

The background of the entire page is a grayscale image of several Terracotta Warriors. They are shown from the chest up, wearing detailed armor and traditional Chinese hats. The warriors are arranged in a line, with some in the foreground and others receding into the background, creating a sense of depth. The lighting is soft, highlighting the textures of the pottery and the intricate details of their armor.

BMC

Business Media China AG

ZWISCHENBERICHT 2006
EXHIBITIONS & CONFERENCES
PUBLISHING
ADVERTISING

GESCHÄFTSVERLAUF	04
AUSBLICK	05
KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG DER BUSINESS MEDIA CHINA AG	06
KONZERNBILANZ DER BUSINESS MEDIA CHINA AG	07
EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG	08
KAPITALFLUSSRECHNUNG	09
SEGMENTRECHNUNG	10
ERGÄNZENDE ERLÄUTERUNGEN	12

INHALT

GESCHÄFTSVERLAUF

Werbeflächenvermarktung – Expansion im neuen Geschäftsfeld

Im ersten Halbjahr hat die Business Media China AG („BMC“) die Diversifizierung in das neue Geschäftsfeld „Werbeflächenvermarktung“ verstärkt. Durch die im Oktober 2005 angekündigte und ab April 2006 durch Erhalt der Business License rechtlich durchgeführte Übernahme der BMC Flying Dragon AD Co., Ltd. („BMC Flying Dragon“) ist der BMC der Eintritt in den schnell wachsenden Markt der Werbeflächenvermarktung in China gelungen. Ursprünglich nur in Peking aktiv, hat die BMC Flying Dragon durch die Übernahme von mehr als 50% der Werbeflächen in den Flughäfen Hangzhou (Mai 2006) und Qingdao (August 2006) ihre Positionierung in diesem Geschäftsfeld in China stark ausgeweitet.

Hangzhou ist die Hauptstadt der Provinz Zhejiang im Südosten von China und liegt am Qiantang Fluss im Yangtze Delta, etwa 120 km entfernt von Shanghai. Aufgrund der günstigen geographischen Lage konnte der Hangzhou Airport im Jahr 2005 das Passagiervolumen um etwa 26% auf rund 8 Millionen Passagiere ausweiten (Quelle: China Civil Aviation Authority CCAA). Hangzhou Airport war damit 2005 der am schnellsten wachsende Großflughafen in China und die Nr. 8 gemäß abgewickelter Passagieraufkommen.

Als größter natürlicher Tiefseehafen Chinas ist Qingdao bedeutend für die ölverarbeitende Industrie und den Güterverkehr der gesamten Halbinsel Shandong. Weltweit zählt der Hafen von Qingdao zu den Top 15. Qingdao ist auch für die Produktion von Fischprodukten, Textilien, Haushaltselektronik und Reifen bekannt. Vor Qingdao werden die Segelwettbewerbe der Olympischen Sommerspiele 2008 in Peking ausgetragen. Gemessen am Passagieraufkommen von ca. 6 Mio. Personen (CCAA) rangiert der Flughafen von Qingdao auf Platz 16 in China, zählt aber mit Blick auf Wachstum von 22% pro Jahr (2004-2005) zu den Top 5 in China.

BMC Flying Dragon hat sich bei beiden Flughäfen gegen großen Wettbewerb chinesischer und internationaler Unternehmen durchsetzen können.

Als weiterer Meilenstein in der operativen Entwicklung der Gesellschaft ist die im April 2006 gewonnene Ausschreibung für die Werbeflächenvermarktungsrechte der vier größten Bahnhöfe Nord-Chinas zu werten. Die entsprechenden Verträge wurden im Mai 2006 unterschrieben.

Die BMC hat aufgrund der Verträge den exklusiven Zugriff auf die Werbeflächenvermarktungsrechte für die vier Bahnhöfe Beijing West Railway Station, Beijing Central Railway Station, Tianjin Railway Station und Shijiazhuang Station. Diese 4 Bahnhöfe haben laut einer Studie des Public Opinion Institute of Renmin University of China („POIRUC“) aus dem Jahr 2005 ein Gesamtpassagieraufkommen pro Jahr von rund 90 Millionen Menschen. Beijing West Railway Station gilt mit einem Passagieraufkommen von mehr als 35 Millionen pro Jahr (POIRUC) als einer der größten Bahnhöfe Asiens. Die traditionellere Beijing Central Railway Station folgt mit ca. 32 Millionen Passagieren pro Jahr (POIRUC). Tianjin ist eine der 4 unabhängigen Großstädte in China und ist Pekings wichtigste Hafenstadt. Die Tianjin Railway Station hat ein Passagieraufkommen von ca. 10 Millionen Menschen pro Jahr (POIRUC). Shijiazhuang ist die Hauptstadt der Provinz Hebei, in der sich auch Peking (als Stadtstaat) befindet. Die Shijiazhuang Station hat ein Passagieraufkommen von ca. 14 Millionen Menschen pro Jahr (POIRUC).

BMC setzte sich damit gegen scharfen Wettbewerb durch, zu dem neben einigen chinesischen Medienunternehmen wiederum auch große internationale Medienkonzerne zählten.

Die Ausschreibung für die exklusiven Werbeflächenvermarktungsrechte dieser vier Bahnhöfe wurde von der China Railway Century Media Co., Ltd. („CRCM“) durchgeführt, die wiederum als verantwortliche Gesellschaft der Beijing Railway Administration („BRA“) die Medienvermarktungsrechte für BRAs Bahnhöfe vergibt. Die BRA verwaltet 314 Bahnhöfe in Nord-China mit einem jährlichen Passagieraufkommen von ca. 200 Millionen Menschen. Die BRA ist das größte und einflussreichste Department unter dem chinesischen Eisenbahnministerium und strebt, sollte die Partnerschaft mit BMC im Zusammenhang mit den Werbeflächenvermarktungsrechten der vier vergebenen Bahnhöfe erfolgreich sein, eine langfristige und weitergehende Kooperation mit der Gesellschaft an. Zum Inhalt des Vertrages, welcher BMC den Status „Preferred Bidder“ zuweist, gehört die Entwicklung eines Werbenutzungskonzepts für weitere 20 Bahnhöfe, die unter der Führung des Beijing Railway Büros sind.

Das positive Ausschreibungsergebnis bedeutet einen großen strategischen Schritt für die BMC. Die BMC wird dadurch ihre Geschäftsaktivitäten im Bereich Medien- und Werbedienstleistungen deutlich ausweiten. Neben Werbe- und Mediendienstleistungen an Flughäfen (BMC Flying Dragon) wird die BMC als erster ausländischer Marktteilnehmer als Inhaber der exklusiven Werbeflächenvermarktungsrechte für die vier größten Bahnhöfe Nord-Chinas eine der führenden Rollen im Werbevermarktungsgeschäft an chinesischen Bahnhöfen übernehmen.

Der Großteil der Umsätze, welche von BMC Flying Dragon im Geschäftsjahr 2006 geplant sind, werden erst im zweiten Halbjahr 2006 realisiert. Die Werbeflächenvermarktung der Bahnhöfe in China beginnt erst ab dem 1. Juli 2006. Der Umsatzbeitrag aus diesem Geschäftssegment wird im zweiten Halbjahr zum Konzernumsatz beitragen.

Messen und Kongresse – Weiteres Wachstum im Geschäftsfeld

Auch der Geschäftsbereich Messen und Kongresse konnte im ersten Halbjahr 2006 wieder das Geschäftsvolumen ausweiten. Das Gewicht lag hier wieder einmal auf der erfolgreichen China Beauty Expo, die von der Tochtergesellschaft Shanghai Baiwen Exhibition Co., Ltd. („Baiwen“) in Shanghai jährlich veranstaltet wird.

Die vom 16. bis 19. Mai 2006 gelaufene China Beauty Expo 2006 wurde in diesem Jahr auf einer Fläche von rund 50.000 Brutto-Quadratmetern veranstaltet. Insgesamt präsentierten sich 952 Aussteller aus mehr als 30 Ländern. Entsprechend erhöhte sich die Anzahl der verkauften Stände um ca. 24%. Die Anzahl der Besucher betrug dieses Jahr etwa 188.000 aus mehr als 70 Ländern. Aufgrund der großen Nachfrage wird Baiwen für die China Beauty Expo 2007, die vom 10. bis 12. Mai 2007 stattfinden wird, eine weitere Halle mit 11.500 Quadratmetern anmieten.

Auch die Buchungen und Vertragsabschlüsse für Messen und Kongresse der anderen bzw. zukünftigen Tochtergesellschaften entwickeln sich erwartungsgemäß oder besser.

Sourcing und Informationstechnologie

Das Geschäftsfeld Sourcing und Informationstechnologie konnte insbesondere durch Vermarktung und Vertragsabschlüsse einer lizenzierten Messesoftware in China erste Umsätze generieren. Die Gesellschaft wird die Vermarktung dieser Software weiter vorantreiben. Sourcing Datenbanken, die u.a. branchenspezifische Unternehmen und Produkte auflisten und von Einkäufern online gegen Gebühr einsehbar sind, kompletieren das Angebot der Gesellschaft im Bereich Messe- und Kongresswesen. Dieses Geschäftsfeld ist noch im Aufbau und wird exklusiv in den Branchen entwickelt, in denen die Gesellschaft messe- und verlagsmäßig tätig ist.

Umsatz und Ergebnis

Im Geschäftssegment Werbeflächenvermarktung wurde der Schwerpunkt der Aktivitäten auf die Sicherung von Lizenzen für die Flughafen- und Bahnhofswerbung gelegt. Entsprechende Umsätze werden ab dem zweiten Halbjahr 2006 voraussichtlich erwirtschaftet.

Der im ersten Halbjahr 2006 generierte Fehlbetrag des Business Media China Konzerns ist maßgeblich aufgrund von nicht aktivierungsfähigen Anlaufkosten des neuen Geschäftssegmentes Werbeflächenvermarktung sowie der Projektentwicklungs- und Verwaltungskosten der Aktiengesellschaft entstanden.

AUSBLICK

Das zweite Halbjahr wird vom Aufbau der Bahnhofswerbeflächenvermarktung sowie der weiteren Expansion im Flughafenwerbeflächenvermarktungsgeschäft geprägt sein. Neben dem im August 2006 annoncierten und durch Wettbewerb gewonnenen Flughafen Qingdao wird sich die BMC bei weiteren Ausschreibungen für Werbeflächenrechte an Flughäfen bewerben. Ziel ist es, einer der führenden Anbieter in diesem Geschäftsfeld landesweit in China zu werden. Der Vorstand ist davon überzeugt, dass trotz scharfen Wettbewerbs von chinesischen und internationalen Unternehmen die BMC gute Chancen hat, dieses Ziel mittel- bis langfristig zu erreichen. Darüber hinaus analysiert die Gesellschaft die Potentiale der Werbeflächenvermarktung an weiteren zwanzig Bahnhöfen in China und wird voraussichtlich bis November 2006 mit dem BRA in Verhandlungen treten.

Entsprechend der erwarteten Umsatzrealisierung aus BMC Flying Dragon und ersten Beiträgen der Werbeflächenvermarktung in Bahnhöfen ab Juli 2006 wird der Großteil der Umsätze in diesem Geschäftsfeld im zweiten Halbjahr ausgewiesen.

Neben der erfolgreich durchgeführten China Beauty Expo 2006 und der erwähnten sehr positiven Entwicklung der China Mining 2006 konnte auch die von der BMC in Kooperation mit der Tochtergesellschaft BMC Zhenwei Exhibition Co., Ltd. („BMC Zhenwei“) und der Messe Stuttgart veranstaltete GIMT+AMB China 2006 in Guangzhou erfolgreich abschließen. Insgesamt präsentierten 412 Unternehmen vom 14. bis 17. Juli 2006 im Guangzhou International Convention and Exhibition Center ihre Produkte und Innovationen auf einer Gesamtfläche von rund 14.000 Brutto-Quadratmetern. Auch die Anzahl der Besucher, die in diesem Jahr aus 39 Ländern nach Guangzhou anreisten, stieg im Vergleich zu 2005 deutlich von 6.137 auf 14.564 an. Die erfolgreiche Kooperation mit der Messe Stuttgart, die mit ihrem AMB-Gemeinschaftsstand maßgeblich zur Internationalisierung der Messe beigetragen hat, wird auch für die GIMT+AMB China 2007 fortgesetzt. Dann erwartet BMC Zhenwei auf dem hochmodernen Messegelände in Guangzhou ca. 500 Aussteller auf einer Gesamtfläche von 20.000 Brutto-Quadratmetern. Die neue Business License für BMC Zhenwei wurde im März 2006 ausgestellt.

Auch die Buchungen und Vertragsabschlüsse der China Mining 2006 liegen über dem Vorjahr. Der gesamte Buchungsstand (Sponsorships und Aussteller) liegt per Anfang August 40% über Vorjahr. Der derzeitige Buchungsstand für Sponsorships übertrifft jetzt schon den budgetierten Sponsorship-Gesamtumsatz des Jahres 2006 um etwa 30%. Die China Mining wird von der Beijing Capital Exhibition Co., Ltd. („Ceico“) veranstaltet, an der die BMC 55% erworben hat. Allerdings wurde für diese Beteiligung noch keine Business License ausgestellt und entsprechend wird die Ceico nicht in den Konzernabschluss miteinbezogen.

Der Vorstand hält weiterhin an den kommunizierten Umsatz- und Ergebniszielen des Business Media China Konzerns für das gesamte Geschäftsjahr 2006 fest.

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG DER BUSINESS MEDIA CHINA AG

für die Zeit vom 01.01.2006 bis 30.06.2006

	01.01-30.06. 2006 TEUR	01.01-30.06. 2005 TEUR
Umsatzerlöse	3.057,2	1.125,2
Sonstige Erträge	12,8	1,2
Materialaufwand	-2.285,6	-800,1
Personalaufwand	-767,4	-330,8
Planmäßige Abschreibungen	-46,7	-23,6
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-1.302,7	-569,2
Finanzergebnis	58,2	46,0
Ergebnis vor Ertragsteuern	-1.274,2	-551,3
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-52,3	-85,4
Konzernfehlbetrag	-1.326,5	-636,7
Anteil der Aktionäre am Konzernfehlbetrag	-1.344,9	-719,2
Anteil anderer Gesellschafter am Konzernfehlbetrag	18,4	82,5
Konzernfehlbetrag	-1.326,5	-636,7
	EUR	EUR
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	-0,27	-0,16
Verwässertes Ergebnis je Aktie	-0,27	-0,16
Aktien (Stück, gewichtet in 2006)	5.019.755	4.545.050

KONZERNBILANZ DER BUSINESS MEDIA CHINA AG ZUM 30.06.2006

	30.06.2006 TEUR	30.06.2006 TEUR	31.12.2005 TEUR	31.12.2005 TEUR
AKTIVA				
Geschäfts- oder Firmenwerte	12.991,5		1.778,6	
Andere immaterielle Vermögenswerte	30,9		19,8	
Sachanlagen	453,9		242,0	
Finanzanlagen	729,1		998,5	
Anlagevermögen		14.205,4		3.038,9
Langfristige Forderungen und Vermögenswerte (latente Ertragsteueransprüche)		159,1		47,3
Langfristige Vermögenswerte		14.364,5		3.086,2
Vorräte		115,5		6,4
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	381,0		382,0	
Sonstige Forderungen und Vermögenswerte	11.656,2		1.354,0	
Effektive Ertragsteueransprüche	93,2		83,6	
Kurzfristige Forderungen		12.130,3		1.819,6
Finanzmittel		16.919,9		2.917,4
Kurzfristige Vermögenswerte		29.165,7		4.743,4
		43.530,2		7.829,6
PASSIVA				
Gezeichnetes Kapital	5.999,5		4.545,1	
Rücklagen	27.819,7		1.964,6	
Bilanzverlust/-gewinn	-1.216,8		125,6	
Anteil der Aktionäre der Business Media China AG am Eigenkapital		32.602,4		6.635,3
Anteil anderer Gesellschafter am Eigenkapital		427,3		232,1
Eigenkapital		33.029,7		6.867,4
Langfristige Rückstellungen (latente Ertragsteuerrückstellungen)		24,7		22,7
Langfristige Verbindlichkeiten (sonstige Verbindlichkeiten)		1.366,5		0,0
Langfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten		1.391,2		22,7
Kurzfristige Rückstellungen (sonstige Rückstellungen)		1.320,6		496,9
Finanzschulden	2.475,0		0,0	
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.172,8		79,6	
Sonstige Verbindlichkeiten	4.140,9		363,0	
Kurzfristige Verbindlichkeiten		7.788,7		442,6
Kurzfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten		9.109,3		939,5
		43.530,2		7.829,6

EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG

	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklagen	Gewinn- rücklagen	Unterschiede aus der Währungs- umrechnung
Stand zum 31.12.2004	4.545,1	3.469,0	21,5	0,0
Unterschiede aus Konsolidierungskreis- änderungen	0,0	0,0	0,0	0,0
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	0,0	0,0	0,0	32,1
Konzernfehlbetrag 2005	0,0	0,0	0,0	0,0
Stand zum 30.06.2005	4.545,1	3.469,0	21,5	32,1
Stand zum 31.12.2005	4.545,1	1.900,0	21,5	43,1
Unterschiede aus Konsolidierungskreis- änderungen	0,0	0,0	0,0	0,0
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	0,0	0,0	0,0	-4,5
Konzernfehlbetrag 2006	0,0	0,0	0,0	0,0
Umgliederung der Steuerlatenz aus der Kapitalerhöhung 2005	0,0	-18,1	0,0	0,0
Kapitalerhöhungen 2006	1.454,4	28.088,4	0,0	0,0
Kosten der Kapitalerhöhungen 2006 ohne Steuerlatenz	0,0	-2.210,7	0,0	0,0
Ausschüttungen an andere Gesellschafter	0,0	0,0	0,0	0,0
Stand zum 30.06.2006	5.999,5	27.759,6	21,5	38,6

	Rücklagen gesamt	Bilanzgewinn / Bilanzverlust	auf Aktionäre der BMC AG entfallendes Eigenkapital	Anteile anderer Gesellschafter	Summe Eigenkapital
	3.490,5	26,7	8.062,3	0,0	8.062,3
	0,0	0,0	0,0	135,0	135,0
	32,1	0,0	32,1	15,8	47,9
	0,0	-719,2	-719,2	82,5	-636,7
	3.522,6	-692,5	7.375,2	233,3	7.608,5
	1.964,6	125,6	6.635,3	232,1	6.867,4
	0,0	0,0	0,0	199,5	199,5
	-4,5	2,5	-2,0	-16,2	-18,2
	0,0	-1.344,9	-1.344,9	18,4	-1.326,5
	-18,1	0,0	-18,1	0,0	-18,1
	28.088,4	0,0	29.542,8	0,0	29.542,8
	-2.210,7	0,0	-2.210,7	0,0	-2.210,7
	0,0	0,0	0,0	-6,5	-6,5
	27.819,7	-1.216,8	32.602,4	427,3	33.029,7

KAPITALFLUSSRECHNUNG

	1. Halbjahr 2006 TEUR	1. Halbjahr 2005 TEUR
Mittelabfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit	-8.175,0	-560,1
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-8.039,7	-2.090,0
Mittelabfluss / -zufluss aus der Finanzierungstätigkeit	30.245,6	-439,6
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestandes	14.030,9	-3.089,7
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	2.917,4	18.367,8
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestandes	-28,4	0,0
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestandes	14.030,9	-3.089,7
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	16.919,9	15.278,1

SEGMENTRECHNUNG

Die BMC wird intern mit den operativen Segmenten „Messen, Konferenzen und Verlagsgeschäft“ (kurz: Messen), „Sourcing und IT“ sowie „Werbung“ geführt. In dem Segment „AG“ werden die administrativen Tätigkeiten sowie die Akquisitionstätigkeiten der BMC AG und derzeit noch vollständig die BMC China erfasst. Dort sind auch alle angefallenen Personalaufwendungen der beiden Einheiten enthalten. Die anderen operativen Aufwendungen bzw. Erträge der BMC AG, die auf andere Segmente entfallen, sind in diesen berücksichtigt.

Verrechnungen zwischen den Primärsegmenten haben im ersten Halbjahr 2006 bzw. 2005 nicht stattgefunden. Das Segmentergebnis entspricht dem EBIT (Earnings Before Interest and Taxes). Das sekundäre Segmentformat ist nach geographischen Kriterien gebildet. Unter dem Segment „China“ sind im Vorjahr die BMC Baiwen und die BMC China zusammengefasst und in 2006 die neu in den Konsolidierungskreis aufgenommen Tochtergesellschaften BMC Zhenwei und BMC Flying Dragon. Eine Aufteilung der Umsätze nach Sitz des Kunden ist aufgrund der Geschäftstätigkeit der BMC Gruppe nicht durchführbar. Der Großteil der Umsätze wird mit chinesischen Kunden getätigt.

PRIMÄRSEGMENTE

	AG TEUR	Messen TEUR	Sourcing und IT TEUR
1. Halbjahr 2006			
Außenumsätze	6,7	2.398,9	512,1
Innenumsätze	338,0	0,0	0,0
Segmentumsätze	344,7	2.398,9	512,1
Segmentergebnis	-1.310,9	371,7	412,6
1. Halbjahr 2005			
Außenumsätze	5,8	1.119,4	0,0
Innenumsätze	0,0	0,0	0,0
Segmentumsätze	5,8	1.119,4	0,0
Segmentergebnis	-702,4	105,1	0,0

SEKUNDÄRSEGMENTE

	China TEUR	Deutschland TEUR	Summe der Segmente TEUR	Überleitung TEUR	Konzern TEUR
1. Halbjahr 2006					
Außenumsätze	2.537,2	520,0	3.057,2	0,0	3.057,2
Innenumsätze	338,0	0,0	338,0	0,0	338,0
Segmentumsätze	2.875,2	520,0	3.395,2	0,0	3.395,2
Segmentergebnis	157,3	-1.447,7	-1.290,4	-42,0	-1.332,4
1. Halbjahr 2005					
Außenumsätze	1.119,4	5,8	1.125,2	0,0	1.125,2
Innenumsätze	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Segmentumsätze	1.119,4	5,8	1.125,2	0,0	1.125,2
Segmentergebnis	256,4	-853,7	-597,3	0,0	-597,3

Werbung TEUR	Summe der Segmente TEUR	Überleitung TEUR	Konzern TEUR
139,5	3.057,2	0,0	3.057,2
0,0	338,0	0,0	338,0
139,5	3.395,2	0,0	3.395,2
-763,8	-1.290,4	-42,0	-1.332,4
0,0	1.125,2	0,0	1.125,2
0,0	0,0	0,0	0,0
0,0	1.125,2	0,0	1.125,2
0,0	-597,3	0,0	-597,3



ERGÄNZENDE ERLÄUTERUNGEN

Grundlagen der Rechnungslegung

Die Verabschiedung des § 315a Abs. 1 HGB in Verbindung mit der Verordnung der Europäischen Union (EG-Nr. 1606/2002) führt seit Beginn des Jahres 2005 für die BMC AG zu einer rechtlichen Verpflichtung zur Erstellung eines Konzernabschlusses gemäß den Regelungen des International Accounting Standards Board (IASB), London, den International Financial Reporting Standards (IFRS).

Die IFRS werden in der Form angewendet, wie sie im Rahmen des Anerkennungsverfahrens durch die europäische Kommission in nationales Recht umgesetzt wurden. Darüber hinaus werden die sich aus § 315a Abs. 1 HGB ergebenden handelsrechtlichen Vorschriften erfüllt. Die Anforderungen aller Standards, die zum Bilanzstichtag verpflichtend anzuwenden waren, wurden ausnahmslos erfüllt.

Die Bilanzierungs-, Bewertungs- und Konsolidierungsmethoden wurden gegenüber dem Vorjahr grundsätzlich beibehalten. Die Kapitalerhöhungskosten aus den in 2006 erfolgten zwei Kapitalerhöhungen sind vollständig mit der Kapitalrücklage verrechnet worden. Aufgrund einer fehlenden hinreichenden Sicherheit hinsichtlich der Realisierbarkeit der Steuervorteile aus der steuerlichen Abzugsfähigkeit dieser Kosten erfolgte die Verrechnung ohne Steuerlatenzen. Die in 2004 gebildete aktive Abgrenzung ist in 2006 ebenfalls mit den Rücklagen verrechnet worden.

Bei der Aufstellung des Konzernabschlusses sind Annahmen getroffen und Schätzungen verwandt worden, die sich auf Höhe und Ausweis der bilanzierten Vermögenswerte und Schulden, der Erträge und Aufwendungen sowie der Eventualverbindlichkeiten ausgewirkt haben. Die tatsächlichen Werte können in Einzelfällen von den getroffenen Annahmen und Schätzungen abweichen.

Konsolidierungskreis

Der Konsolidierungskreis der Business Media China AG umfasst zum 30. Juni 2006 neben der Business Media China AG vier ausländische Tochtergesellschaften. Im Geschäftsjahr 2005 waren die Tochtergesellschaften BMC Baiwen sowie die BMC China einbezogen. In 2006 sind die Tochtergesellschaften BMC Zhenwei und BMC Flying Dragon neu in den Konzernabschluss aufgenommen worden.

Wesentliche Veränderungen zwischen dem 31. Dezember 2005 und dem 30. Juni 2006

Zu den wesentlichen Veränderungen im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2006 zählen die deutliche Ausweitung des Umsatzes innerhalb des Geschäftssegmentes Messen und Kongresse aufgrund der Erstkonsolidierung der Tochtergesellschaft BMC Zhenwei, die investive Startphase des Werbeflächenvermarktungsgeschäftes mit der 51%-igen Übernahme der BMC Flying Dragon sowie die Projektentwicklung innerhalb der Gesellschaften BMC China und der Muttergesellschaft Business Media China AG. Insbesondere das Geschäftsfeld Werbeflächenvermarktung und die Projektentwicklung führten im ersten Halbjahr 2006 zu nicht aktivierungsfähigen Markteintrittskosten und somit zu dem ausgewiesenen Konzernfehlbetrag.

Aus den Erstkonsolidierungen von BMC Flying Dragon und BMC Zhenwei sind Geschäfts- oder Firmenwerte von TEUR 11.212,9 entstanden. Die Aufrechnungsdifferenzen aus Beteiligungsbuchwert und anteiligem Eigenkapital bei beiden Gesellschaften ist vorläufig gemäß IFRS 3.62 vollständig dem Geschäfts- oder Firmenwert zugeordnet worden. Im Geschäfts- oder Firmenwert der BMC Flying Dragon sind abgezinsten ungewisse Anschaffungskosten aufgrund von zukünftig wahrscheinlichen Kaufpreisanpassungen (IFRS 3.32) von TEUR 4.622,7 berücksichtigt, die mit TEUR 3.256,2 den kurzfristigen und mit TEUR 1.366,5 den langfristigen Verbindlichkeiten zugeordnet worden sind. Durch den Ausweis dieser Verpflichtungen in der Konzernbilanz zum 30. Juni 2006 und der im ersten Halbjahr 2006 vorgenommenen Zahlungen bestehen die zum 31. Dezember 2005 im Konzernanhang ausgewiesenen sonstigen finanziellen Verpflichtungen aus abgeschlossenen Unternehmenskaufverträgen nicht mehr.

Der Anstieg der kurzfristigen Forderungen und Vermögenswerte beruht im Wesentlichen auf Anzahlungen für die Werbeflächenvermarktung und Darlehensgewährungen sowie Rückzahlungsansprüchen.

Das Eigenkapital hat sich insbesondere durch die in 2006 stattgefundenen Kapitalerhöhungen erhöht. Gegenläufig hat sich der Konzernfehlbetrag ausgewirkt.

Die kurzfristigen Finanzschulden enthalten ein kurzfristiges Darlehen, welches nach Berücksichtigung von Kapitalaufnahmekosten ausgewiesen wird. Das Darlehen ist Ende Juli 2006 zurückbezahlt worden.

Der Anstieg der langfristigen und kurzfristigen Verbindlichkeiten resultiert insbesondere aus den oben aufgeführten Erläuterungen zu der Erstkonsolidierung von BMC Flying Dragon.

Personal

Zum 30. Juni 2005 waren im BMC Konzern 34 Mitarbeiter angestellt, zum 30. Juni 2006 ist die Mitarbeiterzahl auf 150 angestiegen.



WWW.BUSINESSMEDIACHINA.COM

Rotebuehlstrasse 87

70178 Stuttgart · Germany

Telefon: +49 711 490 890 0

Telefax: +49 711 490 890 10

E-mail: invest@businessmediachina.com

www.businessmediachina.com

