

EM.TV & Merchandising AG gibt Halbjahreszahlen 2000 bekannt ots Ad hoc-Service: EM.TV Merchandising AG <DE0005684807>

Für den Inhalt ist allein der Emittent verantwortlich

Unterföhring (ots Ad hoc-Service) - EM.TV & Merchandising AG
gibt Halbjahreszahlen 2000 bekannt

* Dynamische Wachstum ungebrochen * Konzernumsatz per 30. Juni 2000 um 195 Prozent auf 603,9 Mio. DM gestiegen (teil konsolidiert) * EBITDA steigt um 65,9 Prozent auf 236,0 Mio. DM * EBIT erhöht sich um 39,8 Prozent auf 158,9 Mio. DM * Nettoergebnis liegt mit 110,8 Mio. DM um 132,8 Prozent über dem Vorjahreswert

EM.TV & Merchandising AG gibt die Konzern- Halbjahreszahlen erstmals einschließlich der Beteiligungen an der TMG Tele München Gruppe, an der SLEC - Formel 1 Gruppe und an der Jim Henson Company bekannt. Der Konzernumsatz stieg bis zum 30. Juni 2000 um ca. 195 Prozent im Vorjahresvergleich von 204,8 Mio. DM auf 603,9 Mio. DM. Dieser Betrag versteht sich auf teilkonsolidierter Basis. Der Einbezug der drei oben genannten Beteiligungen erfolgte additiv auf Grundlage der jeweiligen lokalen gesetzlichen Berichterstattungspflichten. Den größten Leistungsbeitrag erzielte der bisherige EM.TV-Konzern mit 223 Mio. DM vor der Formel 1 Gruppe mit 219 Mio. DM. Mit einem Umsatz von 87 Mio. DM bei der Jim Henson und 75 Mio. DM bei der Tele München Gruppe wird das Gesamtbild abgerundet.

Das EBITDA stieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum von 142,2 Mio. DM um ca. 66 Prozent auf 236,0 Mio. DM. Die höchsten Ergebnisse erzielte hier die Formel 1-Gruppe mit DM 98,5 Mio. vor dem bisherigen EM.TV-Konzern mit 89,3 Mio. DM, der Tele München Gruppe mit 50,9 Mio. DM und der Jim Henson Company mit minus 2,7 Mio. DM.

Das EBIT liegt mit 158,9 Mio. DM um 40 Prozent höher als der vergleichbare Vorjahreswert von 113,6 Mio. DM. Auch hier kommen die stärksten Beiträge von der Formel 1-Gruppe und dem bisherigen EM.TV-Konzern mit 86,6 Mio. DM bzw. 59,1 Mio. DM. Die Tele München Gruppe folgt mit 16,8 Mio. DM vor der Jim Henson Company mit minus 3,6 Mio. DM.

Das Nettoergebnis der Gruppe liegt mit insgesamt 110,8 Mio. DM um

132,8 Prozent über dem Vorjahreswert von 47,6 Mio. DM.

Wie prognostiziert, stieg vor allem der Umsatz im Bereich des internationalen TV-Vertriebes der Rechte-Bibliothek der Dachmarke Junior überproportional an und erreichte im ersten Halbjahr 2000 mit 37 Mio. DM bereits mehr als das Vierfache des gesamten Vorjahreswertes. Der internationale Umsatz stieg auf 13 Prozent an, national reduzierte sich der Anteil auf 87 Prozent. In 1999 trug der SAT-Deal, der größte TV-Lizenzdeal für Family-Entertainment in Deutschland, wesentlich zum Umsatz bei. In 2000 konnte durch zahlreiche nationale Abschlüsse ein ausgezeichneter Umsatz von 140 Mio. DM erzielt werden. Das Potential der Dachmarke Junior ist noch lange nicht ausgeschöpft. Allein im EM.TV-Stammbereich (EM.TV und Junior) befinden sich zur Zeit weitere TV-Vertriebs-Verträge in Höhe von ca. 380 Mio. DM in fortgeschrittenen Verhandlungsstadien. "Allein die Realisierung dieser Verträge würde die Erfüllung des 2000er-Budget garantieren. Wir gehen deshalb fest davon aus, unsere Budgetplanungen von 590 Mio. DM für den bisherigen EM.TV-Konzern mindestens zu erfüllen!", prognostiziert Florian Haffa, stellvertretender Vorstandsvorsitzender und Finanzvorstand der EM.TV.

Das Geschäftsfeld TV-Vertrieb ist wie im Vorjahr der umsatz- und margenstärkste Bereich der EM.TV. 84,8 Prozent oder 189,1 Mio. DM der Umsätze des bisherigen EM.TV-Konzerns werden hier generiert.

Die Geschäftsbereiche Merchandising und Consumer Products tragen mit 7,3 Prozent bzw. 7,9 Prozent weiterhin gleich stark zum Unternehmenserfolg bei.

In einer parallel veröffentlichten ausführlichen Pressemitteilung listet EM.TV zur Verdeutlichung und Transparenz des Beteiligungsportfolios die einzelnen Gewinn- und Verlustrechnungen des bisherigen EM.TV-Konzerns (gem. IAS) sowie erstmalig der Jim Henson Company (100prozentiger Einbezug; gem. US-GAAP), der Formel 1-Gruppe (50prozentiger Einbezug; gem. UK-GAAP) und der Tele München Gruppe (45prozentiger Einbezug; gem. IAS) auf.

Für die Tele München Gruppe, die Formel 1 Gruppe und die Jim Henson Company stehen aufgrund der derzeit bei PriceWaterhouseCoopers, der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft der EM.TV, laufenden Erstkonsolidierung die Goodwill-Abschreibung noch aus. Besondere außerordentliche Effekte waren im ersten Halbjahr die anteiligen Gewinne bei der Tele München Gruppe, die aus der

Veräußerung der 34 Prozent-Beteiligung an dem Fernsehsender tm3 in Höhe von 152,7 Mio. DM entstanden sind, sowie 66,5 Mio. DM an Beratungs- und Bankprovisionsaufwendungen in Verbindung mit der Akquisition und Finanzierung der Jim Henson Company und der Formel 1 Gruppe.

Inquiries:

EM.TV & Merchandising AG Marion Moormann Tel. ++ 49/89/995000 Fax:
++ 49/89/99500111 Info@em-ag.de

Ende der Mitteilung
Im Internet recherchierbar: <http://recherche.newsaktuell.de>

*** OTS-ORIGINALTEXT UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER

VERANTWORTUNG DES AUSENDERS ***

OTS0041 2000-08-24/08:43

240843 Aug 00

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20000824_OTS0041