

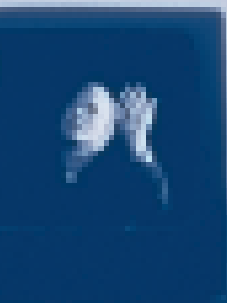
QUARTALSBERICHT

03/99



INTERENTAINMENT

Aktiengesellschaft



HIGHLIGHTS DES DRITTEN QUARTALS



Sehr geehrte Aktionäre,

auch im dritten Quartal 1999 hat die Intertainment AG ihre Strategie auf dem Weg zu einem der führenden Anbieter kommerziell hochwertiger Spielfilme in Europa konsequent fortgesetzt.

Nachdem wir uns in den ersten sechs Monaten umfangreiche Filmrechte sichern konnten und uns durch Warner Brothers europaweit erstklassige Vertriebswege zur Verfügung stehen, haben wir im September den nächsten wichtigen Schritt getan:

Mit Twentieth Century Fox konnten wir mit einem weiteren US-Major für zehn Jahre eine enge, europaweite Partnerschaft vereinbaren, die sowohl die Koproduktion und Kofinanzierung neuer Spielfilme als auch die Vermarktung von Intertainment-Filmen einschließt.

Wir besitzen nun für die nächsten fünf bis zehn Jahre einen großen Teil des begrenzten Angebots hochwertiger kommerzieller Spielfilmrechte. Und als ideale Ergänzung dazu vermarkten wir unsere Spielfilme durch die Verträge mit Warner und Fox über zwei der leistungsfähigsten Vertriebsnetze in Europa.

Neben den beeindruckenden Umsatz- und Ertragspotentialen, die uns die getätigten Abschlüsse eröffnen, haben wir in den ersten neun Monaten eines erreicht: Intertainment besitzt heute eine herausragende und vor allem schwer angreifbare Marktposition in ganz Europa.

Allein auf Basis der vor dem Börsengang geschlossenen Verträge entwickelt sich auch das laufende Geschäftsjahr äußerst positiv. So stiegen die Umsatzerlöse in den ersten drei Quartalen 1999 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 95 % auf über 17 Mio. Euro, und dies bei einer Umsatzrendite – vor Steuern und Kosten des Börsenganges – von rund 30 %.

Im Jahr 2001, wenn erstmalig der Koproduktionsvertrag mit Fox umsatzwirksam wird, erwarten wir Umsatzerlöse von rund 290 Mio. Euro – das Neunzehnfache des Jahresumsatzes 1998. In den darauf folgenden Jahren werden allein durch die bis heute abgeschlossenen Verträge diese Zahlen weiter steigen – auf unserem Weg vom Lizenzhändler zum integrierten Medienkonzern.

Wir freuen uns, wenn Sie uns auf diesem Weg begleiten, und danken Ihnen für Ihr Interesse an der Intertainment AG und vor allem für das uns entgegengebrachte Vertrauen.

Der Vorstand

KAPITALFLUSS RECHNUNG

Kapitalflussrechnung 3. Quartal 1999 nach IAS für den Konzern

	Euro '000
Jahresüberschuss (ohne IPO-Aufwand)	3.446
+ Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	276
+ Zunahme der Rückstellungen	3.179
- Gewinn aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	- 1
- Zunahme der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva	- 7.130
- Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	- 2.979
Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	- 3.209
+ Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens	1
- Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	- 107
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	- 106
+ Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen	43.632
- Auszahlungen an Gesellschafter (Dividenden)	- 1.729
+ Einzahlungen aus der Begebung von Anleihen und Krediten	8.580
- IPO-Aufwendungen	- 3.275
Mittelzufluss aus der Finanzierungstätigkeit	47.208
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestands	43.892
+ Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	23.779
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	67.671

ZAHLEN DER ERSTEN NEUN MONATE

Konzerngewinn- und Verlustrechnung

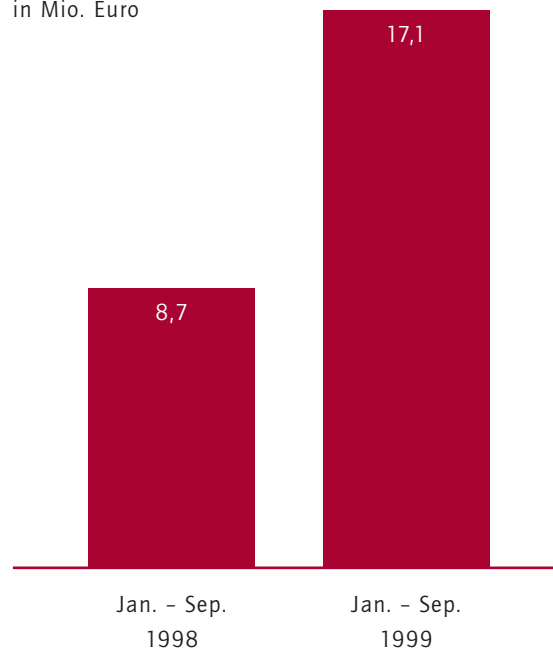
in Mio. Euro

	Jan. – Sep. 1998	Jan. – Sep. 1999 IAS
Umsatzerlöse	8,68	17,09
Sonstige betriebliche Erträge	2,07	4,15
Gesamtleistung	10,75	21,24
Materialaufwand	4,57	8,23
Personalaufwand	0,42	1,48
Abschreibungen	0,03	0,28
Sonstige betriebliche Aufwendungen	2,24	6,97
Finanzergebnis	0,10	0,82
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	3,59	5,10
Steuern	2,12	1,14
Jahresüberschuss	1,47	3,96
Aufwendungen für IPO	-	3,28
Konzernjahresüberschuss	1,47*	0,68

*Als-ob-Konzernjahresüberschuss

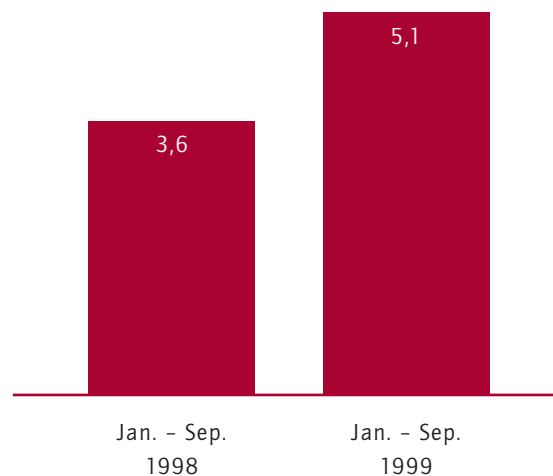
Umsatzerlöse

in Mio. Euro



Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit

in Mio. Euro



HIGHLIGHTS DES DRITTEN QUARTALS

Markt

Die Tendenz der US-Produzenten, ihre Filme mittels internationaler Finanzierung studiounabhängig zu produzieren, nimmt weiter zu. Für den nichtamerikanischen Raum bietet sich Intertainment damit verstärkt die Möglichkeit, hochwertige Filmrechte mit großen Stars für Gesamteuropa zu erwerben.

Strategie

Intertainment hat durch den umfangreichen Vertragsabschluss mit Twentieth Century Fox seine Strategie im dritten Quartal sowohl auf der Beschaffungs- als auch auf der Absatzseite konsequent weiterverfolgt.

Über die Koproduktions- und Kofinanzierungsvereinbarung sicherte sich Intertainment 20 weitere erstklassige Spielfilme innerhalb der kommenden zehn Jahre und baut damit seine Film-Library mit hochwertigen Markenspiel-filmen weiter aus.

Mit dem abgeschlossenen Vertrag kann Intertainment außerdem die Kino- und Video-Vertriebskanäle eines weiteren Majors sowie deren bestehende Output-Deals mit den Pay-TV-Sendern europaweit nutzen und erreicht damit eine optimale Marktdurchdringung seiner Filme.

Umsatz

Intertainment steigerte seine Umsatzerlöse in den ersten drei Quartalen 1999 auf rund 17,1 Mio. Euro. Im Vergleich zum Vorjahreswert von 8,7 Mio. Euro ist dies eine Steigerung von 95%. Die Umsatzrendite beträgt dabei rund 30%.

Ertragslage

Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit konnte die Intertainment AG in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres auf 5,1 Mio. Euro steigern. Dies ist – vor Steuern und IPO-Kosten – ein Wachstum von 42% nach 3,6 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum.

Investitionen

Intertainment hat durch die in den ersten neun Monaten getätigten Abschlüsse in erstklassige Filmrechte für die nächsten Jahre investiert. Die entsprechenden Zahlungsströme werden jeweils nach Lieferung und Abnahme eines Films stattfinden. Damit verteilen sich die gesamten Investitionen der ersten drei Quartale von rund 1,4 Mrd. Euro auf einen Zeitraum von zehn Jahren.

Mitarbeiter

Intertainment bleibt trotz des zunehmenden Geschäfts, dank seiner flexiblen Struktur und der Konzentration auf das Kerngeschäft, ein schlankes Unternehmen. Im Mittel des dritten Quartals belief sich die Mitarbeiterzahl auf 20.

Ausblick

Nach drei sehr guten Quartalen wird sich das Gesamtjahr 1999 besser als erwartet entwickeln.

Die Geschäftsabschlüsse der vergangenen neun Monate sichern für die kommenden Jahre ein rasantes Umsatz und Ertragswachstum. Dabei legt Intertainment grundsätzlich äußerst konservative Kalkulationsmodelle zugrunde und bewertet im Aufbau befindliche Geschäftsfelder wie das Merchandising sehr vorsichtig.

Die Intertainment AG hat sich seit dem Börsengang als europäischer Player positioniert. Es wurden auf der Beschaffungsseite sämtliche Lizenzrechte für den gesamten europäischen Raum erworben. Die Verträge mit Warner Brothers und Twentieth Century Fox erlauben Intertainment den Zugriff auf weitreichende europäische Vermarktungskanäle.

Diesen Weg im europäischen Umfeld wird die Intertainment AG auch in Zukunft konsequent weitergehen und ausbauen.

SPIELFILM HIGHLIGHTS

Intertainment Kino-Starts

Im Jahr 2000 ist es so weit: Die ersten US-Top-Spielfilme von Intertainment, aus den in diesem Jahr geschlossenen Verträgen, kommen in die europäischen Kinos. Damit wird Intertainment sowohl deutliche Umsätze aus den Einspielergebnissen generieren als auch die Rechte für Video, Pay- und Free-TV sowie in Zukunft für Internet veredeln.

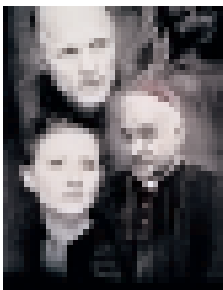
Der Start der jeweiligen Filme in den USA mit einem Vorlauf von 3-6 Monaten gegenüber Europa ermöglicht es Intertainment – auf Basis der Verhältnisse in den vergangenen Jahren –, die Umsatzpotentiale der einzelnen Spielfilme auch in Deutschland und ganz Europa zu verdeutlichen.

Bereits im Frühjahr 2000 startet in den USA die mitreißende Action-Komödie „The Whole Nine Yards“ mit Bruce Willis und wird voraussichtlich im Sommer in die europäischen Kinos kommen.



Der bereits abgedrehte Film „Third Miracle“ mit Ed Harris, Anne Heche und Armin Müller-Stahl ist auf die Berlinale im Februar nächsten Jahres eingeladen worden. Dieser spannende Mystery-Thriller mit preisgekrönten Stars wird nächstes Jahr in unsere Kinos kommen.

Zurzeit in Produktion befinden sich „Art of War“ und „Get Carter“. US-Kinostart des erstklassigen Action-Thrillers „Art of War“ mit Wesley Snipes wird im Herbst nächsten Jahres sein. Ebenfalls nächstes Jahr startet der spannungsgeladene Thriller „Get Carter“ mit Sylvester Stallone.



Auf dem Toronto Filmfestival im September dieses Jahres wurden zwei Filme von Intertainment vorgestellt. Dazu zählten „Big Kahuna“, eine satirische Komödie mit Danny de Vito und Kevin Spacey, sowie „Things you can tell just by looking at her“, eine bewegende Produktion mit Cameron Diaz. Beide Filme werden ebenfalls im nächsten Jahr starten.

Ein besonderes Highlight ist der Erwerb der nächsten Jack Nicholson-Produktion „The Pledge“. Jack Nicholson steht nur alle drei Jahre vor der Kamera, zuletzt in „Besser geht's nicht“ (Orig. „As good as it gets“), der außerhalb der USA im Kino 132 Mio. USD einspielte.

Gehen Sie ins Kino! Sehen Sie „Ihren eigenen“ Film!

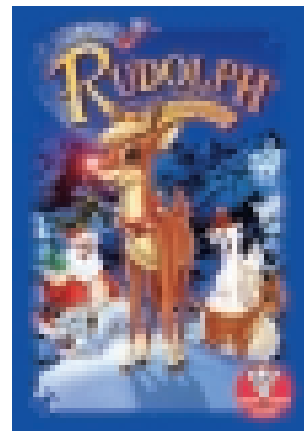
MERCHANDISING HIGHLIGHT

Intertainment Animation & Merchandising GmbH presents: Rudolph® mit der roten Nase – so berühmt wie der Weihnachtsmann



Zwei Monate vor Weihnachten ist es endlich so weit: „Rudolph – das Rentier mit der roten Nase“ startet auf seinem Weg in die Herzen der deutschsprachigen Kinder. In den USA ist „Rudolph – The Red-Nosed Reindeer“ bereits seit vielen Jahren so bekannt wie der Weihnachtsmann. Nun gibt der erste Merchandising-Charakter der Intertainment Animation & Merchandising GmbH, einer 100%igen Tochter der Intertainment AG, auch in Deutschland, Österreich und der deutschsprachigen Schweiz sein Debüt.

Mit einer umfangreichen Markteinführungskampagne wird „Rudolph mit der roten Nase“ in der Vorweihnachtszeit überall, wo Kinder und Eltern sind, präsent sein. Die weitreichenden Vermarktungsaktivitäten zum Start des Rudolph-Videofilms sowie einer Palette zahlreicher Merchandising-Produkte sollen Intertainment einen optimalen Auftakt im strategischen Geschäftsbereich Merchandising verschaffen.



Entscheidender Bestandteil der Kampagne ist auch die Beteiligung von UNICEF, die Rudolph als Symbol und Sprecher der Aktion „Kids for Kids“ nutzt. An den Adventswochenenden werden in fast allen großen deutschen Städten Kino-Charity-Aktionen zugunsten von UNICEF durchgeführt. Zusätzlich wird Rudolph in einer Vielzahl von Kindersendungen seinen Auftritt haben und über TV- und Radio-Spots sowie Printanzeigen beworben.

Intertainment konnte für die Vermarktungskampagne namhafte Kooperationspartner gewinnen: Von CinemaxX über SAT.1, ORF und den Weltbild Verlag bis zu Karstadt, Kaufhof, dem Media Markt und vielen anderen mehr.

Das Highlight der Weihnachtszeit ist natürlich der Videofilm. Songs von Oscar-Preisträger Al Kasha, berühmte deutsche Stimmen wie Michael Schanze, Nina Hagen, Cosma Shiva Hagen und Thomas Fritsch und schließlich eine atemberaubende Mischung von klassischer 2-D- und moderner 3-D-Animation werden Rudolph den Weg in die Kinderherzen ebnen.

Unternehmenskalender

Geschäftsbericht 1999

25. Mai 2000

Quartalsbericht I/2000

25. Mai 2000

Bilanz-Pressekonferenz

25. Mai 2000

Analysten-Konferenz

26. Mai 2000

Hauptversammlung

29. Juni 2000

Quartalsbericht II/2000

18. August 2000

Quartalsbericht III/2000

17. November 2000



Intertainment Aktiengesellschaft
Widenmayerstraße 49 · D - 80538 München
Telefon: +49 89 216 99-0 · Telefax: +49 89 216 99-11
E-Mail: investor@intertainment.de
Internet: <http://www.intertainment.de>