

Zwischenmitteilung des Vorstands der MME MOVIEMENT AG zum 15. Januar 2011 gemäß § 37x WpHG

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die deutsche Wirtschaft ist im Jahr 2010 wieder kräftig gewachsen. Mit plus 3,6 % stieg das preisbereinigte Bruttoinlandsprodukt (BIP) so stark wie seit der Wiedervereinigung nicht mehr. Dies ergaben erste Berechnungen des Statistischen Bundesamtes (Destatis). Im vierten Quartal hat sich nach bisherigen Schätzungen das Wachstum auf etwa 0,5 % im Vergleich zum dritten Quartal abgeschwächt. Allerdings gehe das BIP mit einem Überhang in das neue Jahr: Bei unveränderter Entwicklung läge die Gesamtleistung der Wirtschaft 2011 gut ein Prozent über dem Stand von 2010, damit könnte Deutschlands Wirtschaft bereits 2011 Vorkrisenstand erreichen. Die Schätzungen der verschiedenen Wirtschaftsforschungsinstitute und Wirtschaftsverbände für 2011 liegen zwischen 1,8 und 3,2 %.

Der deutsche Werbemarkt hat 2010 wieder bedeutend angezogen. Insgesamt stiegen die Brutto-Werbeinnahmen bei den Above-the-Line-Medien um 11,0 % auf 25,0 Milliarden Euro (plus 2,5 Milliarden). Laut Nielsen Media Research verbuchte die Fernsehwerbung Brutto-Einnahmen von 10,9 Milliarden Euro. Dieses entspricht einem Wachstum von 16,2 % gegenüber dem Vorjahr. Diese positive Entwicklung muss jedoch im Zusammenhang mit der Entwicklung der sogenannten Brutto-Netto-Schere bewertet werden. Laut dem ALM Jahrbuch 2009/2010 lag im Jahr 2002 in Deutschland der Netto-TV-Werbemarkt noch bei 55 % des Niveaus des Brutto-TV-Werbemarktes. 2009 waren es nur noch 38,8 %, ein deutliches Indiz für den starken Preis- und Rabattkampf zwischen den Vermarktern um die Anteile am Werbekuchen. Die für die Sender relevanten Netto-Investitionen sind 2009 um 9,8 % gesunken. Für das Jahr 2010 rechnete der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft ZAW e.V. mit einem Rückgang der Netto-Werbeinnahmen der Medien von 3%. Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts lagen noch keine aktuellen Netto-Zahlen für 2010 vor.

Geschäftsverlauf

In den ersten vier Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2010/2011 konnte die MME MOVIEMENT insbesondere von den seriellen und teilweise über mehrere Jahre etablierten Programmen profitieren und die Grundauslastung des Produktionsbetriebes absichern. Hierzu gehören die daytime-Formate bei Sat.1 – „Richterin Barbara Salesch“, „Zwei bei Kallwass“ und „Niedrig und Kuhnt“ – und die täglichen Programme bei RTL „Familien im Brennpunkt“ und „Verdachtsfälle“. Für RTL II hat filmpool zudem die Produktion der ersten Staffel des täglichen Formats „X-Diaries“ abgeschlossen und bereitet derzeit die Produktion einer zweiten Staffel vor. Damit hat die MME MOVIEMENT-Tochter filmpool ihre

Marktführerschaft im Bereich der täglichen Programme weiter ausgebaut. Darüber hinaus produziert die white balance die vierte Staffel des Formats „Das Duell im Ersten“. Die ARD zeigt das von Florian Weber moderierte Quiz-Format täglich im Vorabendprogramm. Am 17. Dezember 2010 lief die 250. Sendung.

Im Abendprogramm zeigte RTL die 6. Staffel der MME Entertainment-Produktion „Bauer sucht Frau“, die bis zu 8,46 Mio. Zuschauer und Marktanteile von bis zu 26,6 % (14-49 Jahre) erreichte. Damit zählt „Bauer sucht Frau“ zu den erfolgreichsten RTL-Programmen 2010. Einen weiteren Primetime-Erfolg konnte die MME Entertainment mit der „Die José Carreras Gala“ (ARD) verbuchen.

Die Dreharbeiten zur zweiten Staffel der fiktionalen Krimiserie „Countdown“ wurden im November 2010 abgeschlossen. RTL strahlte die erste Folge der filmpool-Produktion am 13. Januar 2011 aus und erzielte einen Marktanteil von 15,1 % (14 – 49 Jahre). Die filmpool-Produktion „Mörderischer Besuch“ nach dem Roman von Batya Gur sahen am 6. Dezember 2010 4,77 Mio. ZDF-Zuschauer.

Ausblick

Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts befindet sich die deutsche Gesamtwirtschaft in einer deutlichen Aufschwungphase, die nach Expertenschätzungen auch im Jahre 2011 anhalten soll. Damit scheint zumindest für den deutschen Binnenmarkt die Wirtschaftskrise aus den Jahren 2008 und 2009 überwunden zu sein. Ausgehend von einer sich positiv entwickelnden Binnenkonjunktur sollten auch die Werbeausgaben der Industrie steigen und somit für das Marktumfeld der MME MOVIEMENT einen grundsätzlich positiven Rahmen bilden.

Allerdings haben die werbetreibenden TV-Anstalten bisher die erhöhten Werbeerlöse noch nicht in gleichem Masse für Programminvestitionen bereitgestellt. Vielmehr wird weiterhin ein hoher Preisdruck ausgeübt. Die Vertragslaufzeiten für bestehende Sendungen werden zwar nicht mehr kürzer aber auch noch nicht wesentlich länger abgeschlossen als in den beiden vorangegangenen Krisenjahren. An der Gesamtsituation eines durch hohe Wettbewerbsintensität gekennzeichneten Produzentenmarktes bei gleichzeitig vorliegender hoher Programmversorgung der Sender aus den Vorperioden wird sich aus Sicht der MME MOVIEMENT im laufenden Geschäftsjahr nichts Wesentliches ändern.

MME MOVIEMENT ist es in den vergangenen Jahren gelungen, den Umsatzanteil bei den öffentlich-rechtlichen TV-Sendeanstalten sukzessive zu erhöhen und damit ein ausgewogeneres Kundenprofil zu erreichen. Dennoch besteht umsatz- und ertragsmäßig unverändert eine hohe Abhängigkeit von den werbefinanzierten Sendern.

Unter Abwägung aller zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts vorliegenden Informationen rechnet der Vorstand mit einer leicht positiven Umsatzentwicklung im Geschäftsjahr 2010/2011 im Vergleich zum Vorjahr. Vorstand und Aufsichtsrat verfolgen dabei das Ziel, im laufenden Geschäftsjahr eine operative EBITDA-Marge von mindestens 6% zu erwirtschaften.