



# cdv Software Entertainment AG

Frankfurt/Main, im April 2008 – Management Präsentation





## Agenda

### Executive Summary

Markt

Positionierung und Business Modell

Unternehmensstrategie

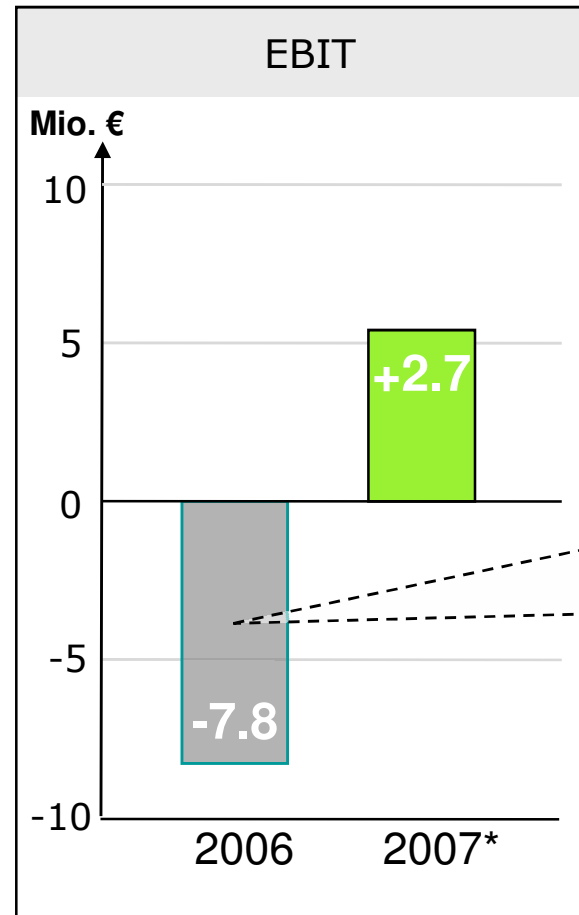
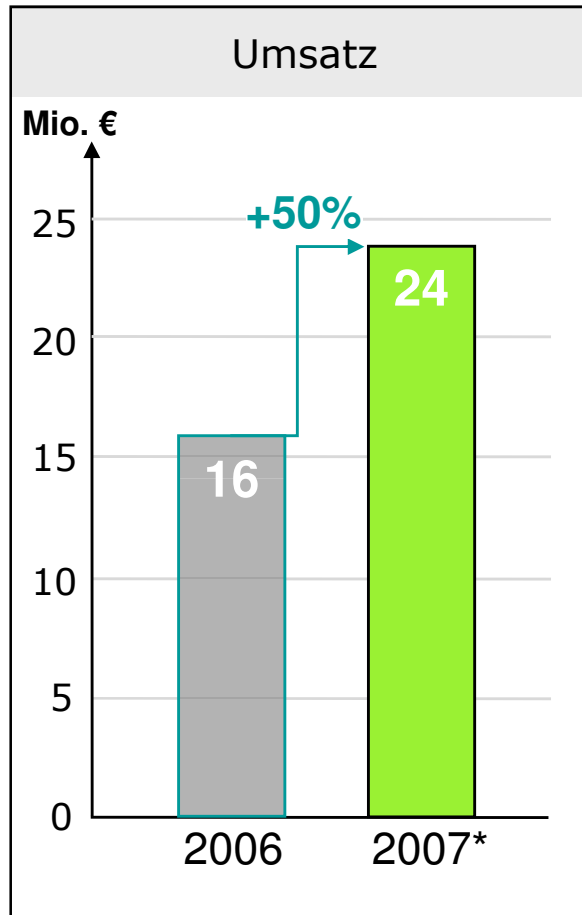
Finanzen

Back-up

## cdv Software Entertainment AG – Key Facts

- cdv ist einer der führenden Full Service-Dienstleister in Europa und Nordamerika mit über 17 Jahren Erfahrung im Games-Markt.
- Unabhängiger Dienstleister für die gesamte Games-Wertschöpfungskette; Partner für Entwicklungsstudios, Rechteinhaber, Publisher und Hersteller von Entertainment-Produkten
- Neue Unternehmensstrategie unter Berücksichtigung veränderter Bedürfnisse der Gaming-Industrie wurde 2007 umgesetzt
- **Erfolgreicher Turnaround** in nur 12 Monaten **inklusive mehrerer Akquisitionen** und einer EBIT-Steigerung von mehr als 10 Millionen Euro (von 2006 auf 2007)
- Gelistet im General Standard seit 2006 (IPO im Jahr 2000)
- Komplettes neues Management seit Sommer 2007; derzeit 76 Mitarbeiter

## cdv Software Entertainment AG – Kernzahlen



### Angaben 2007:

- vorläufig
- untestiert

### 2006 EBIT beinhaltet:

- Abschreibungen: 3,2 Mio. €
- Außerordentliche Abschreibungen in Höhe von 2,6 Mio. €
- Restrukturierungskosten

\* Geschäftsjahr 2007 auf Proformabasis, d. h. unter Berücksichtigung aller im Jahr 2007 übernommenen Tochtergesellschaften

**Ziel 2008: Erhöhung des Umsatzes sowie EBITs um über 50%**

## Erfahrenes Management aus der Branche



**Christian Gloe**  
**CEO**

19 Jahre in der Spieleindustrie,  
Frühere Positionen:

- Präsident Publishing bei Atari
- Präsident Europa/Japan; Infogrames
- CEO; Crave & SVG Europe
- MD Virgin Interactive / MD Avalon



**Arne Peters**  
**COO**

16 Jahre in der Spieleindustrie  
Frühere Positionen:

- Segment Manager und Senior Market Development Manager bei Intel
- Director Business Development Sunflowers



**Philipp Stiehl**  
**CFO**

16 Jahre Erfahrung in  
Managementpositionen:

- Managing Partner bei der Industrial Management Group
- Project Manager bei der CMI Group
- Manager Business Development bei Schoeller Munich / Buenos Aires

### Das neue Management konnte bereits Schlüsselpositionen mit Industrieexperten besetzen



**Thomas Huber / Sales Director**

Seit Oktober 2007 bei cdv; zuvor 13 Jahre als Sales Director bei Atari Germany



**Bernd Reinartz / Head of PR**

Wechselte im Dezember 2007 vom führenden Industrieunternehmen Activision zu cdv

Executive Summary

## **Markt**

Positionierung und Business Modell

Unternehmensstrategie

Finanzen

Back-up

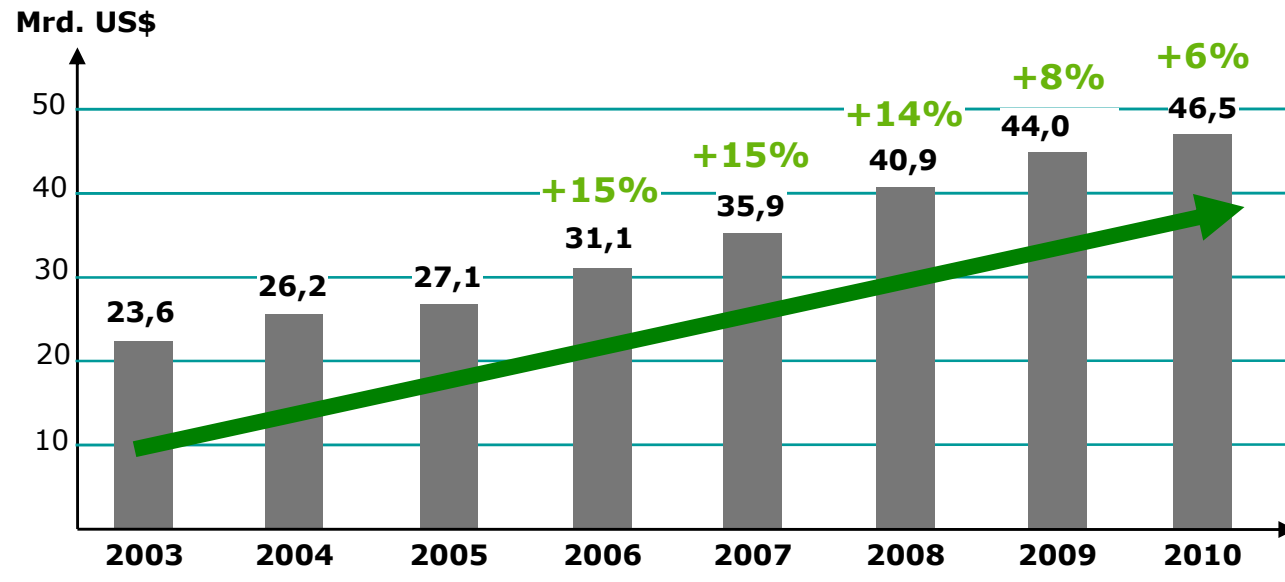
## **Agenda**

## Der Markt für Computer- und Videospiele

- Der enorme Erfolg von Nintendos „Wii“ und „DS“ erweitert den Videospielemarkt um eine **neue Zielgruppe**. Motto: Spielspaß für Jung und Alt, sowohl mobil als auch im Wohnzimmer; dabei dominieren Wissens- und Sport-Spiele.
- Zielgruppe:
  - Enthusiasten: Sie geben **einen größeren Teil ihres Nettoeinkommens** für ihr Hobby aus. Die dazu notwendige Hardware kostet etwa 400 Euro (Xbox 360 and PS3), Spiele etwa 60 Euro.
  - Gelegenheitsspieler: Sie spielen Videospiele – wie die Wii oder DS – **weniger ambitioniert**, ihre Ausgaben für Hardware und Software sind individuell geringer aber der allgemeine Markt ist größer, wodurch die geringeren Stückzahlen pro Nutzer **überkompensiert** werden.
- Im HD-Zeitalter, eingeläutet durch Xbox 360 und PlayStation 3, steigt die grafische Qualität der Spiele sowie deren Komplexität und Anspruch – und damit ebenso die Produktionskosten. Dies führte dazu, **dass mehr Spiele auf allen verfügbaren Plattformen veröffentlicht wurden**. Dieser Trend hält an.

# Weltweites Wachstum für Computer- und Videospiele

## Globale Umsätze mit Computer- und Videospiele



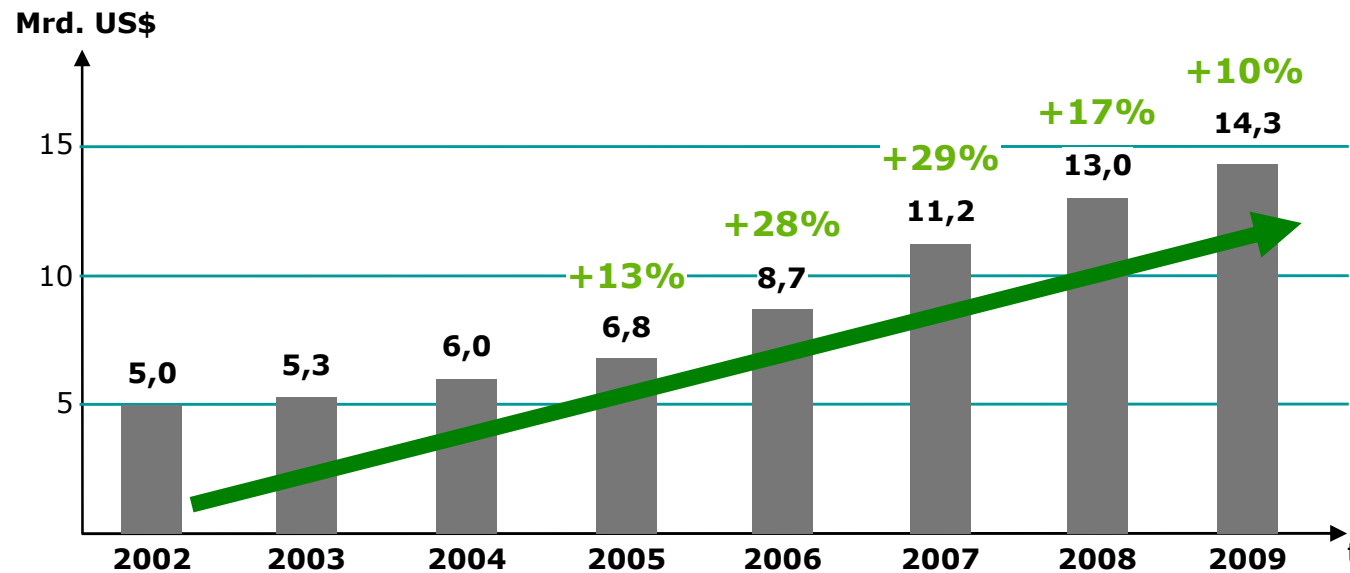
Quelle: PricewaterhouseCoopers, Wilkosky Gruen Associates, 2006 nur Software (ohne Hardware Verkauf)

- PricewaterhouseCoopers prognostiziert eine **weltweite Wachstumsrate von jährlich ca. 11,4%** (2006-2010)
- Weitere Wachstumstreiber: Neue Hardware Plattformen, steigende Zahl an Haushalten mit Breitbandanschluss, neue HD-TV Technologie – dies führt zu steigender Nutzung von **interaktiver Unterhaltung**



# Die Wachstumsrate in Europa übertrifft weltweite Zahlen

## Umsätze mit Computer und Videospiele, Europa



Quelle: PricewaterhouseCoopers, Wilkosky Gruen Associates, 2005 nur Software (ohne Hardware Verkauf)

- Die Kernmärkte in Europa sind UK, Frankreich und Deutschland. **UK hat einen Anteil von ca. 30% am europäischen Markt;** PC-Spiele stehen an der Spitze in Deutschland, der Verkauf von Konsolenspielen nimmt jedoch stark zu
- Für den deutschen Games-Markt wird eine jährliche Wachstumsrate von 7% erwartet (CAGR 2008 – 2011. PWC, 2007)

Executive Summary

Markt

**Positionierung und Business Modell**

Unternehmensstrategie

Finanzen

Back-up

## Agenda

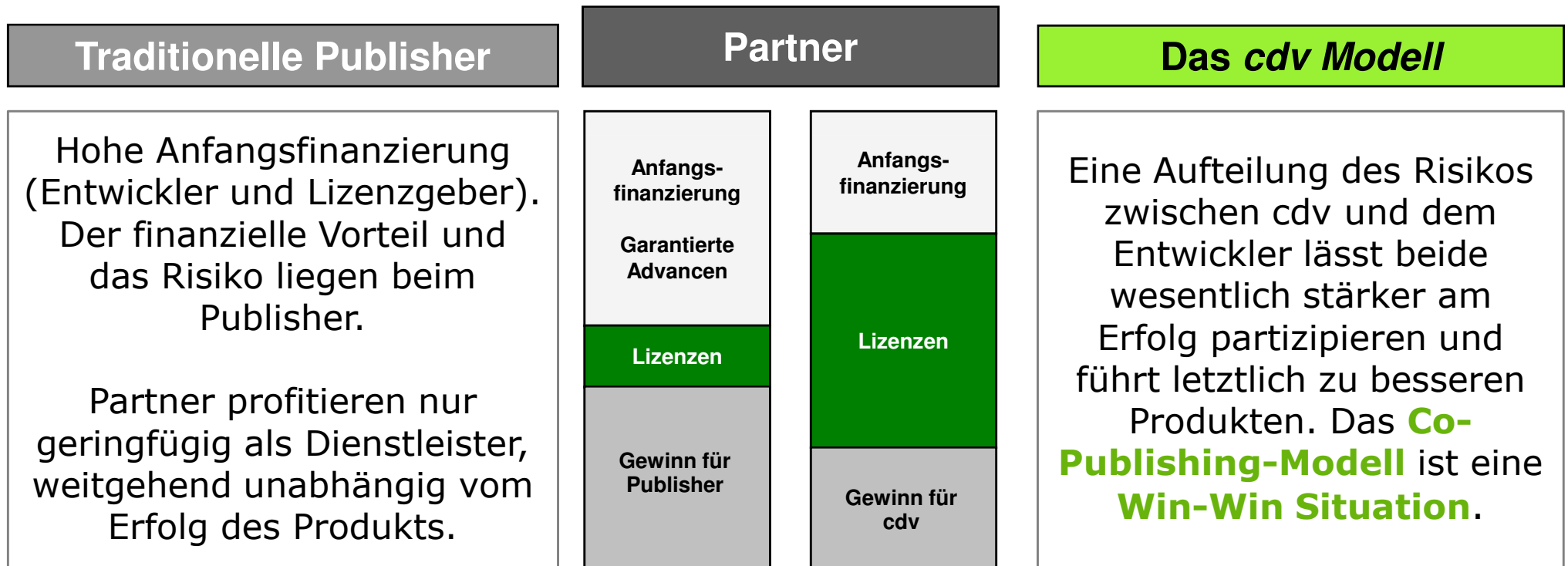
## Veränderungen im Entwicklungs- bzw. Publishing Prozess

- Ähnlich wie die Major Labels in der Musikindustrie, dominierten in der Vergangenheit die großen Publisher die Spieleindustrie. Die Publisher finanzierten Projekte und übernahmen gleichzeitig die volle Kontrolle und sämtliche **IP-Rechte** der Spiele – vor allem aber weitgehend das **Erfolgsrisiko**.
- Wie in jeder Unterhaltungsindustrie ist die **Kreativität** der Entwickler entscheidend und der **Schlüssel zum Erfolg**. In der Musikindustrie beispielsweise begannen mehr und mehr Künstler, sich unabhängigen Labels anzuschließen, um sich ihre kreative Freiheit zu bewahren. Eine ähnliche Entwicklung wird nun in der Spieleindustrie beobachtet (um Produkte nach eigenen Vorstellungen zu entwickeln).
- Das *cdv Modell* erlaubt es, die Entwickler **in den gesamten Prozess einzubeziehen** und ihre Kompetenzen in die Produktvermarktung einzubringen. Zusätzlich dazu erhalten sie **eine höhere Beteiligung am Erfolg**, tragen jedoch auch ein **höheres Risiko** bei Misserfolg.

# Traditionelles Publishing vs. das cdv Modell: Die Vergangenheit trifft auf die Zukunft

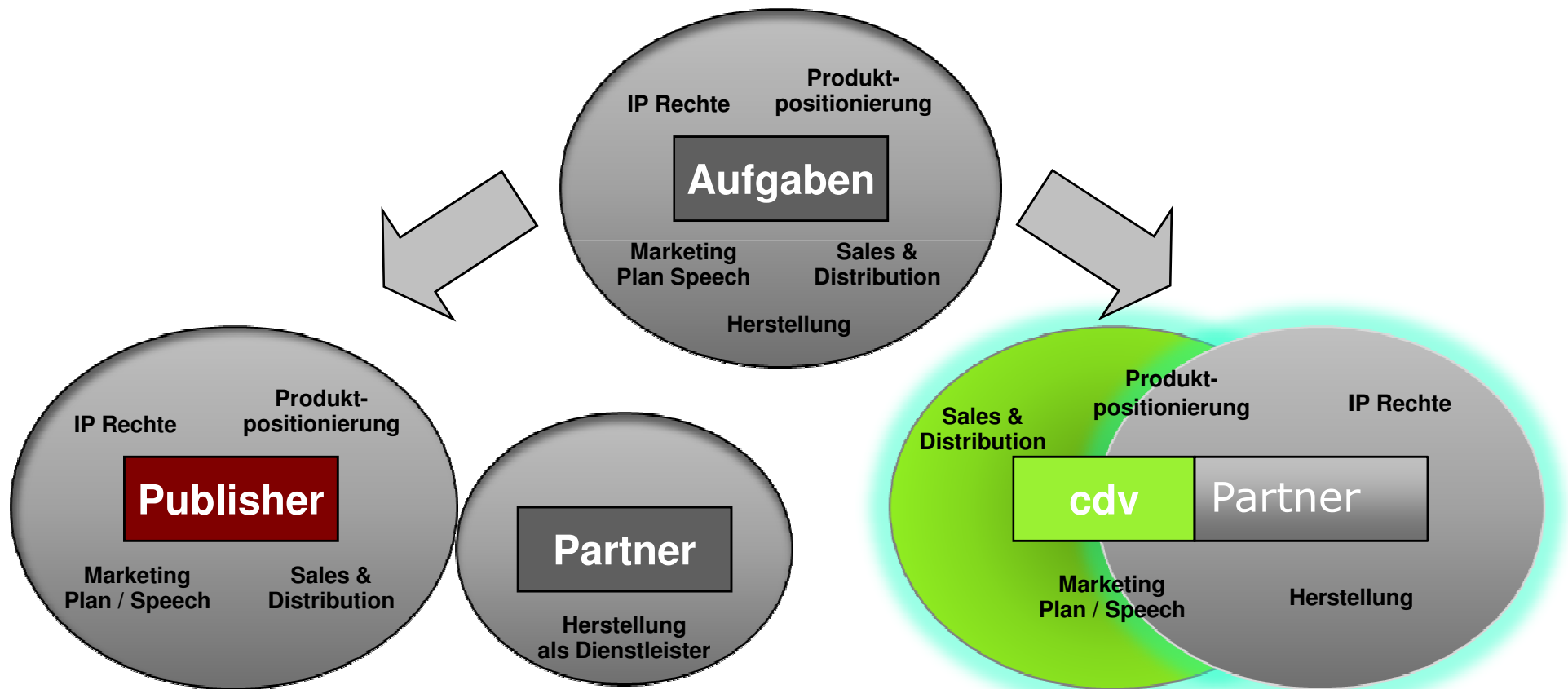
Das *cdv Model* beachtet **zwei wichtige Kriterien** im Entscheidungsprozess seiner potentiellen Partner:

## a) Finanzen



# Traditionelles Publishing vs. das cdv Modell: Die Vergangenheit trifft auf die Zukunft

**b) Mitwirkung:** Das *cdv Modell* ermöglicht eine echte Partnerschaft und eine ausgewogene Verteilung von Gewinnen bzw. Risikobeteiligung.



# Das cdv Modell: Attraktiv für IP Eigentümer, Studios und Publisher

## Neue Marktentwicklungen schaffen drei Gruppen potenzieller Partner für das cdv Modell:

- **Entwickler:** Die kreative Kraft hinter den Spielen. All diejenigen Studios, die unabhängig werden wollen und um den Erhalt der eigenen IP und der unmittelbaren Kundenbeziehung bemüht sind;
- **Kleine und mittlere Publisher,** die ein funktionierendes und effektives Marketing haben, aber keinen eigenen Vertrieb für nur wenige Neuerscheinungen aufbauen wollen. Außerdem **ausländische Publisher,** die einen Partner in den cdv-Territorien suchen;
- **IP-Inhaber** wie Markenhersteller oder Filmunternehmen, die nach einem starken Partner suchen, um Spiele zu branden, zu produzieren und zu vertreiben.

## Co-Publishing Beispiel:

cdv und der international erfolgreiche Entwickler **Ascaron** geben den Fantasy-Blockbuster "SACRED 2: Fallen Angel in den USA im **Co-Publishing** heraus.



+

# Einzigartige Position: 100%er Fokus auf den Verkauf und Finanzierung des Produktes, ohne die IP zu verlieren

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Unabhängige Service Provider</p>		
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Publisher/Distributor</p>		
<p>Finanzierung durch Publishing</p>		<p>Externe Finanzierung (Fonds)</p>



## 100% Fokus auf den Verkauf und Finanzierung des Produktes, ohne die IP zu verlieren

- **cdv ist das einzige Unternehmen** in der Spieleindustrie, das Entwicklern eine externe Finanzierung anbieten kann, wobei – als ein unabhängiger Distributor – darauf geachtet wird, dass jedes Produkt die benötigte Aufmerksamkeit erhält, um erfolgreich im Markt vertrieben zu werden
- Drittanbietervertrieb über Publisher birgt immer das Risiko für **externe Studios** bei Marketing und Vertrieb **an zweiter Stelle zu stehen**
- Vertrieb und Finanzierung sind die wichtigsten Bedürfnissen - es gibt aber natürlich noch mehr; **cdv bietet für alle Lösungen an:**

## Als ein unabhängiger Service Provider bietet cdv seinen Partnern und Kunden ein breites Spektrum an Modulen an

- cdv bietet im **Baukastenmodell** alle Bereiche und Services in der Business- und Wertschöpfungskette an. Partner können die benötigten Module auswählen
- Bei Spieleproduktion und Anpassung an lokale Märkte sowie deren individuelle Anforderungen können Partner von cdvs Erfahrung und Wissen partizipieren



Executive Summary

Markt

Positionierung und Business Modell

**Unternehmensstrategie**

Finanzen

Back-up

## Agenda

## Die Vision

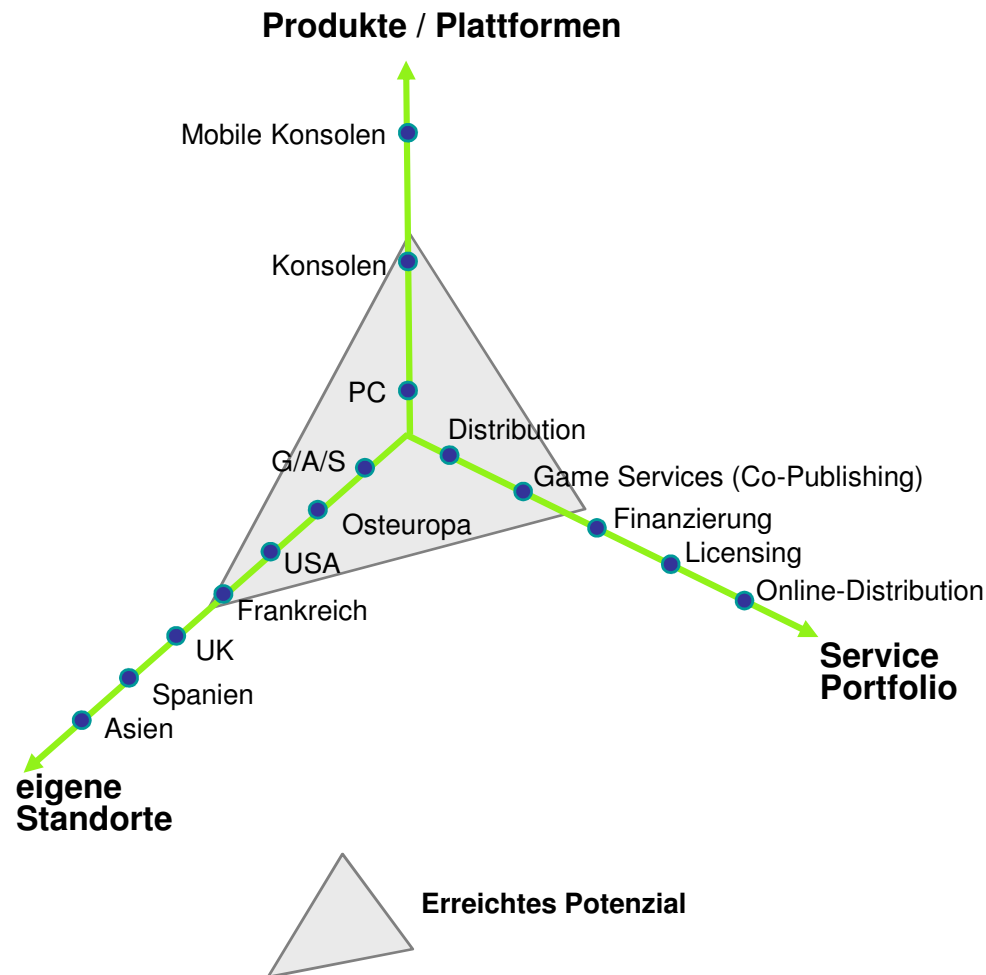
**Die cdv Software Entertainment AG etabliert sich als der einzige global agierende Mehrwert-Dienstleister für den Games-Markt mit HQ in Europa:**

Ausweitung des Service-Portfolios  
Starker Fokus auf den Konsolenmarkt  
Geografische Ausweitung in wichtige europäische Spielermärkte wie UK oder Spanien



# Die Entwicklungsstrategie der cdv Software Entertainment AG

## Wachstumspfade der cdv Software Entertainment AG



## Erweiterung des Service Portfolios

- Etablierung neuer Leistungen wie Finanzierung oder Lizenzierung
- Implementierung des Co-Publishing Modells

## Angebot neuer Plattformen und Ausweitung des Spieleportfolios

- Erhöhung der Anzahl vertriebener Spiele
- Stärkerer Fokus auf das wachsende Game Segment: Konsolen und Handhelds

## Geografische Expansion

- Ausgewählte Übernahmen unabhängiger Spieleunternehmen aus anderen europäischen Ländern
- Gründung einer Tochtergesellschaft in Asien

# Erfolgreiche Übernahme und Integration wachsender Unternehmen bereits abgeschlossen



cdv P.O.S. GmbH

## Signifikante Erhöhung der Vertriebsstärke

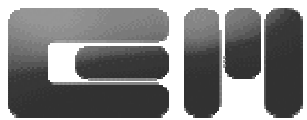
- Vertrieb von Non-games, Game Accessoires, Sammelkarten, Merchandise und Büchern – Unternehmen 1998 in Deutschland gegründet
- Spezialist im Vertrieb über Lebensmittelketten



seven\_m Vertriebs GmbH

## Territoriale Expansion nach Osteuropa

- Vertrieb, Marketing und PR-Aktivitäten in Österreich, Ungarn, Tschechische Republik, Slowakei; weitere Marketingstrukturen in Polen, Rumänien, Slowenien, Bulgarien, Kroatien, Serbien
- Key Access zu stark wachsenden Märkten



Gamesmania GmbH

## Expansion des Sales Channels und des Produktportfolios

- Digitaler Vertrieb – On-Demand und Streaming Plattform
- Hosting, Marketing, Billing, Support für Online Games (MMOGs) als ein Service Provider für Publisher und Entwickler



cdv Madrics Media S.A.S

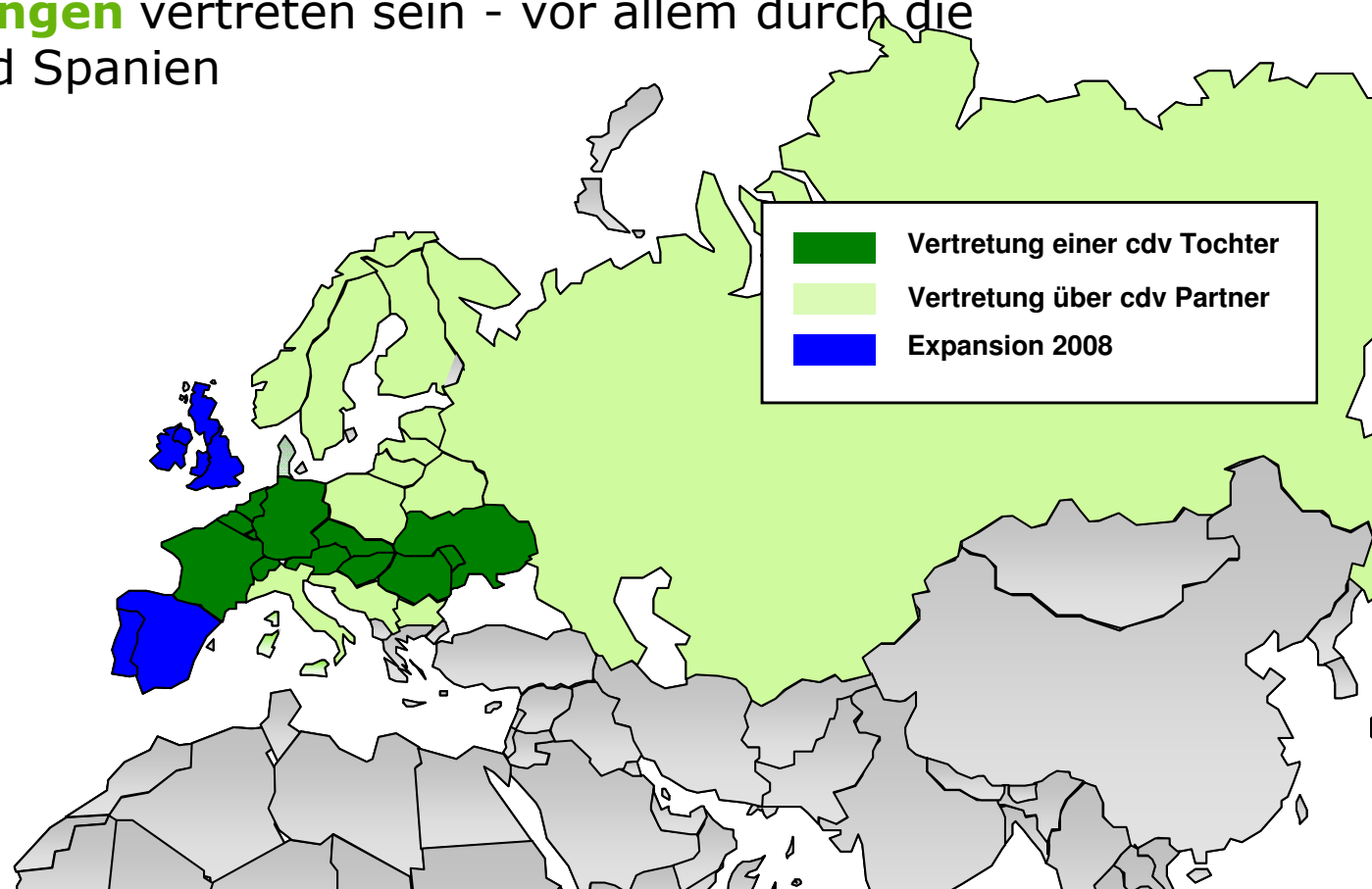
## Territoriale Expansion nach Frankreich und Benelux

- Eigene Standorte und Distribution in Frankreich
- Stark etabliertes und profitables Unternehmen, das das cdv Modell einführen wird, um weiter zu expandieren

# Expansions- und Investitionspläne

## 1. Territoriale Erweiterung

- 2007: cdv ist mit eigenen Niederlassungen in vielen europäischen Märkten vertreten;
- Bis Ende 2008 wird cdv nahezu im gesamten **Europäischen Markt mit eigenen Niederlassungen** vertreten sein - vor allem durch die Expansion nach UK und Spanien

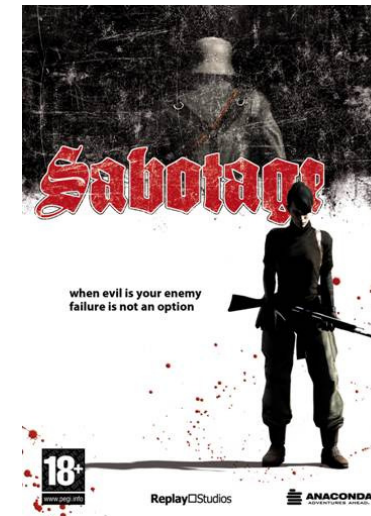
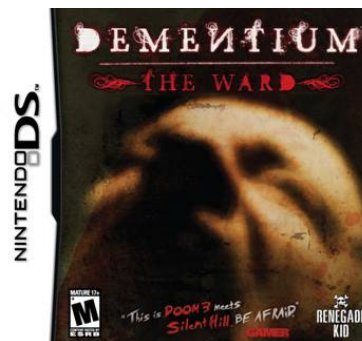


# Expansions- und Investitionspläne

## 2. Erweiterung des Produktportfolios – Top Spieletitel im Lineup

Aufgrund des neuen attraktiven **Geschäftsmodells** gelang es cdv in kurzer Zeit, gleich zwei große Verträge abzuschließen:

- Vertrieb von „**Sacred 2**“ in den USA. Simultaner Release auf Xbox 360 und PC; PS3-Release folgt in 2009. Prognostizierter Umsatz: mehr als \$10 Millionen.
- Distributionsvertrag mit der Gamecock Media Group für Westeuropa / Osteuropa mit 10 Veröffentlichungen (SKUs) für verschiedene Plattformen (Releases zwischen Q1 2008 und Q1 2009)





# Expansions- und Investitionspläne

## 3. Weitere Produktacquire durch CDV Finance und Co-Publishing

- Business Development Office in **Asien**: Asiatische Publisher sind oft nicht in Europa vertreten, haben aber ein attraktives Spiele-Lineup
- Aufbau **cdv Finance** über einen, von externen Investoren gezeichneten, renditeorientierten Spiele-Fonds, der – ähnlich einem VC-Fonds – bereits early stage in viel versprechende Entwicklungen investieren darf und so das künftige **Co-Publishing** und die **Distribution** für cdv langfristig sichert.



Executive Summary

Markt

Positionierung und Business Modell

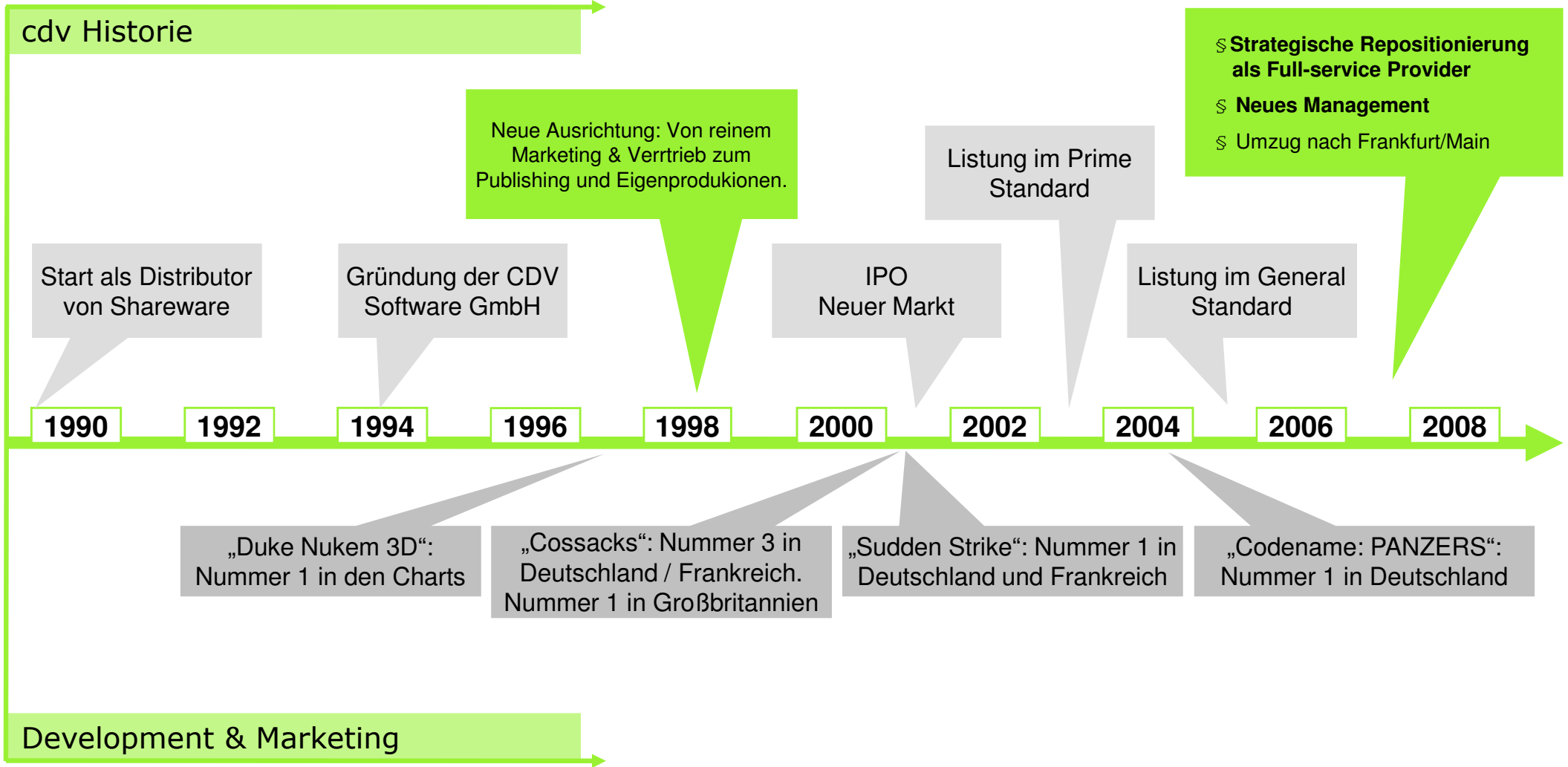
Unternehmensstrategie

**Finanzen**

Back-up

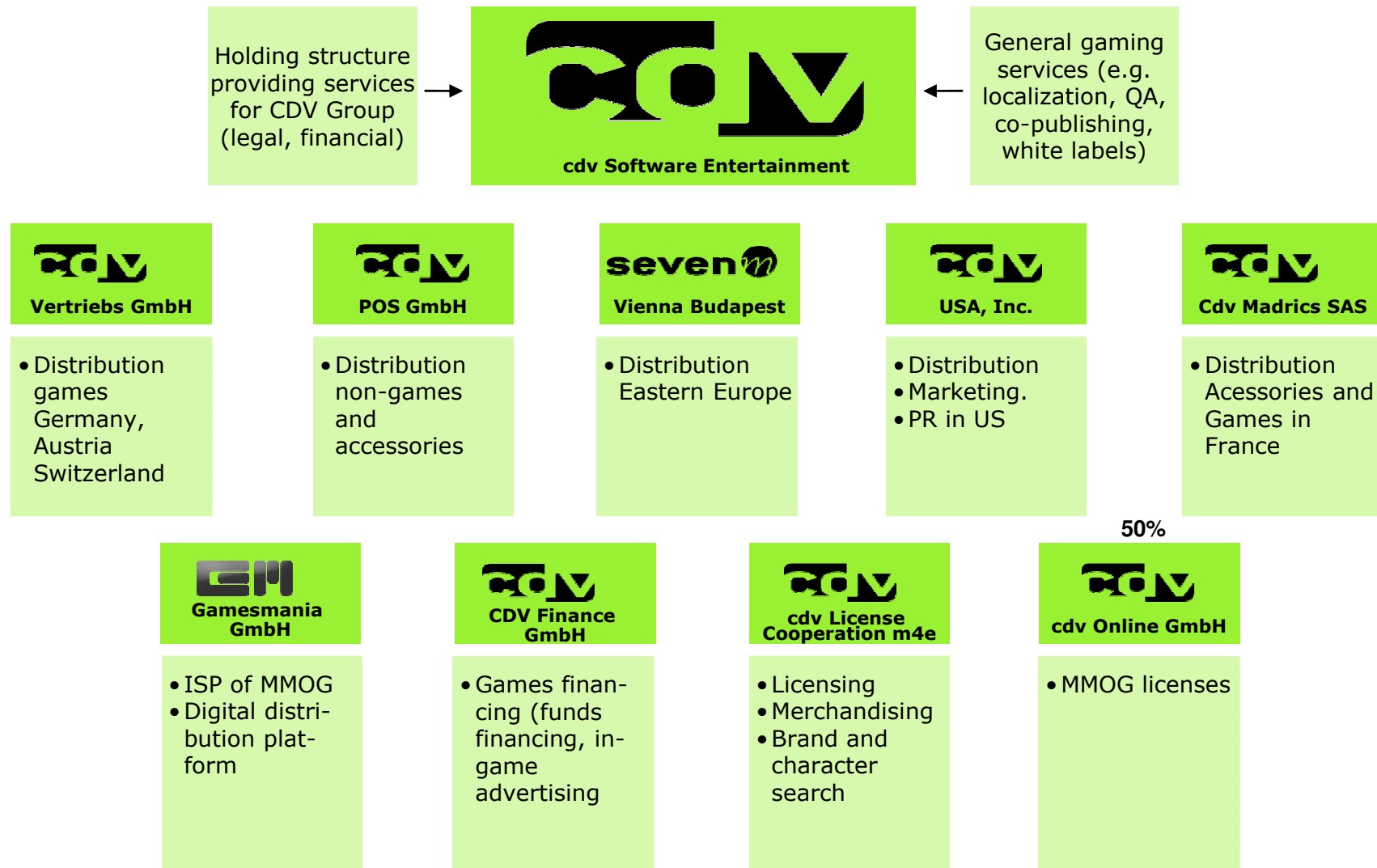
## Agenda

# cdv ist seit 17 Jahren ein etablierter Player im Games Markt



# Das neue Geschäftsmodell in einer synergetischen Konzernstruktur

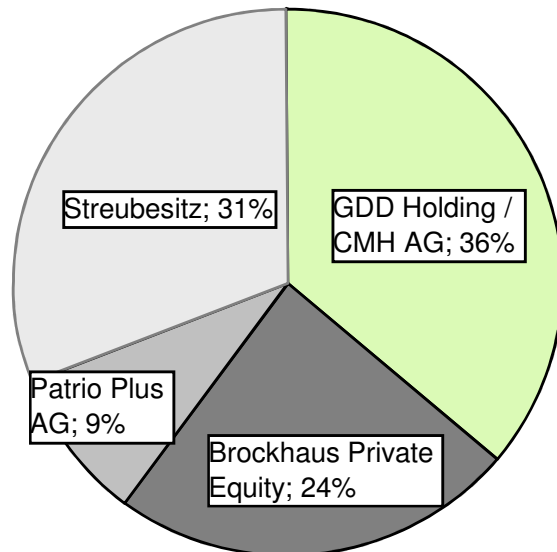
Unabhängig von den großen Publishern



# Die cdv Software Entertainment AG Aktie

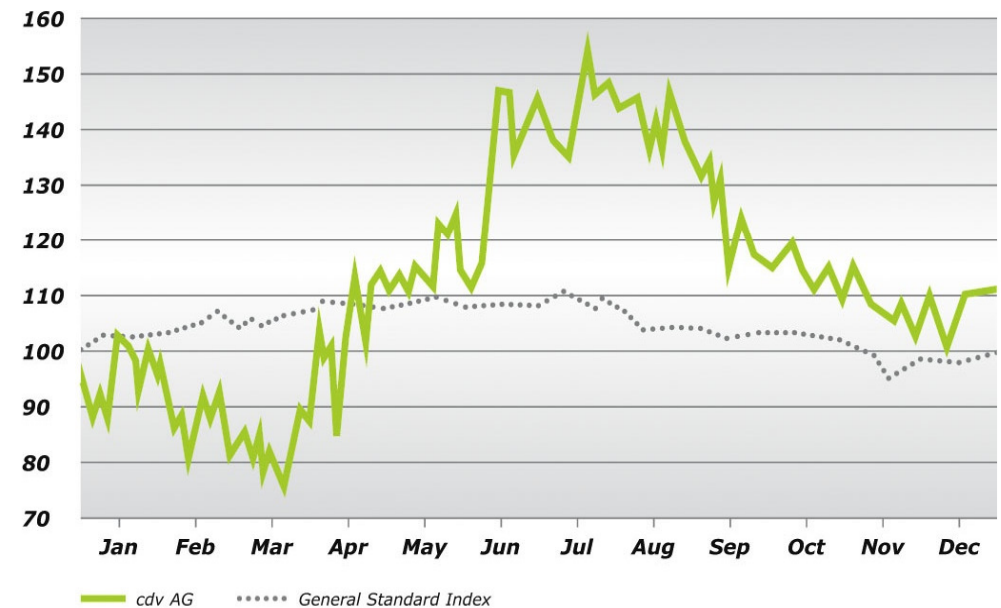
## Details

- Aktienanzahl: 1,568,271
- Marktsegment: Geregelter Markt
- Transparenzanforderungen: General Standard
- ISIN: DE000A0MF053 / WKN: A0MF05
- **Gesellschafterstruktur (02/2008):**



## Aktienchart

General Standard Performance  
2007

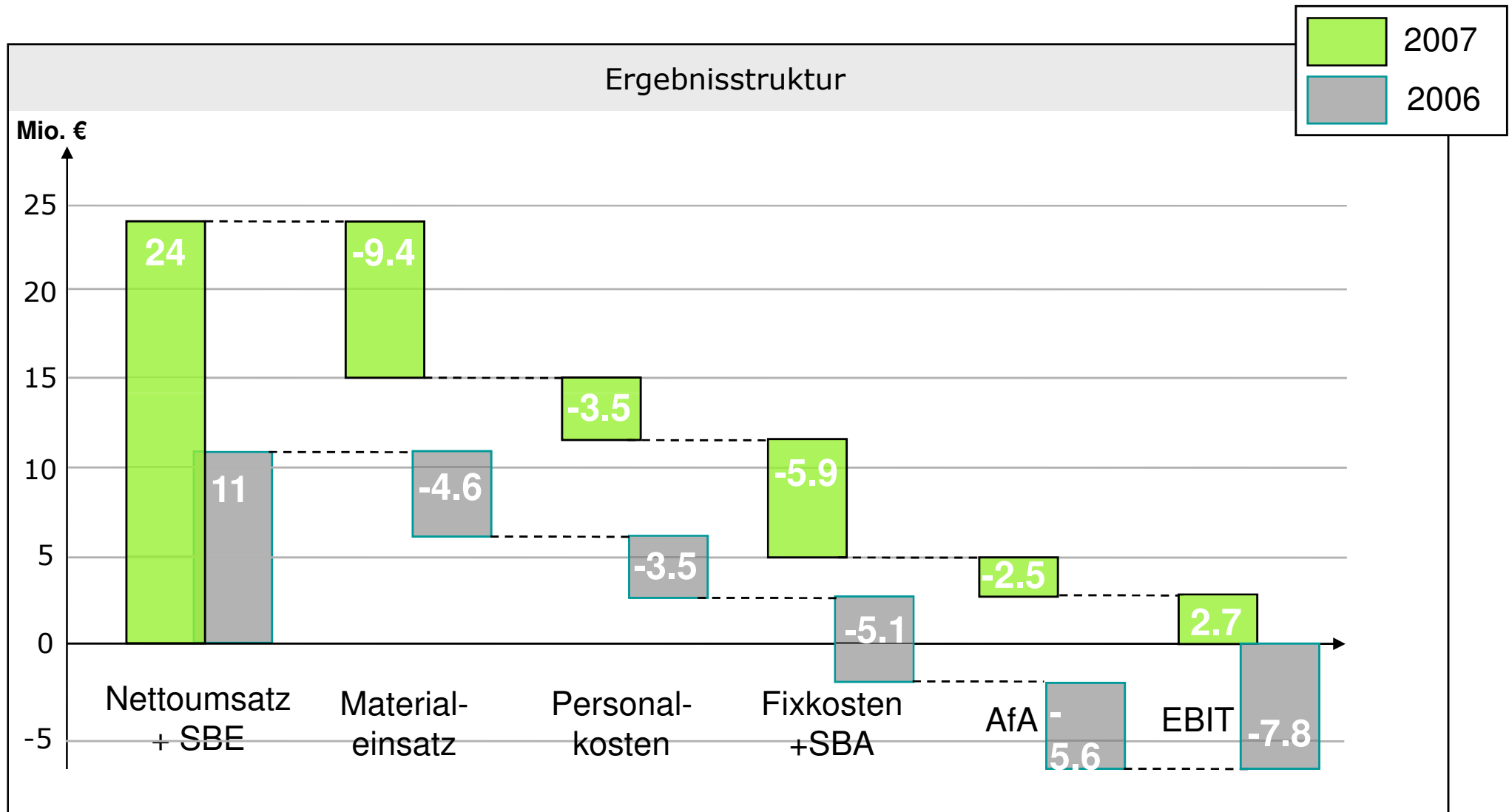


## Erfolgreicher Turnaround in 2007

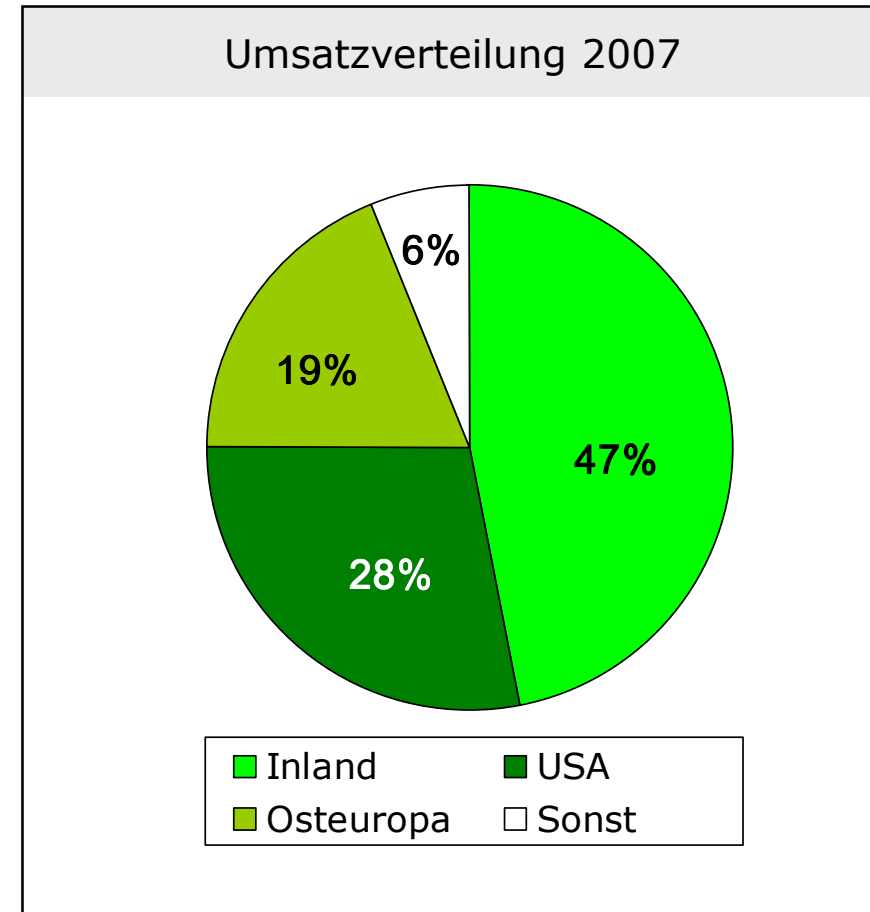
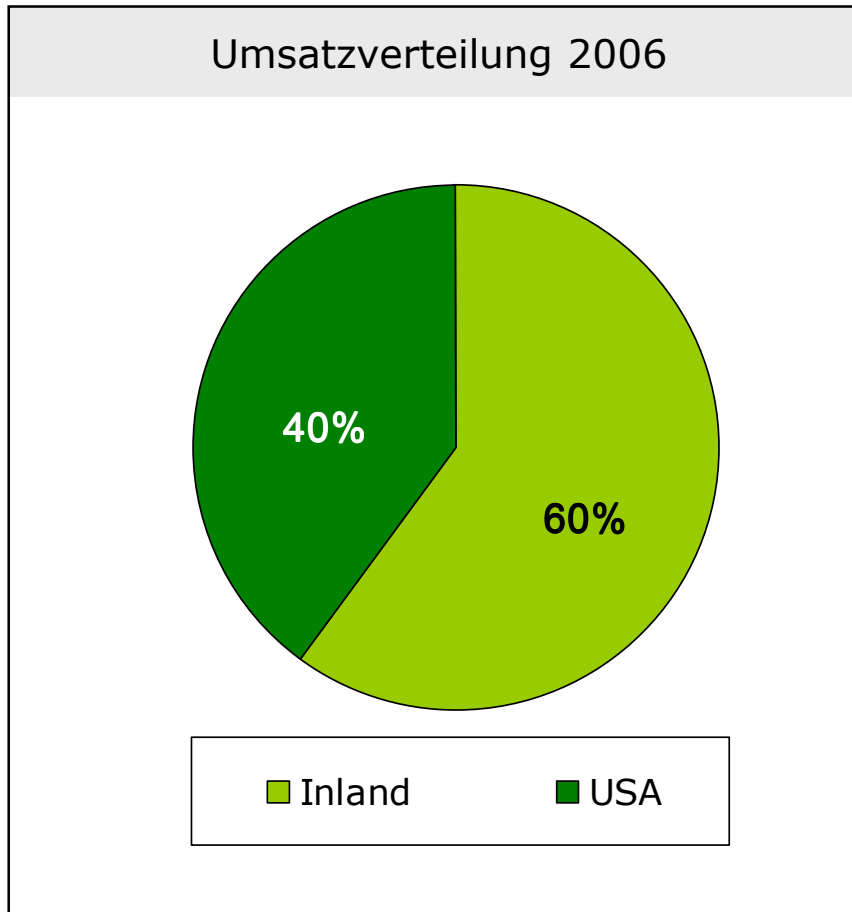
In Mio. EUR	Q1-Q4 2006		Q1-Q4 2007
			Proforma
Umsatz vor Retouren/LWA	16.3	+50%	24.4
Nettoumsatz	10.2	+100%	20.8
EBIT (negativ)	(7.8)	+130%	2.7
Eigenkapital	0		12.2
Bilanzsumme	10.7		25.3
Ergebnis je Aktie	(5.15)		1.72

\* inkl. aller akquirierten Unternehmen für gesamtes GJ 2007

## Erfolgreicher Turnaround in 2007



## Regionaler Beitrag zu Umsatz / EBIT



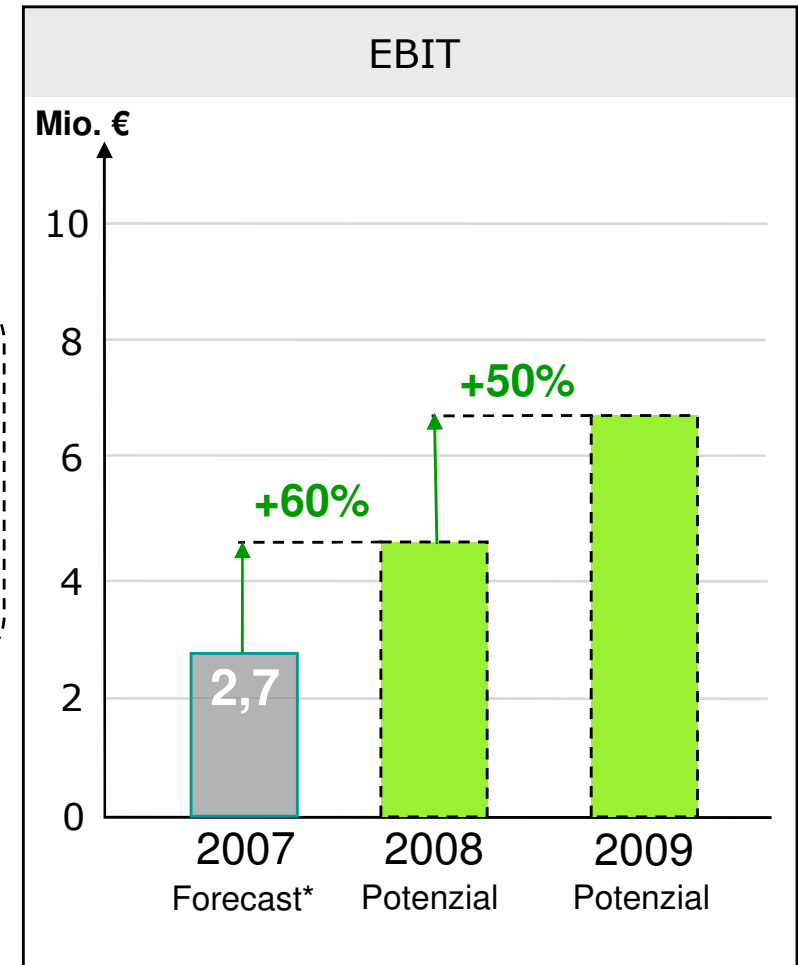
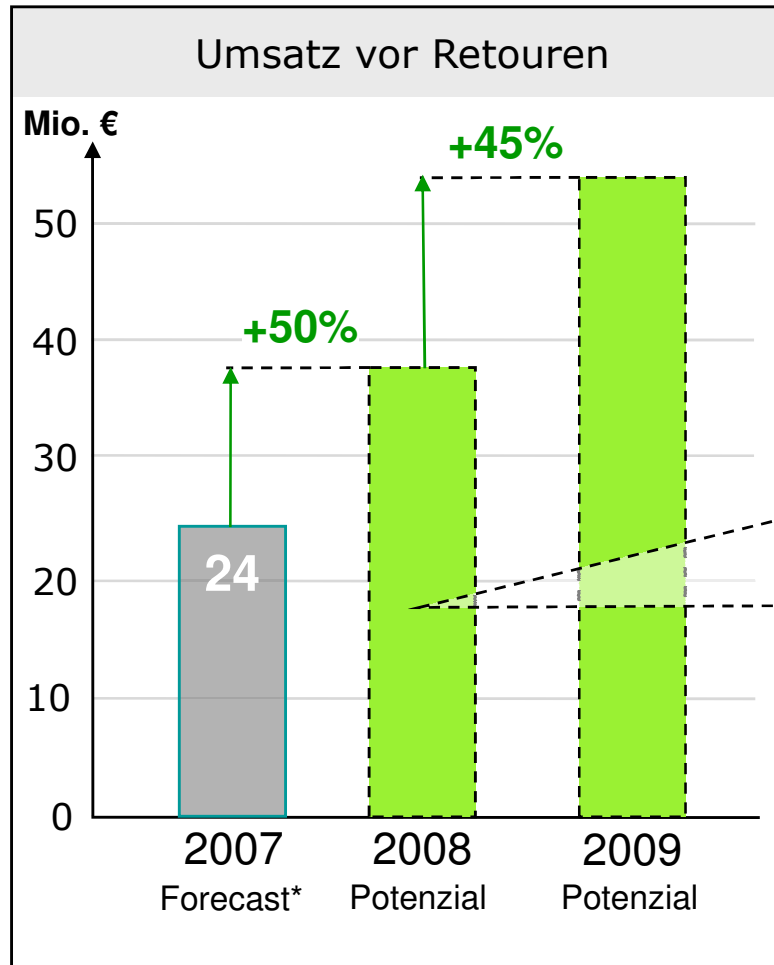
## Regionale Verbreiterung der Umsatzbasis



## Erfolgreicher Turnaround in 2007

In Mio. EUR	Q1-Q4 2006		Q1-Q4 2007
Nettoumsatz	10.2	+50%	14.9
EBIT (negativ)	(7.8)	+130%	2.5
Eigenkapital	0		15.5
Bilanzsumme	10.7		30.0
Ergebnis je Aktie	(5.15)		1.06

## Entwicklungspotenziale 2008/09



\* Geschäftsjahr 2007 auf Proformabasis, d.h. unter Berücksichtigung aller im Jahr 2007 übernommenen Tochtergesellschaften



## The Gaming Service Provider

cdv Software Entertainment AG  
Hanauer Landstr. 161-173  
60314 Frankfurt

phone: +49 (0)69 4056373-0  
fax: +49 (0) 69 4056373-240

**Investoren-Kontakt:**  
Blue Corporate Finance GmbH  
Andreas Kinsky  
andreas.kinsky@bluecf.com  
Kaulbachstraße 34, 80539 München

phone +49 (0) 89 20500870