



Nationalmannschaft: exklusive Lizenz- und Merchandising-Agentur für den DFB

Auf Grund günstiger Bewertung und Akquisitionsphantasie empfehlen wir die Zeichnung und auch den Kauf, falls die Erstnotiz noch im Rahmen bleibt.

Zeichnen	
Börsensegment	Entry Standard
geplante ISIN	DE000A0MSEQ3
Emissionsvolumen	5 bis 5,8 Mio. Euro*
angebotene Aktien	0,8 Mio. Aktien
Kapitalerhöhung	0,8 Mio. Aktien
Streubesitz	25 Prozent
Zeichnungsfrist	9.7. bis 13.7.
geplante Erstnotiz	19.7.
erwart. Preisspanne	6,25 bis 7,25 Euro*
Konsorftialbanken	VEM, Direktbanken

*Schätzungen, FOCUS-MONEY

Neuemission: m4e

Die wahre EM.TV

Lizenzen vermarkten und Merchandising, so startete einst EM.TV. m4e verspricht, alles besser zu machen

Fast exakt zehn Jahre nachdem EM.TV das Licht der Börse erblickt hat, kommt jetzt mit m4e eine Firma an den Markt, die exakt das macht, was die Haffa-Brüder ursprünglich wollten: das Vermarkten und Entwickeln von Lizenzrechten. Dazu gehören Merchandising-Produkte von bestehenden Marken, aber auch die Entwicklung eigener Formate und Produkte. Während EM.TV damals mit Tabaluga und den Expo-Rechten startete, hat m4e Comicfiguren wie Spiderman und die Marvel Heroes im Programm. Absolutes Highlight im Portfolio ist allerdings die Vermarktung der Deutschen Fußball-Nationalmannschaft. Gründer und Vorstandschef Ulrich Stoef hat das EM.TV-Desaster genauestens studiert und will deren Fehler vermeiden: „Wir gehen konservativer und bescheidener an die Sache heran.“ Das beginnt schon damit, dass sich das Management in der Präsentation auf der letzten und nicht auf der ersten Seite vorstellt.

Der Markt: 2006 wurden weltweit mehr als 185 Milliarden US-Dollar mit lizenzierten Produkten umgesetzt. Über die Hälfte davon mit so genannten Charakteren: Das sind Comicfiguren, aber auch be-

kannte Persönlichkeiten wie Yvonne Catterfeld, die zum Beispiel eine eigene Modelinie herausbringen. Der Markt wächst stetig mit Raten um die drei Prozent jährlich. Aber kleinere Player, die sich eigene Marken aufbauen, haben die Chance, weit überdurchschnittlich zu wachsen.

Das Geschäftsmodell: m4e agiert als Intermediär zwischen großen Lizenzgebern und den Lizenznehmern. Das Geschäft ist praktisch risikolos, denn den finanziellen Aufwand trägt der Lizenznehmer, der zum Beispiel eine Spiderman-Figur herstellt. m4e hat schon jetzt 130 aktive Lizenzverträge und mehr als 2000 Kunden. Im Entertainmentsektor arbeitet das Unternehmen mit Top-Partnern wie Marvel oder dem Spielzeug-Megakonzern Hasbro zusammen.

Mehr Risiko hat m4e bei Eigenentwicklungen. Dabei achtet das Management aber stark darauf, das Risiko durch Abnahmegarantien oder die Beteiligung großer Partner an den Kosten zu minimieren. Der Charme bei eigenentwickelten Projekten wie der Zeichentrickserie „Monster Allergy“ oder dem Musikformat „Superstar-Karaoke“ besteht darin, dass alle Rechte

bei m4e liegen. Gerade heutzutage ergeben sich vielfache Auswertungsmöglichkeiten über DVD oder Internet.

Die Bewertung: Viele Investitionen, die bis einschließlich 2007 getätigt wurden, werden sich erst 2008 in Erträge ummünzen lassen. Daher ist das kommende Jahr entscheidend für die Bewertung der Firma. Allein auf Grund jetzt bereits abgeschlossener Verträge schätzt das Research-Haus GBC den Gewinn für 2008 auf 2,3 Millionen Euro. Das wären bei einem Ausgabekurs von 6,50 Euro eine Marktkapitalisierung von 21 Millionen Euro und ein günstiges KGV von 9,2 – ohne Berücksichtigung des Cash-Zuflusses oder geplanter Akquisitionen. ■

OLIVER JANICH

www.flatex.de



für Anlagezertifikate und Aktienanleihen von Sal. Oppenheim im flatex-Direkthandel

für 100 Orders/Monat, ab 1000 Euro/Order