



Geschäftsbericht  
1999



Content  
creates Value



## Phenomenia-Konzern in Zahlen

Werte in TDM	1999	1998*	1997*
Umsatz	9.513	4.663	1.514

### Umsatzaufteilung nach Geschäftsbereichen

• Creative Products	7.362	3.125	1.135
• Services	2.151	1.538	379
• Technology	0	0	0
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	3.398	1.317	-2.045
Jahresüberschuß	661	2.507	-1.283
Bilanzsumme	57.677	2.479	6.607
Eigenkapitalquote	95,4 %	46,9 %	0,0 %

Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Wirtschaftsgüter	3.328	781	653
Abschreibungen	1.889	781	510
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt	36	19	16
Personalaufwand	1.687	677	1.217

### Aktienbezogene Daten

Grundkapital:	4,2 Mio. Euro	Wertpapier-Kenn-Nr.:	541 490
genehmigtes Kapital:	2,1 Mio. Euro	Reuters-Kürzel:	PNMG.DE
		Notierung:	Frankfurt am Main (Neuer Markt)
		Freiverkehr:	Stuttgart, München, Düsseldorf, Bremen
		Streubesitz:	31 %

Werte in DM	1999	1998*	1997*
Ergebnis je Aktie	0,80	-0,31	-0,31
Marktkapitalisierung (am 31.12.1999) in Mio. DM	190,58	–	–

\*) bei den Zahlen handelt es sich um die Zahlen des Phenomenia-als-ob-Konzerns

Phenomea-Konzern in Zahlen	2
Vorwort des Vorstands	5
Vorwort des Aufsichtsrats	6
Unternehmensprofil	9
Unternehmensstrategie	13
Unternehmensstruktur	16
Kooperation und Akquisition	20
Organe des Unternehmens	24
Der Börsengang	25
Investor Relations	27
Jahresabschluß nach HGB	29
Konzernabschluß nach IAS	45

## Die Phenomedia-Vision:

Phenomedia heißt Interactive Entertainment.

Wir verbinden das menschliche Bedürfnis nach Unterhaltung mit der digitalen Informationsgesellschaft von morgen.

Wir bündeln interaktive Unterhaltungskompetenzen für die Plattformen Internet, TV und mobile Kommunikation.

Wir machen Phenomedia mit dieser besonderen Kombination von Fähigkeiten zu einer führenden Marke im Interactive Entertainment.

Die Zukunft ist phenomedial!



# Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

der Börsengang der Phenomedia AG liegt nicht einmal neun Monate zurück. Und doch scheint es, als gehöre diese Erfahrung bereits zu einer fast schon vergessenen Vergangenheit. Das liegt zum einen an dem Qualifizierungsprozeß, den das gesamte Phenomedia-Team durchlebt. Zum anderen liegt es an dem in diesem Ausmaß nicht vorhersehbaren Mega-Erfolg des Moorhuhns, das in wenigen Monaten zur Leitfigur für die zukünftige Entwicklung der Phenomedia AG geworden ist. Deutschlands Kulthuhn Nummer 1 bringt uns nicht nur Lizenzehinnahmen in Millionenhöhe. Es hat Phenomedia auch zu dem bekanntesten deutschen Spielehersteller gemacht mit einer hohen Kompetenzzuschreibung und einem überwältigendem Sympathiebonus. Addiert man diese Merkmale zu dem Alleinstellungsmerkmal, erste Unterhaltungssoftware-Aktie am Neuen Markt zu sein, mit dem die Phenomedia AG am 22. November 1999 an die Börse gegangen ist, und zu den zahlreichen erfolgreichen Produkten der Phenomedia, dann rundet sich das Erscheinungsbild eines außerordentlich dynamischen Unternehmens ab.

Es lohnt sich der Blick auf die 1999er Zahlen, mit denen sich Phenomedia mit einer EBIT-Marge von 35 Prozent als eines der rentabelsten Unternehmen am Neuen Markt positioniert. Noch ganz ohne die Phantasie, die mit dem Moorhuhn und anderen Charakteren für das jetzt laufende Geschäftsjahr verbunden ist, und ohne die Wirkung des Mittelzuflusses aus dem Börsengang vom 22. November konnten die ehrgeizigen Planzahlen für 1999 überboten werden: Wir haben 1999 den Umsatz um 104 Prozent von 4,7 Millionen DM auf 9,5 Millionen DM und das operative Ergebnis sogar um 148 Prozent auf 3,3 Millionen DM gesteigert. Erreicht wurde dieses Ergebnis während der Vorbereitungen zum Börsengang, die alle Mitarbeiter der Phenomedia zeitlich und mental stark beansprucht haben. Daß beide Aufgaben parallel gemeistert wurden, darauf sind wir besonders stolz.

Mit der gleichen Motivation, mit der wir den Börsengang gestaltet haben – 22,50 Euro bei der Erstnotierung waren ein fairer Preis – werden wir die Internationalisierung der Phenomedia und ihre Rolle als ein künftig führender Content-Entwickler für die plattformübergreifende interaktive Unterhaltung weiter ausbauen. „Content creates value“ ist das Prinzip, nach dem bei Phenomedia gearbeitet wird und nach dem die Erträge ins Unternehmen fließen – mit allen Vorteilen und Margen, die mit der unersetzbaren Stellung am Beginn der Wertschöpfungskette verbunden sind. Die nötige Kompetenz gewinnen wir durch interne Qualifizierung sowie den Zukauf von und die Beteiligung an attraktiven Partnern. In diesem Zusammenhang ist zu erwähnen, daß unser Vorstandsmitglied Stefan Heinemann im laufenden Geschäftsjahr zur netrecord-z AG wechselte. Wir danken ihm für seinen Einsatz für die Phenomedia. Er wird dieses Internet-Musiklabel, an dem Phenomedia beteiligt ist, als Vorstandsvorsitzender an den Neuen Markt führen.

Wir gehen auch weiter planmäßig und diszipliniert vor. Dabei konzentrieren wir unsere Phantasie auf die Entwicklung unserer Strategien und Produkte mit Blick auf den Zukunftsmarkt Interactive Entertainment. Wenn dann am Ende des Tages der Markt die Erfolge und Chancen der Phenomedia AG angemessen bewertet, wird es ein gutes Gefühl sein, diesen Erfolg mit Ihnen teilen zu dürfen.

Ihr Vertrauen hilft uns, diesen Weg weiter zu gehen.

Ihr  
Markus Scheer  
Vorsitzender des Vorstands

# Bericht des Aufsichtsrats



Univ.-Prof. Dr. Michael Nelles

Der Aufsichtsrat hat 1999 und 2000 die ihm nach Gesetz und Satzung obliegenden Aufgaben wahrgenommen und die Geschäftsführung der Phenomedia AG laufend überwacht. Er hat alle für die Gesellschaft wichtigen Geschäftsvorgänge geprüft und in regelmäßigen Sitzungen mit dem Vorstand die bedeutendsten Einzelvorgänge beraten. Gegenstand der regelmäßigen Berichterstattung des Vorstands waren die Informationen über die Umsatz-, Ergebnis- und Beschäftigungsentwicklung sowie der wesentlichen Gesellschaften, Unternehmensbereiche und Geschäftsfelder. Außerdem hat sich der Aufsichtsrat in zahlreichen Sitzungen umfassend mit wesentlichen Fragen der strategischen Unternehmensentwicklung bzw. -positionierung der Phenomedia AG beschäftigt. Dabei konnte sich der Aufsichtsrat davon überzeugen, daß der Vorstand angemessene Maßnahmen zur Risikofrüherkennung ergriffen hat, um die sich aus dem Gesetz zur Kontrolle und Transparenz (KonTraG) im Unternehmensbereich ergebenden Verpflichtungen zu erfüllen.



Dipl.-Kfm. Dr. Jörg Penner

Der Aufsichtsrat konnte sich ebenfalls davon überzeugen, daß alle erforderlichen Vorkehrungen für die mit der Umstellung auf das Jahr 2000 zusammenhängenden Probleme getroffen wurden.

Das herausragendste Ereignis im abgelaufenen Geschäftsjahr war der erfolgreiche Gang der Gesellschaft an die Börse. Über das Vorhaben hat sich der Aufsichtsrat eingehend auseinandergesetzt. Den verschiedenen Kapitalmaßnahmen hat er zugestimmt. Die Aktien der Phenomedia AG wurden zum Jahresende 1999 in die Preisfeststellung im Neuen Markt an der Frankfurter Wertpapierbörse einbezogen. Im Zusammenhang mit der Börseneinführung der Aktie der Phenomedia AG haben der Vorstand und der Aufsichtsrat zusammen ein innovatives Mitarbeiterbeteiligungsmodell entwickelt und eingeführt, welches einen nachhaltig meßbar positiven Beitrag zum angenehmen Betriebsklima leisten konnte.



Drs. Arnoud Jan Backer,

Nach dem Börsengang lag ein Schwerpunkt der Phenomedia AG in der Ausweitung des Geschäfts. Vorstand und Aufsichtsrat berieten mehrfach über den Erwerb von Beteiligungen. Alle Entscheidungen hierzu wurden in den ordentlichen Aufsichtsratssitzungen gefällt.

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor der Phenomedia AG war die gelungene Präsentation des Werbespiels Moorhuhn. Kein anderes Softwareprodukt konnte jemals einen so hohen Bekanntheitsgrad in der deutschsprachigen Bevölkerung erreichen. Dieser Erfolg brachte mit sich, daß die Nachfrage aus der großen Fangemeinde eine zweite erweiterte Programmversion notwendig machte. Darüber hinaus konnte der bekannte Künstler Wiegald Boning als Interpret für den Moorhuhn-Song gewonnen werden. Das Lied konnte sich erfolgreich in den Top-Charts platzieren. Insgesamt hat sich gezeigt, daß das Produkt Moorhuhn nicht nur von dessen Fangemeinde positiv aufgenommen wurde, sondern auch vom Kapitalmarkt.

Im Rahmen der Umsetzung des KonTraG hat der Vorstand 1999 begonnen, ein Risikomanagementsystem (Frühwarnsystem) für die Phenomedia AG aufzubauen. Die bisher schon existierenden Systeme des Rechnungswesens, Controllings und Qualitätsmanagements werden darin eingebunden. Der Vorstand hat dem Aufsichtsrat ein Systemkonzept vorgestellt, das vom Aufsichtsrat genehmigt wurde. Der Aufsichtsrat rechnet mit der vollständigen Inbetriebnahme des Systems im Geschäftsjahr 2000.

Der Jahresabschluß der Phenomedia AG zum 31. Dezember 1999 sowie der Lagebericht sind im Einklang mit den handelsrechtlichen Bilanzierungsgrundsätzen aufgestellt und von der KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Düsseldorf, geprüft worden und mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen worden.

Der Konzernabschluß zum 31. Dezember 1999 sowie der Konzernlagebericht sind im Einklang mit den International Accounting Standards (IAS) aufgestellt und von der KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Düsseldorf, geprüft worden und mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen worden. Der Aufsichtsrat hat die Unterlagen zum Jahres- und Konzernabschluß unter Hinzuziehung der Wirtschaftsprüfer behandelt. Die Prüfungsberichte liegen dem Aufsichtsrat vor. Dieser hat die Unterlagen geprüft und stimmt mit dem Ergebnis des Abschlußprüfers, den Lageberichten und den dort getroffenen Aussagen zur weiteren Unternehmensentwicklung überein. Der Aufsichtsrat erhebt keine Einwendungen und billigt den Jahresabschluß. Dieser ist damit festgestellt.

Der Gewinnverwendungsvorschlag des Vorstands sieht vor, den Bilanzgewinn von DM 295.116,16 auf neue Rechnung vorzutragen. Der Aufsichtsrat hat den Vorschlag für die Gewinnverwendung geprüft und schließt sich diesem an.

Die Überprüfung des Abhängigkeitsberichts durch den Aufsichtsrat hat zu keinen Beanstandungen geführt. Der Aufsichtsrat schließt sich dem Ergebnis der Prüfung durch den Abschlußprüfer an. Hiernach und nach dem abschließenden Ergebnis seiner eigenen Prüfung erhebt der Aufsichtsrat gegen die Erklärung des Vorstands am Schluß des Berichts über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen keine Einwendungen.

Der Aufsichtsrat dankt den Mitgliedern des Vorstands und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihren unermüdlichen Einsatz und die geleistete Arbeit im abgelaufenen Geschäftsjahr.

Bochum, im Juni 2000

Univ.-Prof. Dr. Michael Nelles  
Aufsichtsratsvorsitzender



# Unternehmensprofil

## Phenomenia – mehr als eine Moorhuhn-Aktie

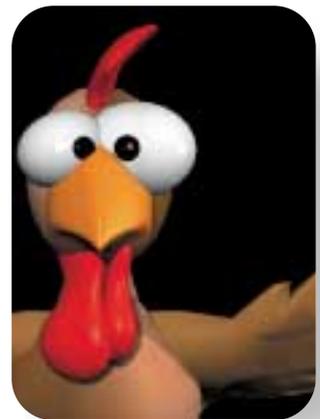
Mit dem Beginn des Jahres 2000 ist die Phenomenia AG für weite Teile der Wirtschaftspresse zur Moorhuhn-Aktie geworden. Das beleuchtet zutreffend die besondere Fähigkeit des Unternehmens, digitale Charaktere zu entwickeln, auf andere Plattformen zu übertragen und im Wege des Lizenzgeschäfts zu hohen Gewinnen zu kommen. Zugleich lenkt diese Fokussierung aber auch ein wenig von der Vielfalt der anderen Phenomenia-Produkte ab, mit der das Unternehmen ebenfalls sehr erfolgreich ist. In jedem Fall aber hat das Moorhuhn die Phenomenia, ihre Kreativen wie auch die Phenomenia-Aktie in unvergleichlicher Weise bekannt und im besten Sinne volkstümlich gemacht. Gleichzeitig wurde das Moorhuhn zum Fokus öffentlichkeitswirksamer Diskussionen zu Themen wie „das Spielen von PC-Spielen am Arbeitsplatz“, „der richtige Umgang mit Software aus dem Internet (Virenschutz)“, „Aspekte des Tierschutzes“ und „Gewalt in Spielen“.

Niemand hätte eine derartige Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit planen können, ganz zu schweigen davon, daß eine entsprechende Medienkampagne völlig unbezahlbar gewesen wäre. Entscheidend ist, daß Phenomenia die Gunst der Stunde genutzt hat. Es ist dem Unternehmen in zahllosen TV- und Radio-Interviews sowie Berichten und Auftritten in Print- wie in Online-Medien gelungen, mittels der ungeheuren Sympathie für das Moorhuhn die Kompetenz des Unternehmens in der Entwicklung von Unterhaltungssoftware und markenträchtigen Charakteren sowie der Bildung von starken Internet-Communities zu unterstreichen. Gleichzeitig wurde bundesweit das Thema Internetspiele positiv besetzt – auch wenn das Moorhuhn selbst gar kein Internetspiel ist, sondern nur die Drehscheibe Internet als zielgruppeneffizienter Verteiler dafür genutzt wurde.

Ebenso wichtig für die Zukunft: Es ist dem Moorhuhn gelungen, Hunderttausende – wenn nicht gar Millionen – von Erstspielern, darunter ungewöhnlich viele Frauen, an das Medium Computerspiel (Unterhaltungssoftware) heranzuführen. Damit wurde ein Markt vorbereitet, der jetzt auf weitere Produkte der Phenomenia AG wartet, und den es zu bedienen gilt. Das umfaßt gleichermaßen die Werbespiele (für die Produkte von Markenartiklern und die Botschaften von Institutionen) wie auch die Online- und Offline-Computerspiele, die unmittelbar an die Endkunden verkauft werden, um den Menschen Spaß und Unterhaltung zu bringen.

Für die Nutzung all dieser Chancen aber entscheidend ist, daß bei den Usern – bei den Menschen, die Computerspiele kaufen und spielen – und bei den Unternehmen, die Unterhaltungssoftware in Auftrag geben, die Phenomenia AG wie kein anderer Unterhaltungs-Softwareentwickler bekannt und positiv besetzt ist. Auch für die Medien ist die Phenomenia AG zu einem wichtigen Auskunftspartners- und Kooperationspartner zum Thema Spiele und Unterhaltung geworden.

Diese öffentliche Aufmerksamkeit wird Phenomenia konsequent für seine Online-Figur Gnarf nutzen, die derzeit von einem der führenden Zeichentrickfilmstudios, der Berliner Hahn Film AG, in Szene gesetzt wird. Der Gnarf – wie auch das Moorhuhn – und künftig viele weitere Charaktere sowie Spiel- und Unterhaltungsformate lenken den Weg der Phenomenia eindeutig in den Bereich der interaktiven Unterhaltung. Die Verlängerung der



Verwertung der geschaffenen Charaktere bis ins Merchandising trägt zur Ertragskraft des Unternehmens wesentlich bei.

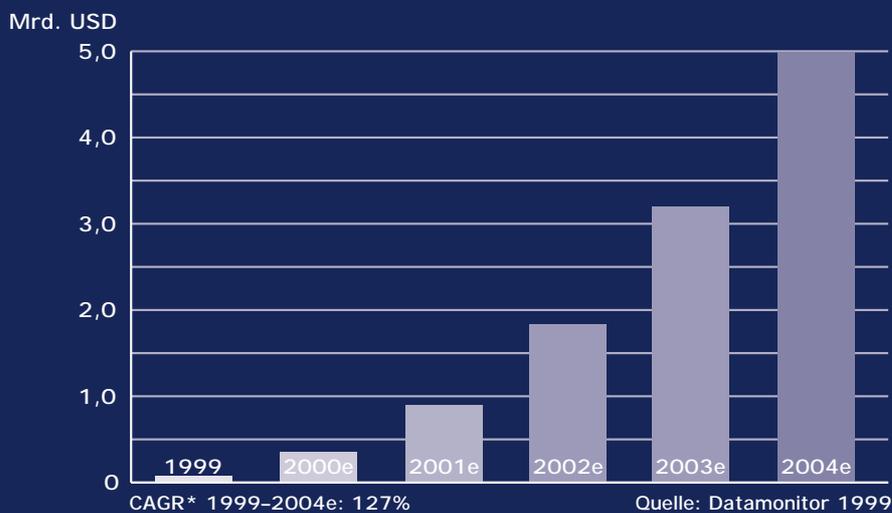
## Phenomenia – im Markt für Unterhaltungssoftware tätig

Die Phenomenia AG konzentriert sich innerhalb des Entertainmentmarkts auf die Segmente mit den höchsten Zuwachsraten. Sie ist seit Anfang der 90er Jahre erfolgreich im dynamisch wachsenden Markt für Entertainmentsoftware tätig. Das Unternehmen entwickelt Unterhaltungssoftware (Computerspiele) einschließlich der zugehörigen Basistechnologien und bietet zusätzliche Dienst- und Serviceleistungen an. Dem steigenden Bedürfnis nach zeitgemäßer und anspruchsvoller interaktiver Unterhaltung kommt die Phenomenia AG mit ihrem Leistungsspektrum in idealer Weise entgegen. Kreative Spielideen werden mit Hilfe modernster Informationstechnologien attraktiv umgesetzt – offline wie online. Sie sind in

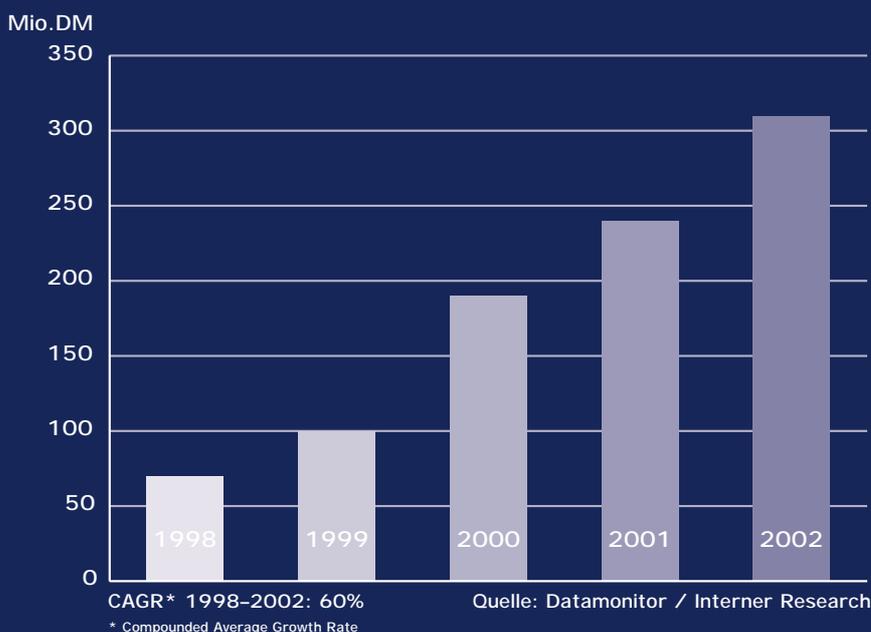
zunehmendem Maße ein fester Bestandteil der Freizeitkultur.

Die Wertschöpfungskette eines Computerspiels umfaßt allgemein die Entwicklung, die Vermarktung (Publishing) und die Distribution. Die Phenomenia-Gruppe ist in dieser Wertschöpfungskette eindeutig auf der ersten Stufe, d.h. als Entwickler, positioniert. Phenomenia besitzt insbesondere Stärken in den 3D-Technologien, die eine dreidimensionale Darstellung von Spielabläufen auf dem Computerbildschirm ermöglichen. Sie verkörpern in ihrer Fähigkeit, Figuren und Szenarien absolut naturalistisch darzustellen, die Standardtechnologie von morgen. Dazu gehört auch das Zukunftsfeld Internet. Phenomenia ist zudem ein namhafter Anbieter von Serviceleistungen rund um das Kerngeschäft Entertainmentsoftware. Als ein Beispiel ist die Anpassung internationaler Computerspiele an nationale Märkte (Lokalisation) zu nennen. In diesem Segment nimmt die Gesellschaft in Deutschland eine marktführende Stellung ein.

### Online-Games – weltweit



### Lizenzierungsmarkt 3D-Engine – Welt



## Phenomenia – mit den Schlüsselkompetenzen für Interactive Entertainment

Im Zusammenwachsen der Unterhaltungsplattformen Internet, Fernsehen und Mobiltelefon kommt es für die Phenomenia AG auf die Bündelung und Weiterentwicklung entsprechender interaktiver Unterhaltungskompetenzen an. Während auf der einen Seite weltweit Milliarden in die technische und gestalterische Aufrüstung der Informations- und Unterhaltungsplattformen im Internet gesteckt werden, fehlen auf der anderen Seite zumeist die attraktiven Unterhaltungsformate, die die Besucher auf diese enorm teuren und im wesentlichen bisher nur für Services genutzten Seiten locken. Hier führt letztlich kaum ein Weg an den Kreativen von Phenomenia vorbei, die sich erfolgreich als Content-Entwickler und Community-Builder für stark frequentierte Internetseiten positioniert haben, auf die die User immer wieder zugreifen.

Die im Laufe der letzten Monate vorangetriebene Zuspitzung des Unternehmensprofils auf den Bereich des Interactive Entertainment hat natürlich auch Einfluß auf die Aufstellung der Phenomenia-Kompetenzen. Die bisherige Zuordnung der einzelnen Aktivitäten, Tochterunternehmen und Partner in die drei Geschäftsfelder Creative Products, Technology und Services wird noch stärker akzentuiert.

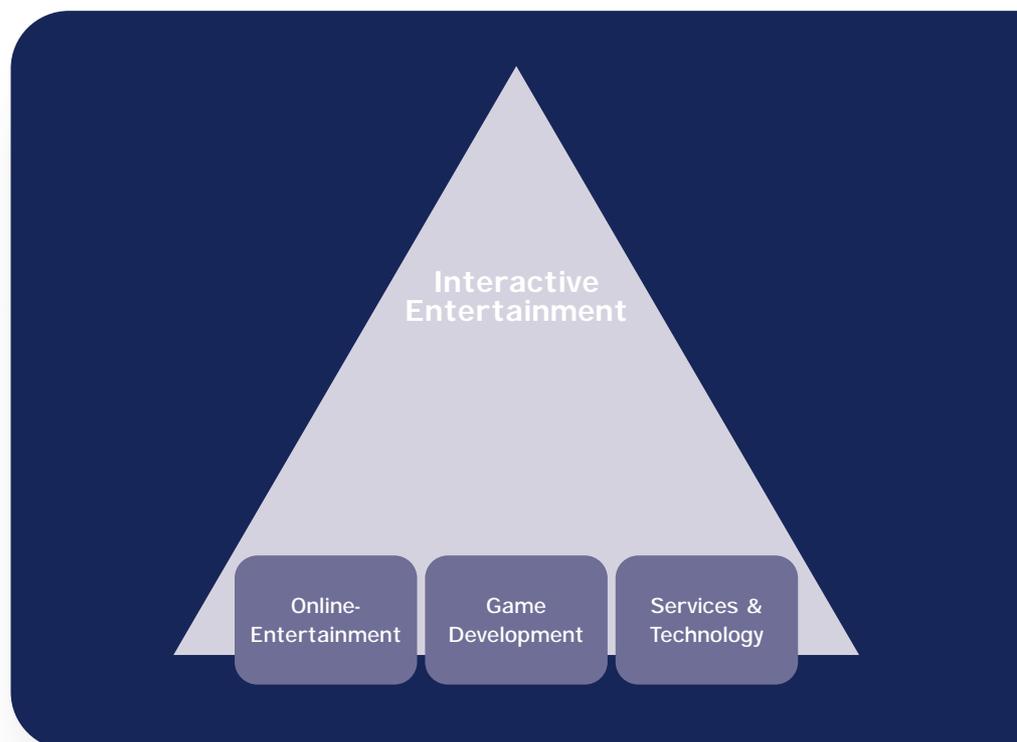
Phenomenia präsentiert sich künftig mit den drei Segmenten im Bereich des Interactive Entertainment:

Online Entertainment

Game Development

Services & Technology

An dieser Kompetenzgliederung orientiert sich auch die Unternehmensstrategie zur Gewinnung leistungsfähiger Partner über Akquisitionen und Kooperationen. Hier wurden erste beachtliche Vereinbarungen erreicht, mit denen das starke interne Wachstum ergänzt wird. Dazu gehört die Gewinnung zusätzlicher Kapazitäten und Kompetenzen, insbesondere in den Bereichen Entwicklung und Broadcast, gleichermaßen wie die Ausweitung des Portfolios an Produkten und Lizenzen.



Unternehmensaufbau Phenomenia 2000



# Unternehmensstrategie

Der wirtschaftliche Erfolg von Phenomedia basiert auf der Entwicklung kreativer Spielideen und deren attraktiver grafischer und technischer Umsetzung mit anschließender Verwertung durch Dritte. Ökonomisch gesehen hat sich die Phenomedia AG damit auf der äußerst rentablen und unverzichtbaren ersten Stufe der Wertschöpfungskette positioniert. Die produzierten Spiele, Softwaretechnologien und Charaktere werden dann an die Unternehmen der nachfolgenden Wertschöpfungsstufen – z. B. Publisher und Merchandiser – gegen die Zahlung von Lizenzgebühren weitergegeben. Über dieses Geschäftsmodell erzielt Phenomedia regelmäßig die hohen Margen, die für Unternehmen aus dem Entertainmentbereich typisch sind. Als Entwickler von Unterhaltungsinhalten ist die Phenomedia AG damit ein Unternehmen des dynamisch wachsenden Interactive Entertainment Marktes und direkt mit den Produzenten von Unterhaltungsangeboten für Film, Funk und Fernsehen zu vergleichen. Sie steht nicht im Wettbewerb zu klassischen Softwareunternehmen.



Im Zusammenwachsen der digitalen Unterhaltungsplattformen Internet, Television und Mobiltelefon erschließt sich die Phenomedia AG jetzt zudem mit ihren interaktiven Off- und Online-Kompetenzen umfassend die außerordentlichen Chancen des Interaktive Entertainment. Um hier im internationalen Rahmen bestehen und die vorhandenen Visionen umsetzen zu können, kommt es darauf an, die vorhandenen Fähigkeiten weiterzuentwickeln und durch entsprechendes Know-how aus dem Bereich Broadcast zu ergänzen.

Für Phenomedia stehen die Chancen gut, mit ihren Kernkompetenzen am starken Wachstum des Interactive Entertainment überproportional teilzunehmen, dabei eine starke Marktposition zu erreichen und ihr Geschäft zu internationalisieren. Dafür gibt es gute Gründe:

- Das rasante Anwachsen des Mitarbeiterstamms wird vom behutsamen Ausbau der organisatorischen Strukturen begleitet, die der Kreativität Raum zur Entfaltung lassen und zugleich kosteneffizientes Projektmanagement und zeitnahes Reporting ermöglichen.
- Die Anzahl der Produkte und Lizenzen wird durch vermehrte Eigenproduktionen und Unternehmensakquisitionen ständig erweitert. Dabei übernimmt die Phenomedia AG zum einen regelmäßig neben der für die Qualität grundlegenden Konzeption nur das finanziell lukrative Projektmanagement, während wesentliche Programmierleistungen kostengünstig zugeliefert werden. Zum anderen verfolgt das Unternehmen bei der Entwicklung eine Plattformstrategie, d.h. ähnlich dem Baukastenprinzip können bestimmte Module für verschiedene Endprodukte eingesetzt werden, ohne daß die Gleichartigkeit der Basisstruktur dem Konsumenten deutlich wird.
- Die kreative Arbeit wird von vorne herein so strukturiert, daß beispielsweise digital entwickelte Charaktere sofort so angelegt werden, daß sie über alle Unterhaltungsplattformen hinweg einsetzbar sind. Um hier zu optimalen Ergebnissen zu kommen, wurde beispielsweise mit der Berliner Hahn Film AG die Daywalker Studios GmbH gegründet.

- Bei der Auswahl der Partner für Kooperationen und bei Akquisitionen orientiert sich Phenomedia an der Gewinnung von Kreativität und Kompetenz wie auch von Produkten und Lizenzen, die in das eigene Geschäft integriert werden.

Insgesamt profitiert die Phenomedia AG davon, daß sie mit ihren Produkten selbst ein Bestandteil der Medienunterhaltung ist. Ihre Produkte verlangen Öffentlichkeit und erzielen Öffentlichkeit. Gleichzeitig machen sie die interaktiven Plattformen – derzeit im Internet und künftig auch im interaktiven Fernsehen – zu Marktplätzen mit starker Community-Bildung. Gerade in diesem Bereich spricht Phenomedia nicht von künftigen Perspektiven, sondern von erzielten Erfolgen. Bereits das systematisch aufgebaute Internet-Spiel Gnarf eroberte innerhalb kurzer Zeit und dabei dauerhaft eine große Fangemeinde. Der Gnarf wird derzeit über den Bertelsmann Game Channel gespielt. Sein Redesign steht bevor. Als erfolgreichstes deutsches Online-Only-Spiel im Free-Payment-Bereich hat er bereits richtungsweisend für die gesamte Branche gewirkt.

Die Online-Fortführung des Moorhuhnerfolgs über die mit der Bildzeitung und RTL in Deutschland sowie entsprechend validen Medienpartnern in Österreich und der Schweiz durchgeführten nationalen Moorhuhnmeisterschaften online hat bewiesen, daß sich gerade im Online-Spielebereich große Chancen für professionelles Marketing eröffnen. Bei der im April / Mai gelaufenen 1. Deutschen Moorhuhnmeisterschaft online beispielsweise wurden auf der Phenomedia-Domain [www.moorhuhn.de](http://www.moorhuhn.de) über eine feste Community von knapp einer Viertelmillion angemeldeter Spieler 30 Millionen Seitenkontakte erzielt.

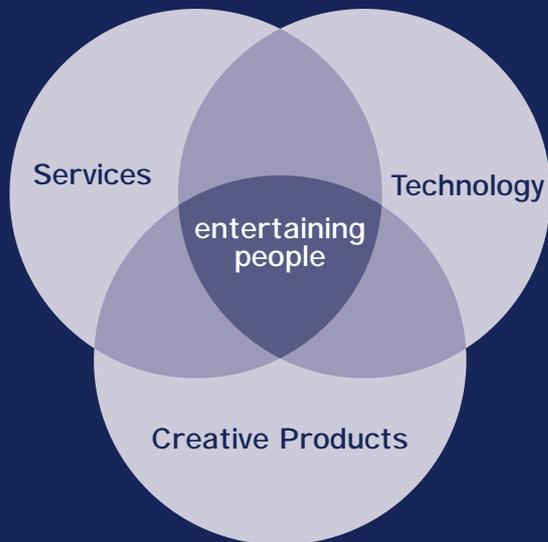




# Unternehmensstruktur

Im Zuge des Börsengangs wurden 1999 die Kompetenzen in den drei Geschäftsfeldern Creative Products, Technology und Services gebündelt. Die sich hieraus ergebenden Synergiepotentiale wurden intensiv genutzt. Das operative Geschäft wurde von jeweils

eigenständigen Tochtergesellschaften betrieben. Diese Struktur der Unternehmensgruppe gewährleistete die notwendige Marktnähe.



Unternehmensaufbau Phenomedia 1999

Die Phenomedia AG tritt über die zwei etablierten Marken (Labels) Art Department und Greenwood Entertainment am Markt auf. Beide haben schon Anfang der 90er Jahre mit ihren Produkten wesentlich zur Entwicklung des Marktes für Computerspiele in Deutschland beigetragen. Zur Unternehmensgruppe gehörten 1999 darüber hinaus die 100prozentigen Tochtergesellschaften Piranha Bytes Software GmbH (mit der Tochter codecult software research & development GmbH), die Better Day Communications Werbeagentur GmbH, die Effective Media ‚Agentur für Medienberatung GmbH‘

sowie die Ty-Phon Musicproductions & Publishing GmbH. Letztere wurde mittlerweile an die netrecord-z AG veräußert, an der die Phenomedia heute ebenfalls Anteile hält.

## Creative Products

Der Schwerpunkt des Geschäftsfelds Creative Products liegt in der Entwicklung von Full-Price-Spielen für den internationalen, Mid- und Low-Price-Spielen für den nationalen und den europäischen Markt und von Online-Spielen.

Im Bereich der **Full-Price-Computerspiele** wird sich die Piranha Bytes Software GmbH mit dem Projekt Gothic als eines der ersten deutschen Unternehmen auf dem Weltmarkt für Main-Stream-Computerspiele etablieren. Das Action Role Game hat schon im Vorfeld des im Sommer erfolgenden simultanen internationalen und nationalen Release in der Fachwelt für Furore gesorgt, zuletzt im Mai 2000 auf der weltgrößten Computerspielfachmesse E3 in Los Angeles. Neben der Lizenzzahlung für das Spiel durch den Egmont-Ehapa-Verlag wird Piranha Bytes über verkaufsabhängige Stücklizenzen am Markterfolg von Gothic partizipieren. Bereits vereinbarte Gothic-Comics, Gothic-Romane, Gothic-Actionfiguren und Gothic-Add-Ons machen die Tiefe der Wertschöpfung deutlich, die bis hin zum Merchandising reicht. Am Nachfolgespiel – Arbeitstitel: Zerberus – wird bereits intensiv gearbeitet.



Derzeit bemüht sich die Phenomedia AG erfolgreich, die Zahl der Entwicklerteams und der Produktentwicklungen in diesem Bereich zu steigern. Erste Akquisitionen von Unternehmen

mit sehr erfolversprechenden und nahezu fertigen Produkten sind mittlerweile erfolgreich abgeschlossen worden. Ein Beispiel für die digitale Umsetzung bekannter Kult-Charaktere als Auftragsarbeit ist der Werner-Fan-Racer, der im Herbst fertig sein wird.

Im Bereich der Mid-Price-Computerspiele und Low-Price-Computerspiele – Entwicklungsarbeit leisten hier die Marken Art Department und Greenwood Entertainment – wurden seit 1996 ca. 50 Produkte entwickelt und lizenziert, darunter beispielsweise mit SAT.1 (ran-Trainer, ran-Trainer 2, ran-Trainer 3, ran Soccer). Die mit Mercedes-Benz Nutzfahrzeuge entwickelte Wirtschaftssimulation „Der Planer“ wurde mehr als zwei Millionen Mal verkauft. Die nächste Version dieses Erfolgsspiels ist derzeit in der Konzeptionsphase. Erlöse werden bei solchen Spielen im Wege der Auftragsproduktion oder über Lizenzverwertung erzielt.

Bei den Online-Spielen hat die Phenomedia mit dem Gnarf und der Moorhuhnmeisterschaft online – die in Deutschland sowie auch in Österreich und der Schweiz ausgetragen wurde – europaweit Maßstäbe gesetzt. Das gilt sowohl für den Spielbereich wie auch für die mit den Spielen verbundenen Marketingmöglichkeiten. Unter der Federführung der Tochter Better Day Communications, die für die Online-Aktivitäten zuständig ist, entwickelt Phenomedia entsprechende Konzepte. Aktuell wurde mit Spielen wie „Rettet die Kühe“ ([www.milchland-bayern.de](http://www.milchland-bayern.de)) für die Landesvereinigung der Bayerischen Milchwirtschaft und dem Gratisspiel „Kick out“ für die Anti-Polio-Kampagne der UNICEF ([www.unicef.de](http://www.unicef.de)) gezeigt, daß mit attraktiven Online-Spielen auch sehr unterschiedliche Botschaften zu transportieren sind.



## Technology

Bei Computerspielen gewinnen sowohl die dreidimensionale Grafikdarstellung als auch die Entwicklungszeit als marktbestimmende Erfolgsfaktoren an Bedeutung. Die Vermarktung von Kinofilmen wird neben den üblichen Merchandisingprodukten zunehmend auch durch Videospiele unterstützt. Beispiel sind Computerspiele wie Star Trek oder Star Wars. Spiele-Entwickler brauchen in der Folge zunehmend fertige 3D-Engines über Lizenzen, weil ihnen die Zeit fehlt, sie spielbegleitend selbst zu entwickeln. Die codecult software research & development GmbH nutzt diesen Engpaß zur Entwicklung einer derartigen 3D-Engine für die internationalen Lizenzierungsmärkte wie auch für hausinterne Produktionen.

Diese 3D-Engine codecreatures wurde im Mai 2000 ausgesuchten Interessenten auf der amerikanischen Spielemesse E3 als innovatives Konkurrenzprodukt gegenüber den amerikanischen Marktführern vorgestellt. Ihre entscheidenden Vorteile liegen in der Fähigkeit, Kurven mit sogenannten NURBS-Tesselationsalgorithmen in Echtzeit zu berechnen. Das läßt Figuren wirklichkeitsgetreu erscheinen und ermöglicht eine realistischere Animation der Landschaften und Gegenstände sowie eine größere Offenheit bei der Entwicklung verschiedener Spielgenres. Die Verwendung einer Java-ähnlichen Skriptsprache eröffnet verbesserte Dokumentationsmöglichkeiten und erleichtert die Bedienung, da Modifikationen der Engine nicht im Quellcode programmiert werden müssen. Das macht Support- und Serviceleistungen nahezu entbehrlich und setzt neue Maßstäbe im Hinblick auf die Praktikabilität und Nutzerfreundlichkeit.



## Services



Im Geschäftsfeld Services sind insbesondere die Entwicklung von Werbespielen im Kundenauftrag und die Lokalisation von Computerspielen zusammengeführt.

Werbespiele werden kundenindividuell erstellt. Industrie, Handel, Dienstleister, Institutionen und Organisationen nutzen dieses extrem kontaktintensive Marketinginstrument zur Markenbildung und -stärkung wie auch für die Imagebildung. Bekannte Beispiele sind die Bi-Fi-Trilogie (Unilever), Captain Zins (Dresdner Bank AG), das Telekommando (Deutsche Telekom AG) und die DUNKLE SCHATTEN-Serie für das Bundesinnenministerium. Das hochprofitable Geschäft mit Werbespielen betreibt die Art Department. Die hohe Kundenzufriedenheit läßt sich schon daran ablesen, daß häufig mehrere Projekte für die gleichen Besteller entwickelt wurden. Zum absoluten Kultspiel in dieser Kategorie ist in den vergangenen Monaten die für Johnnie Walker entwickelte Moorhuhnjagd geworden. Als größter denkbarer spontaner Kreativitätsanstoß hat es nicht nur Millionen von PC-Nutzern in den Büros und zuhause bewegt, sondern zu einer unüberblickbaren Zahl von Fanpages im Internet geführt, auf denen sich junge Menschen mit Phantasie und zum Teil fast professioneller Kreativität mit dem Moorhuhn beschäftigen. Das Moorhuhn hat im übrigen auch die Grenzen für den Werbespielmarkt gesprengt. Mehr als 80 konkrete Anfragen nach derartigen Spielen liegen vor. Mit Ede Kowalski wurde beispielsweise ein kleines Spiel für einen Hersteller von elektronischen Sicherheitssystemen für Häuser entwickelt, das die Chancen der Internetverbreitung nutzt und die Promotion infolge des Medieninteresses von den Fesseln eines mittelständischen Werbeetats befreit.



Als Lokalisation von Computerspielen wird die Anpassung internationaler Spiele an das jeweilige länderspezifische Umfeld bezeichnet, wie es z.B. in der Filmindustrie seit langem praktiziert wird. Diese Übersetzungs- und Übertragungsleistung wird in der Phenomedia-Gruppe von der Effective Media ‚Agentur für Medienberatung‘ GmbH erbracht. Zum Komplettservice des Unternehmens gehört das Bearbeiten von Videosequenzen, gehören Sprachaufnahmen mit bekannten Synchronsprechern sowie insbesondere Übersetzungsarbeiten. Die Kernkompetenz liegt dabei in der Zusammenarbeit von Projektleitung, Programmierern und Übersetzern, die eine situationslogisch angemessene, muttersprachliche und kulturelle Umsetzung des Spieleinhalts sicherstellen. Für die international tätigen Publisher ist Effective Media ein bevorzugter Partner. Die Auftraggeber gehören zu den weltweit führenden Unternehmen der Unterhaltungsbranche, z.B. Activision (USA), Infogrames (Frankreich) oder GT Interactive (USA).



# Kooperationen und Akquisitionen

## Vor dem Börsengang

Mit dem Kauf der Gesellschaften Piranha Bytes Software GmbH und codecult research & development GmbH sowie Gründung der Tochtergesellschaft Ty-Phon Musicproductions & Publishing GmbH im Geschäftsjahr 1999, präsentierte sich die Phenomedia-Gruppe zum Börsengang mit einem umfassenden Leistungsspektrum als Full-Service-Anbieter von Produkten und Dienstleistungen im Markt für Entertainment-Software.

## Nach dem Börsengang

Die in den letzten Monaten vereinbarten Kooperationen und Akquisitionen stärken die Marktposition der Phenomedia AG deutlich. Sie sind wesentliche Stationen auf dem Weg zu einem führenden Content-Entwickler im Bereich des Interactive Entertainment. So werden beispielsweise digitale Charaktere der Phenomedia AG mit Hilfe des gemeinsam mit der Berliner Hahn Film AG gegründeten Kreativunternehmens Daywalker Studios GmbH künftig so angelegt, daß sie über alle medialen Plattformen hinweg eingesetzt werden können. Im Bereich Games Development wurden die Kapazitäten mit den Übernahmen der heart-line GmbH und der FUNATICS Development GmbH weiter ausgebaut. Diesem Ziel diente auch die Übernahme der deutsch-rumänischen LunaTech Informatics GmbH und die über die Daywalker Studios GmbH vorgenommene Gründung der deutsch-indischen Gesellschaft Shapre & Daywalker Studio India (Madras). Die Finanzierung der Akquisitionen erfolgt in der Regel über Phenomedia-Aktien, die mit langfristigen Lock-up-Fristen versehen sind. Das bindet zum einen die Keyplayer der Unternehmen in die Erfolgsgeschichte der Phenomedia mit ein. Und es schont zum anderen die Ressource Kapital, die renditeträchtig beispielsweise in vorlaufende Investitionen zur Spieleentwicklung gesteckt werden kann.

Projektbezogen stellt sich eine Reihe von Kooperationen mit qualifizierten Dienstleistern, großen Medienunternehmen und Institutionen dar, die allerdings alle erhebliches Zukunftspotential über die Projekte selbst hinaus haben. So hat die Lizenzvergabe hinsichtlich wichtiger Moorhuhnrechte an die Münchener RTV Family Entertainment AG die Basis für eine intensive wirtschaftliche Auswertung des Markenpotentials von Deutschlands Kulthuhn Nummer 1 gelegt und für ein großes Echo nicht nur in der Fachpresse gesorgt. In dieser Partnerschaft profitiert die Phenomedia über das Tagesgeschäft hinaus bei der Entwicklung von Strategien für den Merchandising- und TV-Bereich sowie bei der Entwicklung und Vermarktung von anspruchsvollen Charakteren.

Für den Medienbereich sei beispielhaft die im Zuge der 1. Deutschen Moorhuhnmeisterschaft online geknüpfte Kooperation mit RTL und dem Axel-Springer-Verlag sowie den jeweiligen Online-Bereichen der beiden Unternehmen genannt. Ähnliche Partnerschaften wurden ebenfalls in der Schweiz und Österreich erfolgreich praktiziert. Das Engagement der Phenomedia bei UNICEF, deren Kick-out-Polio-Kampagne von Phenomedia mit einem gleichnamigen Online-Geschicklichkeitsspiel unterstützt wird ([www.unicef.de](http://www.unicef.de)), belegt nicht nur die Bereitschaft von Phenomedia, sich über den eigentlichen Geschäftsbetrieb



hinaus zu engagieren, sondern auch das Interesse renommierter Organisationen an einer Unterstützung durch Phenomedia.

Dem Ziel der Online-Strategie der Phenomedia AG im Bereich des Gnarf – Aufbau eines weltweiten Gnarf-Ligensystems (World Wide Gnarf League-WWGL) – dient der Lizenzierungsvertrag mit dem amerikanischen Unternehmen Digital Addiction. Verbunden damit war ein fundamentaler erster Schritt in den amerikanischen Online-Spiele-Markt, der mit über 5 Millionen aktiven Online-Spielern der wichtigste und attraktivste Teilmarkt ist. Über den vertraglich fixierten Betrieb der Gnarf-Liga in den USA hinaus werden mit Digital Addiction weitergehende Möglichkeiten der Zusammenarbeit erörtert. Digital Addiction ist derzeit in den USA mit dem Online-Spiel Sanctum erfolgreich und entwickelt u. a. Online-Spiele für den Weltmarktführer Electronic Arts.



## Die Akquisitionen im einzelnen

- Mit der Gründung der gemeinsamen Firma **Daywalker Studios GmbH** durch die Phenomedia AG und die Hahn Film AG (Berlin) wird Spitzen-Know-how aus den beiden sich ideal ergänzenden Bereichen Zeichentrickfilm und Computerspiel zusammengeführt. Ziel der beiden jeweils hälftig beteiligten Partner ist die Entwicklung und Vermarktung von Konzepten – insbesondere von Charakteren – für Computerspiele, Internetdienstleistungen und Internetangebote sowie für Film- und Fernsehproduktionen und damit für einen enorm wachstumsstarken Markt. Durch die frühzeitige Erschließung dieses neuen Wachstumsmarktes werden für Phenomedia neue Ertragspotentiale entstehen. So kommt die Daywalker Studios GmbH der enormen Nachfrage nach immer neuen Inhalten elektronischer Unterhaltung seitens der Medien und Netzwerke entgegen, die absehbar und drastisch weiter zunehmen wird. Die Gründung der Daywalker Studios GmbH trägt zudem der fortschreitenden Integration der Branchen Unterhaltungssoftware und Medien Rechnung.
- Die Beteiligung an dem vor dem Börsengang stehenden Internet-Musik-Label **netrecord-z AG** (Düsseldorf) bindet die speziellen Chancen des Internet-Musikbereichs in die Zukunftsstrategie der Phenomedia AG mit ein. Phenomedia hat sich in einem ersten Schritt mit zehn Prozent an der netrecord-z AG ([www.netrecord-z.com](http://www.netrecord-z.com)) engagiert und hält eine Option auf den Erwerb weiterer 14,9 Prozent. Gleichzeitig wurde die bisherige Phenomedia-Tochter Ty-Phon Musicproductions & Publishing GmbH an die netrecord-z AG veräußert, um die Entertainmentkompetenz im Musikbereich dort zu bündeln. Die netrecord-z AG ist ein Musik-Label im Internet, das Trendmusik produziert und gegen Bezahlung über Download vertreibt. Weiterer Gesellschafter der netrecord-z AG ist die Deutsche Venture Capital Gesellschaft DVCG, Partnerunternehmen der Deutsche Bank AG. Im Zuge der Beteiligung an netrecord-z wechselte Stefan Heinemann – ausgewiesener Experte in der Musikbranche und bisher Vorstand der Phenomedia AG für Entwicklung und Kommunikation – zur netrecord-z AG, um dort als Vorstandsvorsitzender den Börsengang voranzuteiben.





- Mehr als 30 hochqualifizierte Fachleute auf dem engen Markt der Spielesoftware-entwickler hat sich Phenomedia mit der 100prozentigen Übernahme der deutsch-rumänischen Gesellschaft **LunaTech Informatics GmbH** gesichert. Neben dem eigenen Geschäft, das die neuen Phenomedia Spieleentwickler mitbringen, bedeuten sie eine willkommene Verstärkung bei der Bewältigung der durch den Moorhühnerfolg geradezu explosionsartig angewachsenen Nachfrage nach Phenomedia-Werbespiele.
  
- Mit dem Erwerb der Stimmenmehrheit von 51 Prozent der **FUNATICS Development GmbH** (Mülheim a.d. Ruhr) ist es der Phenomedia AG gelungen, sich eines der wenigen deutschen Spitzenentwicklerteams im Bereich der international ausgerichteten Vollpreisspiele (z.B. 1999 digitale Umsetzung des Brettspiels „Die Siedler von Catan“ für Ravensburger Interactive) zu sichern. Die 100prozentige Übernahme der Anteile erfolgt stufenweise. Zusammen mit der Phenomedia-Tochter Piranha Bytes wird das FUNATICS-Team das Unternehmensziel verwirklichen, im Segment der Vollpreisspiele regelmäßig national und international hochwertige Spiele anbieten zu können. Neben dem kurz vor dem Release stehenden Spiel „Cultures-Die Entdeckung Vinlands“, das bereits überaus erfolgreich bei der Spielwarenmesse in Nürnberg präsentiert wurde, bringt FUNATICS fertige Konzepte für weitere Spiele mit. Zu ihrer Umsetzungen ist eine Erweiterung des Entwicklerteams auf über 20 Leute bis Ende 2000 geplant.
  
- Der Zukauf der durch die Entwicklung des Kicker-Fußballmanagers bekanntgewordenen **heart-line GmbH** (Poing) führt zum weiteren Ausbau der Phenomedia in den Bereichen Games und digitales Sportentertainment. Die heart-line GmbH hat mit ihren beiden bisher veröffentlichten Fußballmanagern (Kurt – Februar 1999; Kicker – Oktober 1999) in der Fußball- wie in der Computerspiele-Fachwelt Furore gemacht. Renommierte Fachtitel bezeichnen den Kicker-Fußballmanager „als das derzeit innovativste Produkt seiner Zunft“, „die neue Genreferenz“, „cooler als die Bundesliga“, „Klassenbester“, „ohne Alternative“. Angesichts des enormen Echos wird Kicker 2 rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft 2000 in die Läden kommen. Gleichzeitig wird die Spielbarkeit auf weitere Plattformen ausgedehnt, insbesondere auf Konsole und als Online-Spiele für das Internet. Zudem läßt sich die entwickelte Plattform leicht für weitere Spiele und verwandte Sportarten abwandeln.
  
- Die Phenomedia-Tochter **Daywalker Studios GmbH** hat durch die Gründung einer deutsch-indischen Gemeinschaftsfirma die Basis erstklassiger Entwicklerteams weiter verbreitert. Bei dem indischen Partner, der Firma **Shapre** (Madras), handelt es sich um ein großes Informationstechnik-Unternehmen, das bereits Niederlassungen in den USA und Großbritannien unterhält. In dem Gemeinschaftsunternehmen **Shapre & Daywalker Studio India** (S.D.S.India) werden künftig Programme im Bereich 2-D und 3-D Animation sowie Flash-Animationen für den Online-Bereich hergestellt. Daywalker wird Fachkräfte aus dem Bereich Spiele-Design nach Indien schicken.

- Mit der 100prozentigen Übernahme der **Black Pencil AG** (Binningen/Schweiz) hat die Phenomedia AG den unangefochtenen Marktführer der Schweiz in der Entwicklung interaktiver TV-Unterhaltung über Telefonie-Computerspiele erworben. Damit verfügt die Phenomedia über zusätzliche hochprofitable Spieleformate, die seit Jahren zuverlässig Spitzenquoten im schweizerischen Fernsehen erreichen. Neben dem Gewinn an innovativem Know-how bedeutet der Kauf der Black Pencil AG, die künftig unter dem Namen **Phenomedia AG Switzerland** operiert, einen wichtigen Schritt bei der Internationalisierung des Phenomedia-Geschäfts. Die Gesellschaft wird noch in diesem Jahr einen siebenstelligen Gewinn zum Phenomedia-Erfolg beisteuern. Für die nächsten drei Jahre ist ein Umsatz von 10 Millionen Mark allein im Bereich der interaktiven TV-Unterhaltung geplant. Der bisherige Geschäftsführer von Black Pencil, Claude Cueni, wird als Verwaltungsrat den Erfolg der Phenomedia AG Schweiz mitbestimmen. Mit dem Autor Claude Cueni und Black Pencil sind zudem zahlreiche TV- und Filmdrehbücher verbunden, zuletzt beispielsweise die Serienbibeln für die RTL-Serien „Die Autobahnpolizei – Cobra 11“ und „Der Clown“. Die Fernsehkrimis des Unternehmens wurden mittlerweile in 11 Sprachen übersetzt und in 24 Ländern ausgestrahlt.



# Organe des Unternehmens

## Der Vorstand

Markus Scheer  
Vorsitzender des Vorstands

Dipl.-Oec. Dr. Achim Illner  
Vorstand Finanzen

## Der Aufsichtsrat

Univ.- Prof. Dr. Michael Nelles  
Lehrstuhl für Unternehmensfinanzierung und Banken,  
Universität Wuppertal,  
Vorsitzender

Dipl.-Kfm. Jörg Penner,  
Wirtschaftsprüfer und Steuerberater

Drs. Arnoud Jan Backer,  
Unternehmer

# Der Börsengang

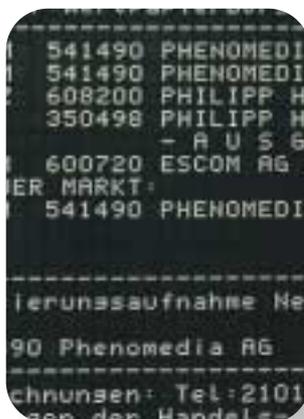
## Die Basis für weiteres Wachstum

Am 22. November 1999 wurde die Aktie der Phenomedia AG am Neuen Markt der Frankfurter Wertpapierbörse eingeführt. Das Bankenkonsortium setzte sich zusammen aus Konsortialführer Gontard & MetallBank, Co-Lead WGZ-Bank sowie Privatbank Delbrück und Net.IPO. Der Emissionserlös in Höhe von ca. 44 Millionen DM stellt für die Phenomedia-Gruppe die finanzielle Basis für ein nachhaltiges zukünftiges Wachstum sicher.

Die Unternehmensvision ist, die Phenomedia als führendes deutsches Unternehmen im Markt für Entertainmentsoftware zu etablieren. Dabei sollen der Emissionserlös und der Kapitalmarktzugang insbesondere auch dazu verwendet werden, externes Unternehmenswachstum zu realisieren. So wird der Emissionserlös teilweise zur Erweiterung des Produktportfolio und zum Aufbau von Vermarktungs- und Vertriebsstrukturen wie auch zur Weiterentwicklung der 3D-Engine-Technologie eingesetzt, was zu einem spürbaren internen Wachstumsschub führen dürfte.

Darüber hinaus werden die zugeflossenen Mittel für strategische Zukäufe von Gesellschaften aus der Gruppe der nationalen und internationalen Softwareentwickler und zum Aufbau der internationalen Aktivitäten verwendet. Außerdem hat Phenomedia begonnen, das bislang noch weitgehend unerschlossene, aber äußerst attraktive Merchandising-Geschäft zu forcieren. Auf der Grundlage erfolgreicher Spiele bzw. Spielfiguren wie dem Gnarf und dem Moorhuhn eröffnet sich hier ein zusätzliches Wachstumsfeld.

Der Börsengang selbst hat sich als eine einzigartige Qualifizierungsmaßnahme für die Phenomedia und ihre Mitarbeiter erwiesen. Human Resources, Produktqualitäten und Kunden- sowie Marktsituation – um wichtige Aspekte zu nennen – wurden systematisch bewertet, Schwächen konsequent reduziert, Stärken ausgebaut. Dieser Optimierungsprozeß hält an und wird vom Vorstand dynamisch gestaltet. Der Börsengang selbst wurde dabei schon im Vorfeld zu einem Medienereignis. Umfassende Marketingaktivitäten und ein großes Interesse der Presse sorgten für entsprechende Publizität. Im Ergebnis wurde die Bookbuildingspanne verkürzt und die Phenomedia AG als ein mittlerweile bundesweit bekanntes Unternehmen am 22. November 1999 an der Börse notiert.



## Das Medienecho

Schon im Vorfeld des Börsenganges gelang es, die Wirtschafts- und Finanzpresse und gleichzeitig auch die Computerspielfachpresse sowie die allgemeinen Zeitungen für die Phenomenia AG, ihre Produkte und Visionen zu interessieren. Dies gelang schwerpunktiert im Print- und im Online-Bereich. Aber auch das Fernsehen widmete Phenomenia-Produkten wie dem Gnarf und Gothic wertvolle Sendeminuten vor dem 22. November 1999.

Mit dem durch das Moorhuhn hervorgerufenen Interesse in den Medien wurden dann TV-Teams, Radioreporter und Vertreter der anderen Medien gerngesehene Dauergäste bei

Phenomenia. Mittlerweile hat auch die Auslands-  
presse Phenomenia als interessantes  
Unternehmen und Gesprächspartner ent-  
deckt. Trotz des enormen Andrangs gelang  
es stets, dem Informationsbedürfnis der  
Öffentlichkeit nachzukommen und das  
Interesse dauerhaft auf die für die Kommuni-  
kation der Phenomenia AG wichtigen Punkte  
zu lenken.

Die Phenomenia Hotline und die im Zuge der  
www.moorhuhn.de gebildete Internet-  
Redaktion trugen dazu bei, die in die  
mehrere Tausenden gehenden privaten  
Anfragen von Interessenten positiv zu  
beantworten.



# Investor Relations

## Im offenen Dialog

Der offene und regelmäßige Informationsaustausch mit den Aktionären, Finanzmärkten und potentiellen Anlegern hat für die Phenomedia AG höchste Priorität. Das gilt für die korrekte Kommunikation über das Instrument der Ad-hoc-Publizität gleichermaßen wie für die Roadshows, Pressekonferenzen, Presseerklärungen und Einzelgespräche. Über die Phenomedia-Domain [www.phenomedia.com](http://www.phenomedia.com) bemühen wir uns, umfassend und aktuell zu informieren. Dabei nehmen wir selbstverständlich auch das Echo der Presse und von Analysten mit auf. Beim bevorstehenden Relaunch der Phenomedia-Internetseiten wird die Phenomedia-Aktie noch deutlicher als bisher im Vordergrund stehen. Gleichzeitig wird die Produktpalette des Unternehmens leichter und konzentriert zugänglich gemacht.

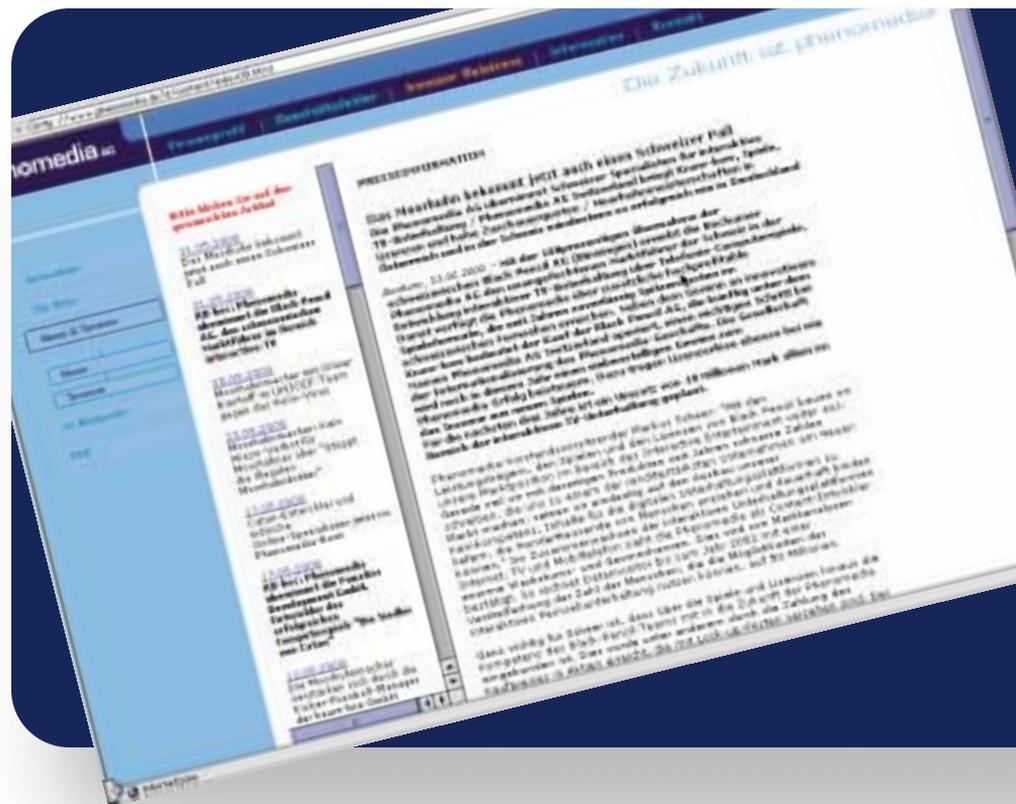
Das außergewöhnlich hohe Interesse an der Phenomedia in den Medien findet im Bereich der Kapitalanleger seine Entsprechung. Mehr als 1500 Interessenten wählten während des Börsengangs den Weg über die Hotline, um sich über das Unternehmen zu informieren. Auf zwei Roadshows in London wurde im Frühjahr das Interesse der deutschen Fonds an der Phenomedia-Aktie, mit denen bereits im Börsengang intensiv kommuniziert worden war, auch von internationaler Seite bestätigt. Die Phenomedia wird diesen Weg wie auch alle weiteren Informationsmöglichkeiten weiter intensiv zum Dialog über das Unternehmen, über seine Visionen und Zahlen nutzen.

## Die Phenomedia-Aktie

### Die Phenomedia-Aktie am Neuen Markt

Die Phenomedia-Aktie wurde am 22. November 1999 am Neuen Markt (WKN 541 490) eingeführt. In der Zeit vom 17.-19. November 1999 war für die Aktien eine Bookbuildingspanne von 18,5-22,5 Euro festgesetzt worden. Auf Grund der hohen Nachfragen der Investoren wurde der Emissionspreis mit 22,5 Euro auf das obere Ende der Zeichnungsspanne festgelegt.

Im Zuge des IPO wurde das gezeichnete Kapital der Phenomedia AG von 3,2 auf 4,2 Millionen Euro erhöht. Das Grundkapital ist eingeteilt in 4,2 Millionen auf den Inhaber lautende Stückaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von jeweils 1,00 Euro. Die Phenomedia-Aktie trägt im Neuen Markt das Kürzel PNM. Designated Sponsors sind die Gontard & MetallBank und die WGZ Bank.



## Gewinnverwendung

Im abgelaufenen Geschäftsjahr belief sich der Gewinn auf 0,41 Euro pro Aktie. Im Hinblick auf die vom Management der Phenomedia AG identifizierten Investitionsmöglichkeiten, die ein außerordentlich hohes Wertsteigerungspotential in sich bergen, schlagen Aufsichtsrat und Vorstand der Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 1999 die vollständige Thesaurierung des Gewinns vor.

## Die erste Entertainment-Softwareaktie am Neuen Markt

Die Phenomedia-Aktie ist die erste Entertainmentsoftwareaktie am Neuen Markt. Der Börsenkurs entwickelt sich seit dem Börsengang außergewöhnlich erfolgreich. Er kletterte im Februar 2000 in der Spitze bis auf 96,00 Euro. Das entspricht einem Plus von 326 Prozent im Verhältnis zum Ausgabekurs. Mit dem allgemeinen Nachgeben des Marktes notierte auch die Phenomedia-Aktie unter diesem Höchststand. Unsere Investoren sind von Strategie, Produkten, Management und Mitarbeitern des Unternehmens, das seit 3 Jahren sehr dynamisch wächst, überzeugt und handeln dementsprechend. Auch in Zukunft werden

wir den erfolgreich eingeschlagenen Weg konsequent fortsetzen mit dem Ziel, einer der führenden Anbieter von Unterhaltungsformaten im Markt für Interactive Entertainment zu werden. Im Geschäftsjahr 1999 wurden dazu wichtige Schritte eingeleitet.

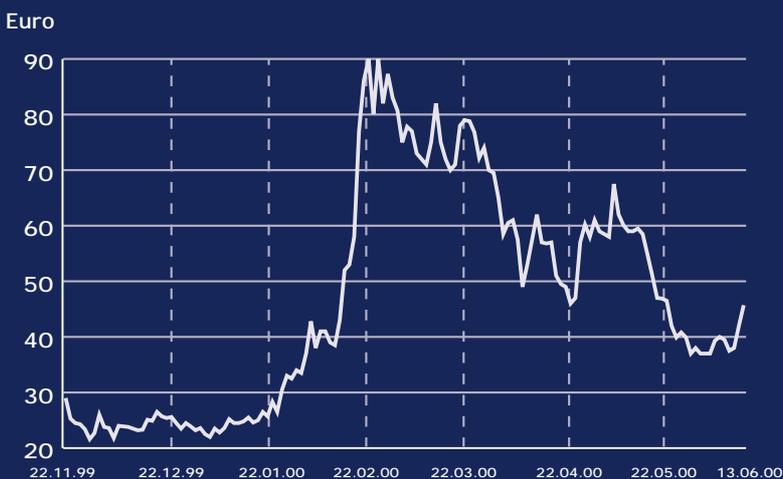
### Die Phenomedia-Aktie – ein erfolgversprechendes Investment

Phenomedia besitzt alle wesentlichen Voraussetzungen für eine erfolgreiche Unternehmensentwicklung. Dies wird sich auch im künftigen Kursverlauf der Aktie widerspiegeln.

Argumente für ein Investment in die Phenomedia-Aktie:

- Sehr erfolgreiche Content-Produkte:  
z.B. Moorhuhn und Gnarf
- Überzeugende Internet-Strategie
- Hervorragende Kombination von Kompetenzen für den Zukunftsmarkt des Interactive Entertainment
- Bereits heute ist Phenomedia eines der profitabelsten Unternehmen (35 Prozent EBIT-Marge im Geschäftsjahr 1999) am Neuen Markt
- Das starke Wachstum der Jahre 1997 bis 1999 wird sich auch in den nächsten Jahren fortsetzen.

### Kursverlauf Phenomedia Aktie



### Phenomedia Aktie\* und NEMAX-All-Share\* im Vergleich



\*) Werte indiziert: 22.11.1999 = 100%

Jahresabschluß  
der Phenomedia AG nach HGB

Bilanz der Phenomedia AG, Bochum  
zum 31. Dezember 1999 nach HGB

## Aktiva

	31.12.1999		31.12.1998	
	DM	DM	DM	DM
<b>A Anlagevermögen</b>				
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>				
1. Gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	584.229,30		411.667,04	
2. Geleistete Anzahlungen	<u>0,00</u>	584.229,30	<u>546.600,66</u>	958.267,70
<b>II. Sachanlagen</b>				
Betriebs- und Geschäftsausstattung		236.770,00		28.091,00
<b>III. Finanzanlagen</b>				
Anteile an verbundenen Unternehmen		<u>412.104,74</u>		<u>504.205,82</u>
		1.233.104,04		1.490.564,52
<b>B. Umlaufvermögen</b>				
<b>I. Vorräte</b>				
1. Waren	298.975,94		66.334,80	
2. Geleistete Anzahlungen	<u>1.108.727,16</u>	1.407.703,10	<u>21.894,78</u>	88.229,58
<b>II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände</b>				
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	4.517.855,35		134.395,09	
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	2.397.366,34		82.059,21	
3. Sonstige Vermögensgegenstände	<u>555.787,93</u>	7.471.009,62	<u>76.759,55</u>	293.213,85
<b>III. Wertpapiere</b>				
Sonstige Wertpapiere		3.191.260,61		0,00
<b>IV. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten</b>		<u>43.197.279,58</u>		<u>327.751,37</u>
		55.267.252,91		709.194,80
<b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>		22.008,65		2.500,00
		<u>56.522.365,60</u>		<u>2.202.259,32</u>

## Passiva

	31.12.1999		31.12.1998	
	DM	DM	DM	DM
<b>A. Eigenkapital</b>				
I. Gezeichnetes Kapital (EUR 4.200.000)		8.214.486,00		50.000,00
II. Zur Durchführung der beschlossenen Kapitalerhöhungen geleistete Einlagen		0,00		950.000,00
III. Kapitalrücklage		46.156.121,14		0,00
IV. Gewinnvortrag (i. Vj. Verlustvortrag)		107.720,89		-4.274.782,17
V. Jahresüberschuß		<u>187.395,27</u>		<u>4.382.503,06</u>
		<b>54.665.723,30</b>		<b>1.107.720,89</b>
<b>B. Rückstellungen</b>				
1. Steuerrückstellungen	81.288,82		107.363,15	
2. Sonstige Rückstellungen	<u>195.076,32</u>	<u>276.365,14</u>	<u>173.951,81</u>	<u>281.314,96</u>
<b>C. Verbindlichkeiten</b>				
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	0,00		93.622,44	
2. Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	96.000,00		120.000,00	
3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	405.455,41		196.103,93	
4. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	513.638,20		92.426,85	
5. Sonstige Verbindlichkeiten	565.183,55		311.070,25	
– davon aus Steuern DM 306.120,12 (i. Vj. DM 80.571,98) –				
– davon im Rahmen der sozialen Sicherheit DM 20.048,57 (i. Vj. DM 2.311,29) –				
		<u>1.580.277,16</u>		<u>813.223,47</u>
		<b><u>56.522.365,60</u></b>		<b><u>2.202.259,32</u></b>

Gewinn- und Verlustrechnung der Phenomedia AG, Bochum,  
für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 1999

	31.12.1999		31.12.1998	
	DM	DM	DM	DM
1. Umsatzerlöse		5.198.771,09		3.275.227,86
2. Sonstige betriebliche Erträge		425.937,99		147.252,41
3. Materialaufwand				
a) Aufwendungen für Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren		-52.330,05		-214.529,74
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen		<u>-906.064,17</u>		<u>-495.400,18</u>
4. Personalaufwand				
a) Gehälter		-535.428,83		-280.546,56
b) Soziale Abgaben		<u>-57.336,25</u>		<u>-30.540,38</u>
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögens- gegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		-1.026.682,44		-656.519,13
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen		-1.456.561,91		-570.632,33
7. Erträge aus Beteiligungen		281.518,57		0,00
– davon aus verbundenen Unternehmen DM 281.518,57 –				
8. Erträge aus Gewinnabführungsverträgen		474.950,61		38.092,17
– davon aus verbundenen Unternehmen DM 474.950,61 (i. Vj. DM 38.092,17) –				
9. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		166.581,87		7.196,00
– davon aus verbundenen Unternehmen DM 2.768,47 –				
10. Zinsen und ähnliche Aufwundunge		<u>-73.804,94</u>		<u>-20.475,72</u>
– davon an verbundene Unternehmen DM 4.873,42 –				
11. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit		2.439.551,54		1.199.124,40
12. Außerordentliche Erträge		0,00		3.267.768,54
13. Außerordentliche Aufwendungen		<u>-2.080.566,66</u>		<u>0,00</u>
14. Außerordentliches Ergebnis		<u>-2.080.566,66</u>		<u>3.267.768,54</u>
15. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		-176.699,07		-80.645,98
16. Erstattete sonstige Steuern (i. Vj. Sonstige Steuern)		<u>5.109,46</u>		<u>-3.743,90</u>
17. Jahresüberschuß		187.395,27		4.382.503,06
18. Gewinnvortrag (i. Vj. Verlustvortrag) aus dem Vorjahr		107.720,89		-4.274.782,17
19. Bilanzgewinn		<u>295.116,16</u>		<u>107.720,89</u>

## Anhang der Phenomedia AG, Bochum, für das Geschäftsjahr 1999

### A. Vorbemerkungen

Der Jahresabschluss der Phenomedia AG, Bochum, wurde nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuches (HGB) und des Aktiengesetzbuches (AktG) aufgestellt.

Die Gesellschaft gilt als große Kapitalgesellschaft i.S.d. § 267 Abs. 3 Satz 2 HGB.

### B. Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Entgeltlich von Dritten erworbene immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens werden zu Anschaffungskosten aktiviert und grundsätzlich über 2 Jahre linear, entsprechend ihrer voraussichtlichen wirtschaftlichen Nutzungsdauer, abgeschrieben.

Für entgeltlich erworbene Rechte an Computerspielen beträgt die Nutzungsdauer 15 Monate ab dem Zeitpunkt der Veröffentlichung, wobei in den ersten 3 Monaten Nutzung grundsätzlich bereits 50% der Anschaffungskosten abgeschrieben werden. Niedrigere Werte werden angesetzt, wenn besondere Umstände vorliegen.

Sachanlagen werden zu Anschaffungskosten, vermindert um planmäßige lineare Abschreibungen, angesetzt. Die Abschreibungen bei der Betriebs- und Geschäftsausstattung werden grundsätzlich über eine Nutzungsdauer von 3 bis 8 Jahren vorgenommen. Auf Zugänge im beweglichen Sachanlagevermögen im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres wird der volle, für Zugänge im zweiten Halbjahr der halbe Abschreibungssatz verrechnet. Geringwertige Wirtschaftsgüter im Einzelanschaffungspreis bis einschließlich DM 800,00 werden im Jahr der Anschaffung voll abgeschrieben.

Die Finanzanlagen werden grundsätzlich zu Anschaffungskosten bewertet.

Die Vorräte werden mit den Anschaffungskosten bzw. mit dem am Bilanzstichtag niedrigeren Wert bewertet.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände werden grundsätzlich mit dem Nennwert angesetzt. Allgemeine Risiken sind durch eine Pauschalwertberichtigung gedeckt.

Die Rückstellungen werden in Höhe des Betrages angesetzt, der nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendig ist.

Verbindlichkeiten werden mit dem Rückzahlungsbetrag angesetzt.

### C. Erläuterungen zu einzelnen Posten der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung

#### 1. Anlagevermögen

Die Entwicklung der immateriellen Vermögensgegenstände, Sach- und Finanzanlagen ergibt sich im einzelnen aus dem nachfolgenden Anlagenspiegel:

Entwicklung des Anlagevermögens der Phenomedia AG, Bochum, im Geschäftsjahr 1999  
(erweiterte Bruttodarstellung)

	1.1.1999	Zugänge	Umbuchungen	Abgänge	Anschaffungskosten 31.12.1999
	DM	DM	DM	DM	DM
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>					
1. Gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	2.853.018,05	1.131.679,60	23.500,00	2.754.255,55	1.253.942,10
2. Geleistete Anzahlungen	586.727,90	0,00	-23.500,00	563.227,90	0,00
	<u>3.439.745,95</u>	<u>1.131.679,60</u>	<u>0,00</u>	<u>3.317.483,45</u>	<u>1.253.942,10</u>
<b>II. Sachanlagen</b>					
Betriebs- und Geschäftsausstattung	221.601,97	298.806,10	0,00	59.871,74	460.536,33
<b>III. Finanzanlagen</b>					
Anteile an verbundenen Unternehmen	504.205,82	98.895,75	0,00	190.996,83	412.104,74
	<u>4.165.553,74</u>	<u>1.529.381,45</u>	<u>0,00</u>	<u>3.568.352,02</u>	<u>2.126.583,17</u>

1.1.1999	Zugänge	Abschreibungen		31.12.1999	31.12.1999	Nettobuchwerte
		Abgänge				
DM	DM	DM		DM	DM	DM
2.441.351,01	948.936,34	2.720.574,55		669.712,80	584.229,30	411.667,04
40.127,24	0,00	40.127,24		0,00	0,00	546.600,66
2.481.478,25	948.936,34	2.760.701,79		669.712,80	584.229,30	958.267,70
193.510,97	77.746,10	47.490,74		223.766,33	236.770,00	28.091,00
0,00	0,00	0,00		0,00	412.104,74	504.205,82
2.674.989,22	1.026.682,44	2.808.192,53		893.479,13	1.233.104,04	1.490.564,52

Zum 31. Dezember 1999 setzt sich der Anteilsbesitz der Gesellschaft wie folgt zusammen:

Name	Anteil am Kapital %	Eigenkapital DM	Ergebnis des letzten Geschäftsjahres DM
Effective Media `Agentur für Medienberatung` GmbH, Bochum	100	150.000,00	230.792,15 <sup>1)</sup>
Better Day Communications Werbeagentur GmbH, Bochum	100	50.000,00	134.579,24 <sup>1)</sup>
Ty-Phon Musicproductions & Publishing GmbH, Bochum	100	48.895,75	108.547,30 <sup>1)</sup>
Piranha Bytes Software GmbH, Bochum	100	222.268,10	312.569,47
codecult software research & development GmbH, Bochum	100	51.047,16	-24.795,06 <sup>1)</sup>

1) Es handelt sich um Ergebnisse vor Gewinnabführung bzw. Verlustausgleich.

## 2. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

Die zum Bilanzstichtag ausgewiesenen Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände sind innerhalb eines Jahres fällig.

## 3. Eigenkapital

Die Phenomedia AG ist durch formwechselnde Umwandlung aus der Art Department Werbeagentur GmbH hervorgegangen. Die Gesellschafterversammlung der Rechtsvorgängerin, der Art Department Werbeagentur GmbH, vom 12. Oktober 1999 hatte beschlossen, das seinerzeitige Stammkapital entsprechend dem amtlichen Umrechnungskurs (€ 1,00 = DM 1,95583) von DM auf Euro umzustellen. Das Stammkapital betrug danach € 511.291,88. Weiterhin wurde beschlossen, das Stammkapital von € 511.291,88 um insgesamt € 1.708,12 durch Aufstockung der Geschäftsanteile auf € 513.000,00 zu erhöhen. Die Kapitalerhöhung und ihre Durchführung wurden am 21. Oktober 1999 in das Handelsregister beim Amtsgericht Bochum eingetragen.

Durch Gesellschafterbeschuß vom 9. Juli 1999 bzw. 12. Oktober 1999 zur formwechselnden Umwandlung in die Phenomedia AG wurde das bisherige Stammkapital der Art Department Werbeagentur GmbH zum Grundkapital der Phenomedia AG. Dieses Grundkapital war eingeteilt in 513.000 Stück auf den Inhaber lautende Aktien.

Schließlich hat die außerordentliche Hauptversammlung der Gesellschaft am 25. Oktober 1999 u.a. beschlossen, das Grundkapital der Gesellschaft gegen Bareinlagen von € 513.000,00 um € 3.687.000,00 auf € 4.200.000,00 durch Ausgabe von 3.687.000 neuen auf den Inhaber lautende Stückaktien zu erhöhen.

Während 2.376.000 der neuen Aktien zum Ausgabebetrag von € 1,00 je Aktie an die bisherigen Aktionäre ausgegeben wurden, sind insgesamt 311.000 Aktien zum Ausgabebetrag von € 7,75 an im Kapitalerhöhungsbeschuß näher bezeichnete Personen und Gesellschaften sowie 1.000.000 Aktien zum Ausgabebetrag von € 1,00 an ein Bankenkonsortium mit der Verpflichtung ausgegeben worden, diese im Rahmen eines öffentlichen Kaufangebotes Anlegern zum Kauf anzubieten und einen Plazierungsmehrpriß abzüglich etwaiger Gebühren und Provisionen an die Gesellschaft als nachträgliches Aufgeld abzuführen.

Das im Rahmen der Kapitalerhöhung insgesamt erzielte Aufgeld in Höhe von DM 46.156.121,14 ist gemäß § 272 Abs. 2 Nr. 1 HGB in die Kapitalrücklage der Gesellschaft eingestellt worden.

Sämtliche neuen Aktien sind ab dem 1. Januar 1999 gewinnberechtigt. Die Kapitalerhöhung und ihre Durchführung sind am 10. November 1999 in das Handelsregister beim Amtsgericht Bochum eingetragen worden.

Weiterhin wurde in der außerordentlichen Hauptversammlung vom 25. Oktober 1999 die Schaffung eines genehmigten Kapitals beschlossen. Der Vorstand ist danach berechtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates das Grundkapital der Gesellschaft in der Zeit bis zum 30. September 2004 einmalig oder in Teilbeträgen um insgesamt bis zu € 2.100.000,00 durch Ausgabe neuer Aktien gegen Sach- und/oder Bar-einlagen zu erhöhen.

Schließlich hat die außerordentliche Hauptversammlung der Gesellschaft vom 12. November 1999 die bedingte Erhöhung des Grundkapitals um einen Betrag bis zu € 420.000,00 beschlossen. Diese bedingte Kapitalerhöhung soll der Gewährung von Bezugsrechten im Sinne von § 192 Abs. 2 Nr. 3 AktG dienen. Bezugsberechtigt sind die Mitglieder des Vorstandes der Phenomedia AG, die Arbeitnehmer der Phenomedia AG sowie die Geschäftsführungen und Arbeitnehmer derjenigen Gesellschaften, an denen die Phenomedia AG unmittelbar oder mittelbar mehrheitlich beteiligt ist. Einzelheiten sind in einem Mitarbeiterbeteiligungsprogramm geregelt. Insgesamt stehen 420.000 Aktienkaufoptionen zur Verfügung. Diese Aktienkaufoptionen sind den Mitarbeitern in einem Zeitraum von vier Wochen vor der ersten Börsennotierung angeboten worden und werden über einen Zeitraum von maximal fünf Jahren fällig. Die Wartezeit für die erstmalige Ausübung der Bezugsrechte beträgt zwei Jahre. Innerhalb der ersten drei Jahre nach Ausgabe der Aktienkaufoptionen dürfen maximal 50%, innerhalb der ersten vier Jahre nach Ausgabe dürfen maximal 75% der Aktienkaufoptionen ausgeübt werden.

#### 4. Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen betreffen insbesondere ausstehende Eingangsrechnungen, Jahresabschluss- sowie Rechts- und Beratungskosten.

#### 5. Verbindlichkeiten

Die in der Bilanz ausgewiesenen Verbindlichkeiten sind innerhalb eines Jahres fällig.

Die Verbindlichkeiten enthalten keine Posten, die durch Pfandrechte oder ähnliche Rechte besichert sind.

#### 6. Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse des Geschäftsjahres 1999 betreffen zu rund 85% Erlöse aus dem Verkauf von Computerspielen und darüber hinaus insbesondere Dienstleistungserlöse.

#### 7. Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge beinhalten neben Erträgen aus Weiterbelastungen u.a. Erträge aus Anlageabgang. Erträge in Höhe von DM 225.929,85 sind früheren Geschäftsjahren zuzuordnen.

#### 8. Außerordentliches Ergebnis

Bei den außerordentlichen Aufwendungen des Geschäftsjahres 1999 handelt es sich um Aufwendungen, die in unmittelbarem Zusammenhang mit der zum Ende des Geschäftsjahres erfolgten Börseneinführung stehen.

Die außerordentlichen Erträge des Vorjahres betreffen im wesentlichen Erträge aufgrund des Forderungsverzichtes von Gesellschaftern. Auf die zunächst bestehende auflösende Bedingung einer Besserungsklausel ist seitens der Gesellschafter in 1999 verzichtet worden.

## D. Sonstige Angaben

### 1. Mitarbeiter

Die Gesellschaft beschäftigte im Geschäftsjahr 1999 durchschnittlich 8 Angestellte.

### 2. Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Die Verpflichtungen aus Miet- und Leasingverträgen werden mit der Summe der bis zum frühesten Kündigungstermin anfallenden Beträge ausgewiesen. Sie betragen zum 31. Dezember 1999 TDM 419. Das Bestellobligo für Investitionen bewegt sich im üblichen Rahmen.

### 3. Angaben zu den Organen der Gesellschaft

Dem Vorstand der Gesellschaft gehörten im Geschäftsjahr 1999 an die Herren:

Markus Scheer (Kaufmann), Vorsitzender, Hattingen,  
Stefan Heinemann (Kaufmann), Essen,  
Dr. Achim Illner (Kaufmann), Essen.

Die Bestellung der Vorstände Markus Scheer und Stefan Heinemann erfolgte durch Beschluß des Aufsichtsrates der Gesellschaft vom 9. Juli 1999, die Bestellung von Herrn Dr. Achim Illner durch Beschluß des Aufsichtsrates der Gesellschaft vom 6. Oktober 1999.

Vor der am 9. Juli 1999 beschlossenen formwechselnden Umwandlung der Art Department Werbeagentur GmbH in die Phenomedia AG war Herr Markus Scheer alleiniger Geschäftsführer der Art Department Werbeagentur GmbH.

Die für die Tätigkeit des Vorstandes im Geschäftsjahr 1999 gewährten Gesamtbezüge betragen TDM 80.

Dem Aufsichtsrat der Gesellschaft gehörten im Geschäftsjahr 1999 an die Herren:

Univ.-Prof. Dr. Michael Nelles (Privatdozent), Vorsitzender, Essen,  
Drs. Arnoud Jan Backer (Kaufmann), Brasschaat/Belgien,  
Jörg Penner (Wirtschaftsprüfer/Steuerberater), Düsseldorf.

Die Bestellung des Aufsichtsrates erfolgte aus Anlaß der am 9. Juli 1999 beschlossenen Umwandlung der früheren Art Department Werbeagentur GmbH in die Phenomedia AG.

Die für die Tätigkeit des Aufsichtsrates im Geschäftsjahr 1999 gewährten Gesamtbezüge betragen TDM 39.

#### 4. Konzernabschluss

Die Phenomedia AG stellt unter Einbeziehung ihrer Tochterunternehmen einen Konzernabschluß für den größten Kreis von Unternehmen auf. Hinterlegungsort ist das Handelsregister Bochum unter der Nr. 14 HRB 6556.

Bochum, den 9. März 2000

Der Vorstand

## Lagebericht der Phenomedia AG, Bochum, für das Geschäftsjahr 1999

### 1. Darstellung der Geschäftstätigkeit

#### a) Überblick

Die Phenomedia AG, Bochum, erstellt kreative Produkte im Markt für Entertainment-Software. Computerspiele haben während der letzten Jahre deutlich an inhaltlicher und technischer Qualität gewonnen und etablieren sich in zunehmenden Maße als fester Bestandteil der Freizeitkultur. Die Wertschöpfungskette eines Computerspiels umfaßt allgemein Entwicklung, Vermarktung (Publishing) und Distribution. Die Phenomedia AG ist in dieser Wertschöpfungskette eindeutig auf der ersten Stufe, d.h. als Entwickler, positioniert.

#### b) Unternehmensentwicklung

##### Geschäftsverlauf 1999

Die Phenomedia AG hat im abgelaufenen Geschäftsjahr 1999 einen Umsatz in Höhe von TDM 5.199 erzielt. Der Umsatz des Geschäftsjahres 1998 betrug TDM 3.275. Dies entspricht einer Steigerung von 59%, die auf höhere Lizenzeinnahmen und den Verkauf des Computerspiels Blow Your Planet zurückzuführen ist.

Die Erträge aus Beteiligungen und Gewinnabführungsverträgen betragen im Geschäftsjahr 1999 TDM 756. Im Vorjahr betrug das Beteiligungsergebnis lediglich TDM 38. Dies läßt sich aus den Zukäufen der Unternehmen Piranha Bytes Software GmbH und codecult software research & development GmbH sowie der Neugründung der Ty-Phon Musicproduction & Publishing GmbH erklären.

Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit im Geschäftsjahr 1999 beträgt rd. TDM 2.440. Dies entspricht im Vergleich zum Geschäftsjahr 1998, das mit einem Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit von TDM 1.199 abgeschlossen wurde, einer Steigerung um 104%. Der Anstieg resultiert aus einem höheren Betriebsergebnis sowie aus höheren Beteiligungserträgen.

Aus dem im vierten Quartal 1999 erfolgten Börsengang ergab sich ein außerordentlicher Aufwand in Höhe von TDM 2.081, der das Jahresergebnis maßgeblich belastet hat.

##### Geschäftstätigkeit der Phenomedia AG

Die Phenomedia AG übernimmt innerhalb des Konzerns sowohl eine operative als auch eine Managementholding-Funktion. Gegenstand der operativen Geschäftstätigkeit ist die Erstellung und Lizenzierung von Low- und Mid-Price-Spielen sowie die Entwicklung von Werbesoftware.

Mid-Price-Computerspiele (durchschnittlicher Endverbraucherabgabepreis: ca. DM 45,00) und Low-Price-Computerspiele (durchschnittlicher Endverbraucherabgabepreis: unter DM 30,00) zeichnen sich durch kompakte, optisch ansprechende Spielkonzepte mit breiter Lauffähigkeit aus. Im Geschäftsjahr 1999 wurden ca. 10 Produkte entwickelt und lizenziert. Die Art Department Werbeagentur GmbH wurde 1993 mit der zu diesem Zeitpunkt innovativen Geschäftsidee gegründet, Werbesoftware im Kundenauftrag zu entwickeln. Werbespiele schaffen durch ihren Entertainmentcharakter und die zeitgemäße Form des Transports von Inhalten eine besondere Kommunikationsplattform. Damit wird es z.B. für Markenartikelhersteller oder öffentliche Institutionen möglich, qualifizierte Zielgruppenkontakte zu generieren. Zu den Kunden der Phenomedia AG gehören zahlreiche namhafte Großunternehmen.

Als Managementholding gibt die Phenomedia AG die strategische Ausrichtung des Konzerns vor. Des weiteren unterstützt sie ihre Tochtergesellschaften in den Bereichen Administration, Finanzen, Marketing und Vertrieb.

## Börsengang

Am 22. November 1999 wurde die Aktie der Phenomedia AG in den Neuen Markt an der Frankfurter Börse eingeführt. Das Bankenkon-sortium setzte sich aus Konsortialführer Gontard & MetallBank, Co-Lead WGZ-Bank sowie Privatbank Delbrück und Net.IPO zusammen.

Der Emmisionserlös in Höhe von ca. DM 44 Mio. stellt für die Phenomedia AG die finanzielle Basis für ein nachhaltiges zukünftiges internes und externes Wachstum sicher. Im Vorfeld des Börsengangs wurde das Kapital von € 513.000 auf € 4.200.000 erhöht. Durch die Plazie- rung der Aktien am Neuen Markt ergab sich ein Agio von DM 46 Mio., welches in die Kapitalrücklage eingestellt wurde.

## 2. Branchenentwicklung

Der Markt für Entertainment-Software hat sich allein in Deutschland zwischen 1995 und 1998 bei einem durchschnittlichen jährlichen Wachstum von ca. 50% auf ein Volumen von DM 2,9 Mrd. ( Quelle: Verband der Unterhaltungssoftware Deutschland, 1998) mehr als verdreifacht. Aufgrund unterschiedlicher Wachstumsraten bei Offline- und Online-Produkten muß bei der Analyse der Absatzpotentiale die Markt- und Wettbewerbssituation differenziert beurteilt werden.

Im für die Phenomedia AG relevanten Segment der Offline-Games kann in den nächsten Jahren gemäß einer unabhängigen Studie von Datamonitor von einem weltweiten Marktwachstum von ca. 15% p.a. ausgegangen werden. Das kumulierte weltweite Volumen des Offline-Marktes mit den Produktplattformen PC-CD-ROM, Konsole und Gameboy kann für 1999 mit ca. 10 Mrd. US-\$ angegeben werden.

In der seit etwa 15 Jahren bestehenden Branche der Entertainment-Softwareindustrie haben in den letzten Jahren Konzentrations- prozesse eingesetzt, die sich nach Auffassung der Phenomedia AG noch weiter verstärken werden. Insofern stellt die von der Phenomedia AG eingeschlagene klare Wachstumsstrategie unter Einbezug des Kapitalmarktes die notwendige strategische Antwort auf das sich verschärfende Wettbewerbsumfeld dar.

Zur Einschätzung der strategischen Bedeutung der verschiedenen Wertschöpfungsstufen innerhalb der Entertainment-Softwareindustrie ist festzustellen, daß die Bedeutung der Entwicklungsstufe aufgrund der allgemein steigenden Nachfrage nach „Content“, als fundamental hoch angesehen werden kann. Demgegenüber wird nach Auffassung der Phenomedia AG ein Anpassungsdruck durch strukturelle Veränderungen in der Entertainment-Softwareindustrie auf die nachgelagerten Wertschöpfungsstufen entstehen. Hier ist zum einen die Intensivierung des Wettbewerbs durch Konzentrationsprozesse zu nennen, andererseits deuten sich langfristige Veränderungen durch den Trend zur Online-Distribution an. Diesen Entwicklungen sieht die Gesellschaft positiv entgegen, da aufgrund der Flexibilität der Phenomedia-Gruppe eine Verbesserung der Wettbewerbsposition als Folge der Branchenstrukturveränderungen möglich ist.

## 3. Vorgänge von besonderer Bedeutung nach Abschluß des Geschäftsjahres

### Moorhuhnerfolg

Der Beginn des Geschäftsjahres 2000 war vom Erfolg des von der Phenomedia AG entwickelten Werbespiels Moorhuhn jagd geprägt. Die Moorhuhn jagd ist das erfolgreichste Werbespiel aller Zeiten. TV-Sender, Printmedien sowie diverse Radiostationen berichteten mit hoher Intensität über die Verbreitung des Moorhuhns. Innerhalb eines Monats erzielte die Phenomedia-Seite [www.moorhuhn.de](http://www.moorhuhn.de) über 1.000.000 Downloads.

Durch die kommunikationspolitisch gelungene Verbindung zwischen der Phenomedia AG und der Figur des Moorhuhns wird zum einen ein sehr positiver Imagetransfer auf das Unternehmen erzielt. Zum andern führte die Erhöhung des Bekanntheitsgrades zu zahlreichen Neukunden und einer deutlichen Nachfragesteigerung. Die Phenomedia AG strebt durch Lizenzvergabe eine direkte Verwertung der Bekanntheit des Moorhuhns an.

## Moorhuhn an Bertelsmann Music Group lizenziert

Im Hinblick auf das Ziel der Vermarktung und Auswertung der hohen Popularität und Bekanntheit des Kulthuhns hat die Phenomedia AG einen exklusiven Lizenzvertrag mit der Bertelsmann Music Group, einem der führenden Musikverlage in Deutschland, abgeschlossen. Bestandteil des Vertrages ist die Produktion von Singles, Alben und Compilations, bei denen das Moorhuhn nationale und internationale Stars präsentieren wird.

## Unternehmensbeteiligung Morelogs Consulting-GmbH

Ein strategisches Ziel der Phenomedia AG ist der Ausbau des Marktanteils im stark wachsenden Segment der Online-Games. Vor diesem Hintergrund hat sich die Phenomedia AG – vorbehaltlich der Gremienzustimmung – entschlossen, an der Morelogs Consulting-GmbH, Essen, die in eine Aktiengesellschaft umgewandelt werden soll, mit 20% zu beteiligen. Aufgabe der Morelogs Consulting-GmbH innerhalb des Phenomedia-Konzerns soll die Bereitstellung umfangreicher Internet- und Datenbanktechnologie für entertainmentorientierte Produktkonzepte sein.

## Gründung des Joint Venture-Unternehmens Daywalker Studios GmbH mit Hahn Film AG

Aufgrund des Erfolges der Spielfigur Moorhuhn kommt dem Aufbau und der Auswertung der als Marke zu etablierenden Charaktere eine hohe Bedeutung zu. In diesem Zusammenhang ist es für die Phenomedia AG von besonderem Interesse, die Kompetenzen in diesem Bereich zu erweitern. Aus diesem Grund wurde das Joint Venture-Unternehmen Daywalker Studios GmbH mit der Hahn Film AG gegründet. Im Rahmen des Joint Ventures ist vorgesehen, den Gnarf sowie weitere Charaktere für die Vermarktung in verschiedenen Ebenen zu etablieren.

## 4. Voraussichtliche Entwicklung

Als Ausgangspunkt der Wachstumsstrategie ist der Management-Buy-Out (MBO) der ehemaligen Art Department Werbeagentur GmbH aus der Funsoft Holding GmbH anzusehen, der im Jahr 1997 durchgeführt wurde. Seit dem Jahr 1997 liegt der Schwerpunkt der Geschäftsaktivitäten in der Entwicklung neuer Produkte.

Das leistungswirtschaftliche Unternehmensziel der Phenomedia AG ist das Erreichen einer starken Marktposition als Anbieter von Unterhaltungsinhalten im Markt für Interactive Entertainment. Zu diesem Zweck konzentrieren sich die Anstrengungen zum einen kurz- und mittelfristig auf die wirtschaftliche Auswertung des Erfolgspotentials der Figur Moorhuhn. Dazu wird die Phenomedia AG die Weiterentwicklung der Charaktere im Online-Bereich vorantreiben, während für den Offline-Bereich (TV, Merchandising und Musik) Kooperationen und Vertragsabschlüsse mit Lizenznehmern angestrebt werden. Zum anderen wird die Phenomedia AG ihre Marktposition durch Unternehmensakquisitionen ausbauen.

Durch die konsequente Umsetzung dieser Unternehmensstrategien wird sowohl der Umsatz als auch das Jahresergebnis der Phenomedia AG und ihrer Tochtergesellschaften positiv beeinflusst.

## 5. Risiken der künftigen Entwicklung

### Abhängigkeit von qualifiziertem Personal

Die erfolgreiche Umsetzung der Unternehmensziele der Phenomedia AG ist in besonderem Maße von den Leistungen der Führungskräfte und der Mitarbeiter in Schlüsselpositionen abhängig. Bedingt durch die aktuelle Arbeitsmarktsituation besteht das latente Risiko der Personalabwerbung durch Konkurrenzunternehmen. Diesem Risiko tritt die Phenomedia AG mit verschiedenen Maßnahmen entgegen. Als wichtigste Maßnahme zur Sicherung einer langfristigen Bindung der Mitarbeiter an die Phenomedia AG ist die Beteiligung der Mitarbeiter am Unternehmenserfolg zu nennen.

Die Phenomedia AG geht davon aus, daß es gelingen wird, die für das geplante Wachstum erforderlichen qualifizierten Mitarbeiter zu halten und weitere einzustellen.

### Langjährige Entwicklungszyklen für Computerspiele

Trotz kürzer werdender Entwicklungszyklen nimmt die Entwicklung eines Full-Price-Spieles, angefangen von der Umsetzung der Idee in einen Milestoneplan bis hin zur Vollendung eines fertigen Produktes, im Gegensatz zu den US-amerikanischen Marktführern in Deutschland zur Zeit immer noch ca. zwei Jahre in Anspruch. Selbst die Entwicklung eines sogenannten Low-Price-Produktes ist kaum innerhalb eines Jahres möglich. Diese lange Entwicklungszeit birgt die latente Gefahr, daß andere Software-Entwickler ähnliche Computerspiele eher auf den Markt bringen und deshalb besser plazieren können. Darüber hinaus kann es in der Entwicklungsphase zu grundlegenden technologischen Veränderungen kommen, die, sofern sie nicht frühzeitig erkannt und berücksichtigt werden, zu einer Verlängerung der Entwicklungszeit gegenüber den Konkurrenten führen können.

### Volatilität der Umsatzerlöse

Die Phenomedia AG verzeichnet Schwankungen in den Umsätzen der einzelnen Quartale. Diese Schwankungen resultieren aus den langjährigen Entwicklungszyklen von Computerspielen sowie aus dem branchentypischen Nachfrageverhalten der Konsumenten. In der Entertainment-Softwarebranche werden die Umsätze vorwiegend im ersten und vierten Quartal des Jahres erzielt, dagegen ist das Sommerhalbjahr regelmäßig umsatzschwächer.

### Markenrisiken

Die von der Phenomedia AG im Rahmen von Computerspielentwicklungen geschaffenen Charaktere bergen als eigene Marken ein hohes Erfolgspotential in sich. Hier ist insbesondere die Figur des Moorhuhns zu nennen.

Aufgrund sich verändernder Käuferpräferenzen und einer schwer einzuschätzenden Medienöffentlichkeit, die maßgeblich das Interesse der Öffentlichkeit an den Charakteren beeinflusst, kann die Phenomedia AG keine substantielle Prognose über die langfristige Werthaltigkeit des Erfolgspotentiales der Charaktere abgeben. Die Phenomedia AG hat aber durch die Lizenzierung des Moorhuhns an Bertelsmann Music Group und durch die Gründung des Joint Venture-Unternehmens Daywalker Studios GmbH bereits wichtige Maßnahmen ergriffen, um die Werthaltigkeit der geschaffenen Charaktere langfristig zu sichern.

Bochum, im März 2000

Der Vorstand

## Bestätigungsvermerk

Wir haben den Jahresabschluß unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der Phenomedia AG, Bochum, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 1999 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluß und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegen in der Verantwortung des Vorstandes der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluß unter Einbeziehung der Buchführung und über den Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Jahresabschlußprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlußprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, daß Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Jahresabschluß unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Lagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld der Gesellschaft sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluß und Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfaßt die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen des Vorstandes sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichtes. Wir sind der Auffassung, daß unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Überzeugung vermittelt der Jahresabschluß unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Phenomedia AG. Der Lagebericht gibt insgesamt eine zutreffende Vorstellung von der Lage der Gesellschaft und stellt die Risiken der künftigen Entwicklung zutreffend dar.

Düsseldorf, den 10. März 2000

KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft  
Aktiengesellschaft  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Dr. Klar  
Wirtschaftsprüfer

Hinnersmann  
Wirtschaftsprüfer

Konzernabschluß  
der Phenomedia AG nach IAS

Konzern-Bilanz der Phenomedia AG, Bochum  
zum 31. Dezember 1999 nach IAS

## Aktiva

	Anhang	31.12.1999 TDM	31.12.1998 TDM
<b>A. Anlagevermögen</b>			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände	(2)		
1. Nutzungsrechte, Lizenzen und Software		1.685	712
2. Geleistete Anzahlungen		0	547
3. Geschäfts- oder Firmenwerte		77	90
		<u>1.762</u>	<u>1.349</u>
II. Sachanlagen	(3)		
Betriebs- und Geschäftsausstattung		536	92
		<u>2.298</u>	<u>1.441</u>
B. Aktive latente Steuern	(4)	93	66
C. Umlaufvermögen			
I. Vorräte	(5)		
1. Waren		204	90
2. Geleistete Anzahlungen		1.109	36
		<u>1.313</u>	<u>126</u>
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	(6)		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		6.737	218
2. Sonstige Vermögensgegenstände		591	259
		<u>7.328</u>	<u>477</u>
III. Wertpapiere	(7)		
Sonstige Wertpapiere		3.191	0
IV. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	(8)	43.431	344
		<u>55.263</u>	<u>947</u>
D. Rechnungsabgrenzungsposten	(9)	23	25
		<u>57.677</u>	<u>2.479</u>

## Passiva

	Anhang	31.12.1999 TDM	31.12.1998 TDM
<b>A. Eigenkapital</b>	(10)		
I. Gezeichnetes Kapital		8.215	50
II. Zur Durchführung der beschlossenen Kapitalerhöhung geleistete Einlagen		0	950
III. Kapitalrücklage		46.156	0
IV. Konzerngewinnvortrag (i. Vj. Konzernverlustvortrag)		22	-2.452
V. Konzernjahresüberschuß		661	2.614
		<u>55.054</u>	<u>1.162</u>
<b>B. Fremdanteile</b>			
1. Kapitalanteil		0	50
2. Ergebnisanteil		0	-140
		<u>0</u>	<u>-90</u>
<b>C. Rückstellungen</b>	(11)		
1. Steuerrückstellungen		246	160
2. Sonstige Rückstellungen		238	187
		<u>484</u>	<u>347</u>
<b>D. Passive latente Steuern</b>	(12)	451	20
<b>E. Verbindlichkeiten</b>	(13)		
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten		0	132
2. Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen		96	120
3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		870	380
4. Sonstige Verbindlichkeiten		722	408
		<u>1.688</u>	<u>1.040</u>
		<u>57.677</u>	<u>2.479</u>

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der Phenomedia AG, Bochum,  
für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 1999 nach IAS

	Anhang	31.12.1999 TDM	31.12.1998 TDM
1. Umsatzerlöse	(1)	9.513	4.663
2. Aktivierte Eigenleistungen		492	21
3. Sonstige betriebliche Erträge		353	170
4. Materialaufwand	(2)		
a) Aufwendungen für Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren		243	335
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen		1.451	897
		<u>1.694</u>	<u>1.232</u>
5. Personalaufwand	(3)		
a) Löhne und Gehälter		1.467	568
b) Soziale Abgaben		220	109
		<u>1.687</u>	<u>677</u>
6. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	(4)	1.889	781
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen	(5)	<u>1.777</u>	<u>829</u>
8. Betriebsergebnis		3.311	1.335
9. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		164	10
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		<u>77</u>	<u>28</u>
11. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit		3.398	1.317
12. Forderungsverzicht von Gesellschaftern		0	3.132
13. Börseneinführungskosten		2.081	0
14. Ergebnis vor Steuern		1.317	4.449
15. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	(6)		
a) Körperschaft- und Gewerbesteuern		251	132
b) Latente Steuern		405	1.810
		<u>656</u>	<u>1.942</u>
16. Konzernjahresüberschuß		<u>661</u>	<u>2.507</u>
davon Konzernanteil		661	2.614
davon Fremdanteil		0	-107
17. Gewinn pro Aktie	(7)	0,56 DM	

Konzern-Cash-Flow-Rechnung der Phenomedia AG, Bochum,  
für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 1999 nach IAS

	31.12.1999	31.12.1998	Veränderungen
	TDM	TDM	TDM
<b>Laufende Geschäftstätigkeit</b>			
Ergebnis vor Steuern	1.317	4.449	-3.132
Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	1.889	781	+1.108
Gewinn/Verlust aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	-166	4	-170
Forderungsverzicht von Gesellschaftern	0	-3.132	+3.132
Sonstige zahlungswirksame Erträge	0	-136	+136
Zinsertrag	-164	-10	-154
Zinsaufwendungen	77	28	+49
<b>Betriebliches Ergebnis vor Änderungen im Nettoumlaufvermögen</b>	<b>2.953</b>	<b>1.984</b>	<b>+969</b>
Abnahme der Rückstellungen	137	262	-125
Zunahme der Vorräte	-1.187	-57	-1.130
Zunahme/Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva	-6.849	95	-6.944
Zunahme/Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	700	-2.212	+2.912
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-251	-132	-119
<b>Mittelzufluß aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>-4.497</b>	<b>-60</b>	<b>-4.437</b>
<b>Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens</b>	<b>748</b>	<b>0</b>	<b>+748</b>
Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	-3.328	-781	-2.547
Wertpapieranlagen	-3.191	0	-3.191
Zinsaufwendungen	-77	-28	-49
<b>Mittelabfluß aus der Investitionstätigkeit</b>	<b>-5.848</b>	<b>-809</b>	<b>-5.039</b>
<b>Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen und Zuschüssen von Gesellschafter Fremdanteile</b>	<b>53.231</b>	<b>950</b>	<b>+52.281</b>
Veränderung der Leasingverbindlichkeiten	90	-100	+190
Zinserträge	79	-54	+133
Veränderung der Bankverbindlichkeiten	164	10	+154
<b>Mittelabfluß aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-132</b>	<b>132</b>	<b>-264</b>
<b>Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes</b>	<b>43.087</b>	<b>69</b>	<b>+43.018</b>
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	344	275	+69
<b>Finanzmittelbestand am Ende der Periode</b>	<b>43.431</b>	<b>344</b>	<b>+43.087</b>

## Konzern-Anhang der Phenomedia AG, Bochum, für das Geschäftsjahr 1999

### I. Anwendung der International Accounting Standards

#### Allgemeine Angaben

Der Konzernabschluss der durch notariell beurkundetem Umwandlungs- und Umfirmierungsbeschuß vom 9. Juli 1999 aus der Art Department Werbeagentur GmbH hervorgegangenen Phenomedia AG wurde auf Basis der International Accounting Standards (IAS) erstellt. Die Eintragung der Umwandlung und Umfirmierung in das Handelsregister ist am 21. Oktober 1999 erfolgt.

Dem Konzernabschluss liegen einheitliche Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze zugrunde. Dabei finden die zum Bilanzstichtag geltenden Grundsätze des Framework und die International Accounting Standards (IAS) des International Accounting Standards Committee (IASC) Anwendung<sup>1)</sup>. Ebenso werden die zum Bilanzstichtag veröffentlichten Interpretations des Standing Interpretations Committee (SIC) beachtet.

Die Anwendung der IAS ist den Erläuterungen zu den einzelnen Abschlußposten im weiteren Verlauf des Anhangs zu entnehmen.

### II. Konzern

#### a) Konsolidierungskreis

Neben der Muttergesellschaft Phenomedia AG (vormals Art Department Werbeagentur GmbH), Bochum, werden im Konzernabschluss fünf Tochterunternehmen voll konsolidiert:

- Piranha Bytes Software GmbH, Bochum,
- Effective Media `Agentur für Medienberatung` GmbH, Bochum,
- Better Day Communications Werbeagentur GmbH, Bochum,
- Ty-Phon Musicproductions & Publishing GmbH, Bochum,
- codecult software research & development GmbH, Bochum.

Da die Phenomedia AG zum 31. Dezember 1999 jeweils direkt oder indirekt alle Stimmrechte an den genannten Tochterunternehmen hält, sind sie im Rahmen der Konsolidierung im Jahr ihrer Gründung bzw. ihres Erwerbs vollständig in den Konzernabschluss einbezogen worden. Bei der Gründung handelt es sich um eine Bargründung; die einzelnen Anteile an den übrigen Gesellschaften wurden gegen Barzahlung erworben. Abweichende Bilanzstichtage waren dabei nicht zu berücksichtigen.

Im Geschäftsjahr 1999 änderte sich die Zusammensetzung des Konsolidierungskreises durch die Gründung der Ty-Phon Musicproductions & Publishing GmbH mit notariell beurkundeten GmbH-Gründungsvertrag vom 10. Juni 1999 sowie den 100%-igen Erwerb der codecult software research & development GmbH mit notariell beurkundeten Geschäftsanteilsübertragungsvertrag vom 2. Juli 1999 durch die Piranha Bytes Software GmbH. Die ebenfalls im Geschäftsjahr 1999 mit wirtschaftlicher Wirkung zum 1. Januar 1999 erworbene Piranha Bytes Software GmbH wurde erstmals zum 1. Januar 1999 konsolidiert.

Die Konsolidierung der Ty-Phon Musicproductions & Publishing GmbH sowie der codecult software research & development GmbH erfolgte zum Erwerbs- bzw. Gründungszeitpunkt nach der „purchase method“ gemäß IAS 22.

<sup>1)</sup> Folgende IAS, deren Anwendung erst für Geschäftsjahre, die mit oder nach dem 1. Juli 1999 beginnen, verpflichtend sind, werden von der Phenomedia AG bereits antizipiert: IAS 22 (revised 1998), IAS 36, IAS 37 und IAS 38.

Der Anteilsbesitz der Phenomedia AG zum 31. Dezember 1999 ist in der nachfolgenden Übersicht dargestellt:

Unternehmen	Anteils- Besitz %	An- schaf- fungs- kosten TDM	Umsatz TDM	Ergebnis nach Steuern und vor Ergebnis- abführung TDM	Mitarbeiter im Jahres- durchschnitt
Effective Media `Agentur für Medienberatung` GmbH, Bochum	100	236	874	231	4
Better Day Communications Werbeagentur GmbH, Bochum	100	77	1.426	135	6
Piranha Bytes Software GmbH, Bochum	100	50	2.007	313	7
codecult software research & development GmbH, Bochum	100	60	214	-25	3
Ty-Phon Musicproductions & Publishing GmbH, Bochum	100	50	199	108	1

## b) Konsolidierungsmethoden

Grundlage für den Konzernabschluss sind die auf Basis der International Accounting Standards (IAS) zum 31. Dezember 1999 aufgestellten Abschlüsse der in den Konzern einbezogenen Gesellschaften.

Die Kapitalkonsolidierung der Tochterunternehmen erfolgt nach der „purchase method“ gemäß IAS 22 durch Verrechnung der Anschaffungskosten mit dem Eigenkapital zum Erwerbs- bzw. Gründungszeitpunkt. Verbleibende Unterschiedsbeträge werden als Geschäfts- oder Firmenwerte ausgewiesen.

Konzerninterne Umsätze, Aufwendungen und Erträge sowie alle Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen den konsolidierten Gesellschaften werden eliminiert.

## III. Bilanz

Die Entwicklung des Anlagevermögens ist im nachstehenden Anlagenspiegel dargestellt:

1) Entwicklung des Anlagevermögens im Geschäftsjahr 1999  
(erweiterte Bruttodarstellung)

	Anschaffungs- oder Herstellungskosten					
	1.1.1999 TDM	Zugänge TDM	Zugänge aus Erstkon- solidierung TDM	Umbu- chungen TDM	Abgänge TDM	31.12.1999 TDM
I. Immaterielle Vermögensgegen- stände						
1. Nutzungsrechte, Lizenzen und Software	3.169	156	2.477	24	2.925	2.901
2. Geleistete Anzahlungen	587	0	0	-24	563	0
3. Geschäfts- oder Firmenwerte	113	0	11	0	0	124
	<u>3.869</u>	<u>156</u>	<u>2.488</u>	<u>0</u>	<u>3.488</u>	<u>3.025</u>
II. Sachanlagen						
Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	576	13	671	0	341	919
	<u>4.445</u>	<u>169</u>	<u>3.159</u>	<u>0</u>	<u>3.829</u>	<u>3.944</u>

1.1.1999 TDM	Zugänge TDM	Zugänge aus Erstkon- solidierung TDM	Abschreibungen		Buchwerte	
			Abgänge TDM	31.12.1999 TDM	31.12.1999 TDM	31.12.1998 TDM
2.457	2	1.637	2.880	1.216	1.685	712
40	0	0	40	0	0	547
23	0	24	0	47	77	90
2.520	2	1.661	2.920	1.263	1.762	1.349
484	5	221	327	383	536	92
3.004	7	1.882	3.247	1.646	2.298	1.441

## 2) Immaterielle Vermögensgegenstände

Entgeltlich erworbene immaterielle Vermögensgegenstände werden zu Anschaffungskosten und Anschaffungsnebenkosten aktiviert und grundsätzlich über 2 Jahre linear, entsprechend ihrer voraussichtlichen wirtschaftlichen Nutzungsdauer, abgeschrieben.

Für entgeltlich erworbene Rechte an Computerspielen beträgt die Nutzungsdauer 15 Monate ab dem Zeitpunkt der Veröffentlichung, wobei in den ersten 3 Monaten der Nutzung grundsätzlich bereits 50% der Anschaffungskosten und in den darauffolgenden 12 Monaten die restlichen Anschaffungskosten abgeschrieben werden. Niedrigere Werte werden angesetzt, wenn besondere Umstände vorliegen.

Wesentliche Zugänge betreffen Anschaffungen von Lizenzen für Computerspiele.

Selbstgeschaffene Vermögensgegenstände werden zu Herstellungskosten aktiviert und grundsätzlich entsprechend ihrer voraussichtlichen wirtschaftlichen Nutzungsdauer abgeschrieben.

Zum 31. Dezember 1999 wurden gemäß IAS 38 folgende Entwicklungskosten als Software sowie Schutzrechte aktiviert:

	31.12.1999	31.12.1998
	TDM	TDM
Aktiviert Entwicklungskosten und Schutzrechte	1.483	21

Die aktivierten Entwicklungskosten der einzelnen Geschäftsjahre betreffen die der Entwicklungstätigkeit für das Computerspiel Gothic direkt zurechenbaren Personalaufwendungen, Raumkosten sowie Mieten für Einrichtungen.

Geschäfts- oder Firmenwerte aus der Kapitalkonsolidierung werden grundsätzlich gemäß IAS 22 aktiviert und über einen Zeitraum von 5 Jahren linear abgeschrieben. Außerplanmäßige Abschreibungen auf den Goodwill sind in den Berichtszeiträumen als nicht notwendig erachtet worden.

## 3) Sachanlagen

### Betriebs- und Geschäftsausstattung

Sachanlagen werden mit den Anschaffungs- oder Herstellungskosten abzüglich planmäßiger und gegebenenfalls außerplanmäßiger Abschreibungen bilanziert. Die Abschreibungen bei der Betriebs- und Geschäftsausstattung werden grundsätzlich linear über eine Nutzungsdauer von 3 bis 8 Jahren vorgenommen. Auf Zugänge im beweglichen Sachanlagevermögen im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres wird der volle, für Zugänge im zweiten Halbjahr der halbe Abschreibungssatz verrechnet. Geringwertige Wirtschaftsgüter im Einzelanschaffungspreis bis einschließlich DM 800,00 werden im Jahr der Anschaffung voll abgeschrieben.

Finanzierungskosten werden gemäß IAS 23 nicht aktiviert.

Anlagegegenstände, die der jeweiligen Konzerngesellschaft im Rahmen eines „finance lease“ zur Verfügung stehen, werden gemäß IAS 17 mit dem niedrigeren Wert aus dem „fair value“ des Vermögensgegenstandes und dem Barwert der Leasingraten abzüglich planmäßiger und gegebenenfalls außerplanmäßiger Abschreibungen bilanziert. Die zukünftigen Zahlungsverpflichtungen sind passiviert.

Der Gesamtwert der aktivierten Leasinggegenstände und die entsprechenden Verpflichtungen stellen sich für die einzelnen Zeiträumen folgendermaßen dar:

	31.12.1999	31.12.1998
	TDM	TDM
Gesamtwert der aktivierten Leasinggegenstände	106	27
Verbindlichkeiten	104	26

#### 4) Aktive latente Steuern

	31.12.1999	31.12.1998
	TDM	TDM
Zwischengewinne	92	0
Verlustvorträge	0	60
Übrige	1	6
	<u>93</u>	<u>66</u>

Die Steuerabgrenzung gemäß IAS 12 basiert auf temporären Unterschiedsbeträgen zwischen IAS-Abschluß und Steuerbilanz. Maßgeblich für die Berechnung der latenten Steuern ist der Ausschüttungssteuersatz unter Berücksichtigung der Gewerbeertragsteuer. Der so ermittelte konzerneinheitliche Steuersatz beträgt 43%.

Eine Verrechnung aktiver und passiver latenter Steuern wird nicht vorgenommen.

#### 5) Vorräte

	31.12.1999	31.12.1998
	TDM	TDM
Waren	204	90
Geleistete Anzahlungen	1.109	36
	<u>1.313</u>	<u>126</u>

Vorräte werden zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten bilanziert.

Die Herstellungskosten beinhalten gemäß IAS 2 neben den direkt zurechenbaren Einzelkosten auch alle dem Produktionsprozeß zuzurechnenden Gemeinkosten. Finanzierungskosten werden gemäß IAS 23 nicht aktiviert.

#### 6) Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

	31.12.1999	31.12.1998
	TDM	TDM
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	6.857	218
Pauschalwertberichtigung	-120	0
	<u>6.737</u>	<u>218</u>
Sonstige Vermögensgegenstände	591	259
	<u>7.328</u>	<u>477</u>

Sämtliche Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände haben eine Restlaufzeit von unter einem Jahr.

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind zum Nennwert bilanziert. Erstmals wurde eine Pauschalwertberichtigung in Höhe von TDM 120 gebildet. Einzelwertberichtigungen waren darüber hinaus nicht erforderlich.

Forderungen in fremder Währung lagen an den Bilanzstichtagen nicht vor.

Die sonstigen Vermögensgegenstände sind zum Nennwert bilanziert.

Die sonstigen Vermögensgegenstände betreffen zum 31. Dezember 1999 im wesentlichen Forderungen an das Finanzamt, Zinsforderungen aus Festgeldguthaben und debitorische Kreditoren.

#### 7) Sonstige Wertpapiere

Bei den sonstigen Wertpapieren des Umlaufvermögens in Höhe von TDM 3.191 handelt es sich um 161 Stück Anteile am Fond DWS-Geldmarkt Plus Anteile SL. Darauf entfallende Zinsen in Höhe von TDM 20 werden unter den sonstigen Zinsen und ähnlichen Erträgen ausgewiesen.

#### 8) Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten

Die flüssigen Mittel beinhalten neben dem Kassenbestand und den laufenden Guthaben bei Kreditinstituten insbesondere Festgeldguthaben. Diese Festgeldguthaben, die der teilweisen Anlage der im Rahmen der in 1999 erfolgten Kapitalerhöhungen und Börseneinführung erhaltenen Mittelzuflüsse dienen, betragen zum 31. Dezember 1999 insgesamt TDM 42.400. Die Verzinsung der Festgeldguthaben beträgt zwischen 3,0% und 3,1%.

#### 9) Rechnungsabgrenzungsposten

Die Rechnungsabgrenzungsposten betreffen im wesentlichen Leasinggebühren und Kraftfahrzeugversicherungsbeiträge.

#### 10) Eigenkapital

Die Phenomedia AG ist durch formwechselnde Umwandlung aus der Art Department Werbeagentur GmbH hervorgegangen. Die Gesellschafterversammlung der Rechtsvorgängerin, der Art Department Werbeagentur GmbH, vom 12. Oktober 1999 hatte beschlossen, das seinerzeitige Stammkapital entsprechend dem amtlichen Umrechnungskurs (€ 1,00 = DM 1,95583) von DM auf Euro umzustellen. Das Stammkapital betrug danach € 511.291,88. Weiterhin wurde beschlossen, das Stammkapital von € 511.291,88 um insgesamt € 1.708,12 durch Aufstockung der Geschäftsanteile auf € 513.000,00 zu erhöhen. Die Kapitalerhöhung und ihre Durchführung wurden am 21. Oktober 1999 in das Handelsregister beim Amtsgericht Bochum eingetragen.

Durch Gesellschafterbeschuß vom 9. Juli 1999 bzw. 12. Oktober 1999 zur formwechselnden Umwandlung in die Phenomedia AG wurde das bisherige Stammkapital der Art Department Werbeagentur GmbH zum Grundkapital der Phenomedia AG. Dieses Grundkapital war eingeteilt in 513.000 Stück auf den Inhaber lautende Aktien.

Schließlich hat die außerordentliche Hauptversammlung der Gesellschaft am 25. Oktober 1999 u.a. beschlossen, das Grundkapital der Gesellschaft gegen Bareinlagen von € 513.000,00 um € 3.687.000,00 auf € 4.200.000,00 durch Ausgabe von 3.687.000 neuen auf den Inhaber lautenden Stückaktien zu erhöhen.

Während 2.376.000 der neuen Aktien zum Ausgabebetrag von € 1,00 je Aktie an die bisherigen Aktionäre ausgegeben wurden, sind insgesamt 311.000 Aktien zum Ausgabebetrag von € 7,75 an im Kapitalerhöhungsbeschuß näher bezeichnete Personen und Gesellschaften sowie 1.000.000 Aktien zum Ausgabebetrag von € 1,00 an ein Bankenkonsortium mit der Verpflichtung ausgegeben worden, diese im

Rahmen eines öffentlichen Kaufangebots Anlegern zum Kauf anzubieten und einen Plazierungsmehrpreis abzüglich etwaiger Gebühren und Provisionen an die Gesellschaft als nachträgliches Aufgeld abzuführen.

Das im Rahmen der Kapitalerhöhung insgesamt erzielte Aufgeld in Höhe von DM 46.156.121,14 ist gemäß § 272 Abs. 2 Nr. 1 HGB in die Kapitalrücklage der Gesellschaft eingestellt worden.

Sämtliche neuen Aktien sind ab dem 1. Januar 1999 gewinnberechtig. Die Kapitalerhöhung und ihre Durchführung sind am 10. November 1999 in das Handelsregister beim Amtsgericht Bochum eingetragen worden.

Weiterhin wurde in der außerordentlichen Hauptversammlung vom 25. Oktober 1999 die Schaffung eines genehmigten Kapitals beschlossen. Der Vorstand ist danach berechtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates das Grundkapital der Gesellschaft in der Zeit bis zum 30. September 2004 einmalig oder in Teilbeträgen um insgesamt bis zu € 2.100.000,00 durch Ausgabe neuer Aktien gegen Sach und/oder Bareinlagen zu erhöhen.

Schließlich hat die außerordentliche Hauptversammlung der Gesellschaft vom 12. November 1999 die bedingte Erhöhung des Grundkapitals um einen Betrag bis zu € 420.000,00 beschlossen. Diese bedingte Kapitalerhöhung soll der Gewährung von Bezugsrechten im Sinne von § 192 Abs. 2 Nr. 3 AktG dienen. Bezugsberechtigt sind die Mitglieder des Vorstandes der Phenomedia AG, die Arbeitnehmer der Phenomedia AG sowie die Geschäftsführungen und Arbeitnehmer derjenigen Gesellschaften, an denen die Phenomedia AG unmittelbar oder mittelbar mehrheitlich beteiligt ist. Einzelheiten sind in einem Mitarbeiterbeteiligungsprogramm geregelt. Insgesamt stehen 420.000 Aktienkaufoptionen zur Verfügung. Diese Aktienkaufoptionen sind den Mitarbeitern in einem Zeitraum von vier Wochen vor der ersten Börsennotierung angeboten worden und werden über einen Zeitraum von maximal fünf Jahren fällig. Die Wartezeit für die erstmalige Ausübung der Bezugsrechte beträgt zwei Jahre. Innerhalb der ersten drei Jahre nach Ausgabe der Aktienkaufoptionen dürfen maximal 50% der Aktienkaufoptionen, innerhalb der ersten vier Jahre nach Ausgabe dürfen maximal 75% ausgeübt werden.

Zur Entwicklung des Postens Eigenkapital wird auf die nachfolgend aufgeführte Eigenkapitalveränderungsrechnung hingewiesen.

	Gezeichnetes Kapital TDM	Kapital- rücklage TDM	Gewinn- oder- Verlust- vortrag TDM	Jahres- überschuß TDM	Gesamt TDM
1. Januar 1999	1.000	0	-2.452	2.614	1.162
Geleistete Einlagen	7.215	0	0	0	7.215
Einzahlungen in die Kapitalrücklagen	0	46.156	0	0	46.156
Übernahme von Fremdanteilen	0	0	-140	0	-140
Jahresüberschuß	0	0	0	661	661
Verrechnung Vorjahresergebnis	0	0	2.614	-2.614	0
31. Dezember 1999	8.215	46.156	22	661	55.054

## 11) Rückstellungen

	31.12.1999 TDM	31.12.1998 TDM
Rückstellungen		
Steuerrückstellungen	246	160
Sonstige Rückstellungen	238	187
	<u>484</u>	<u>347</u>

Die sonstigen Rückstellungen berücksichtigen alle erkennbaren Verpflichtungen gegenüber Dritten entsprechend IAS 37 und haben sich wie folgt entwickelt:

	Stand am 1.1.1999 TDM	Inan- spruch- nahme TDM	Auf- lösung TDM	Zu- führung TDM	Stand am 31.12.1999 TDM
Jahresabschlußkosten	78	66	0	133	145
Ausstehende Eingangsrechnungen	25	22	1	48	50
Rechts- und Beratungskosten	79	71	4	19	23
Aufsichtsratsvergütungen	0	0	0	20	20
	<u>182</u>	<u>159</u>	<u>5</u>	<u>220</u>	<u>238</u>

## 12) Passive latente Steuern

Die durch die Aktivierung von Leasinggegenständen und Entwicklungskosten entstandenen Unterschiedsbeträge zwischen den Ergebnissen der IAS- und Steuerbilanzen der einbezogenen Unternehmen führen zu folgenden passiven latenten Steuern:

	31.12.1999 TDM	31.12.1998 TDM
Passive latente Steuern	451	20

Zur Ermittlung wurde der konzerneinheitliche Mischsteuersatz von 43% angewandt. Eine Verrechnung aktiver und passiver latenter Steuern wurde nicht vorgenommen.

## 13) Verbindlichkeiten

	31.12.1999 TDM	31.12.1998 TDM
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	0	132
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	96	120
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	870	380
Sonstige Verbindlichkeiten	722	408
– davon aus Steuern	366	101
– davon im Rahmen der sozialen Sicherheit	68	19
	<u>1.688</u>	<u>1.040</u>

Die Verbindlichkeiten sind grundsätzlich zum Rückzahlungsbetrag angesetzt.

An den Bilanzstichtagen bestanden keine durch Pfandrechte gesicherten Verbindlichkeiten.

Fremdwährungsverbindlichkeiten bestanden an den Stichtagen nicht.

Die zum 31. Dezember 1999 ausgewiesenen erhaltenen Anzahlungen betreffen Zahlungen des zukünftigen Lizenzverwerter eines Computerspiels.

Unter den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind kurzfristige Leasingverbindlichkeiten von TDM 42 (i. Vj. TDM 13) sowie langfristige Leasingverbindlichkeiten von TDM 63 (i. Vj. TDM 13) ausgewiesen.

Die Laufzeit der Leasingverträge für Gegenstände der Betriebs- und Geschäftsausstattung beträgt maximal fünf Jahre.

Die sonstigen Verbindlichkeiten betreffen im wesentlichen Darlehen und Verbindlichkeiten aus Lohn- und Kirchensteuern.

#### IV. Gewinn- und Verlustrechnung

##### 1) Umsatzerlöse

Die Aufteilung der Umsatzerlöse erfolgt nach Unternehmensbereichen und ist in der beigefügten Segmentberichterstattung (VI. Segmentberichterstattung nach Produktlinie) wiedergegeben. Die ermittelten Umsätze resultieren aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit und wurden ausschließlich im Inland erzielt, so daß eine Aufteilung der Umsätze nach Regionen entfallen kann.

##### 2) Materialaufwand

Die ausgewiesenen Aufwendungen für bezogene Waren betreffen im wesentlichen Lizenzgebühren und Aufwendungen für Disketten, CD-ROM sowie Waren im Rahmen der im Kundenauftrag durchgeführten Werbemaßnahmen.

Die Aufwendungen für bezogene Leistungen betreffen überwiegend durchgeführte Werbemaßnahmen sowie Fremdleistungen im Rahmen der vorgenommenen Lokalisation von Computerspielen sowie Fremdleistungen im Rahmen der Programmierung der Computerspiele.

##### 3) Personalaufwand

	1999	1998
	TDM	TDM
Löhne und Gehälter	1.467	568
Soziale Abgaben	220	109
	<u>1.687</u>	<u>677</u>

Die Entwicklung der in den jeweiligen Geschäftsjahren durchschnittlichen Mitarbeiterzahlen ergeben sich aus der folgenden Aufstellung:

	1999	1998
	Anzahl	Anzahl
Angestellte	31	16
Auszubildende	5	3
	<u>36</u>	<u>19</u>

##### 4) Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen

	1999	1998
	TDM	TDM
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens	1.663	662
Sachanlagen	226	119
	<u>1.889</u>	<u>781</u>

## 5) Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen betreffen neben den Verwaltungsaufwendungen wie Raumkosten, Telefonkosten und Versicherungsbeiträgen, insbesondere Werbeaufwendungen sowie Rechts- und Beratungskosten.

## 6) Steuern

Der in der Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesene Steueraufwand setzt sich zusammen aus den von einzelnen Konzerngesellschaften effektiv zu tragenden Aufwendungen sowie aktiven und passiven Steuerabgrenzungen.

	1999	1998
	TDM	TDM
Steuern		
Effektive Steuern	251	132
Latente Steuern	405	1.810
	<u>656</u>	<u>1.942</u>

Die Abgrenzungen für latente Steuern werden unter Beachtung der in IAS 12 genannten Annahmen sowohl auf Bilanzierungs- und Bewertungsunterschiede der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen als auch auf ergebniswirksame Konsolidierungsmaßnahmen vorgenommen. Zur Ermittlung der latenten Steuern wurde der konzerneinheitliche Mischsteuersatz (Ausschüttungssteuersatz zuzüglich dem regionalen Gewerbesteuersatz) von 43% angewandt.

In den Berichtsjahren wurden folgende Aufwendungen und Erträge verrechnet:

	1999	1998
	TDM	TDM
Latenter		
Steuerertrag	-93	-54
Steueraufwand	498	1.864
	<u>405</u>	<u>1.810</u>
Ergebnis vor Steuern	1.317	4.449

Überleitungsrechnungen:

	1999	1998
	TDM	TDM
Erwarteter Steuerertrag/Aufwand	566	-1.913
+ Wirkungen von Verlustrückträgen	66	0
+/- sonstige Hinzu- oder Abrechnungen	24	-29
Effektiver Steueraufwand	<u>656</u>	<u>-1.942</u>

Der effektive Steueraufwand betrug in 1999 rund 49,8% (i. Vj. 43,7%).

## 7) Earnings Per Share

Jahresüberschuß 1999 in TDM	661
Durchschnittliche Zahl der Stammaktien	1.189.792
EPS in DM	0,56
EPS in Euro	0,28

Bis zum 25. Oktober 1999 wurde aus Vereinfachungsgründen die Zahl der ausstehenden Aktien mit 513.000 Stück angenommen.

Ab 25. Oktober beträgt die Zahl der ausstehenden Aktien 4.200.000 Stück.

Das Stock-Option-Programm (10) führt derzeit zu keiner Veränderung des Ergebnisses.

## VI. Segmentberichterstattung nach Produktlinien

## Betriebsergebnis

Die Segmentberichterstattung erfolgt ausschließlich nach Unternehmensbereichen. Eine Aufteilung nach Regionen erfolgt nicht, da die Konzernumsätze bislang ausschließlich im Inland erzielt wurden.

		Creative Products TDM	Services TDM	Techno- logy TDM	Zwischen- summe TDM	Über- leitung TDM	Gesamt TDM
Außenumsatz	1999	7.362	2.151	0	9.513	0	9.513
	1998	3.125	1.538	0	4.663	0	4.663
Innenumsatz	1999	42	150	214	406	0	406
	1998	147	41	0	188	0	188
Gesamtumsatz	1999	7.404	2.301	214	9.919	0	9.919
	1998	3.272	1.579	0	4.851	0	4.851
Betriebsergebnis	1999	3.136	314	-144	3.306	0	3.306
	1998	1.081	254	0	1.335	0	1.335
Jahresüberschuß/-fehlbetrag	1999	903	307	-143	1.067	-406	661
	1998	1.014	167	0	1.181	1.433	2.614
Betriebsvermögen	1999	56.183	1.309	92	57.584	93	57.677
	1998	2.056	357	0	2.413	66	2.479
Verbindlichkeiten	1999	1.324	338	26	1.688	0	1.688
	1998	846	194	0	1.040	0	1.040
Investitionen	1999	3.155	90	81	3.326	0	3.328
	1998	626	155	0	781	0	781
Abschreibungen	1999	1.755	119	15	1.889	0	1.889
	1998	713	68	0	781	0	781

## VII. Haftungsverhältnisse und sonstige finanzielle Verpflichtungen

Die Verpflichtungen aus Miet- und Leasingverträgen werden mit der Summe der bis zum frühesten Kündigungstermin anfallenden Beträge ausgewiesen. Sie betragen zum 31. Dezember 1999 im Konzern TDM 313 mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr und TDM 227 mit einer Restlaufzeit bis zu fünf Jahre. Das Bestellobligo für Investitionen bewegt sich im üblichen Rahmen.

## VIII. Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen

Der Leistungsaustausch mit „related parties“ wird zu marktüblichen Konditionen wie unter fremden Dritten vorgenommen, wobei wesentliche Beziehungen zu „related parties“ im Sinne von IAS 24 nicht bestehen.

## IX. Angaben zu den Organen der Gesellschaft

Dem Vorstand der Gesellschaft gehörten im Geschäftsjahr 1999 an die Herren:

Markus Scheer (Kaufmann), Vorsitzender, Hattingen,  
Stefan Heinemann (Kaufmann), Essen,  
Dr. Achim Illner (Kaufmann), Essen.

Die Bestellung der Vorstände Markus Scheer und Stefan Heinemann erfolgte durch Beschluß des Aufsichtsrates der Gesellschaft vom 9. Juli 1999, die Bestellung von Herrn Dr. Achim Illner durch Beschluß des Aufsichtsrates der Gesellschaft vom 6. Oktober 1999.

Vor den am 9. Juli 1999 beschlossenen formwechselnden Umwandlung der Art Department Werbeagentur GmbH in die Phenomedia AG war Herr Markus Scheer alleiniger Geschäftsführer der Art Department Werbeagentur GmbH.

Die für die Tätigkeit des Vorstandes im Geschäftsjahr 1999 gewährten Gesamtbezüge betragen TDM 80.

Dem Aufsichtsrat der Gesellschaft gehörten im Geschäftsjahr 1999 an die Herren:

Dr. Michael Nelles (Privatdozent), Vorsitzender, Essen,  
Drs. Arnold Jan Becker (Kaufmann), Brasselaat/Belgien,  
Jörg Penner (Wirtschaftsprüfer/Steuerberater), Düsseldorf.

Die Bestellung des Aufsichtsrates erfolgte aus Anlaß der am 9. Juli 1999 beschlossenen Umwandlung der früheren Art Department Werbeagentur GmbH in die Phenomedia AG.

Die für die Tätigkeit des Aufsichtsrates im Geschäftsjahr 1999 gewährten Gesamtbezüge betragen TDM 39.

Bochum, den 13. März 2000

Der Vorstand

# Konzernlagebericht der Phenomedia AG, Bochum, für das Geschäftsjahr 1999

## 1. Darstellung der Geschäftstätigkeit

### a) Überblick

Die Phenomedia AG und ihre Tochtergesellschaften sind im Markt für Entertainment-Software tätig und dort primär mit der Entwicklung von Unterhaltungssoftware befaßt. Dabei bietet die Phenomedia-Gruppe ein breites Spektrum von Produkten und Dienstleistungen an, das sich in die drei Hauptgeschäftsfelder Creative Products, Services und Technology unterteilt.

#### Geschäftsfelder

##### Creative Products

Das Geschäftsfeld Creative Products unterteilt sich in drei wesentliche Produktbereiche:

- Full-Price-Spiele für den internationalen Markt
- Mid- und Low-Price-Spiele für den nationalen und europäischen Markt
- Online-Spiele für den internationalen Markt

Ein Full-Price-Computerspiel (durchschnittlicher Endverbraucherabgabepreis: ca. DM 80,00) zeichnet sich durch anspruchsvolle optische und inhaltliche Qualitätsmerkmale, insbesondere im Bereich dreidimensionaler Darstellungsformen, aus. Für Computerspiele mit einem überzeugenden Konzept und einer ausgefeilten technischen Umsetzung werden innerhalb der zahlungskräftigen Zielgruppe der erwachsenen Spieler künftig erhebliche Umsatzpotentiale erwartet. Umsatzerlöse werden in diesem Marktsegment zum einen durch erfolgsunabhängige Entwicklungsbudgets und zum anderen über verkaufsabhängige Stücklizenzen realisiert. Im Phenomedia-Konzern wird der Bereich der Full-Price-Computerspiele durch die Piranha Bytes Software GmbH bearbeitet.

Mid-Price-Computerspiele (durchschnittlicher Endverbraucherabgabepreis: ca. DM 45,00) und Low-Price-Computerspiele (durchschnittlicher Endverbraucherabgabepreis: unter DM 30,00) zeichnen sich durch kompakte, optisch ansprechende Spielkonzepte mit breiter Lauffähigkeit aus. Das Segment der Mid- und Low-Price-Spiele wird mit den Marken Art Department und Greenwood Entertainment der Phenomedia AG bedient. Erlösmodelle unterteilen sich dabei in die Bereiche der Auftragsproduktion und der Lizenzverwertung. Im Geschäftsjahr 1999 wurden ca. 10 Produkte entwickelt bzw. lizenziert.

Der Bereich der Online-Spiele steht in enger Beziehung zum weltweiten Wachstum der Internet-Nutzung. Das Internet bietet die Möglichkeit der Entwicklung neuer Spielformate, neben der klassischen Spielstruktur Mensch gegen Computer haben sich interaktive Formate etabliert. Umsatzerlöse werden im Online-Spiele-Bereich durch Werbeeinnahmen, Spiel-Fees, Merchandising und Gesamtkonzeptveräußerungen erzielt. Innerhalb des Phenomedia-Konzerns wird das Segment der Online-Spiele von der Better Day Communications Werbeagentur GmbH bearbeitet. Hier wurde mit dem Spielformat „Gnarf“ ein erfolgreiches Konzept im Bereich entgeltfreier Online-Spiele entwickelt und plaziert. Verschiedene Vertragsabschlüsse zeigen die Attraktivität des Spielformats sowohl für Unternehmen der unterhaltungsorientierten Content-Anbieter als auch für die Werbewirtschaft.

Der Bereich der Creative Products wird durch die Aktivitäten der Ty-Phon Musicproductions & Publishing GmbH vervollständigt. Gegenstand der Geschäftsaktivitäten ist die Durchführung von Musikproduktionen.

## Services

Das Geschäftsfeld Services umfaßt drei Produkt- bzw. Dienstleistungsbereiche:

- Entwicklung von Werbesoftware im Kundenauftrag
- Lokalisation von Computerspielen
- Klassisches Werbeagenturgeschäft

Die Art Department Werbeagentur GmbH wurde 1993 mit der innovativen Geschäftsidee gegründet, Werbesoftware im Kundenauftrag zu entwickeln. Werbespots schaffen durch ihren Unterhaltungscharakter und die zeitgemäße Form des Transports von Inhalten eine besondere Kommunikationsplattform. Damit wird es zum Beispiel für Markenartikelhersteller oder öffentliche Institutionen möglich, qualifizierte Zielgruppenkontakte zu generieren. Zu den Kunden der Phenomedia AG gehören zahlreiche namhafte Großunternehmen.

Mit Lokalisation von Computerspielen wird die Funktion der sprachlichen Anpassung internationaler Titel an das jeweilige länderspezifische Umfeld bezeichnet, wie es zum Beispiel in der Filmindustrie seit langem praktiziert wird. Die Lokalisation von Computerspielen wird im Phenomedia-Konzern von der Effective Media `Agentur für Medienberatung` GmbH betrieben. In diesem Bereich zählt Effective Media zu den führenden Anbietern von professioneller Lokalisation von Spielen in Deutschland.

Der Komplettservice des Unternehmens umfaßt die Bearbeitung von Videosequenzen, Sprachaufnahmen mit den bekannten TV-Sprechern von Bruce Willis oder Jack Nicholson sowie Übersetzungsarbeiten unter Berücksichtigung der landesspezifischen und kulturellen Gegebenheiten. Die Kernkompetenz liegt dabei in der Zusammenarbeit von Projektleitung, Programmierern und Übersetzern, so daß eine situationslogisch angemessene, muttersprachliche und kulturelle Umsetzung des Game-Content erreicht wird. Dieser Qualitätsanspruch wird beim Konsumenten zunehmend als Basisanforderung bei einer Kaufentscheidung gesehen.

Im klassischen Werbeagenturgeschäft bietet die Better Day Communications Werbeagentur GmbH Dienstleistungen insbesondere im Bereich Online-Marketing und Desk-Top-Publishing.

## Technology

Die 1999 gegründete codecult software research & development GmbH beschäftigt sich mit der Entwicklung multifunktionaler Basistechnologie im Bereich dreidimensionaler Anwendungen. Ziel der Entwicklung ist die Programmierung einer 3D-Engine. Dies ist ein komplexes Anwendungstool zur Simulation virtueller Welten und stellt bei der Entwicklung anspruchsvoller Produkte im Full-Price-Segment ein notwendiges Basiswerkzeug dar.

Der Phenomedia-Konzern erwartet, daß bei Computerspielen sowohl die dreidimensionale Grafikdarstellung als auch die Entwicklungszeit als marktbestimmende Erfolgsfaktoren an Bedeutung gewinnen werden. Es zeichnet sich der Trend ab, daß künftig bei der Vermarktung von Kinofilmen neben dem Vertrieb der üblichen Merchandisingprodukte zunehmend auch die Lizenzvergabe für Videospiele an Bedeutung gewinnen wird. Als Beispiel sind bereits erhältliche Computerspiele auf Basis erfolgreicher Science Fiction Kinofilme wie Star Trek oder Star Wars anzuführen. Es wird voraussichtlich parallel zu jedem erfolgreichen, als Spiel vermarktbar Film, die Entwicklung eines Full-Price-Computerspiels vorangetrieben. Dies unterstreicht die Notwendigkeit zur Verkürzung der Entwicklungszeiten von hochpreisigen Computerspielen und bedeutet, daß es für Spielentwickler zunehmend notwendig wird, 3D-Engines zu lizenzieren, anstatt diese zeit- und kostenintensiv inhouse zu entwickeln.

Ziel der codecult software research & development GmbH ist es, diese Technologie als internationaler Anbieter auf spezialisierten Lizenzierungsmärkten anzubieten und in dem Geschäftsfeld Creative Products im Bereich Offline-Spiele (Piranha Bytes Software GmbH) sowie Online-Spiele (Better Day Communications Werbeagentur GmbH) einzusetzen.

## b) Geschäftsverlauf 1999

Der Phenomedia-Konzern hat im abgelaufenen Geschäftsjahr 1999 einen Umsatz in Höhe von TDM 9.513 erwirtschaftet und damit eine Steigerung von rund 104% gegenüber dem Umsatz des Geschäftsjahres 1998 in Höhe von TDM 4.663 erzielt. Der Umsatz des Jahres 1999 entfällt mit TDM 7.362 auf das Segment Creative Products und mit TDM 2.151 auf das Segment Services. Im Segment Technology wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr keine Umsätze erzielt, da die Projekte sich noch in der Entwicklungsphase befinden. Ausschlaggebend für den Umsatzanstieg im Geschäftsjahr 1999 ist die Fertigstellung der in Vorjahren begonnenen Projekte sowie die verbesserte Auftragslage im Bereich der Mid- und Low-Price Games.

Der Personalaufwand ist von TDM 667 im Geschäftsjahr 1998 auf TDM 1.687 im Geschäftsjahr 1999 gestiegen. Diese Steigerung ist insbesondere auf die Übernahme vormals freier Mitarbeiter in ein festes Angestelltenverhältnis zurückzuführen. Dadurch sollen qualifizierte Mitarbeiter langfristig an das Unternehmen gebunden werden.

Der Materialaufwand beträgt im Geschäftsjahr 1999 TDM 1.694. Er ist damit gegenüber dem Vorjahr um rund 38% gestiegen. Der unterproportionale Anstieg des Materialaufwands in Relation zum Anstieg des Umsatzes erklärt sich ebenfalls durch die Übernahme der freien Mitarbeiter in ein Angestelltenverhältnis. Dies führte dazu, daß Aufwendungen für bezogene Leistungen in weit geringerem Umfang verbucht wurden.

Die Abschreibungen auf Gegenständen des Anlagevermögens sind im Geschäftsjahr 1999 um rund 142% auf TDM 1.889 gestiegen. Diese Zunahme resultiert aus einer vermehrten Investitionstätigkeit im ersten Halbjahr 1999, wobei speziell im Bereich der immateriellen Vermögensgegenstände konservative Bewertungsgrundsätze Anwendung gefunden haben.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von TDM 1.777 liegen im Geschäftsjahr 1999 um rund 114% über den sonstigen betrieblichen Aufwendungen des Geschäftsjahres 1998 in Höhe von TDM 829. Dieser Anstieg erklärt sich durch die vermehrt angefallenen Rechts- und Beratungskosten sowie der Werbe- und Reisekosten.

Der Jahresüberschuß des Phenomedia-Konzerns beträgt im Geschäftsjahr 1999 TDM 661. Dies entspricht im Vergleich zum Geschäftsjahr 1998, das mit einem Jahresüberschuß in Höhe von TDM 2.507 abgeschlossen wurde, einer Verringerung um rd. 74%. Der Rückgang ist im wesentlichen auf zwei Faktoren zurückzuführen. Zum einen wirkte sich ein Forderungsverzicht von Gesellschaftern im Geschäftsjahr 1998 gewinnerhöhend aus, zum anderen wird das Geschäftsjahr 1999 durch die Börseneinführungskosten in Höhe von TDM 2.081 außerordentlich belastet. Im Gegensatz zum Jahresüberschuß ist das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit in Höhe von TDM 1.317 im Geschäftsjahr 1998 um rund 158% auf TDM 3.398 im Geschäftsjahr 1999 gestiegen.

## 2. Branchenentwicklung

Der Phenomedia-Konzern erstellt Produkte und Dienstleistungen für den Markt von Entertainment-Software. Demnach ist das zukünftige Wachstum des Phenomedia-Konzerns von der Entwicklung des Gesamtmarktes für Entertainment-Softwareprodukte abhängig. Aufgrund sich ändernder Käuferpräferenzen wird Freizeit eine zunehmende Bedeutung gewinnen, was für Unternehmen, die in diesem Markt tätig sind, allgemein starke Wachstumschancen beinhaltet.

Der Markt für Entertainment-Software ist in die Segmente Offline-Games und Online-Games gegliedert. Während nach einer Studie von Datamonitor im Offline-Games-Segment mit einem weltweiten Marktwachstum von etwa 15% zu rechnen ist, kann im weitaus attraktiveren Segment der Online-Games mit einem weltweiten Marktwachstum von etwa 130% gerechnet werden.

Der Bereich der Online-Spiele ist somit der Zukunftsmarkt mit den höchsten Wachstumsraten. Dem Ausbau der Online-Kompetenz kommt innerhalb der Strategie des Phenomedia-Konzerns eine besondere Bedeutung zu. Vor diesem Hintergrund ist der strategische Charakter von Entwicklung, Betrieb und Vermarktung des im deutschen Markt etablierten Online-Spiels Gnarf durch die Phenomedia-Gruppe in besonderer Weise hervorzuheben. Mit dem Gnarf ist es der Phenomedia gelungen, eine neue und erfolgreiche Werbepattform zu schaffen sowie eine Technologie zu entwickeln, die als Basis für weitere Projekte in den nächsten Geschäftsjahren dienen wird.

Im Segment der Offline-Games haben bereits in den letzten Jahren Konzentrationsprozesse eingesetzt, die sich nach unserer Auffassung noch weiter verstärken werden. Insofern stellt die vom Phenomedia-Konzern eingeschlagene klare Wachstumsstrategie unter Einbezug des Kapitalmarktes die notwendige strategische Antwort auf das sich verschärfende Wettbewerbsumfeld dar. Hinter Weltmarktführer Electronic Arts (USA) hat insbesondere Infogrames (FRA) durch eine aggressive Expansionsstrategie seine Wettbewerbsposition verbessert.

Zur Einschätzung der strategischen Bedeutung der verschiedenen Wertschöpfungsstufen innerhalb der Entertainment-Softwareindustrie ist festzustellen, daß die Bedeutung der Entwicklungsstufe aufgrund der allgemein steigenden Nachfrage nach Content, als fundamental hoch angesehen werden kann. Demgegenüber wird nach Auffassung der Phenomedia ein Anpassungsdruck durch strukturelle Veränderungen in der Entertainment-Softwareindustrie auf die nachgelagerten Wertschöpfungsstufen entstehen. Hier ist zum einen die Intensivierung des Wettbewerbs durch Konzentrationsprozesse zu nennen, andererseits deuten sich langfristige Veränderungen durch den Trend zur Online-Distribution an. Diesen Entwicklungen sieht die Gesellschaft positiv entgegen, da aufgrund der Flexibilität der Phenomedia eine Verbesserung der Wettbewerbsposition als Folge der Branchenstrukturveränderungen möglich ist.

### 3. Vorgänge von besonderer Bedeutung nach Abschluß des Geschäftsjahres

#### Moorhuhnerfolg

Der Beginn des Geschäftsjahres 2000 war vom Erfolg des von der Phenomedia entwickelten Werbespiels Moorhuhn jagd geprägt. Die Moorhuhn jagd ist das erfolgreichste Werbespiel aller Zeiten. TV-Sender, Printmedien sowie diverse Radiostationen berichteten mit hoher Intensität über die Verbreitung des Moorhuhns. Innerhalb eines Monats erzielte die Phenomedia-Seite [www.moorhuhn.de](http://www.moorhuhn.de) über 1.000.000 Downloads.

Durch die kommunikationspolitisch gelungene Verbindung zwischen der Phenomedia-Gruppe und der Figur des Moorhuhns wird zum einen ein positiver Imagetransfer auf das Unternehmen erzielt. Zum anderen führte die Erhöhung des Bekanntheitsgrades zu zahlreichen Neukunden und einer deutlichen Nachfragesteigerung. Die Phenomedia strebt durch Lizenzvergabe eine direkte Verwertung der Bekanntheit des Moorhuhns an.

#### Moorhuhn an Bertelsmann Music Group lizenziert

Im Hinblick auf das Ziel der Vermarktung und Auswertung der hohen Popularität und Bekanntheit des Kulthuhns hat die Phenomedia AG einen exklusiven Lizenzvertrag mit der Bertelsmann Music Group, einem der führenden Musikverlage in Deutschland, abgeschlossen. Bestandteil des Vertrages ist die Produktion von Singles, Alben und Compilations, bei denen das Moorhuhn nationale und internationale Stars präsentieren wird.

#### Unternehmensbeteiligung Morelogs Consulting-GmbH

Ein strategisches Ziel der Phenomedia ist der Ausbau des Marktanteils im stark wachsenden Segment der Online-Games. Vor diesem Hintergrund hat sich die Phenomedia AG – vorbehaltlich der Gremienzustimmung – entschlossen, an der Morelogs Consulting-GmbH, Essen, die in eine Aktiengesellschaft umgewandelt werden soll, mit 20% zu beteiligen. Aufgabe der Morelogs Consulting-GmbH innerhalb des Phenomedia-Konzerns soll die Bereitstellung umfangreicher Internet- und Datenbanktechnologie für entertainmentorientierte Produktkonzepte sein.

#### Gründung des Joint-Venture Unternehmens Daywalker Studios GmbH mit der Hahn Film AG

Aufgrund des Erfolges der Spielfigur Moorhuhn kommt dem Aufbau und der Auswertung der als Marke zu etablierenden Charaktere eine hohe Bedeutung zu. In diesem Zusammenhang ist es für die Phenomedia von besonderem Interesse, die Kompetenzen in diesem Bereich zu erweitern. Aus diesem Grund wurde das Joint-Venture-Unternehmen Daywalker Studios GmbH mit der Hahn Film AG gegründet. Im Rahmen des Joint Ventures ist vorgesehen, den Gnarf sowie weitere Charaktere für die Vermarktung in verschiedenen Ebenen zu etablieren.

## 4. Voraussichtliche Entwicklung

Als Ausgangspunkt der Wachstumsstrategie ist der Management-Buy-Out (MBO) der ehemaligen Art Department Werbeagentur GmbH aus der Funsoft Holding GmbH anzusehen, der im Jahr 1997 durchgeführt wurde.

Seit dem Jahr 1997 liegt der Schwerpunkt der Geschäftsaktivitäten im Aufbau neuer Geschäftsfelder sowie in der Entwicklung neuer Produkte. Im Mittelpunkt der verfolgten Geschäftsstrategie des Phenomedia-Konzerns steht dabei die Konzentration auf wachstumsstarke Segmente im Markt für Electronic-Entertainment unter besonderer Berücksichtigung der vorhandenen, spezifischen Kernkompetenzen.

Das leistungswirtschaftliche Unternehmensziel des Phenomedia-Konzerns ist das Erreichen einer starken Marktposition als Anbieter von Unterhaltungsinhalten im Markt für Interactive-Entertainment. Zu diesem Zweck konzentrieren sich die Anstrengungen zum einen kurz- und mittelfristig auf die wirtschaftliche Auswertung des Erfolgspotentials der Figuren Moorhuhn und Gnarf. Dazu wird die Phenomedia die Weiterentwicklung der Charaktere im Online-Bereich vorantreiben, während für den Offline-Bereich (TV, Merchandising und Musik) Kooperationen und Vertragsabschlüsse mit Lizenznehmern angestrebt werden.

Zum anderen wird die Phenomedia ihre Marktposition durch Unternehmensakquisitionen mit dem Schwerpunkt in den Bereichen Softwareentwicklung und Internet-Technologie ausbauen. Grundsätzlich wird aber auch, bei entsprechenden situativen Gegebenheiten, ein Wachstumsschritt in Richtung Publishing nicht ausgeschlossen.

Vor dem Hintergrund des äußerst dynamischen und erfreulichen Geschäftsverlaufes wird die Gesellschaft bis zum Ende des 2. Quartals überarbeitete Umsatz- und Ergebnisprognosen unter Berücksichtigung der dann abgeschlossenen Akquisitionen abgeben. Ausgangsbasis der Umsatzplanung des Geschäftsjahres 2000 ist die Prognose der Researchberichte zum Börsengang, die von einem Umsatz in Höhe von 16,3 Mio. DM für das laufende Jahr ausgehen. Für die nächsten Jahre geht die Gesellschaft für den Bereich des internen Wachstums von einem durchschnittlichen jährlichen Umsatzwachstum in Höhe von mindestens 50% aus. Die damit anvisierten Umsatzsteigerungen sollen zu Ergebniszuwächsen bei der Phenomedia AG und damit auch zu Wertzuwächsen bei den Aktionären führen.

Strategisch konzentriert sich die Phenomedia auf den Zukunftsmarkt der Interactive Entertainment, der durch das Zusammenwachsen von Internet und TV gekennzeichnet ist. Phenomedia ist in diesem Bereich im Besitz der Schlüsselkompetenzen zur Konzeption und Umsetzung interaktiver Unterhaltungsformate, die von den bedeutenden Unternehmen aus der Medienbranche, insbesondere Film und Fernsehen, benötigt werden.

## 5. Risiken der künftigen Entwicklung

### Abhängigkeit von qualifiziertem Personal

Die erfolgreiche Umsetzung der Unternehmensziele der Phenomedia ist in besonderem Maße von den Leistungen der Führungskräfte und der Mitarbeiter in Schlüsselpositionen abhängig. Bedingt durch die aktuelle Arbeitsmarktsituation besteht das latente Risiko der Personalabwerbung durch Konkurrenzunternehmen. Diesem Risiko tritt die Phenomedia mit verschiedenen Maßnahmen entgegen. Als wichtigste Maßnahme zur Sicherung einer langfristigen Bindung der Mitarbeiter an die Phenomedia ist die Beteiligung der Mitarbeiter am Unternehmenserfolg zu nennen.

Die Phenomedia geht davon aus, daß es gelingen wird, die für das geplante Wachstum erforderlichen qualifizierten Mitarbeiter zu halten und weitere einzustellen.

### Langjährige Entwicklungszyklen für Computerspiele

Trotz kürzer werdender Entwicklungszyklen nimmt die Entwicklung eines Full-Price-Spieles, angefangen von der Umsetzung der Idee in einen Milestoneplan bis hin zur Vollendung eines fertigen Produktes, im Gegensatz zu den US-amerikanischen Marktführern in Deutschland zur Zeit immer noch ca. zwei Jahre in Anspruch. Selbst die Entwicklung eines sogenannten Low-Price-Produktes ist kaum innerhalb eines

Jahres möglich. Diese lange Entwicklungszeit birgt die latente Gefahr, daß andere Software-Entwickler ähnliche Computerspiele eher auf den Markt bringen und deshalb besser plazieren können. Darüber hinaus kann es in der Entwicklungsphase zu grundlegenden technologischen Veränderungen kommen, die, sofern sie nicht frühzeitig erkannt und berücksichtigt werden, zu einer Verlängerung der Entwicklungszeit gegenüber den Konkurrenten führen können.

#### Volatilität der Umsatzerlöse

Die Phenomedia AG verzeichnet Schwankungen in den Umsätzen der einzelnen Quartale. Diese Schwankungen resultieren aus den langjährigen Entwicklungszyklen von Computerspielen sowie aus dem branchentypischen Nachfrageverhalten der Konsumenten. In der Entertainment-Softwarebranche werden die Umsätze vorwiegend im ersten und vierten Quartal des Jahres erzielt, dagegen ist das Sommerhalbjahr regelmäßig umsatzschwächer.

#### Markenrisiken

Die von der Phenomedia AG im Rahmen von Computerspielentwicklungen geschaffenen Charaktere bergen als eigene Marken ein hohes Erfolgspotential in sich. Hier sind insbesondere die Figur des Moorhuhns zu nennen.

Aufgrund sich verändernder Käuferpräferenzen und einer schwer einzuschätzenden Medienöffentlichkeit, die maßgeblich das Interesse der Öffentlichkeit an den Charakteren beeinflusst, kann die Phenomedia keine substantielle Prognose über die langfristige Werthaltigkeit des Erfolgspotentiales der Charaktere abgeben. Die Phenomedia hat aber durch die Lizenzierung des Moorhuhns an Bertelmann Music Group und durch die Gründung des Joint-Venture Unternehmens Daywalker Studios GmbH bereits wichtige Maßnahmen ergriffen, um die Werthaltigkeit der geschaffenen Charaktere langfristig zu sichern.

Bochum, im März 2000

Der Vorstand

## Bestätigungsvermerk

Wir haben den Konzernabschluss der Phenomedia AG (vormals Art Department Werbeagentur GmbH), Bochum, bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Kapitalflußrechnung und Anhang für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 1999 geprüft. Aufstellung und Inhalt des Konzernabschlusses liegen in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung zu beurteilen, ob der Konzernabschluss den International Accounting Standards (IAS) entspricht.

Wir haben unsere Prüfung des Konzernabschlusses nach den deutschen Prüfungsvorschriften und unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlußprüfung sowie unter ergänzender Beachtung der International Standards on Auditing (ISA) vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, daß mit hinreichender Sicherheit beurteilt werden kann, ob der aufgestellte Konzernabschluss frei von wesentlichen Fehlaussagen ist.

Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Nachweise für die Wertansätze und Angaben im Konzernabschluss auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung beinhaltet die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses. Wir sind der Auffassung, daß unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Nach unserer Überzeugung vermittelt der Konzernabschluss zum 31. Dezember 1999 in Übereinstimmung mit den IAS ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns sowie der Zahlungsströme vom 1. Januar bis 31. Dezember 1999.

Unsere Prüfung, die sich auch auf den von der Gesellschaft aufgestellten Konzernlagebericht erstreckte, hat zu keinen Einwendungen geführt. Nach unserer Überzeugung gibt der Konzernlagebericht insgesamt eine zutreffende Vorstellung von der Lage des Konzerns und stellt die Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar. Außerdem bestätigen wir, daß der Konzernabschluss und der Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 1999 die Voraussetzung für eine Befreiung der Gesellschaft von der Aufstellung eines Konzernabschlusses und Konzernlageberichtes nach deutschem Recht erfüllen.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Überzeugung vermittelt der Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Phenomedia AG, Bochum. Der Lagebericht gibt insgesamt eine zutreffende Vorstellung von der Lage des Konzerns und stellt die Risiken der künftigen Entwicklung zutreffend dar.

Düsseldorf, den 14. März 2000

KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft  
Aktiengesellschaft  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Dr. Klar  
Wirtschaftsprüfer

Hinnersmann  
Wirtschaftsprüfer

Herausgeber: phenomedia AG, Bochum  
Konzeption, Layout und Produktion: Paul Fröhlich-Consult GmbH, Frankfurt am Main  
Designberatung: Kirill Brusilowsky  
Fotografie: Ulrik Eichentopf

phenomedia AG  
Lohrheidestraße 1  
44866 Bochum  
Telefon: 02327/997-0  
Fax: 02327/997-411  
[info@phenomedia.com](mailto:info@phenomedia.com)  
[www.phenomedia.com](http://www.phenomedia.com)

