

Zwischenmitteilung nach § 37 WpHG

Business Media China AG setzt den eingeschlagenen Konsolidierungskurs fort

- **Umsatzrückgang gegenüber Vorjahr aufgrund von Verkäufen von Tochtergesellschaften und schwachem Außenwerbemarkt in China, sowie als Folge des aufgedeckten Betrugsfalles**
- **Verkauf der Messeaktivitäten**
- **Werbegeschäft in China entwickelt sich uneinheitlich**
- **Neues Management-Team in China**
- **Rechtliche Auseinandersetzungen werden fortgeführt**

Die Resultate für das dritte Quartal 2009 reflektieren das schwierige wirtschaftliche Umfeld, indem sich die BMC AG und die Unternehmen der BMC Gruppe befinden. Nachdem auf der diesjährigen Hauptversammlung ausführlich über die kurz- und mittelfristigen Aussichten der BMC Gruppe berichtet wurde, hat der Vorstand die Konsolidierung der Gruppe fortgeführt:

- In China und in Deutschland wurden weitere Maßnahmen zur Kostenreduzierung durchgeführt und damit die wirtschaftliche Basis des Unternehmens verbessert
- Der erfolgreiche Verkauf der Anteile an der CIOE Messe hat die Finanzlage der Gruppe gestärkt
- Es wurden weitere rechtliche Schritte gegen die Verantwortlichen des Betrugsfalles in China eingeleitet

Umsatz-Rückgang der BMC Gruppe

Die Konzern-Umsatzerlöse beliefen sich auf 10,1 EUR Mio., ein Rückgang um -10,4 EUR Mio. (-51%) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Bereinigt um den Umsatzanteil der aus dem Konzernverbund ausgeschiedenen BMC Herong sowie der TC Gruppe beträgt der Rückgang -6,9 EUR Mio. (-41%). Der Umsatz im Messegeschäft stieg im bereinigten Vorjahresvergleich um 40%, während sich der Umsatz im Werbegeschäft um -55% gegenüber dem bereinigten Vorjahr reduzierte.

Das Flughafengeschäft ist bis zum dritten Quartal 2009 weiter zurückgegangen. Erzielte Umsätze von 4,5 EUR Mio. entfallen im Wesentlichen auf alte Verträge, denn das Neugeschäft entwickelte sich unbefriedigend. Viele Flughäfen haben begonnen, die Leuchtböden als Werbeträger durch LCDs zu ersetzen. In der Folge hat sich das Geschäftsmodell für die BMC Flying Dragon Co., Ltd., an der BMC AG zu 51% beteiligt ist, stark negativ verändert. Die Geschäftsleitung ist in Verhandlungen mit den Flughäfen, um eine Anpassung der Verträge zu erreichen, damit gewinnbringende Medien weitergeführt

werden können. Über die nicht profitablen Medien werden zurzeit Verhandlungen geführt, um diese an die Flughäfen zurückzugeben. In einigen Fällen ist dies bereits gelungen.

Das Bahnhofsgeschäft befindet sich nach der Aufdeckung des Betrugsfalles im Juni 2009 in einer äußerst schwierigen Lage. Es konnten lediglich Umsatzerlöse von 1,7 EUR Mio. erzielt werden. Zurückzuführen ist dies auf die insgesamt schwache Außenwerke-Konjunktur in China, den Verlust von über der Hälfte der Vertriebsmitarbeiter an das von den Betrügern errichtete Parallel-Unternehmen, sowie an immer noch nicht geklärte juristische Auseinandersetzungen mit diesem Unternehmen, das auf der Rechtmäßigkeit der mit ihm geschlossenen Kundenverträge beharrt.

Neben der erheblichen Verunsicherung auf Kundenseite, mit welchem der beiden Unternehmen (BMC Advertising oder BMC „Heli“) die Geschäftsbeziehungen bestehen bzw. fortgesetzt werden sollen, war auch der Vertrieb im Bereich der Bahnhofswerbung stark beeinträchtigt, bis nunmehr eine erneuerte Strategie der Kundenansprache entwickelt und umgesetzt worden ist. Diese beruht in erster Linie auf dem erweiterten Angebot von neuen Werbeflächen, die den Bahnhofraum als Ganzes für Werbebotschaften nutzt. Dafür wird den Kunden die Flexibilität geboten, klassische Medien (Leuchtböden) durch andere Werbeträger im Bahnhof zu unterstützen.

Das Ergebnis des laufenden Jahres war für die BMC Gruppe bis Q3/09 weiterhin stark negativ. Einmalige Aufwendungen aus der Restrukturierung sowie weiterhin hohe Lizenzkosten aus in Vorjahren langfristig abgeschlossenen Verträgen engen den finanziellen Spielraum ein. Der auf der Hauptversammlung der BMC AG am 29.7.09 dargestellte Verzehr von mehr als der Hälfte des Grundkapitals hat sich nicht verändert.

Verkauf des Messegeschäfts

Im August 2009 wurde die BMC Hongkong als Holding-Gesellschaft eines 70% Anteils an der BMC Herong an die internationale Messegesellschaft UBM Asia veräußert. Auf Basis des Kaufvertrages hat die BMC AG bereits einen erheblichen Teil des Kaufpreises erhalten.

Weitere Verkaufsverhandlungen mit diversen Interessenten fanden auch im Hinblick auf die 55%ige Beteiligung der BMC AG an der BMC Baiwen Co., Ltd. statt, die in Shanghai die jährliche China Beauty Expo betreibt. Obwohl großes Interesse an dieser Veranstaltung besteht, ist es bisher noch nicht zum Abschluss eines Kaufvertrages gekommen. Der Vorstand ist jedoch zuversichtlich, einen entsprechenden Vertrag abschließen zu können.

Die Aktivitäten der BMC Zhenwei sind Anfang 2009 eingestellt worden, da sich die dort betriebenen Messekonzepte auf absehbare Zeit nicht erfolgreich umsetzen ließen. Die Abwicklung dieser Gesellschaft ist eingeleitet und wird im Rahmen der in China üblichen Vorgehensweise im nächsten Jahr abgeschlossen sein.

Wie auf der Hauptversammlung angekündigt, verfolgt der Vorstand das Ziel, durch den Verkauf der beiden erfolgreichen Messen die Finanzlage des Unternehmens so weit zu verbessern, dass das Unternehmen entschuldet werden kann. Die darüber hinaus noch verfügbaren Finanzmittel werden dann in die Entwicklung des Neugeschäfts investiert, mit Schwerpunkt auf Bahnhofswerbung. Allerdings werden auch andere Investments geprüft, die in das Geschäftsmodell der BMC passen könnten.

Außenwerbung in China verläuft uneinheitlich

Der Bereich Außenwerbung hat in China nicht an der Erholung der wirtschaftlichen Gesamtlage des Landes teilnehmen können. Obwohl in China eine Steigerung des BSP in 2009 um über 8% erwartet wird, konnten nicht alle Bereiche in gleicher Weise davon profitieren. Das Werbegeschäft wird auch weiterhin durch Werbeträger mit großer Streubreite dominiert (TV und Radio), während die stationären Werbeträger wie Leuchtbanner, Unipoles oder Plakate unter erheblichen Einbußen leiden. Dies betrifft sowohl die Zahl der Vermietungen, als auch ihre Dauer und die erzielbaren Preise.

Neues Management-Team in China

Nach der Aufdeckung des Betrugsfalles bei der chinesischen Tochtergesellschaft wurde das gesamte Management ausgetauscht. Wir haben einen neuen Geschäftsführer (General Manager) gewinnen können, dessen vordringlichste Aufgabe im Aufbau eines neuen und schlagkräftigen Vertriebskonzepts besteht. Damit sollen die Voraussetzungen für eine Neuausrichtung des BMC Werbegeschäfts in China geschaffen werden.

Das neue Management der BMC Advertising Co., Ltd. hat ein Konzept der Bahnhofswerbung entwickelt, das neue Werbeträger im Bahnhofsbereich und auf den Vorflächen als Komplement zur klassischen Leuchtbanner-Werbung etabliert. Das Kunden-Interesse an diesem Konzept ist erheblich, da so vor allem Event-bezogene Werbung ermöglicht wird, die einen hohen Erinnerungswert verspricht.

Rechtliche Auseinandersetzungen werden fortgeführt

Das Management der BMC Gruppe ist außerdem stark mit der juristischen Aufarbeitung des Betrugsfalles und der sich daraus ergebenden Fragen beschäftigt. Obwohl aus unserer Sicht die Beweislage eindeutig ist, haben die chinesischen Behörden bis jetzt noch keine Verhaftung der Beschuldigten vorgenommen. Dies hängt einerseits mit den Besonderheiten des Verfahrensrechts zusammen, andererseits werden von der Gegenseite Forderungen gestellt, die den gesamten Komplex als rein zivilrechtliche Auseinandersetzung zwischen zwei Unternehmen darzustellen suchen.

Da sich die Gegenseite unrechtmäßigerweise im Besitz des Firmensiegels befindet, können „Beweise“ nachträglich erstellt werden oder legitime Ansprüche durch Vorlage gefälschter Verträge im Nachhinein abgewehrt werden. Die deutsche Botschaft in Peking ist über den Fall informiert und hat sich auf diplomatischem Wege beim chinesischen Handelsministerium (MOFCOM) für die rechtliche Aufklärung des Falles eingesetzt.

Weitere rechtliche Auseinandersetzungen in China betreffen rückständige Zahlungen aus Lizenzverträgen sowie arbeitsrechtliche Ansprüche, die von früheren Mitarbeitern gestellt werden. Rechtliche Auseinandersetzungen in Deutschland betreffen Darlehens-, Kauf- und Arbeitsverträge, die in der Vergangenheit abgeschlossen wurden.

Ausblick

Das Geschäftsmodell der BMC Gruppe in China muss kurzfristig an die veränderten Bedingungen angepasst werden. Nach dem für das 4. Quartal 2009 vorgesehenen Verkauf der Messeaktivitäten wird die Neuausrichtung des Werbegeschäfts weiter vorangetrieben werden. Risiken bestehen hierbei in der Realisierung des Verkaufs des Messegeschäfts sowie in der Bereitschaft der Lizenzgeber, die Neuausrichtung des Werbegeschäfts durch finanzielle Zusagen und praktische Hilfestellung zu unterstützen. Außerdem verfolgt das Management der BMC weiterhin auf juristischem Wege die Verdächtigen des Betrugsfalles, was Zeit, Geld und Management-Kapazität bindet.

Stuttgart, den 30. November 2009

Der Vorstand

Kontakt

Business Media China AG
Christian Hoelscher
Rotebühlstr. 87
70178 Stuttgart

Tel.: 0711 – 490 890 0

Fax: 0711 – 490 890 110