made for entertainment

Unternehmenspräsentation m4e AG

m4e AG, Mai 2008

Agenda

made for entertainment

	Seite
m4e AG im Überblick	03
Geschäftsmodell	07
Markt	14
Unternehmensstrategie	19
Unternehmensentwicklung	22
Finanzen	27
Aktie	29

m4e AG im Überblick

made for entertainment

Management

- **Hans Ulrich Stoef** (CEO)
  - Gründer und Vorstandsvorsitzender der m4e AG
  - Verantwortlichkeiten: Marketing und Vertrieb, Einkauf und Produktion
  - Stationen: Geschäftsführender Gesellschafter „CTM Concept – TV & Merchandising GmbH" (Tochterunternehmen der Tele München), Head of Licensing bei der „EM.TV AG"

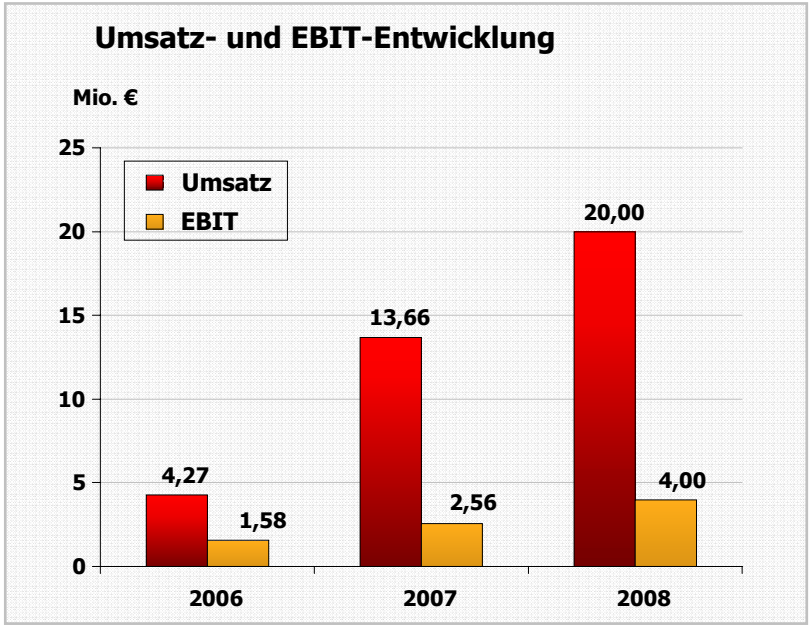
- **Michael Büttner** (CFO)
  - Mitglied des Vorstands der m4e AG
  - Verantwortlichkeiten: Finanzen, Controlling und IR
  - Stationen: Kaufmännischer Leiter bei „CTM Concept – TV & Merchandising GmbH", Betriebsleiter „Maxx Filmpalast" und „CineMaxx "

m4e AG im Überblick

made for entertainment

Kerndaten

- Gesamtleistung: 2007[1] 13,66 Mio. €
  2008 20,00 Mio. € (Forecast)
- EBIT: 2007[1] 2,56Mio. €
  2008 4,00 Mio. € (Forecast)
- 26 Mitarbeiter (31.12.2007)
- Die m4e wurde im November 2003 gegründet
- Börsengang: Juli 2007
- Wertschöpfungsübergreifende, etablierte Position in unterschiedlichen Lizenzsparten



[1] *inkl. Tex-Ass, As-If-Betrachtung, vor einmaligen IPO- und Akquisitionskosten*

m4e AG im Überblick

made for entertainment

Lizenzen & Partner

Entertainment	Sports	Brands & Personalities
Wink Kids, Storm Hawks, Dinosaur King, Huntik, Kamen Rider, Di-Gata, Jim, Monster Allergy, Starrocke, Dragon Booster, Sunny Cook	DEUTSCHER FUSSBALL-BUND, Paule, Fussball-Nationalmannschaften, 100 1908-2008, NHL	Pokito, RTL, Gera, Premiere, Isi, The Dog, Windel Winni

Lizenzgeber	Lizenzgeber und –nehmer	Lizenznehmer & Vertriebspartner
Rainbow, Alliance Atlantis, Nelvana, Nerd Corps, 4kids Entertainment, Big Bocca, Viz Media, NHL, DEUTSCHER FUSSBALL-BUND, 100 1908-2008, TMS Entertainment, Ltd, TOEI ANIMATION, uvm.	ZDF, RTL, KiKA, BMG, Bandai, Mattel, Hasbro, Ravensburger, Schmidt, uvm.	M, Burger King, C&A, adidas, Eschenbach, kik, Karstadt, T-Com, Panini, Miles, Toys R Us, Pimkie, Blue Ocean, texass, Upper Deck, uvm.

Agenda

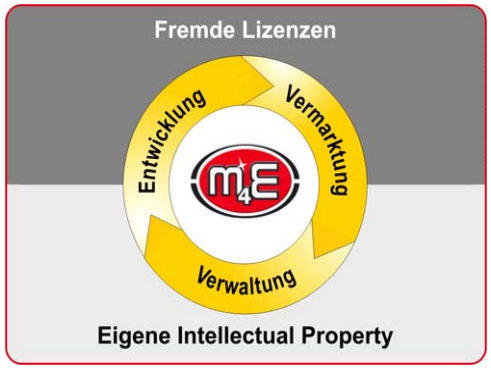
made for entertainment

	Seite
m4e AG im Überblick	03
Geschäftsmodell	**07**
Markt	14
Unternehmensstrategie	19
Unternehmensentwicklung	22
Finanzen	27
Aktie	29

Geschäftsmodell

Unternehmenspositionierung

- Integriertes Brand Management- und Medienunternehmen für die Kreation, Entwicklung, Produktion, Distribution und Vermarktung von Merchandising-affinen IP-Rechten
- m4e partizipiert direkt an den Erlösen aus der kompletten Wertschöpfungskette inklusive der Verkäufe von Merchandisingprodukten durch Lizenzvereinbarungen
- Wertschöpfung: TV- + Film-Produktion, TV- + Film-Vertrieb, Home Entertainment, Licensing & Merchandising, Premium-Herstellung
- Vermarktungssegmente: Family Entertainment, Sport, Personalities und Corporate Trademarks/Brands
- Starke und zentrale Position im deutschsprachigen Raum über umfassenden Dienstleistungsansatz



Geschäftsmodell

made for entertainment

360°-Ansatz der m4e AG

- Zentrale Steuerung aller relevanten Verwertungsbereiche zur Erhöhung des Bekanntheitsgrads von Charakteren und IP-Rechten
  - Entwicklung eigener IP-Rechte = Brand und Charakter-Entwicklung
  - Zentrale Vermarktung zur Erzielung maximaler Lizenzerlöse über viele Vermarktungskanäle

Geschäftsmodell

made for entertainment

Kern-Geschäft

Entwicklung

Produktion

Distribution

Media-Kooperationen

TV- und Filmvertrieb

Marketing

Entertainment

uvm.

Sport

DEUTSCHER FUSSBALL-BUND

Fussball-Nationalmannschaften

Brands & Personalities

POKITO

PREMIERE

THE DOG

Licensing & Merchandising

LG: Ø 12% auf Großhandelsumsätze

texass

Geschäftsmodell

made for entertainment

Das Geschäftsmodell von m4e basiert auf zwei Säulen

	Agenturgeschäft (Vermarktung von fremden Lizenzen)	**Eigene Intellectual Property Rechte** (Vermarktung als Lizenzgeber)
Marge	■ **20 - 35 %** der Lizenzeinnahmen, welche durch m4e vermittelt werden ■ **Lizenzvermittlung nur territorial** möglich	■ Mindestens **40%** der **weltweiten Lizenz-einnahmen** (Verteilung der Marge nach Investitionsbeitrag)
Umsatz-wachstum		
Umsatz-anteil	2006: 65% 2010: 30 bis 40%	2006: 35% 2010: 60 bis 70%

Bedeutung und Umsatzanteil

Geschäftsmodell

made for entertainment

Wertschöpfungskette

Entwicklung → **Produktion/ Co-Produktion** → **Licensing/ Distribution & Merchandising** → **Marketing/ Distribution**

Spielfilme und TV-Serien (Animation und Realfilm) für Kino, TV und DVD sowie Characters durch das Joint Venture LUCKY PUNCH und mit Dritten sowie Co-Produktions-Partnern.
Erweiterung durch M&A*

- Film
- Home Entertainment
- Broadcaster
- Publishing
- New Media
- Interactive
- Spielwaren
- Diverse

- Tex-Ass
- Consumer Goods
- Lizenzpartner
- M&A*

- Sponsoren
- Kundenorientierte Konzepte
- qualifizierte Logistik-partner

* Mögliche Geschäftsfelder für Akquisitionen

Entwicklungen eigener IP-Rechte mit aktiver Risikominimierung

	■ Marktinteresse über Kontakt-netzwerk und Research prüfen ■ Suche nach Partner für Co-Produktionen	■ Ansprache von TV- und Mediengruppen ■ Verhandlungen über Vorab-Verträge	■ Start von Marketing- und PR-Kampagnen zum optimalen Zeitpunkt
	Frühzeitiger Vertrieb		
Risiko-mini-mierung	■ Absatz-Chancen und Marktpotential bekannt	■ Anteilige Deckung der Pro-duktionskosten durch: 1) Abnahmegarantien 2) Investitionsbeiträge von Abnehmern (TV-Sender)	■ Perfekte Marktvorbereitung ■ Steigerung der Bekanntheit ■ Erhöhung des Lizenzwerts
	Entwicklung und Produktion		
	■ Zielgerichtetes Scouting nach vom Markt gesuchten Inhalten / Brands	■ Weiterentwicklung der Produktion unter Beachtung kommerzieller Parameter	■ Geringes verbleibendes Restrisiko bei der Entwicklung und Produktion

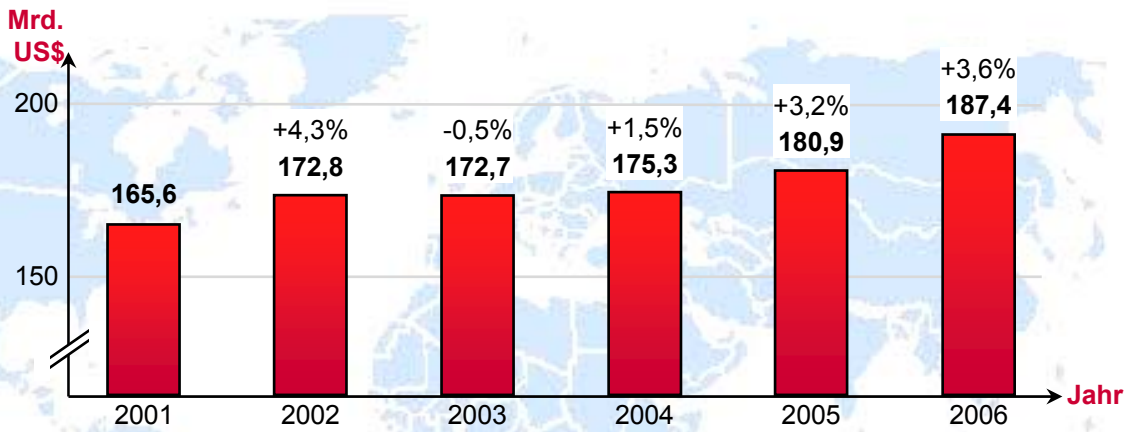
- Bei eigenen Entwicklungen achtet m4e früh auf eine kommerzielle Ausrichtung und betreibt aktiv Risikominimierung

Agenda

made for entertainment

	Seite
m4e AG im Überblick	03
Geschäftsmodell	04
Markt	**14**
Unternehmensstrategie	19
Unternehmensentwicklung	22
Finanzen	27
Aktie	29

Weltweiter Handelsumsatz mit Lizenzprodukten

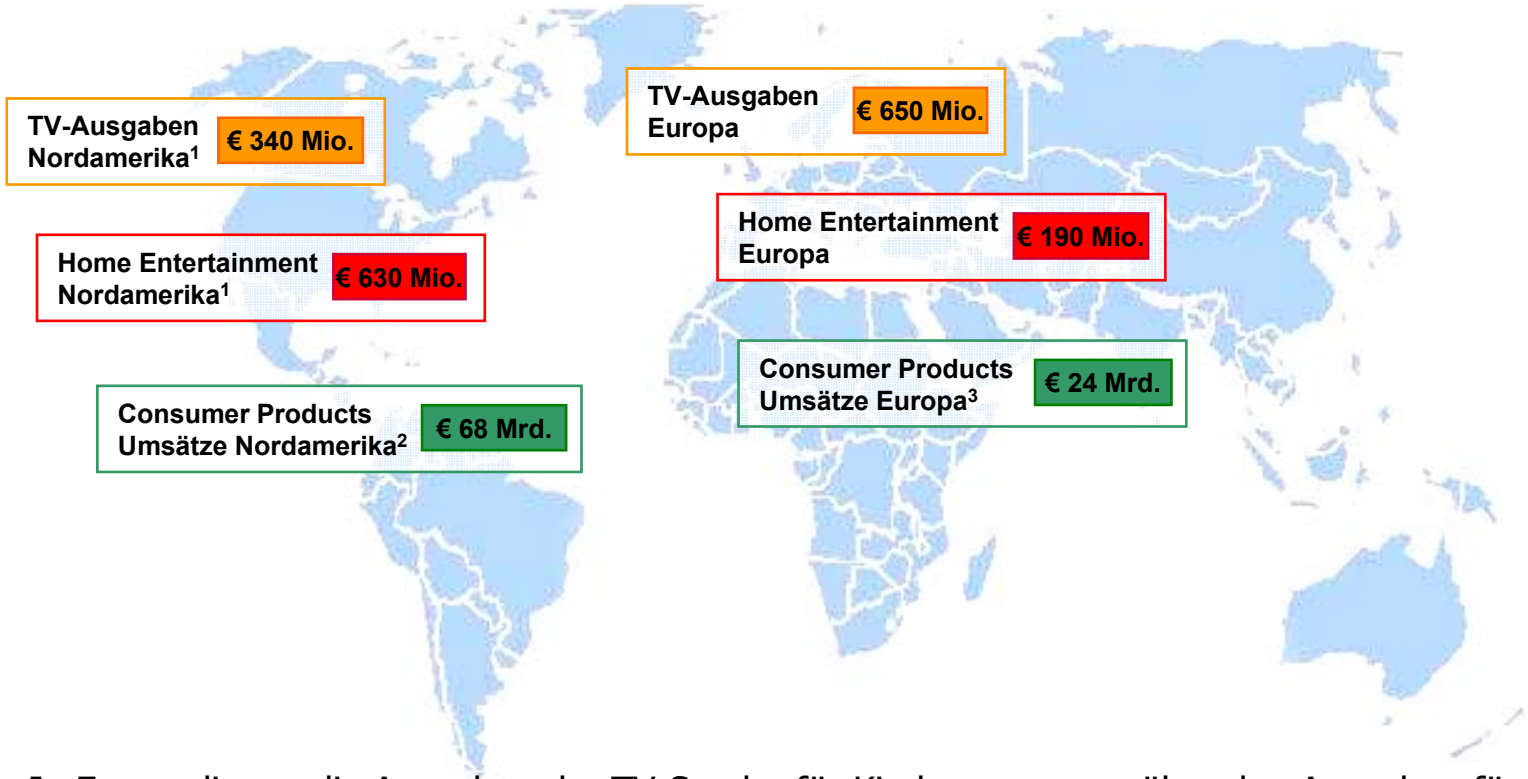


Quelle: 2007 Industry Annual Report, www.licensemag.com, Okt. 2007

- 2006 wurden weltweit über $ 187 Mrd. mit lizenzierten Produkten umgesetzt[1)]
  - 85% der Lizenzprodukte werden in den USA, Japan und Europa veräußert [1)]
  - Die Einnahmen aus den weltweiten Lizenzgebühren betrugen 2006 über $ 6 Mrd. (+1,5% gegenüber 2005)[1)]
- Über 50% des Handelsumsatzes wird in den Lizenzsparten Character, Brands und Entertainment erzielt
  - Weltweiter Handelsumsatz über $ 100 Mrd. (2006) in den Lizenzsparten Character, Brands und Entertainment [1)]
  - Lizenzierte Waren im Wert von € 2,5 Mrd. wurden 2006 in Deutschland allein im Bereich Character verkauft [2)]
  - Weiteres Wachstum der Handelsumsätze im Bereich Character / Brands / Entertainment erwartet

Quellen: [1)] 2007 Industry Annual Report, www.licensemag.com, Okt. 2007
[2)] Lizenzmarkt Deutschland, LIMA und npd group deutschland GmbH

Marktvergleich im Sektor Kinder-Entertainment



- In Europa liegen die Ausgaben der TV-Sender für Kinderprogramm über den Ausgaben für Home Entertainment, im Gegensatz zu den USA und Kanada
- Europa hat noch großes Potential im Bereich Consumer Products

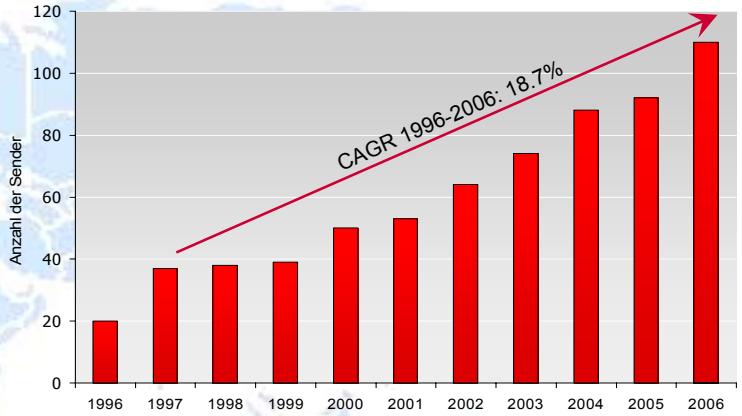
Quelle: Screen Digest 2007 und Annual Industry Report 2007, www.licensemag.com

[1] Nordamerika: USA und Kanada
[2] Nordamerika: USA
[3] Europa: UK, Frankreich, Deutschland

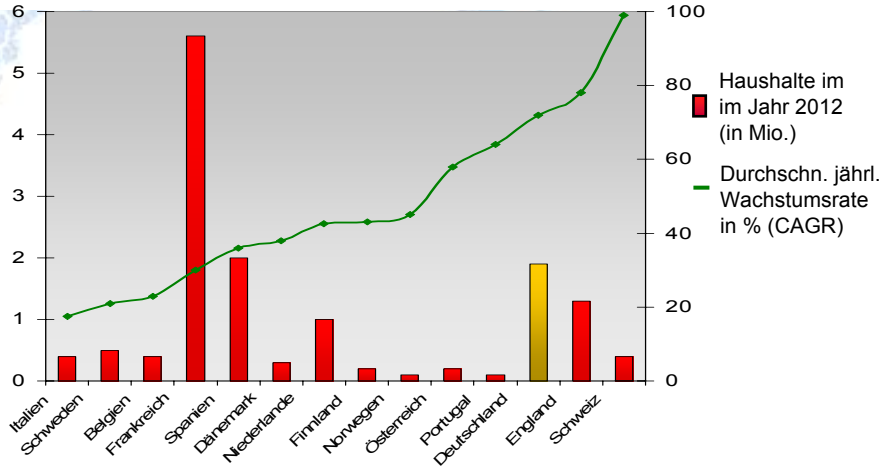
Wachsende Märkte bieten zusätzliche Potentiale

- Weiterhin wachsender Markt für Kindersender
  - Geringere Kapazitätseinschränkungen im digitalen Umfeld (VOD, IPTV)
  - Vorteile für Anbieter mit großer Programm-Bibliothek und großem Sales-Team
- Sich verändernde Familien-Strukturen
  - Ältere Eltern mit höherem, verfügbarem Einkommen
  - Zunehmender Einfluss der Kinder auf das Kaufverhalten der Eltern („Pester Power")
- Zusätzliche Einnahmen durch VOD und IPTV
  - Direkte Ansprache der Kernzielgruppen
  - Starkes weltweites Wachstum prognostiziert
  - VOD und IPTV werden die klassischen TV-Sender nicht ersetzen können

Kinder-TV-Sender in Europa

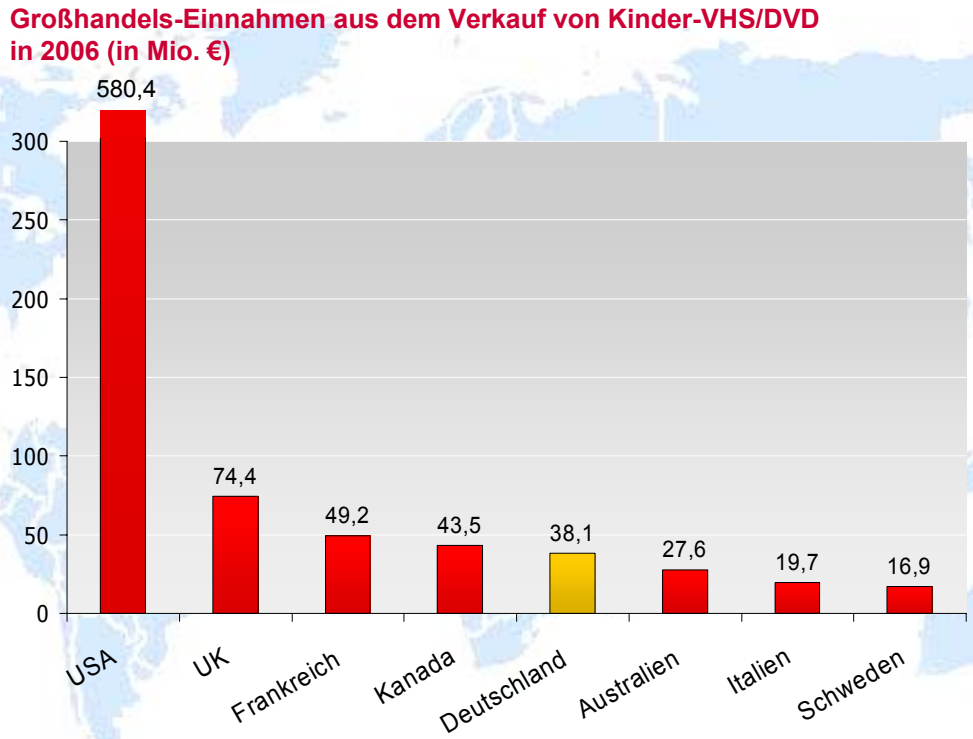


VOD-Wachstum nach Haushalten und durchschnittlicher jährlicher Wachstumsrate dieses Sektors (CAGR 2006-2012)



Sources: Screen Digest 2007 and Datamonitor 2007
** CAGR: Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate*

Großhandels-Einnahmen aus dem Verkauf von VHS/DVD im Kinderbereich



- Weiterhin Wachstumspotential für DVD-Verkäufe im Kinderbereich in Deutschland
  - USA und UK sind Märkte mit überdurchschnittlicher Zahl an DVD-Pro-Kopf-Verkauf

Quelle: Screen Digest 2007

Agenda

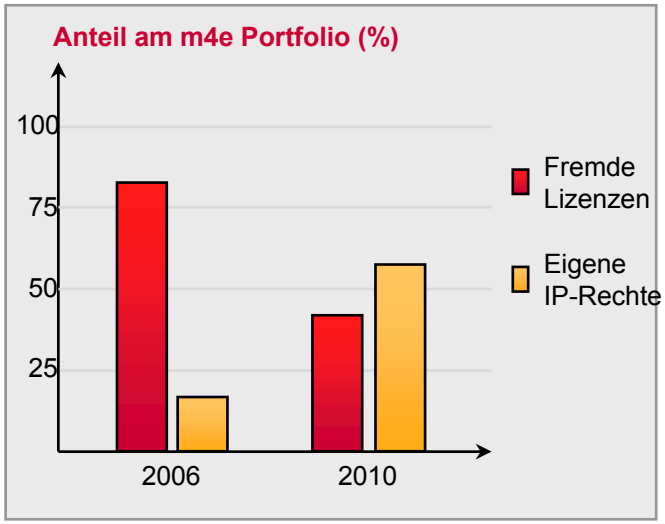
made for entertainment

	Seite
m4e AG im Überblick	03
Geschäftsmodell	07
Markt	14
Unternehmensstrategie	**19**
Unternehmensentwicklung	22
Finanzen	27
Aktie	29

Unternehmensstrategie

Unternehmensziele

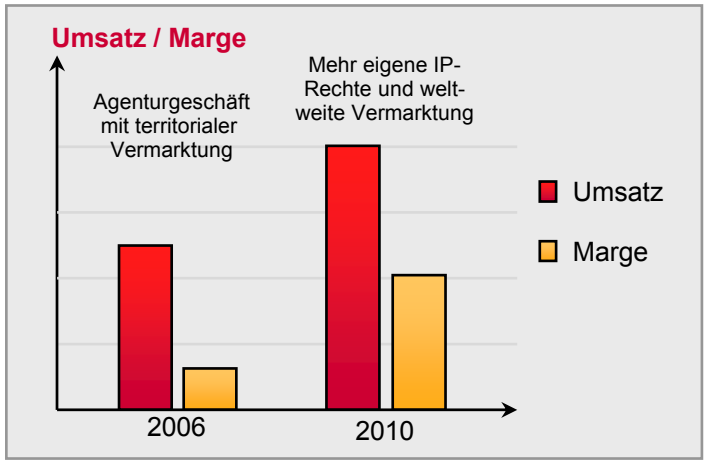
- Wachstum durch steigende Investitionen in eigene Inhalte und Brands zur Sicherung umfassender IP-Rechte und einer optimierten Wertschöpfungskette
  - Gezielte Investition in Entwicklungen (Co-Produktionen) zur Erweiterung des eigenen Lizenzportfolios
  - Bei Co-Produktionen verbleibt ein hoher Anteil der globalen Equity-Rechte bei m4e
  - Steigerung der internationalen Wahrnehmung durch erfolgreiche Eigenproduktionen
  - Langfristige Produktstrategie für den Aufbau einer eigenen Rechte-Library
  - Volle Vertriebs- und Markenkontrolle
  - Hohe Wertschöpfung
- Expansion in Europa und Nordamerika
- Akquisition von Unternehmen aus den Bereichen Film- und Fernsehrechte, Home Entertainment, Internet und Publishing, um die Wertschöpfungskette sinnvoll zu erweitern
- Akquisition von Unternehmen aus den Branchen Textilien, Accessoires und Design zur Ausdehnung von Produktion und Vertrieb der Tex-Ass GmbH auf ganz Europa, und zur Erweiterung der Fashion-Bereiche
- Marktführerschaft in Europa bis 2010 im Bereich Family Entertainment und Brand Management



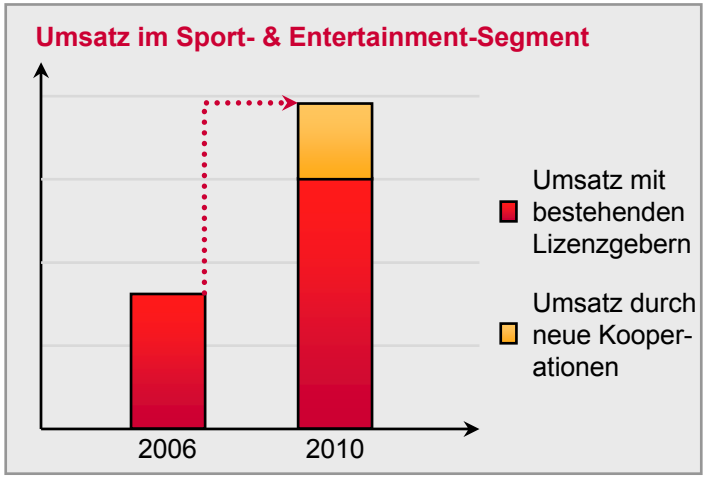
Unternehmensstrategie

Umsatz- und Margensteigerung durch Equity-Rechte und neue Kooperationen

- Verstärkte Investitionen in eigene Inhalte steigert Umsatz- und Margen durch globale Vermarktung eigener IP-Rechte
  - Steigende Durchschnittsmarge mittels wachsendem Anteil an eigenen Lizenzen
  - Starkes Umsatzwachstum durch die Verwertung der weltweiten IP-Rechte
  - Partizipation an der Produktionsmarge durch Ausweitung der Wertschöpfung im Bereich der Pre- und Post-Produktion



- Ausbau des Bereichs Sport durch Kooperation mit Sportverbänden
  - Hohes ungenutztes Verwertungspotential bei deutschen und europäischen Sport-Organisationen
  - Neue Kooperationen mit NHL abgeschlossen oder mit europäischen Sport-Verbänden bereits in Verhandlung
- Ausweitung der Lizenzvermarktung im Segment Entertainment
  - Vertiefung der bestehenden Partnerschaften (z.B. Rainbow und Nerd Corps)
  - Neue Kooperationen (z.B. 4Kids Entertainment, Adness Entertainment)



Agenda

made for entertainment

	Seite
m4e AG im Überblick	03
Geschäftsmodell	07
Markt	14
Unternehmensstrategie	19
Unternehmensentwicklung	**22**
Finanzen	27
Aktie	29

Unternehmensentwicklung

made for entertainment

Meilensteine seit dem Börsengang

Juli 2007
- m4e AG feiert erfolgreiches Börsendebüt – Bruttoemissions-erlös von € 5,2 Mio.

August 2007
- cdv Software Entertain-ment AG und m4e AG beschließen strategische Zusammenarbeit im Bereich Lizenzierung interaktiver Rechte

Sept. 2007
- m4e AG schließt Medienkooperation zwischen RTL II und KiK
- m4e AG und Hahn Film AG beschließen Gründung des Produktions-Joint Venture LUCKY PUNCH

Okt. 2007
- Faces & Names und C&A setzen die erfolgreiche RTL II-THE DOME Collection von Clockhouse@C&A fort

Nov. 2007
- m4e AG erlöst durch Kapital-erhöhung ca. € 2,2 Mio.
- m4e AG übernimmt die Tex-Ass GmbH

Januar 2008
- m4e AG vermarktet NHL (National Hockey League)
- m4e AG übertrifft mit dreifachem Umsatzplus eigene Erwartungen deutlich

März 2008
- m4e AG und Premiere vereinbaren Zusammen-arbeit

April 2008
- Rainbow SpA und m4e AG unterzeichnen Pre-Sales- und Co-Pro-duktions-Vereinbarung
- m4e AG bringt WINX CLUB Spielfilm im September 2008 ins Kino

Verstärkung des Sales & Marketing Teams mit 5 Mitarbeitern

Tex-Ass GmbH im Überblick

- Dienstleistungs- und Service-Partner für alle Phasen der Realisierung von Lizenz- und Merchandising-Textilen sowie weiteren Lizenzprodukten
- Seit über 20 Jahren am Markt etabliert, mit festen Kundenbeziehungen zu großen europäischen Textilhäusern wie C&A, Karstadt, Otto, Quelle und vielen weiteren
- Derzeitiges Lizenzportfolio mit 24 verschiedenen Lizenzen - Erweiterung um 3 Lizenzen pro Jahr
- **Produktion gegen Festaufträge**
- Breites Spektrum an Bekleidung, Accessoires und Bedarfsgegenständen
- Entwicklung von Design und Schnitt sowie die Gestaltung von Verpackungen und Produktträgern werden inhouse abgewickelt

Kunden- und Produktportfolio der Tex-Ass (Auszug)

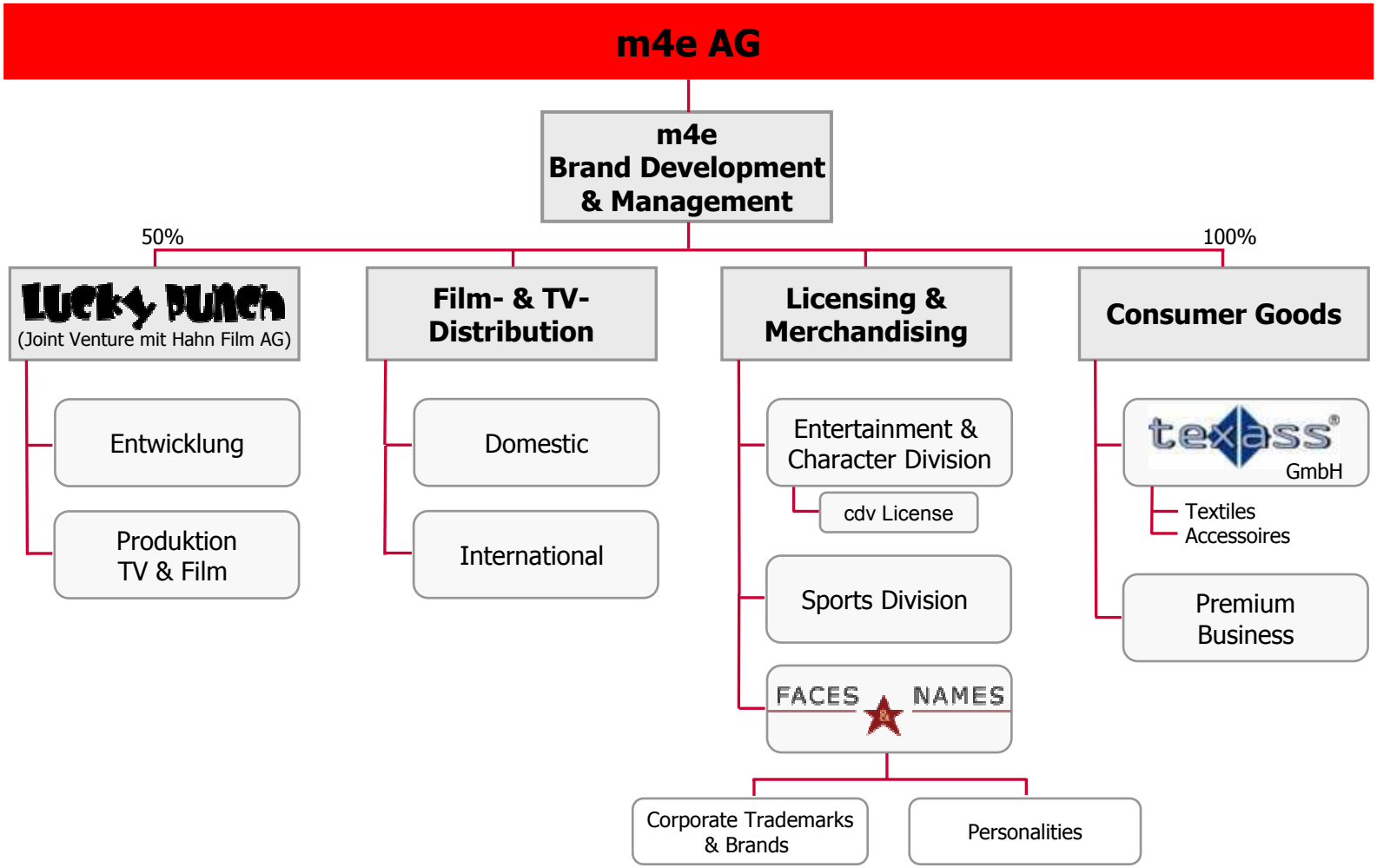
Kunden	Lizenzen	Produkte

C&A, bon prix, neckermann, OTTO, BAUR, Freemans, QUELLE., KLiNGEL, METRO Group, KARSTADT, uvm.	Winx Club, Looney Tunes, SpongeBob Schwammkopf, Care Bears, Disney, MARVEL, Harry Potter, PEANUTS, Barbie, Batman, uvm.	• Oberbekleidung
		  • T-Shirts
		  • Sweaters
		  • Jacken
		  • Hosen
		  • Jogging-Anzüge
		  • etc.
		• Nachtwäsche
		• Bademode
		• Unterwäsche
		• Socken/Strümpfe
		• Hüte/Baseball-Caps
		• Accessoires
		• Taschen/Rucksäcke
		• uvm.

Unternehmensentwicklung

made for entertainment

Zentrale Position im Markenaufbau



Agenda

made for entertainment

	Seite
m4e AG im Überblick	03
Geschäftsmodell	07
Markt	14
Unternehmensstrategie	19
Unternehmensentwicklung	22
Finanzen	**27**
Aktie	29

made for entertainment

Starker Ausblick für potentielle Investoren

In Mio. €	2005 Ist	2006 Ist	2007 Ist / Pro forma	2008e Plan	2009e Plan / Research
Umsatz ca.	3,12	4,27	13,66*	20,00	27,20
Umsatzwachstum ca.	-	37%	220%	46%	36%
EBIT ca.	1,61	1,58	2,56*	4,00	5,52
EBIT-Marge ca.	52%	37%	19%	20%	20%
Jahresüberschuss ca.	1,2	1,4	1,7	2,7	3,7
Gewinn je Aktie in €	0,37	0,41	0,47*	0,73	1,02

Planzahlen auf Basis der Research Studie von German Business Concepts

** Vor einmaligen Börsen- und Akquisitionskosten / Pro forma bzw. „As If"-Betrachtung*

** basierend auf der aktuellen Geschäftsstruktur ohne zusätzliche M&A Aktivitäten*

Agenda

made for entertainment

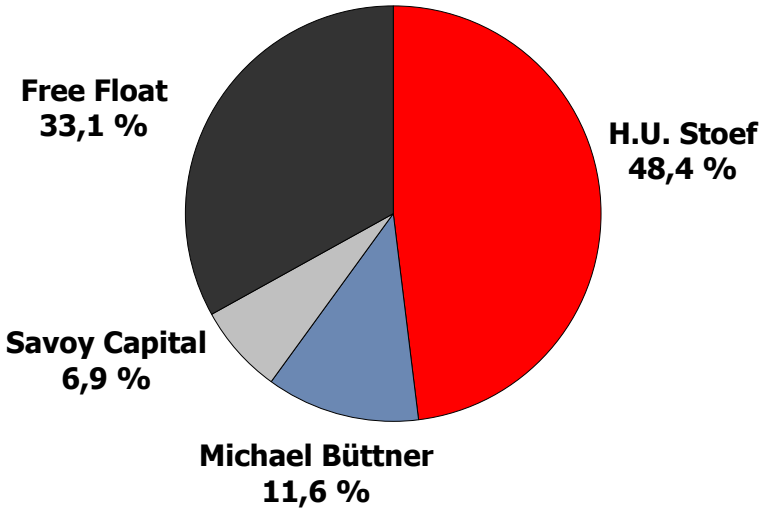
	Seite
m4e AG im Überblick	03
Geschäftsmodell	07
Markt	14
Unternehmensstrategie	19
Unternehmensentwicklung	22
Finanzen	27
Aktie	**29**

Aktie

Aktien-Informationen

- Anzahl der Aktien: 3,62 Mio.
- Emissionspreis: 6,50 €
- Aktueller Kurs: 5,80 € (18.04.08)
- Erstnotiz: 19. Juli 2007
- Marktkapitalisierung: ca. 21 Mio. €
- ISIN: DE000A0MSEQ3
- Börsenkürzel: MU4

Aktionärsstruktur (04/2008)



Kontakt

m4e AG
Investor Relations

Susan Hoffmeister
Alpenveilchenstr. 4
82031 Grünwald

Tel. +49-89-210 195-0
Fax. +49-89-210 195-99
eMail: ir@m4e.de

m4e AG
Public Relations

Josef Hofer
Alpenveilchenstr. 4
82031 Grünwald

Tel. +49-89-210 195-55
Fax. +49-89-210 195-99
eMail: hofer@m4e.de

made for entertainment

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!