000

# 28 Konzernabschluss

## 2. Auswirkungen der erstmaligen Anwendung

Gemäß IFRS 2 Ziffer 55 ist eine Anpassung der Vergleichsinformationen und ggf. des Eröffnungsbilanzwertes der Gewinnrücklagen für die früheste dargestellte Berichtsperiode vorzunehmen. Dadurch ergaben sich folgende Anpassungen in der Gewinn- und Verlustrechnung als auch in der Bilanz des Vorjahres.

### Auswirkungen der erstmaligen Anwendung in TEUR

	GuV-Effekt		Anpassung Bilanz zum 31.12.2004		
	Personal- aufwand	Latente Steuern	Anpassung Rücklage	Bilanz- verlust	Aktive Latente Steuern
Q3/2005	53	20	87	-54	33
Q3/2004	43	16			

## Angaben zum Konsolidierungskreis

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

### EM.TV Sport Management GmbH, Ismaning

Mit Wirkung zum 1. Januar 2005 wurde diese Gesellschaft in den Konzernabschluss einbezogen. Die Gesellschaft entwickelt neue Geschäftsmodelle im Bereich Sport. Eine Einbeziehung zum 31. Dezember 2004 unterblieb aus Wesentlichkeitsgründen.

Das Stammkapital der Gesellschaft beläuft sich auf EUR 25.000.

Im vorliegenden Berichtszeitraum wurde bei EUR 0 Umsatz ein Jahresfehlbetrag von TEUR 789 erwirtschaftet. Die langfristigen Vermögenswerte betragen TEUR 1.190, die kurzfristigen Vermögenswerte tragen mit TEUR 849 zum Konzernvermögen bei. Insgesamt weist die Gesellschaft Verbindlichkeiten von TEUR 148 aus, welche alle kurzfristig sind.

Durch die Erstkonsolidierung hatte EM.TV keinen Mittelabfluss zu verzeichnen. Der Gesellschaft gingen sonstige Vermögenswerte in Höhe von TEUR 50 sowie TEUR 61 liquide Mittel zu. Dabei wurden Minderheitsanteile von TEUR 25 und sonstige Verbindlichkeiten in Höhe von TEUR 86 erworben.

**DSF Deutsches SportFernsehen GmbH, Ismaning – Sport1 GmbH, Ismaning**

Mit Vorliegen der kartell- und medienrechtlichen Genehmigung, konnte EM.TV den Nacherwerb von 49,9 Prozent an der Sport Media Holding und 18,87 Prozent am DSF und der Sport1 realisieren. Grundlage waren die am 1. Februar 2005 und am 10. Februar 2005 erfolgten Einigungen mit den ehemaligen Mitgesellschaftern KarstadtQuelle New Media AG und Herrn Dr. h.c. Hans-Dieter Cleven über den Verkauf der von ihnen gehaltenen Anteile. Damit hält EM mittelbar oder unmittelbar 100 Prozent der Anteile am DSF und der Sport1.

Durch den Nacherwerb entstand ein Goodwill von TEUR 33.891 bei gleichzeitigem Erwerb von Minderheiten in der Höhe von TEUR 5.878.

**arena media GmbH**

Mit Wirkung zum 12. Juli 2005 erwarb die PLAZAMEDIA GmbH Film & TV-Produktion, ein mittelbares Tochterunternehmen der EM.TV AG, 33,33 Prozent an der arena media GmbH. Diese Gesellschaft betreibt einen interaktiven Auktionskanal.

Mit Wirkung zum 27. September 2005 wurde der Anteil der PLAZAMEDIA durch den Einstieg eines weiteren Gesellschafters auf 25 Prozent reduziert.

Die Gesellschaft wird at equity in den Konzern einbezogen. Im Berichtszeitraum führte die Beteiligung zu einem Aufwand aus Beteiligungsunternehmen von TEUR 124.

## Unternehmenskalender

### Finanzkalender

**28. März 2006** Jahresabschluss 2005 / Bilanzpressekonferenz

**23. Mai 2006** Bericht zum 1. Quartal 2006

**Juni/Juli 2006** Hauptversammlung zum Geschäftsjahr 2005

**22. August 2006** Bericht zum 2. Quartal 2006

**21. November 2006** Bericht zum 3. Quartal 2006

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

### Veranstaltungskalender

**30. November – 2. Dezember 2005** Asia Television Forum, Singapur

**24. – 26. Januar 2006** NATPE, Las Vegas

**29. Januar – 1. Februar 2006** ISPO Winter, München

**2. – 7. Februar 2006** Spielwarenmesse, Nürnberg

**5. – 6. April 2006** 12. Deutsche Sponsoring-Tage, Frankfurt/Main

**15. März 2006** Tag der Lizenzen, Köln

**3. – 7. April 2006** MIPTV, Cannes

**Juni 2006** Shanghai TV Festival

**20. – 22. Juni 2006** Licensing International, New York

**22. – 24. Juni 2006** DISCOP, Budapest

**16. – 18. Juli 2006** ISPO Sommer, München

**21. – 22. September 2006** licensing.forum, München

**20. – 24. September 2006** Cartoon Forum, Pau/Frankreich

**September 2006** Online Marketing Day, Düsseldorf

**4. – 8. Oktober 2006** Buchmesse, Frankfurt/Main

**7. – 8. Oktober 2006** MIPCOM Junior, Cannes

**9. – 13. Oktober 2006** MIPCOM, Cannes

**Oktober 2006** Medientage München

### 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