

## Vorstandsinterview – DER AKTIONÄR – 23. Juni 2016

Interviewpartner: Hans Ulrich Stoef, Vorstand m4e AG:

# Nischenplayer m4e: „Guter Jahresstart und wichtige Meilensteine waren erst der Anfang“

**Wichtige Meilensteine für die m4e AG (WKN A0MSEQ):** Das Münchener Brand Management- und Medienunternehmen hat gleich zwei wichtige Weichen für eine erfolgreiche Zukunft gestellt. Neben einem langfristigen Deal mit Universal Pictures Germany konnte m4e seinen Anteil am Erfolgsformat „Mia and me“ auf rund 70 % fast verdreifachen. Nach einem „sehr verheißungsvollen“ Start ins Geschäftsjahr 2016 sieht m4e-CEO Hans Ulrich Stoef die Gesellschaft „auf einem fantastischen Weg“.

Im Interview mit dem AKTIONÄR spricht Firmenlenker Stoef über seine ehrgeizigen Ziele mit „Mia and me“, die Konzentration auf das margenstärkere Lizenzgeschäft und die deutliche Unterbewertung im Branchenvergleich.

**Herr Stoef, m4e hat einen Output-Deal mit Universal Pictures Deutschland vermeldet. Welche Bedeutung hat dieser Deal für die m4e? Können Sie uns etwas zu den erwarteten Umsatzbeiträgen dieser Zusammenarbeit sagen?**

**Hans Ulrich Stoef:** Wir sind absolut begeistert über diese Partnerschaft mit Universal. Für m4e ist der Deal nicht nur von enormer strategischer Bedeutung, sondern spielt zukünftig auch eine große Rolle bei Umsatz und Cashflow. Alle Themen von m4e haben in den nächsten vier Jahren im Bereich Home Entertainment ein festes Zuhause und die Marktmacht von Universal Pictures erlaubt es uns nun, unsere Themen über viele neue Kanäle auszuwerten. Auf eine Umsatzprognose möchte ich mich nicht festlegen, aber ich kann zumindest sagen, dass ein Teil der Vertragssumme bereits bei Unterschrift fällig wird und wir insofern diese Gelder für die Finanzierung von Projekten nutzen können.

**Wer profitiert mehr von diesem Deal – m4e oder Universal?**

**Hans Ulrich Stoef:** Ich hoffe doch sehr, dass beide Seiten im gleichen Maße davon profitieren. Für uns ist dieser Deal auch ein wesentlicher Baustein beim kontinuierlichen Ausbau für uns wichtiger Beziehungen im deutschen und europäischen Markt. Die Multi-Channel-Erfahrung von Universal und deren Stärke bei der Vermarktung von Unterhaltungsthemen lässt uns mit großer Zuversicht die Aufgabe angehen, gemeinsam neue TV-Serien aufzubauen und bereits erfolgreiche Serien wie „Mia and me“ weiter zu entwickeln.

**Eine bedeutende Meldung ist in den letzten Wochen etwas untergegangen: m4e hat seine Beteiligung an der Serie und Marke „Mia and me“ auf ca. 70 Prozent annähernd verdreifacht. Was bedeutet dieser Schritt für die m4e AG?**

**Hans Ulrich Stoef:** Für die m4e ist dies ein Meilenstein bei der weiteren Entwicklung des Unternehmens. Durch den Erwerb der Anteile vom bisherigen Kooperationspartner Rainbow S.r.l. sitzen wir jetzt beim Erfolgsformat „Mia and me“ im „Driver Seat“. Mit nunmehr fast 100 % der Anteile, welche wir gemeinsam mit Gerd Hahn/Hahn Film AG halten, sind wir in der Lage, die Marke noch zielgerichteter zu vermarkten und international weiter auszubauen. Wir wollen die Welt erobern und „Mia and me“ auch in neuen Ländern bekanntmachen. Bisher haben wir 54 Episoden produziert und die 3. Staffel wird im Herbst 2016 bzw. Frühjahr 2017 ausgeliefert, so dass wir dann über einen Content von 78 Episoden verfügen. Eine 4. Staffel ist bereits in Planung und auch ein Kinofilm befindet sich in der Entwicklung. Neue Geschichten, neue Charaktere, neue Lizenzprodukte.

**Was planen Sie konkret bei der Vermarktung und welche Auswirkungen hat die Anteilsaufstockung auf Umsatz und Ergebnis der m4e?**

**Hans Ulrich Stoef:** „Mia und me“ ist bereits jetzt eine internationale Erfolgsstory. Wir werden jedoch jeden Stein bei der Vermarktung umdrehen und die einzelnen Länder, in denen das Thema bisher noch nicht so funktioniert, wie wir uns das vorstellen, genau analysieren und versuchen das Thema dann erfolgreich zu machen. Insgesamt stehen uns jetzt ca. 70 Prozent aus allen Erlösen von „Mia and me“ zu, im Vergleich zum bisherigen Anteil von ca. 25 %. Dies hat natürlich maßgeblichen Einfluss auf Umsatz und Erlöse der m4e AG und durch die anstehende Optimierung der internationalen Vermarktung erwarten wir zusätzliche Impulse. Klares Ziel ist es, eine internationale Marke mit dauerhaften Umsätzen zu entwickeln, an welcher uns die deutliche Mehrheit gehört.

**In den letzten Wochen waren Sie sehr aktiv: Zuletzt haben Sie angekündigt, den Markenklassiker „Miffy“ nach Deutschland zu holen. Was planen Sie konkret mit dieser Marke?**

**Hans Ulrich Stoef:** Wir wollen „Miffy“ als Designmarke etablieren und versuchen den Erfolg aus anderen Ländern auch in Deutschland zu wiederholen – was unseren Vorgängern bisher nicht gelungen ist. Wir sehen bei dieser Marke großes Potenzial über mehrere Altersgruppen hinweg und werden gemeinsam mit dem Lizenzgeber Mercis auch völlig neue Wege bei der Vermarktung gehen, aber auch nicht davor zurückschrecken, „Miffy“ gegebenenfalls auch über Google/YouTube oder andere Kanäle kostenlos zu Verfügung zu stellen, um die Marke bekannt zu machen.

**Zudem haben Sie sich die Vermarktungsrechte an „Beyblade Burst“ im deutschsprachigen Raum gesichert. Was verbirgt sich hinter „Beyblade Burst“ und welche Vermarktungschancen sehen Sie hier?**

**Hans Ulrich Stoef:** Seit dem Launch 1999 hat sich die Originalmarke „Beyblade“ zu einer internationalen Erfolgsgeschichte entwickelt. Bisher wurde „Beyblade“ durch einen der internationalen Branchenriesen Corus/Nelvana vermarktet. Für den deutschsprachigen Raum übernehmen wir dies nun auf Wunsch des Lizenzgebers D-Rights – und zwar in Bezug auf alle Rechte inklusive TV, Licensing, Home Entertainment, etc. Wir kennen die Marke und alle beteiligten Partner sehr gut und können es kaum erwarten, diesem Kult-Thema wieder neues Leben einzuhauchen. Wir sind dabei auch im kleineren Rahmen an den Spielwaren beteiligt, welche durch Hasbro vermarktet werden. Für 2017 erwarten wir zusätzliche Umsätze aus der Vermarktung und stärken so unser Agenturgeschäft, ohne irgendwelche Risiken einzugehen.

**Lassen Sie uns noch einen kurzen Blick zurück auf 2015 werfen: Anleger zeigten sich vom deutlichen Umsatzrückgang im abgelaufenen Geschäftsjahr enttäuscht. Was waren die Gründe für das rückläufige Geschäft und welche Lehren haben Sie daraus gezogen?**

**Hans Ulrich Stoef:** Der Umsatzrückgang um 26,5 Prozent ist im Wesentlichen auf die schon länger angekündigte Reduktion des eher margenschwachen Geschäfts bei der Tochtergesellschaft Tex-ass Textilvertriebs GmbH zurück zu führen. Wir haben im vergangenen Geschäftsjahr die Gelegenheit genutzt, die Tochtergesellschaft Tex-ass Textilvertriebs GmbH einer grundlegenden Neuausrichtung zu unterziehen. Mit Holger Schmies war es uns zudem möglich, einen ausgewiesenen Branchenexperten als neuen Geschäftsführer für die Gesellschaft zu gewinnen. Die Neuausrichtung in unserem Textilgeschäft sowie die getätigten Investitionen zeigen bereits erste Erfolge und werden sich in den kommenden Jahren in Ergebniszuwächsen in diesem Bereich niederschlagen. Wenn man genauer hinsieht, erkennt man zudem, dass die Umsatzentwicklung im wichtigen Lizenzbereich im Jahr 2015 mit einem Wachstum von 13 Prozent bzw. 1,1 Mio. Euro sehr erfreulich verlaufen ist. Aufgrund der Konzentration auf das margenstärkere Lizenzgeschäft in unserem Kernsegment „Family Entertainment“ konnten wir, trotz rückläufiger Umsatzerlöse, einen Anstieg beim operativen Ergebnis verzeichnen.

## **Wie sieht Ihre weitere Strategie aus?**

**Hans Ulrich Stoef:** Wir gehen konsequent unseren Weg und konzentrieren uns auf das margen-trächtige Entertainmentgeschäft und Eigenmarken. m4e ist ein mittelständisches Unternehmen und wir versuchen mit den uns zur Verfügung stehenden Mitteln kontrolliert zu wachsen und insbesondere die Gewinne des Unternehmens nachhaltig zu steigern. Natürlich wäre es schön, Gelder wie zur Zeit des Neuen Marktes zur Verfügung zu haben, um so noch schneller zu wachsen, diese Zeiten sind jedoch vorbei. Deshalb gehen wir die Expansion auch kontrolliert an, ohne die Anzahl der Aktien permanent durch Kapitalmaßnahmen zu erhöhen. Das braucht Zeit, wird sich aber mittelfristig für die Gesellschaft und ihre Aktionäre lohnen. Mit einem kleinen Team an Mitarbeitern und eingeschränkten Mitteln sind wir auf einem fantastischen Weg.

## **Der Start ins Geschäftsjahr 2016 ist nach Ihrer Aussage „sehr verheißungsvoll verlaufen“. Wie fällt nach nunmehr knapp sechs Monaten 2016 Ihr erstes Fazit zum Geschäftsverlauf aus?**

**Hans Ulrich Stoef:** Wir sind auf einem sehr guten Weg, im laufenden Geschäftsjahr wie geplant sowohl beim Umsatz als auch beim EBITDA zuzulegen. Und für 2017 erwarten wir auf Umsatz- und Ergebnisseite eine sehr positive Entwicklung. Verheißungsvoll verlaufen heißt für uns auch, die Firma und das Portfolio auszubauen sowie Wachstum vorzubereiten, siehe den Erwerb der Anteile von Rainbow, den Output-Deal mit Universal Pictures Germany, „Beyblade“, „Miffy“ und vieles mehr. Neben den bereits angesprochenen Themen konnte auch eine langfristige strategische Kooperation mit der spanisch-italienischen Planeta Junior (ein Joint Venture zwischen den Konzernen der Planeta Gruppe – Spanien sowie dem italienischen Unternehmen DeAgostini) eingegangen werden, welche die internationale Ausrichtung des Angebots der m4e Gruppe gewährleisten und zukünftig weiteres Wachstum im Ausland generieren soll.

## **Welchen Newsflow dürfen Ihre Aktionäre im zweiten Halbjahr 2016 erwarten?**

**Hans Ulrich Stoef:** Wir haben noch einiges in der Pipeline. Wir sind in guten Gesprächen für unsere neuen Serien, insbesondere „Iggi“ und „Beatrix Girls“. Außerdem arbeiten wir an einem ähnlichen Deal wie mit Universal für den Bereich Hörspiele und Musik. Und auch unsere neue Serie „Wissper“ scheint gut zu funktionieren – zumindest sehen die ersten Ratings hervorragend aus.

## **Mit einem Börsenwert von rund 12 Mio. Euro ist m4e ein Leichtgewicht auf dem Parkett. Wie wollen Sie mehr Aufmerksamkeit bei Anlegern und Investoren erreichen?**

**Hans Ulrich Stoef:** Wir wollen die Attraktivität der m4e-Aktie nachhaltig steigern. Dazu gehören operative Erfolge, aber auch passende Rahmenbedingungen, wie z. B. höhere Börsenumsätze der m4e-Aktie. Zudem werden wir das Unternehmen auch verstärkt auf Kapitalmarktkonferenzen und Roadshows präsentieren.

Aus meiner Sicht ist die m4e AG im Branchenvergleich deutlich unterbewertet. Wenn man sich die News der letzten Zeit betrachtet und sich ein wenig mit dem Markt und unserem Geschäft beschäftigt, wird man feststellen, dass die m4e-Aktie aktuell ein klarer Kauf ist und eine große Chance für mittelfristig orientierte Anleger bietet.

## **Herr Stoef, vielen Dank für das Interview**