

Halbjahresbericht 2007

Business Media China AG

Konzernzwischenlagebericht

I. Geschäft und Rahmenbedingungen

Positionierung

Die Business Media China AG („BMC AG“) vereint unter ihrem Dach eine Gruppe von internationalen Mediengesellschaften, die Kompetenzen aus Medien, Werbung, Messeorganisation und Verlagswesen verknüpfen. Als Spezialist für Außenwerbung (Out-of-home-Advertising) sowie als Veranstalter von Messen und Kongressen liegt der regionale Fokus der BMC AG hauptsächlich auf China. Hier hat die Unternehmensgruppe bereits heute die Voraussetzungen geschaffen, ein führender Anbieter von Werbemedien auf den großen Flughäfen und Bahnhöfen der Volksrepublik zu werden. Auch im chinesischen Messegeschäft hat sich die BMC AG erfolgreich etabliert und richtet mehrere international renommierte Branchenveranstaltungen aus. Das Know-how des Unternehmens und das Management-Team, das Erfahrungen aus über 30 Jahren erfolgreicher Messe- und Verlagstätigkeit vereint, bilden den Grundstein für das Geschäftsmodell.

Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Laut offizieller Zahlen ist das chinesische Bruttoinlandsprodukt in den vergangenen 15 Jahren um durchschnittlich gut 10% jährlich gewachsen. Auch im ersten Halbjahr 2007 war hier anhaltend starkes Wachstum zu beobachten. Damit könnte China Deutschland bis zum Jahresende den Rang als weltweit drittgrößte Volkswirtschaft abjagen. Die viel diskutierte Aufwertung der chinesischen Währung Yuan (CNY) findet in kleinen Schritten und kontrolliert statt. Insgesamt kann die chinesische Wirtschaft als stabil und gut organisiert beurteilt werden. Die Rechtssicherheit nimmt stetig zu, muss allerdings noch durch Vergleichsurteile vereinfacht werden.

Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr 2007

Tochtergesellschaften

Im Bereich der Flughafenwerbung ist die BMC AG seit kurzem an neun der zwölf wichtigsten chinesischen Flughäfen vertreten und damit einer der führenden Anbieter von Flughafenwerbeflächen in China. Zuletzt konnte sich die **BMC Flying Dragon**, Tochter der BMC AG, im Mai des laufenden Geschäftsjahres wesentliche Teile der Werbeflächen am Flughafen Xi'An bis zum Jahr 2015 sichern. Am größten Flughafen im Nordwesten China werden nun die hochwertigen, hinterleuchteten Light Boxes sowie die Präsentationsflächen für Automobile exklusiv durch die BMC Flying Dragon vermarktet. Mit rund 10 Millionen Passagieren pro Jahr zählt Xi'An zu den meistfrequentierten Flughäfen Chinas, u.a. aufgrund einer weltbekannten nahe gelegenen Touristenattraktion, der Terrakotta-Armee. Umsätze sowie Ergebnis konnten bei der Flying Dragon im ersten Halbjahr 2007 deutlich gesteigert werden.

Bereits im Januar des laufenden Geschäftsjahres konnte sich die BMC AG durch ihre Tochtergesellschaft BMC Advertising einen Großauftrag für Bahnhofswerbung von Beijing Mobile sichern. Beijing Mobile, Tochter des weltgrößten Mobilfunkbetreibers China Mobile, vergab einen Werbeetat in Höhe von 1 Mio. Euro an die BMC AG. Künftig wird der Mobilfunkanbieter an den zwei wichtigsten chinesischen Bahnhöfen Beijing Central Railway Station sowie Beijing West Railway Station die modernen Leuchttafeln und -säulen der BMC AG für Werbekampagnen nutzen. Die BMC AG hält bereits Werberechte an den vier hoch frequentierten chinesischen Bahnhöfen Beijing West Railway Station, Beijing Central Railway Station, Tianjin Railway Station und Shijiazhuang Station. Damit ist die BMC AG bereits heute einer der führenden Anbieter im Bereich der für den chinesischen Markt neuartigen Werbeform an Bahnhöfen. BMC ist das erste und einzige internationale Unternehmen, das die Werberechte auf Bahnhöfen erhalten hat. Das Werbeangebot auf Bahnhöfen wird in ganz China ausgebaut.

Zum 1. März 2007 hat die BMC AG 70 % der Anteile an der **TC-Gruppe** GmbH Target Communications mit Sitz in Ludwigsburg erworben, verbunden mit einer Mithaftungserklärung in Höhe

von TEUR 500,0. Damit werden vor allem zwei wichtige strategische Ziele verfolgt: zum einen die Ergänzung des internen Know-hows sowie der operativen Ressourcen in der Konzeption und Durchführung von internationalen Kommunikationsprojekten, zum anderen der direkte Zugang zu deutschen Werbekunden, um für diese in einer frühen Phase die Kundenkommunikation für den Markteintritt und die Markenpflege in China zu initiieren. Die TC Gruppe hat vor kurzem u.a. den PR Report Award 2007 für ihre Imagekampagne „Baden-Württemberg. Deutschlands schönste Fankurve“ zur Fußball-WM 2006 gewonnen.

Im Januar 2007 wurde für **BMC Advertising**, eine 100 %-ige Tochtergesellschaft der BMC-Gruppe, die **Geschäftslizenz** erteilt. Das operative Geschäft ist erfolgreich angelaufen. Das Kapital in Höhe von ca. TEUR 5.000 wurde voll eingezahlt und dient als Working Capital der Gesellschaft.

Die **Aufstockung der Beteiligung an BMC Zhenwei** ist die konsequente Umsetzung der eingeleiteten Restrukturierung und Neugestaltung der Gesellschaft durch die BMC-Gruppe. BMC AG wird nach der Anteilserhöhung zukünftig 66% an der Gesellschaft halten. **BMC Zhenwei** konnte nach der Restrukturierung im vergangenen Jahr sowie die Konzentration auf Technologiemesen die bestehenden Messethemen stabilisieren und für das Geschäftsjahr 2008 neu positionieren. Im Ergebnis des ersten Halbjahres konnten noch nicht die neuen Vertriebsstrukturen und implementierten Anreizsysteme voll zur Wirkung kommen. Die Gesellschaft erzielte durch den Verkauf der Textilmesse ein positives Zwischenergebnis, ansonsten hätte die Gesellschaft ein leicht positives erstes Halbjahresergebnis erzielt.

Die Gesellschaft **BVW Media GmbH** wurde als **Zwischenholding** erworben, um Beteiligungsoptionen für die eingeleitete Roll-out-Strategie zur Erschließung weiterer chinesischer Bahnhöfe umzusetzen. Die BMC AG ist mit 100 % an der Gesellschaft BVW Media GmbH beteiligt.

In Hongkong werden die Verhandlungen zur Übernahme von 51% an einer Messegesellschaft, welche im Rohstoff- und Energiesektor Kongresse und Messen organisiert, in Kürze abgeschlossen.

Im laufenden Geschäftsjahr 2007 wurde die Übernahme und Integration der Gesellschaft **Mass Holdings (HKG) Co., Ltd.** sowie ihrer 70%-igen Beteiligung an der **BMC Herong** vollzogen.

BMC China hat die Erstveranstaltung **SMT Forum** organisiert und führte Marktanalysen und Verwaltungsaufgaben für die BMC-Gruppe durch. Das Ergebnis nach Weiterbelastung von Umlagen führt zu einem planmäßigen negativen Ergebnis im ersten Halbjahr.

BMC Baiwen konnte im ersten Halbjahr sehr erfolgreich die Messe Beauty Expo Shanghai veranstalten und eine deutliche Umsatzsteigerung erzielen. Das Ergebnis wird deutlich über Plan liegen.

Die neue Tochtergesellschaft **BMC Herong** wird erst im dritten Quartal 2007 ihre Messe durchführen. Somit entstehen im ersten Halbjahr negative Ergebnisse aufgrund der ausschließlichen Berücksichtigung von Personal- und Overheadkosten.

BMC Advertising startete ihr operatives Geschäft Anfang des Jahres 2007 und hat erste Umsatzerfolge erzielt. Das Ergebnis ist planmäßig im ersten Halbjahr negativ.

BMC AG, die Muttergesellschaft, ist insbesondere für die Bereiche Strategie, Corporate Governance, Planung und Controlling, Investition und Finanzierung einschließlich Kapitalmarktkommunikation und das Corporate Design zuständig. Sie erwirtschaftet im ersten Halbjahr 2007 folglich keinen Überschuss.

Die neu erworbene Tochtergesellschaft **TC Gruppe** startete in den ersten beiden Quartalen 2007 mit der Akquisition neuer Klienten in China sowie der Begleitung europäischer Kunden nach China. Das erste Halbjahr war bestimmt durch die Integration sowie die Vorbereitung des Markteintritts und der Hebung von Synergien innerhalb der BMC-Gruppe.

Personal

In den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres konnte die BMC AG ihr Management-Team durch ausgewiesene Fachleute im chinesischen Werbemarkt wesentlich verstärken. Neben der Einstellung von 40 chinesischen und europäischen Top-Leuten der internationalen Werbebranche ersetzt im Vorstand der Gesellschaft seit dem ersten Quartal Li Yang Yang, Absolvent der chinesischen Universität UIBE und seit sieben Jahren in diversen Führungspositionen in Messe- und Mediengesellschaften tätig, das bisherige Vorstandsmitglied John Maxwell Hare. John Maxwell Hare und BMC beendeten die gemeinsame Zusammenarbeit mit Wirkung zum 31. März 2007. Max Hare gehörte dem Vorstand der BMC AG seit 2004 an, zunächst als Vorstandsvorsitzender, dann als ordentliches Vorstandsmitglied. Unter seiner Leitung wurden die Aufbauphase und der Markteintritt in China erfolgreich eingeleitet. Damit wird das operative Geschäft jetzt maßgeblich von chinesischen Managern in China sowie der Verwaltungseinheit in Stuttgart gesteuert. Mit Wirkung zum 1. Januar 2007 wurde bereits Peter Saßmann zum neuen Finanzvorstand bestellt.

II. Ertragslage

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2007 erzielte der Business Media China Konzern Umsatzerlöse in Höhe von TEUR 7.972,2. Dies entspricht einer Steigerung von rund 161% gegenüber dem Wert des entsprechenden Vorjahreszeitraumes von TEUR 3.057,2. Den größten Umsatzbeitrag leistete dabei im ersten Halbjahr die Gesellschaft BMC Flying Dragon (TEUR 3.175,1), die im Bereich der Werbeflächenvermarktung an großen chinesischen Flughäfen unter anderem Werbebetats der Automobilhersteller Honda und MG Cars gewinnen konnte. BMC Baiwen konnte im ersten Halbjahr insbesondere durch die erfolgreiche Durchführung der Messe Beauty Expo Shanghai TEUR 2.403,2 beitragen und gleichzeitig den höchsten Ergebnisbeitrag aller Konzerngesellschaften erzielen. BMC Advertising, deren Geschäftslizenz erst im Januar 2007 erteilt wurde, erlöste bereits Umsätze in Höhe von TEUR 2.115,5. Hinzu kamen auf Konzernebene sonstige Erträge von TEUR 83,6 sowie eine Bestandsveränderung der unfertigen Leistungen von TEUR 54,4.

Größte Aufwandsposition stellte der Materialaufwand dar, der von TEUR 2.285,6 im Vorjahr auf nun TEUR 7.702,9 anstieg. In dieser Position finden sich im Wesentlichen Aufwendungen für die Anmietung der Werbeflächen an strategisch wichtigen Flughäfen sowie Bahnhöfen wieder. Im Zuge der oben geschilderten Einstellung von 40 chinesischen und europäischen Top-Leuten der internationalen Werbebranche erhöhte sich der Personalaufwand im ersten Halbjahr von TEUR 767,4 im Vorjahr auf jetzt TEUR 1.958,0. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen lagen zum 30.06.07 bei TEUR 2.199,8.

Aus den unter der Überschrift „Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr 2007“ geschilderten Gründen war das Zwischenergebnis zum 30.06.07 noch negativ. So lag das Ergebnis vor Ertragsteuern bei TEUR – 4.126,9. Aufgrund positiver Ertragsteuern im Konzern in Höhe von TEUR 189,7 betrug der Konzernfehlbetrag zum Halbjahr TEUR 3.937,2, davon betrug der Anteil anderer Gesellschafter am Konzernfehlbetrag TEUR 139,0.

III. Vermögenslage

Zum Stichtag des ersten Halbjahres 2007 verfügte der BMC Konzern über Vermögenswerte in Höhe von insgesamt TEUR 36.245,3. Davon waren ca. 60 % oder TEUR 21.580,4 kurzfristiger Natur sowie 40 % (TEUR 14.664,9) in langfristigen Werten gebunden. Der Mittelabfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit betrug TEUR 4.224,5. Für Investitionen setzte der BMC Konzern Finanzmittel -nach Abzug übernommener Finanzmittel aus Unternehmenserwerben- in Höhe von TEUR 2.475,6 ein. Der Konzern verfügte zum 30.06.2007 über Finanzmittel in Höhe von TEUR 8.168,3.

IV. Finanzlage

Mit einer Eigenkapitalquote von rund 72% ist die Business Media China weiterhin äußerst solide finanziert. Von den Verbindlichkeiten und Rückstellungen in Höhe von insgesamt TEUR 10.223,1 waren lediglich ca. 10% bzw. TEUR 1.033,5 langfristig (d.h. mit einer Restlaufzeit von länger als einem Jahr). Die kurzfristigen Verbindlichkeiten in Höhe von TEUR 7.944,1 sind zu wesentlichen Teilen in den Vorleistungen der BMC Flying Dragon sowie der BMC Advertising im Rahmen der Anmietung von lukrativen Werbeflächen und erhaltenen Anzahlungen begründet.

V. Risikobericht

Nach Ansicht des Managements sind gegenüber den Einschätzungen im letzten Konzernjahresabschluss, der mit Datum vom 22. Juli 2007 von den Abschlussprüfern mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen worden ist, aktuell weder zusätzliche Risiken noch Chancen hinsichtlich des weiteren Verlaufs des Geschäftsjahres zu erkennen.

VI. Prognosebericht

Für die zweite Jahreshälfte 2007 werden positive Quartalsabschlüsse auf Konzernebene erwartet. Für das Geschäftsjahr 2007 wird ein Gesamtumsatz des Konzerns in Höhe von ca. 26 bis 28 Millionen Euro erwartet. Im Geschäftsjahr 2008 wird mit einer zweistelligen Wachstumsrate des Konzernumsatzes gerechnet.

VII. Bericht zu wesentlichen Geschäften mit nahe stehenden Unternehmen und Personen

Im 1. Halbjahr 2007 lagen keine wesentlichen Transaktionen mit Unternehmen oder Personen vor, die der Business Media China AG in irgendeiner Weise nahe stehen.

VIII. Versicherung der gesetzlichen Vertreter

Nach bestem Wissen versichern wir, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

Stuttgart, den 31. August 2007

Business Media China AG

Der Vorstand

Klaus Michael Hilligardt

Arend Jan Rudolf van Eeden

Peter Saßmann

Li Yang Yang

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der Business Media China AG

	1.1.-30.06. 2007 TEUR	1.1.-30.06. 2006 TEUR
Umsatzerlöse	7.972,7	3.057,2
Sonstige Erträge	83,6	12,8
Bestandsveränderung der unfertigen Leistungen	54,4	0,0
Materialaufwand	-7.702,9	-2.285,6
Personalaufwand	-1.958,0	-767,4
Abschreibungen	-532,5	-46,7
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-2.199,8	-1.302,7
Finanzierungsaufwendungen	-20,9	-18,2
Übriges Finanzergebnis	176,5	76,4
Ergebnis vor Ertragsteuern	-4.126,9	-1.274,2
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	189,7	-52,3
Konzernfehlbetrag	-3.937,2	-1.326,5
Anteil der Aktionäre am Konzernfehlbetrag	-3.798,2	-1.344,9
Anteil anderer Gesellschafter am Konzernfehlbetrag	-139,0	18,4
Konzernfehlbetrag	-3.937,2	-1.326,5
	EUR	EUR
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	-0,63	-0,27
Verwässertes Ergebnis je Aktie	-0,63	-0,27
Aktien (Stück, gewichtet in 2006)	5.999.466	5.019.755

Konzernbilanz der Business Media China AG

Aktiva	30.06.2007 TEUR	30.06.2007 TEUR	31.12.2006 TEUR	31.12.2006 TEUR
Geschäfts- oder Firmenwerte	7.992,8		6.361,7	
Andere immaterielle Vermögenswerte	4.115,8		29,7	
Sachanlagen	1.628,0		813,4	
Finanzanlagen	0,0		60,0	
Anlagevermögen		13.736,6		7.264,8
Latente Ertragsteueransprüche	928,3		290,5	
Langfristige Forderungen und Vermögenswerte		928,3		290,5
Langfristige Vermögenswerte		14.664,9		7.555,3
Vorräte		320,9		0,0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	3.568,6		1.901,9	
Sonstige Forderungen und Vermögenswerte	9.291,2		8.236,3	
Effektive Ertragsteueransprüche	231,4		168,8	
Kurzfristige Forderungen		13.091,2		10.307,0
Finanzmittel		8.168,3		14.950,6
Kurzfristige Vermögenswerte		21.580,4		25.257,6
		36.245,3		32.812,9
Passiva				
Gezeichnetes Kapital	5.999,5		5.999,5	
Rücklagen	21.812,8		21.315,2	
Bilanzverlust	-3.798,2		0,0	
Anteil der Aktionäre der Business Media China AG am Eigenkapital		24.014,1		27.314,7
Anteil anderer Gesellschafter am Eigenkapital		2.008,1		1.043,8
Eigenkapital		26.022,2		28.358,5
Latente Ertragsteuerrückstellungen	478,9		0,6	
Sonstige Rückstellungen (Besserungsschein)	0,0		0,0	
Langfristige Rückstellungen		478,9		0,6
Finanzschulden	15,6		0,0	
Sonstige Verbindlichkeiten	539,0		0,0	
Langfristige Verbindlichkeiten		554,6		0,0
Langfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten		1.033,5		0,6
Kurzfristige Rückstellungen (Sonstige Rückstellungen)		1.245,5		1.094,9
Finanzschulden	80,7		47,6	
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.012,4		1.732,3	
Steuerschulden	472,2		57,1	
Sonstige Verbindlichkeiten	4.378,8		1.521,9	
Kurzfristige Verbindlichkeiten		7.944,1		3.358,9
Kurzfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten		9.189,6		4.453,8
		36.245,3		32.812,9

Eigenkapitalveränderungsrechnung des Konzerns der Business Media China AG

	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklagen	Gewinn- rücklagen	Unterschiede aus Währungs- umrechnung	Neube- wertungs- rücklage	Rücklagen gesamt	Bilanzgewinn/ Bilanzverlust	auf Aktionäre der BMC AG entfallendes Eigenkapital	Anteile anderer Gesell- schafter am Eigenkapital	Summe Eigen- kapital
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Stand zum 31. Dezember 2005	4.545,1	1.900,0	0,0	43,1	21,5	1.964,6	125,6	6.635,3	232,1	6.867,4
Unterschiede aus										
Konsolidierungskreisänderungen	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	199,5	199,5
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	0,0	0,0	0,0	-4,5	0,0	-4,5	2,5	-2,0	-16,2	-18,2
Konzernfehlbetrag 2006	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-1.344,9	-1.344,9	18,4	-1.326,5
Umgliederung der Steuerlatenz aus der Kapitalerhöhung 2005	0,0	-18,1	0,0	0,0	0,0	-18,1	0,0	-18,1	0,0	-18,1
Kapitalerhöhungen 2006	1.454,4	28.088,4	0,0	0,0	0,0	28.088,4	0,0	29.542,8	0,0	29.542,8
Kosten der Kapitalerhöhungen 2006 ohne Steuerlatenz	0,0	-2.210,7	0,0	0,0	0,0	-2.210,7	0,0	-2.210,7	0,0	-2.210,7
Ausschüttungen an andere Gesellschafter	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-6,5	-6,5
Stand zum 30. Juni 2006	5.999,5	27.759,6	0,0	38,6	21,5	27.819,7	-1.216,8	32.602,4	427,3	33.029,7
Stand zum 31. Dezember 2006	5.999,5	19.320,2	2.255,6	-282,1	21,5	21.315,2	0,0	27.314,7	1.043,8	28.358,5
Unterschiede aus										
Konsolidierungskreisänderungen	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	951,0	951,0
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	0,0	0,0	0,0	158,3	0,0	158,3	0,0	158,3	6,9	165,2
Konzernfehlbetrag 2007	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-3.798,2	-3.798,2	-139,0	-3.937,2
Forderung aus der Eigenkapitalgarantie der TC Gruppe GmbH	0,0	0,0	339,3	0,0	0,0	339,3	0,0	339,3	145,4	484,7
Stand zum 30. Juni 2007	5.999,5	19.320,2	2.594,9	-123,8	21,5	21.812,8	-3.798,2	24.014,1	2.008,1	26.022,2

Verkürzte Konzernkapitalflussrechnung

	1.1.-30.06. 2007	1.1.-30.06. 2006
	TEUR	TEUR
Mittelabfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit	-4.224,5	-8.175,0
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-2.475,6	-8.039,7
Mittelabfluss / -zufluss aus der Finanzierungstätigkeit	-43,8	30.245,6
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestandes	-6.743,9	14.030,9
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	14.950,6	2.917,4
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestandes	-38,4	-28,4
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestandes	-6.743,9	14.030,9
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	8.168,3	16.919,9

Verkürzter Konzernanhang

Grundlagen der Rechnungslegung

Der Konzern-Halbjahresfinanzbericht basiert auf den Rechnungslegungsgrundsätzen der International Reporting Standards (IFRS). Es wurden dieselben Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wie im letzten Jahresabschluss angewendet. Der Konzern-Halbjahresfinanzbericht wurde in Euro aufgestellt. Soweit nicht anders vermerkt, sind alle Beträge in Tausend Euro (TEUR), gerundet auf eine Dezimalstelle nach dem Komma, angegeben. Hierdurch können sich auch Rundungsdifferenzen ergeben.

Dieser Konzern-Halbjahresfinanzbericht wurde weder entsprechend § 317 HGB geprüft noch einer prüferischen Durchsicht durch einen Abschlussprüfer unterzogen. Bei der Aufstellung des Konzernzwischenabschlusses 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 hat sich zum letzten Konzernjahresabschluss um vier Gesellschaften erweitert.

Konsolidierungskreis zum 31. Dezember 2006

Gesellschaft	Abkürzung	Sitz	Land	Quote
Beijing BMC China Co., Ltd.	BMC China	Beijing	China	100,0
Shanghai Baiwen Exhibition Co., Ltd.	BMC Baiwen	Shanghai	China	55,0
BMC Flying Dragon Advertising Co., Ltd.	BMC Flying Dragon	Beijing	China	51,0
Guangzhou BMC Zhenwei International Exhibition Co., Ltd.	BMC Zhenwei	Guangzhou	China	51,0
BVW Media GmbH	BVW	Stuttgart	Deutschland	100,0

Zugänge zum Konsolidierungskreis in 2007 bis 30. Juni 2007

BMC Advertising Co., Ltd.	BMC Advertising	Beijing	China	100,0
Mass Holdings (HKG) Co., Ltd.	Mass Holdings	Hongkong	China	100,0
BMC Shenzhen Herong Exhibition Co., Ltd.	BMC Herong	Shenzhen	China	70,0
TC-Gruppe GmbH Target Communications	TC Gruppe	Ludwigsburg	Deutschland	70,0

Die Anteilsübertragung aus dem Erwerb von weiteren 15 % der Anteile an der BMC Zhenwei wird erst im 2. Halbjahr 2007 erfolgen, so dass die Beteiligungsquote zum Stichtag unverändert zum Vorjahr ist.

Verkürzte Segmentberichterstattung

Die BMC wird intern primär mit den operativen Segmenten „Messen & Publikationen“ (kurz: Messen), „Sourcing & IT“ sowie „Werbemedien“ geführt. Das Segment „AG“ bildet die administrativen Tätigkeiten sowie die Akquisitionstätigkeiten und Projektentwicklungskosten der BMC AG und der BMC China ab.

Das Segmentergebnis entspricht dem EBIT (Earnings Before Interest and Taxes) vor Wertminderungen. Wertminderungen auf langfristige Vermögenswerte sind im ersten Halbjahr 2007 von TEUR 244,2 im Konzernergebnis enthalten und in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung unter den Abschreibungen ausgewiesen. In der Überleitungsspalte sind die aus den Konsolidierungsvorgängen resultierenden Effekte abgebildet.

Eine Aufteilung der Umsätze nach Sitz des Kunden ist aufgrund der Geschäftstätigkeit der BMC-Gruppe nicht durchführbar. Die Hauptumsätze werden mit chinesischen Kunden getätigt, die in der Mehrzahl auf den Messen in China ausstellen oder die Messen besuchen bzw. Werbeflächen anmieten. Der Vorjahressegmentumsatz des Segments „Sourcing & IT“ stammt aus einem Projekt mit einem chinesischen Kunden.

Primärsegmente

	AG	Messen	Sourcing & IT	Werbe- medien	Summe der Segmente	Über- leitung	Konzern
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
1. Halbjahr 2007							
Außenumsätze	5,9	3.066,0	0,0	4.900,8	7.972,7	0,0	7.972,7
Innenumsätze	301,7	53,1	0,0	632,0	986,8	-986,8	0,0
Segmentumsätze	307,6	3.119,1	0,0	5.532,8	8.959,5	-986,8	7.972,7
Segmentergebnis	-1.589,4	1.007,1	0,0	-3.051,2	-3.633,5	-404,8	-4.038,3
Mitarbeiter zum 30.6.2007	16	105	0	123	244	0	244
1. Halbjahr 2006							
Außenumsätze	6,7	2.398,9	512,1	139,5	3.057,2	0,0	3.057,2
Innenumsätze	338,0	0,0	0,0	0,0	338,0	0,0	338,0
Segmentumsätze	344,7	2.398,9	512,1	139,5	3.395,2	0,0	3.395,2
Segmentergebnis	-1.310,9	371,7	412,6	-763,8	-1.290,4	-42,0	-1.332,4
Mitarbeiter zum 30.6.2006	36	96	0	18	150	0	150

Sekundärsegmente

	China	Deutsch- land	Summe der Segmente	Über- leitung	Konzern
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
1. Halbjahr 2007					
Außenumsätze	7.670,7	302,0	7.972,7	0,0	7.972,7
Innenumsätze	986,8	0,0	986,8	-986,8	0,0
Segmentumsätze	8.657,5	302,0	8.959,5	-986,8	7.972,7
Segmentergebnis	-1.460,6	-2.172,9	-3.633,5	-404,8	-4.038,3
Mitarbeiter zum 30.6.2007	198	46	244	0	244
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
Mitarbeiter zum 30.6.2006	140	10	150	0	150

Wesentliche Unterschiede zwischen der Konzernbilanz vom 31. Dezember 2006 und 30. Juni 2007

Aus den Erstkonsolidierungen der Mass Holdings, BMC Herong sowie der TC Gruppe sind Vermögenswerte identifiziert worden und Aufrechnungsdifferenzen entstanden, die vorläufig gemäß IFRS 3.62 mit TEUR 2.586,8 den anderen immateriellen Vermögenswerten und mit TEUR 1.767,5 den Geschäfts- oder Firmenwerten zugeordnet worden sind. Bei der Erstkonsolidierung der Mass Holdings sind abgezinste ungewisse Anschaffungskosten aufgrund von zukünftig wahrscheinlichen Kaufpreisanpassungen (IFRS 3.32) von TEUR 855,7 berücksichtigt, die zum Stichtag mit TEUR 539,0 unter den langfristigen sonstigen Verbindlichkeiten und mit TEUR 305,7 unter den kurzfristigen Verbindlichkeiten ausgewiesen sind. Aus dem Verkauf der Textilmesse der BMC Zhenwei sind TEUR 164,4 aus den Geschäfts- oder Firmenwerten abgegangen.

Der weitere Anstieg der anderen immateriellen Vermögenswerte resultiert im Wesentlichen aus der Aktivierung einer Ablösezahlung für die Werbeflächenvermarktung an Bahnhöfen. Wertminderungen auf Mietereinbauten waren bei der TC Gruppe aufgrund eines Umzugs in neue Räume von TEUR 244,2 notwendig.

Die latenten Ertragsteueransprüche haben sich insbesondere durch die aktivierten Steuerersparnisse bei den chinesischen Gesellschaften erhöht. Bei der Berechnung der Steuerlatenzen der chinesischen Gesellschaften ist der ab 2008 gültige Steuersatz von 25 % bei den Gesellschaften berücksichtigt worden, die bisher einem höheren Steuersatz als 25 % unterliegen. Durch die Berücksichtigung der Steuersatzänderung werden zum 30. Juni 2007 TEUR 206,1 weniger Steuern ausgewiesen als unter Zugrundelegung der bis Ende 2007 gültigen Steuersätze. Für die Berechnung von inländischen latenten Steuern ist der bisherige Steuersatz beibehalten worden. Die Änderung des inländischen Steuersatzes aufgrund der im Juli 2007 verabschiedeten Unternehmenssteuerreform ist von keiner wesentlichen Bedeutung für den Konzernabschluss.

Die zum 30. Juni 2007 ausgewiesenen Vorräte betreffen unfertige Leistungen der TC Gruppe. Die übrigen kurzfristigen Vermögenswerte sind insbesondere durch die Vergrößerung des Konsolidierungskreises angestiegen. Die Veränderung des Finanzmittelbestands ist aus der verkürzten Konzernkapitalflussrechnung ersichtlich. Der ausgewiesene Finanzmittelbestand entfällt mit TEUR 3.056,9 auf Deutschland, mit TEUR 83,6 auf Hongkong und mit TEUR 5.027,8 auf Gesellschaften mit Sitz auf dem chinesischen Festland. Die BMC AG hat zum 30. Juni 2007 Guthaben bei Kreditinstituten von TEUR 3.977,8, wovon TEUR 500,0 für einen Kontokorrentkredit der TC Gruppe verpfändet sind. Die TC Gruppe hat zum 30. Juni 2007 Bankverbindlichkeiten in Höhe von TEUR 943,8.

Zur Veränderung des Konzerneigenkapitals wird auf die Eigenkapitalveränderungsrechnung verwiesen. Im Rahmen des Kaufs der TC Gruppe ist eine Eigenkapitalgarantie des Verkäufers abgegeben worden, dahingehend, dass das Eigenkapital der TC Gruppe zum 31. Dezember 2007 vor Sondereffekte, die hieraus bereinigt werden, TEUR 220,0 beträgt. Die Forderung aus dieser Eigenkapitalgarantie ist im Rahmen der Erstkonsolidierung bereits berücksichtigt worden und beträgt zum Bilanzstichtag TEUR 652,4. Die Veränderung des Anspruchs seit dem Erstkonsolidierungszeitpunkt ist in die Gewinnrücklagen eingestellt worden.

Der Anstieg der latenten Ertragsteuerrückstellungen resultiert aus der Identifizierung von anderen immateriellen Vermögenswerten im Rahmen der Erstkonsolidierung.

Die unter den kurz- und langfristigen Finanzschulden ausgewiesenen Verbindlichkeiten betreffen künftig zu zahlende Leasingraten für Fahrzeuge, die nach IFRS als Sachanlagen zu aktivieren sind.

Der Anstieg der Steuerschulden resultiert im Wesentlichen aus Steuerschulden der BMC Baiwen für das bisher erwirtschaftete Ergebnis.

Der Anstieg der kurzfristigen sonstigen Verbindlichkeiten beruht insbesondere auf einem Anstieg der erhaltenen Anzahlungen um TEUR 2.490,2.

Hinsichtlich der wesentlichen Veränderungen zwischen den Konzern-Gewinn- und Verlustrechnungen für das erste Halbjahr 2007 und das erste Halbjahr 2006 sowie die Entwicklung im Berichtszeitraum wird auf die Erläuterungen im Konzernzwischenlagebericht verwiesen.

Stuttgart, den 31. August 2007

Business Media China AG

Der Vorstand

Klaus Michael Hilligardt

Arend Jan Rudolf van Eeden

Peter Saßmann

Li Yang Yang