

Zwischenbericht zum 30. September 2007

Business Media China AG

Konzernzwischenlagebericht

I. Geschäft und Rahmenbedingungen

Positionierung

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

Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Laut offizieller Zahlen ist das chinesische Bruttoinlandsprodukt in den vergangenen 15 Jahren um durchschnittlich gut 10% jährlich gewachsen. Auch im 3. Quartal 2007 war hier anhaltend starkes Wachstum zu beobachten. Damit könnte die Wirtschaft in China bis zum Jahresende Deutschland überholen und zur weltweit drittgrößten Volkswirtschaft aufholen. Im dritten Quartal 2007 konnte eine leichte Aufwertung des Euro gegenüber der chinesischen Währung Yuan (CNY) beobachtet werden. Insgesamt kann die chinesische Wirtschaft als stabil und gut organisiert beurteilt werden. Die Rechtssicherheit nimmt stetig zu, muss allerdings noch durch Vergleichsurteile vereinfacht werden.

Geschäftsentwicklung in den ersten 9 Monaten des Jahres 2007

Tochtergesellschaften

Der Ausbau der Bereiche Messen & Publikationen sowie Werbemedien konnte im 3. Quartal 2007 erfolgreich fortgesetzt werden.

Im Bereich der Flughafenwerbung ist die BMC AG an elf der zwölf wichtigsten chinesischen Flughäfen vertreten und damit einer der führenden Anbieter von Flughafenwerbeflächen in China. Darunter fallen Werbeflächen an den Airports der drei wichtigsten chinesischen Metropolen Beijing, Shanghai Hongqiao) und Guangzhou sowie an den Flughäfen der Millionenstädte Shenzhen, Chengdu, Kunming, Hangzhou, Xi'an, Chongqing, Xiamen und Qingdao.

Es wurden auch erfolgreiche Gespräche über großflächige Außenwerbeanlagen im unmittelbaren Umfeld des Flughafens Shanghai Pudong geführt, so dass die BMC AG ab dem kommenden Jahr alle Top-Zwölf Flughäfen mit Mediaflächen abdecken kann.

Im September 2007 nahm die BMC Gruppe erfolgreich an der Ausschreibung der neuen Werbeflächen am Terminal 3 des Beijing Capital International Airport teil. Für diesen neuen Mega-Terminal wird mit einem jährlichen Passagieraufkommen von ca. 35 bis 40 Millionen p.a. gerechnet

Zudem konnte sich BMC Flying Dragon u.a. wesentliche Teile der Werbeflächen am Flughafen Shaanxi der Metropole Xi'An bis zum Jahr 2015 sichern. Der Flughafen der 8 Millionen Stadt hat aktuell ein Passagieraufkommen von 10 Millionen pro Jahr bei einer jährlichen ca. 20 %-igen Steigerung der Passagierzahlen. Im August 2007 konnte unter anderem mit dem Neukunden ESSENCE SECURITIES eine noch in 2007 wirksame Vereinbarung über Mediaplanung und Mediaeinkauf an Flughafenflächen im Gesamtwert von TEUR 860 geschlossen werden.

Im Januar 2007 wurde für BMC Advertising, eine 100 %-ige Tochtergesellschaft der BMC Gruppe, die Geschäftslizenz erteilt. Das operative Geschäft ist erfolgreich angelaufen. Das Kapital in Höhe von ca. TEUR 5.000 wurde voll eingezahlt und dient als Working Capital der Gesellschaft. BMC Advertising startete ihr operatives Geschäft Anfang des Jahres 2007 und hat erste Umsatzerfolge erzielt.

Die BMC AG hält bereits exklusive Werberechte an den vier hoch frequentierten chinesischen Bahnhöfen Beijing West Railway Station, Beijing Central Railway Station, Tianjin Railway Station und Shijiazhuang Station. Damit ist die BMC AG bereits heute einer der führenden Anbieter im Bereich der für den chinesischen Markt neuartigen Werbeform an Bahnhöfen. BMC ist das erste und einzige

internationale Unternehmen, das die Werberechte auf Bahnhöfen erhalten hat. Das Werbeangebot auf Bahnhöfen wird in ganz China ausgebaut.

Bereits im Januar des laufenden Geschäftsjahres konnte sich die BMC AG durch ihre Tochtergesellschaft BMC Advertising einen Großauftrag für Bahnhofswerbung von Beijing Mobile sichern. Beijing Mobile, Tochter des weltgrößten Mobilfunkbetreibers China Mobile, vergab einen Werbeetat in Höhe von 1 Mio. Euro an die BMC AG. Künftig wird der Mobilfunkanbieter an den zwei wichtigen chinesischen Bahnhöfen Beijing Central Railway Station sowie Beijing West Railway Station die modernen Leuchttafeln und -säulen der BMC AG für Werbekampagnen nutzen.

Weitere aktuelle Kunden aus dem Bereich der Key Companies sind Coca Cola, Yili, Lenovo/IBM, die B2B-Plattform Alibaba sowie Chinas größter Dairy Produzent Mengniu. Nachdem BMC Advertising für ihr Engagement und Investment in neue Mediaformate bereits zu Beginn des Jahres einen der renommiertesten chinesischen Medien-Preise in der Kategorie „Wichtigster Beitrag zu neuen Medienformaten 2006“ erhalten hatte, konnte die BMC AG Tochter für den Kunden Mengniu erneut unter Beweis stellen, dass sie die Medienlandschaft der Außenwerbung in China nachhaltig prägt. Mit einem Budget von ca. 1,6 Millionen Euro verwirklichte die BMC Advertising ein Gesamtkonzept aus klassischer Werbung, Direktkommunikation und Kunst durch die Verkleidung von fünf Kuppeldächer der Beijing Central Railway Station mit einer Gesamtfläche von 1.500qm und einem integrierten Servicekonzept, das dem Kunden die Direktansprache seiner Zielgruppe ermöglicht.

Zum 1. März 2007 hat die BMC AG 70 % der Anteile an der TC-Gruppe GmbH Target Communications mit Sitz in Ludwigsburg erworben, verbunden mit einer Mithaftungserklärung in Höhe von TEUR 500,0. Damit werden vor allem zwei wichtige strategische Ziele verfolgt: zum Einen die Ergänzung des internen Know-hows sowie der operativen Ressourcen in der Konzeption und Durchführung von internationalen Kommunikationsprojekten, zum Anderen der direkte Zugang zu deutschen Werbekunden, um für diese in einer frühen Phase die Kundenkommunikation für den Markteintritt und die Markenpflege in China zu initiieren. Die TC Gruppe hat vor kurzem u.a. den PR Report Award 2007 für ihre Imagekampagne „Baden-Württemberg. Deutschlands schönste Fankurve“ zur Fußball-WM 2006 gewonnen. Die neu erworbene Tochtergesellschaft TC Gruppe startete in den ersten Quartalen 2007 mit der Akquisition neuer Klienten in China sowie der Begleitung europäischer Kunden nach China. Das erste Halbjahr war bestimmt durch die Integration sowie die Vorbereitung des Markteintritts und der Hebung von Synergien innerhalb der BMC-Gruppe. Im dritten Quartal wurden signifikante Umsätze erwirtschaftet.

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

Die Aufstockung der Beteiligung an BMC Zhenwei ist die konsequente Umsetzung der eingeleiteten Restrukturierung und Neugestaltung der Gesellschaft durch die BMC-Gruppe. BMC AG wird nach der Anteilserhöhung zukünftig 66% an der Gesellschaft halten. BMC Zhenwei konnte nach der Restrukturierung im vergangenen Jahr sowie der Konzentration auf Technologiemesen die bestehenden Messethemen stabilisieren und für das Geschäftsjahr 2008 neu positionieren. Im Ergebnis des Jahres 2007 werden noch nicht die neuen Vertriebsstrukturen und implementierten Anreizsysteme voll zur Wirkung kommen. Die Gesellschaft erzielte durch den Verkauf der Textilmesse Anfang des Jahres 2007 ein positives Zwischenergebnis.

In Hongkong wurden die Verhandlungen zur Übernahme von 51% an der Messegesellschaft BMC-TBG, welche im Rohstoff- und Energiesektor Kongresse und Messen organisiert, im Oktober 2007 abgeschlossen.

BMC China hat die Erstveranstaltung SMT Forum im Jahre 2007 organisiert und Marktanalysen und Verwaltungsaufgaben für die BMC-Gruppe durchgeführt.

BMC Baiwen konnte im Mai 2007 sehr erfolgreich die Messe Beauty Expo Shanghai veranstalten und eine deutliche Umsatzsteigerung erzielen. Das Ergebnis lag deutlich über Plan.

Im laufenden Geschäftsjahr 2007 wurde die Übernahme und Integration der Gesellschaft Mass Holdings (HKG) Co., Ltd. sowie ihrer 70%-igen Beteiligung an der BMC Herong vollzogen. Die neue Tochtergesellschaft BMC Herong hat im 3. Quartal 2007 ihre optoelektronische Leitmesse CIOE sehr erfolgreich in Shenzhen durchgeführt.

BMC AG, die Muttergesellschaft, ist insbesondere für die Bereiche Strategie, Corporate Governance, Planung und Controlling, Projektentwicklung, Investition und Finanzierung einschließlich Kapitalmarkt-kommunikation und das Corporate Design zuständig. Sie erwirtschaftet in den ersten neun Monaten 2007 folglich keinen Überschuss, konnte aber durch die Entwicklung und den erfolgreichen Vertrieb von Messekonzepten die Ertragslage stark verbessern.

Personal

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

II. Ertragslage

In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2007 erzielte der Business Media China Konzern Umsatzerlöse in Höhe von TEUR 16.009,5. Dies entspricht einer Steigerung von rund 283 % gegenüber dem Wert des entsprechenden Vorjahreszeitraumes von TEUR 4.181,3.

Den größten Umsatzbeitrag leistete dabei in ersten neun Monaten die Gesellschaft BMC Flying Dragon, die im Bereich der Werbeflächenvermarktung an großen chinesischen Flughäfen unter anderem Werbeatats der Automobilhersteller Honda und MG Cars gewinnen konnte. BMC Baiwen konnte in den ersten neun Monaten 2007 insbesondere durch die erfolgreiche Durchführung der Messe Beauty Expo Shanghai TEUR 2.393,4 (9-Monatsdurchschnittskurs) beitragen und damit einen bedeutenden Beitrag zum Konzernergebnis beitragen. BMC Advertising konnte sich positiv entwickeln, die Gesellschaft befindet sich noch in der Aufbauphase, die Geschäftslizenz wurde erst im Januar 2007 erteilt.

Größte Aufwandsposition stellte der Materialaufwand dar, der von TEUR 3.315,4 im Vorjahr auf nun TEUR 13.130,1 anstieg. In dieser Position finden sich im Wesentlichen Aufwendungen für die Anmietung der Werbeflächen an strategisch wichtigen Flughäfen sowie Bahnhöfen wieder. Im Zuge der oben geschilderten Einstellung von chinesischen und europäischen Top-Leuten der internationalen Werbebranche erhöhte sich der Personalaufwand im ersten Halbjahr von TEUR 1.231,8 im Vorjahr auf jetzt TEUR 3.315,4. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen lagen zum 30. September 2007 bei TEUR 3.478,1. Der bis zum 30. Juni 2007 aufgelaufene Konzerneffektbetrag, konnte durch das positive Ergebnis des 3. Quartals 2007 leicht abgebaut werden.

Im Folgenden sind die Gewinn- und Verlustrechnungen des 3. Quartals 2007 und 2006 einschließlich der Veränderungen dargestellt

	1.7.-30.9. 2007	1.7.-30.9. 2006	Verände- rung
	TEUR	TEUR	TEUR
Umsatzerlöse	8.036,8	1.124,1	+6.912,7
Sonstige Erträge	52,8	9,4	+43,4
Bestandsveränderungen	277,4	0,0	+277,4
Materialaufwand	-5.427,2	-1.029,8	-4.397,4
Personalaufwand	-1.357,4	-464,4	-893,0
Abschreibungen	-163,4	-11,5	-151,9
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-1.278,3	-1.679,9	+401,6
Finanzierungsaufwendungen	-50,0	-16,1	-33,9
Übriges Finanzergebnis	13,9	111,7	-97,8
Ergebnis vor Ertragsteuern	104,6	-1.956,5	+2.061,1
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	107,6	156,4	-48,8
Ergebnis	212,2	-1.800,1	+2.012,3

III. Vermögenslage

Zum 30. September 2007 verfügte der BMC Konzern über Vermögenswerte in Höhe von insgesamt TEUR 35.916,2. Davon waren ca. 61 % oder TEUR 21.878,5 kurzfristiger Natur sowie ca. 39 % (TEUR 14.037,7) in langfristigen Werten gebunden. Der Mittelabfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit betrug TEUR 6.224,7. Für Investitionen setzte der BMC Konzern Finanzmittel - nach Abzug übernommener Finanzmittel aus Unternehmenserwerben - in Höhe von TEUR 2.633,1 ein. Der Konzern verfügte zum 30. September 2007 über Finanzmittel in Höhe von TEUR 5.975,7.

IV. Finanzlage

Mit einer Eigenkapitalquote von rund 71 % ist die Business Media China weiterhin äußerst solide finanziert. Von den Verbindlichkeiten und Rückstellungen in Höhe von insgesamt TEUR 10.248,2 waren lediglich ca. 10% bzw. TEUR 989,1 langfristig (d.h. mit einer Restlaufzeit von länger als einem Jahr). Die kurzfristigen Verbindlichkeiten in Höhe von TEUR 8.044,1 sind zu wesentlichen Teilen in den Vorleistungen der BMC Flying Dragon sowie der BMC Advertising im Rahmen der Anmietung von lukrativen Werbeflächen und erhaltenen Anzahlungen begründet.

V. Risikobericht

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

VI. Prognosebericht

Für das 4. Quartal 2007 wird ebenfalls mit einem positiven Quartalsabschluss gerechnet. Die Vertriebsaktivitäten im gesamten Werbemedienbereich konnten deutlich verbessert werden und lassen somit auf ein erfolgreiches 4. Quartal schließen. Die BMC Gruppe hat erfolgreich an dem Ausschreibungsverfahren für Werbeflächen des neuen Terminals 3 in Beijing teilgenommen. Weiterhin wurde planmäßig der Erwerb von 51 % an der BMC-TBG Ltd. in Hongkong im Oktober 2007 umgesetzt. Die Rohstoffmesse China Mining in Beijing wurde mit großem Erfolg und hoher Beteiligung Mitte November 2007 in Beijing organisiert. Für das gesamte Geschäftsjahr kann von einem operativen Erfolg in den Segmenten Messen & Publikationen sowie Werbemedien gesprochen werden. Das zweite Halbjahr entwickelt sich erwartungsgemäß positiv. Es verbleiben die notwendigen Aufwendungen der Verwaltung in Stuttgart und Beijing.

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

Zum 30. September 2007 lagen keine wesentlichen Transaktionen mit Unternehmen oder Personen vor, die der Business Media China AG in irgendeiner Weise nahe stehen.

Stuttgart, den 19. November 2007

Business Media China AG

Der Vorstand

Klaus Michael Hilligardt

Arend Jan Rudolf van Eeden

Peter Saßmann

Li Yang Yang

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der Business Media China AG

	1.1.-30.09. 2007 TEUR	1.1.-30.09. 2006 TEUR
Umsatzerlöse	16.009,5	4.181,3
Sonstige Erträge	136,4	22,2
Bestandsveränderung der unfertigen Leistungen	331,8	0,0
Materialaufwand	-13.130,1	-3.315,4
Personalaufwand	-3.315,4	-1.231,8
Abschreibungen	-695,9	-58,2
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-3.478,1	-2.982,6
Finanzierungsaufwendungen	-70,9	-34,3
Übriges Finanzergebnis	190,4	188,1
Ergebnis vor Ertragsteuern	-4.022,3	-3.230,7
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	297,3	104,1
Konzernfehlbetrag	-3.725,0	-3.126,6
Anteil der Aktionäre am Konzernfehlbetrag	-3.812,8	-3.040,5
Anteil anderer Gesellschafter am Konzernfehlbetrag	87,8	-86,1
Konzernfehlbetrag	-3.725,0	-3.126,6
	EUR	EUR
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	-0,64	-0,57
Verwässertes Ergebnis je Aktie	-0,64	-0,57
Aktien (Stück, gewichtet in 2006)	5.999.466	5.351.127

Konzernbilanz der Business Media China AG

Aktiva	30.09.2007 TEUR	30.09.2007 TEUR	31.12.2006 TEUR	31.12.2006 TEUR
Geschäfts- oder Firmenwerte	7.664,7		6.361,7	
Andere immaterielle Vermögenswerte	3.866,5		29,7	
Sachanlagen	1.540,4		813,4	
Finanzanlagen	0,0		60,0	
Anlagevermögen		13.071,6		7.264,8
Sonstige Forderungen und Vermögenswerte	3,3		0,0	
Latente Ertragsteueransprüche	962,8		290,5	
Langfristige Forderungen und Vermögenswerte		966,1		290,5
Langfristige Vermögenswerte		14.037,7		7.555,3
Vorräte		652,0		0,0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	7.380,3		1.901,9	
Sonstige Forderungen und Vermögenswerte	7.696,5		8.236,3	
Effektive Ertragsteueransprüche	174,0		168,8	
Kurzfristige Forderungen		15.250,8		10.307,0
Finanzmittel		5.975,7		14.950,6
Kurzfristige Vermögenswerte		21.878,5		25.257,6
		35.916,2		32.812,9
Passiva				
Gezeichnetes Kapital	5.999,5		5.999,5	
Rücklagen	21.339,1		21.315,2	
Bilanzverlust	-3.812,8		0,0	
Anteil der Aktionäre der Business Media China AG am Eigenkapital		23.525,8		27.314,7
Anteil anderer Gesellschafter am Eigenkapital		2.142,2		1.043,8
Eigenkapital		25.668,0		28.358,5
Latente Ertragsteuerrückstellungen	439,8		0,6	
Sonstige Rückstellungen (Besserungsschein)	0,0		0,0	
Langfristige Rückstellungen		439,8		0,6
Finanzschulden	11,7		0,0	
Sonstige Verbindlichkeiten	537,6		0,0	
Langfristige Verbindlichkeiten		549,3		0,0
Langfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten		989,1		0,6
Kurzfristige Rückstellungen (Sonstige Rückstellungen)		1.215,0		1.094,9
Finanzschulden	78,7		47,6	
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.649,2		1.732,3	
Steuerschulden	608,8		57,1	
Sonstige Verbindlichkeiten	3.707,4		1.521,9	
Kurzfristige Verbindlichkeiten		8.044,1		3.358,9
Kurzfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten		9.259,1		4.453,8
		35.916,2		32.812,9

Eigenkapitalveränderungsrechnung des Konzerns der Business Media China AG

	Gezeichnetes Kapital TEUR	Kapital- rücklagen TEUR	Gewinn- rücklagen TEUR	Rücklage aus Währungs- umrechnung TEUR	Neube- wertungs- rücklage TEUR	Rücklagen gesamt TEUR	Bilanzgewinn/ Bilanzverlust TEUR	auf Aktionäre der BMC AG entfallendes Eigenkapital TEUR	Anteile anderer Gesell- schafter TEUR	Summe Eigen- kapital TEUR
Stand zum 31. Dezember 2005	4.545,1	1.900,0	0,0	43,1	21,5	1.964,6	125,6	6.635,3	232,1	6.867,4
Währungsdifferenzen auf die Geschäftswerte zum 1. Januar 2006	0,0	0,0	0,0	229,0	0,0	229,0	0,0	229,0	0,0	229,0
Umgliederung des Bilanzgewinns in die Gewinnrücklagen	0,0	0,0	125,6	0,0	0,0	125,6	-125,6	0,0	0,0	0,0
Angepasster Stand zum 1. Januar 2006	4.545,1	1.900,0	125,6	272,1	21,5	2.319,2	0,0	6.864,3	232,1	7.096,4
Unterschiede aus Konsolidierungskreisänderungen	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1.116,9	1.116,9
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	0,0	0,0	0,0	-321,4	0,0	-321,4	0,0	-321,4	-32,3	-353,7
Konzernfehlbetrag 2006	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-3.040,5	-3.040,5	-86,1	-3.126,6
Umgliederung der Steuerlatenz aus der Kapitalerhöhung 2005	0,0	-18,1	0,0	0,0	0,0	-18,1	0,0	-18,1	0,0	-18,1
Kapitalerhöhungen 2006	1.454,4	28.088,4	0,0	0,0	0,0	28.088,4	0,0	29.542,8	0,0	29.542,8
Kosten der Kapitalerhöhungen 2006 ohne Steuerlatenz	0,0	-2.296,1	0,0	0,0	0,0	-2.296,1	0,0	-2.296,1	0,0	-2.296,1
Ausschüttungen an andere Gesellschafter	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-6,4	-6,4
Stand zum 30. September 2006	5.999,5	27.674,2	125,6	-49,3	21,5	27.772,0	-3.040,5	30.731,0	1.224,2	31.955,2
Stand zum 31. Dezember 2006	5.999,5	19.320,2	2.255,6	-282,1	21,5	21.315,2	0,0	27.314,7	1.043,8	28.358,5
Unterschiede aus Konsolidierungskreisänderungen	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	951,0	951,0
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	0,0	0,0	0,0	-450,1	0,0	-450,1	0,0	-450,1	-85,8	-535,9
Reduzierung der Kosten der Kapitalerhöhungen 2006	0,0	134,7	0,0	0,0	0,0	134,7	0,0	134,7	0,0	134,7
Konzernfehlbetrag 2007	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-3.812,8	-3.812,8	87,8	-3.725,0
Forderung aus der Eigenkapitalgarantie der TC Gruppe GmbH Target Communications	0,0	0,0	339,3	0,0	0,0	339,3	0,0	339,3	145,4	484,7
Stand zum 30. September 2007	5.999,5	19.454,9	2.594,9	-732,2	21,5	21.339,1	-3.812,8	23.525,8	2.142,2	25.668,0

Verkürzte Konzernkapitalflussrechnung

	1.1.-30.09.	1.1.-30.09.
	2007	2006
	TEUR	TEUR
Mittelabfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit	-6.224,7	-8.231,2
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-2.633,1	-6.650,1
Mittelabfluss / -zufluss aus der Finanzierungstätigkeit	-51,1	28.896,6
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestandes	-8.908,9	14.015,3
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	14.950,6	2.917,4
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestandes	-66,0	-28,1
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestandes	-8.908,9	14.015,3
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	5.975,7	16.904,6

Verkürzter Konzernanhang

Grundlagen der Rechnungslegung

Der 9-Monatsabschluss des Konzerns der Business Media China AG basiert auf den Rechnungslegungsgrundsätzen der International Reporting Standards (IFRS). Es wurden dieselben Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wie im letzten Jahresabschluss angewendet. Der Konzernfinanzbericht wurde in Euro aufgestellt. Soweit nicht anders vermerkt, sind alle Beträge in Tausend Euro (TEUR), gerundet auf eine Dezimalstelle nach dem Komma, angegeben. Hierdurch können sich auch Rundungsdifferenzen ergeben.

Dieser 9-Monatsabschluss wurde weder entsprechend § 317 HGB geprüft noch einer prüferischen Durchsicht durch einen Abschlussprüfer unterzogen. Bei der Aufstellung des Konzernzwischenabschlusses sind Annahmen getroffen und Schätzungen verwandt worden, die sich auf Höhe und Ausweis der bilanzierten Vermögenswerte und Schulden, der Erträge und Aufwendungen sowie der Eventualverbindlichkeiten ausgewirkt haben. Die tatsächlichen Werte können in Einzelfällen von den getroffenen Annahmen und Schätzungen abweichen.

Konsolidierungskreis

Der Konsolidierungskreis hat sich zum letzten Konzernjahresabschluss um vier Gesellschaften erweitert. Im 3. Quartal 2007 haben sich keine Änderungen im Konsolidierungskreis ergeben.

Konsolidierungskreis zum 31. Dezember 2006

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

Zugänge zum Konsolidierungskreis in 2007 bis 30. September 2007

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

Die Anteilsübertragung aus dem Erwerb von weiteren 15 % der Anteile an der BMC Zhenwei ist im 3. Quartal 2007 nicht rechtswirksam erfolgt, so dass die Beteiligungsquote zum Stichtag unverändert ist.

Verkürzte Segmentberichterstattung

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

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

Eine Aufteilung der Umsätze nach Sitz des Kunden ist aufgrund der Geschäftstätigkeit der BMC-Gruppe nicht durchführbar. Die Hauptumsätze werden mit chinesischen Kunden getätigt, die in der Mehrzahl auf den Messen in China ausstellen oder die Messen besuchen bzw. Werbeflächen anmieten.

In den Messeumsätzen 2007 sind Umsätze von TEUR 1.380,0 aus dem erfolgreichen Verkauf von Messekonzepten enthalten, den die Business Media China AG mit einem Kunden im asiatischen Raum erzielen konnte. Außenumsätze der deutschen TC-Gruppe GmbH Target Communications, die dem Segment Werbemedien zugeordnet ist, sind mit TEUR 967,6 in der Segmentberichterstattung 2007 enthalten. Innenumsätze hat die TC-Gruppe GmbH Target Communications mit dem Segment „AG“ von TEUR 125,0 in 2007 getätigt. Der Vorjahressegmentumsatz des Segments „Sourcing & IT“ stammt aus einem Projekt mit einem chinesischen Kunden.

Primärsegmente

9-Monatsbericht 2007	AG	Messen	Sourcing/IT	Werbe- medien	Summe der Segmente	Über- leitung	Konzern
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Außenumsätze	8,8	6.352,2	0,0	9.648,5	16.009,5	0,0	16.009,5
Innenumsätze	531,3	61,6	0,0	1.230,1	1.823,0	0,0	1.823,0
Segmentumsätze	540,1	6.413,8	0,0	10.878,6	17.832,5	0,0	17.832,5
Segmentergebnis	-2.466,3	2.623,2	0,0	-3.682,9	-3.526,0	-371,6	-3.897,6
Mitarbeiter zum 30.9.2007	19	101	0	124	244	0	244
9-Monatsbericht 2006							
Außenumsätze	15,7	2.349,7	512,1	1.303,8	4.181,3	0,0	4.181,3
Innenumsätze	596,3	0,0	0,0	0,0	596,3	0,0	596,3
Segmentumsätze	612,0	2.349,7	512,1	1.303,8	4.777,6	0,0	4.777,6
Segmentergebnis	-1.880,5	-332,1	412,6	-1.549,8	-3.349,8	-34,7	-3.384,5
Mitarbeiter zum 30.9.2006	36	37	0	56	129	0	129

Das Segment Messen & Publikationen entwickelt sich sehr erfolgreich. Die Messe CIOE der BMC Herong trägt zum Erfolg des 3. Quartals 2007 bei.

Im Segment Werbemedien konnte der Bereich Flughafenwerbung im dritten Quartal positiv abschließen. Der Bereich Bahnhöfe befindet sich in seinem ersten operativen Jahr, welches durch Anlaufkosten und nichtaktivierungsfähigen Betriebskosten bestimmt wird. Es zeichnet sich aber im Geschäftsverlauf des Jahres 2007 eine positive Entwicklung ab.

Sekundärsegmente

9-Monatsbericht 2007	China	Deutsch- land	Summe der Segmente	Über- leitung	Konzern
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Außenumsätze	13.598,4	2.411,1	16.009,5	0,0	16.009,5
Innenumsätze	1.698,0	125,0	1.823,0	0,0	1.823,0
Segmentumsätze	15.296,4	2.536,1	17.832,5	0,0	17.832,5
Segmentergebnis	-1.704,0	-1.822,0	-3.526,0	-371,6	-3.897,6
Mitarbeiter zum 30.9.2007	192	52	244	0	244
9-Monatsbericht 2006					
Außenumsätze	3.609,3	572,0	4.181,3	0,0	4.181,3
Innenumsätze	596,3	0,0	596,3	0,0	596,3
Segmentumsätze	4.205,6	572,0	4.777,6	0,0	4.777,6
Segmentergebnis	-248,9	-3.100,9	-3.349,8	-34,7	-3.384,5
Mitarbeiter zum 30.9.2006	118	11	129	0	129

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

Aus den Erstkonsolidierungen der Mass Holdings, BMC Herong sowie der TC Gruppe sind Vermögenswerte identifiziert worden und Aufrechnungsdifferenzen entstanden, die vorläufig gemäß IFRS 3.62 den anderen immateriellen Vermögenswerten und den Geschäfts- oder Firmenwerten zugeordnet worden sind. Auf die Geschäfts- oder Firmenwerte entfallen hiervon vorläufig TEUR 1.767,5, durch die vorläufigen Neubewertungen sind die Eigenkapitalien der BMC Herong und der TC Gruppe um insgesamt TEUR 2.551,6 erhöht worden. Bei der Erstkonsolidierung der Mass Holdings sind abgezinsten ungewisse Anschaffungskosten aufgrund von zukünftig wahrscheinlichen Kaufpreisanpassungen (IFRS 3.32) von TEUR 855,7 berücksichtigt, die zum Stichtag zum Stichtagskurs mit TEUR 537,6 unter den langfristigen sonstigen Verbindlichkeiten und mit TEUR 292,9 unter den kurzfristigen Verbindlichkeiten ausgewiesen sind. Aus dem Verkauf der Textilmesse der BMC Zhenwei sind TEUR 166,6 aus den Geschäfts- oder Firmenwerten abgegangen. Des Weiteren waren erfolgsneutrale Anpassungen der Geschäfts- oder Firmenwerten aus der Währungsumrechnung notwendig, die im Wesentlichen zu der Veränderung der Rücklage aus Währungsumrechnung geführt haben. Die Werthaltigkeitsprüfung der aktivierten Geschäfts- oder Firmenwerte erfolgt im vierten Quartal 2007 nach Abschluss des jährlichen Planungsprozesses im Zuge des Jahresabschlusses.

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

Die latenten Ertragsteueransprüche haben sich insbesondere durch die aktivierten Steuerersparnisse bei den chinesischen Gesellschaften erhöht. Bei der Berechnung der Steuerlatenzen der chinesischen Gesellschaften ist der ab 2008 gültige Steuersatz von 25 % bei den Gesellschaften berücksichtigt worden, die bisher einem höheren Steuersatz als 25 % unterlagen. Für die Berechnung von inländischen latenten Steuern ist ein Steuersatz von 30 % (bisher ca. 39 %) zugrunde gelegt worden. Die Änderung des inländischen Steuersatzes aufgrund der im Juli 2007 verabschiedeten Unternehmenssteuerreform war von keiner wesentlichen Bedeutung für den Konzernabschluss.

Insgesamt haben sich die langfristigen Vermögenswerte um TEUR 6.482,4 im Vergleich zum 31. Dezember 2006 erhöht.

Die zum 30. September 2007 ausgewiesenen Vorräte betreffen im Wesentlichen unfertige Leistungen der TC Gruppe. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind im Vergleich zum 31. Dezember 2006 um TEUR 5.478,4 angestiegen, davon entfallen TEUR 2.530,5 auf die Veränderung des Konsolidierungskreises.

Die Veränderung des Finanzmittelbestands ist aus der verkürzten Konzernkapitalflussrechnung ersichtlich. Der ausgewiesene Finanzmittelbestand entfällt mit TEUR 2.204,5 auf Deutschland, mit TEUR 79,8 auf Hongkong und mit TEUR 3.691,4 auf Gesellschaften mit Sitz auf dem chinesischen Festland. Die BMC AG hat zum 30. September 2007 Guthaben bei Kreditinstituten von TEUR 3.167,6, wovon TEUR 500,0 für einen Kontokorrentkredit der TC Gruppe verpfändet sind. Die TC Gruppe hat zum 30. September 2007 Bankverbindlichkeiten in Höhe von TEUR 984,2, die im Rahmen der Konsolidierung mit entsprechenden Guthaben der BMC AG bei dem gleichen Kreditinstitut saldiert worden sind.

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

Unterjährig wird im Bilanzverlust der Anteil der Aktionäre der Business Media China AG am Konzernfehlbetrag ausgewiesen. Im Konzernjahresabschluss wird in diesem Posten der Bilanzgewinn

bzw. Bilanzverlust des Einzelabschlusses der Business Media China AG ausgewiesen, ermittelt nach handelsrechtlichen Rechnungslegungsgrundsätzen.

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

Der Anstieg der langfristigen sonstigen Verbindlichkeiten resultiert aus der Kaufpreisverpflichtung aus dem Erwerb der Anteile der Mass Holdings.

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

Von den Steuerschulden entfallen TEUR 348,2 auf Ertragsteuern, der verbleibende Saldo auf sonstige Steuern.

Die kurzfristigen sonstigen Verbindlichkeiten sind um TEUR 2.185,5 angestiegen, wobei sich die erhaltenen Anzahlungen um TEUR 1.137,7 erhöht haben.

Erläuterungen zur Veränderung der Ertragslage

Die Gewinn- und Verlustrechnungen für die ersten 9 Monate der Jahre 2007 und 2006 sind aufgrund der Veränderungen des Konsolidierungskreises nur schwer vergleichbar. In der nachfolgenden Übersicht sind die Veränderungen zwischen 2007 und 2006 nach Zugängen zum Konsolidierungskreis 2007 und dem Konsolidierungskreis zum 30. September 2006 dargestellt. Die BVW, die im vierten Quartal 2006 erstmals konsolidiert worden ist, ist in den Zugängen zum Konsolidierungskreis 2007 enthalten.

	Zugänge Konsolidie- rungskreis 2007	Konsolidie- rungskreis 2006	Eliminie- rungen	Verände- rung
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Umsatzerlöse	6.632,1	6.422,8	-1.226,7	11.828,2
Bestandsveränderungen	331,8	0,0	0,0	331,8
Gesamtleistung	6.963,9	6.422,8	-1.226,7	12.160,0
Sonstige betriebliche Erträge	263,4	196,9	-346,1	114,2
Materialaufwand	-6.624,0	-3.983,0	792,3	-9.814,7
Personalaufwand	-1.448,3	-635,3	0,0	-2.083,6
Abschreibungen	-620,0	-17,7	0,0	-637,7
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-1.183,7	244,7	443,5	-495,5
Finanzergebnis	-73,5	72,1	-32,9	-34,3
Ergebnis vor Ertragsteuern	-2.722,2	2.300,5	-369,9	-791,6
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	494,6	-289,9	-11,5	193,2
Ergebnis	-2.227,6	2.010,6	-381,4	-598,4

Der Konzernfehlbetrag für die ersten 9 Monate beträgt TEUR 3.725, im Vorjahresvergleichszeitraum 2006 TEUR 3.126,6. Vor Konsolidierungsmaßnahmen haben die Zugänge zum Konsolidierungskreis zur Ergebnisveränderung TEUR 2.227,6 beigetragen. Gegenläufig hat sich die Ergebnisveränderung des Konsolidierungskreises 2006 ausgewirkt.

Durch die Erweiterung des Konsolidierungskreises konnten die Umsätze vor Konsolidierung um TEUR 6.632,1 gesteigert werden. Davon sind TEUR 239,1 mit dem Konsolidierungskreis 2006 getätigt worden sowie sind Innenumsätze von TEUR 1.105,1 zwischen den neuen Gesellschaften erfolgt. Die Umsätze zwischen den Gesellschaften des Konsolidierungskreises 2006 haben sich um TEUR 117,5 vermindert.

Nach Konzerngesellschaften ergibt sich folgende Aufteilung des Konzernfehlbetrags für die ersten 9 Monate des jeweiligen Geschäftsjahrs:

	2007	2006	Verände- rung
	TEUR	TEUR	TEUR
Konsolidierungskreis bis 30.9.2006			
BMC AG	-1.172,0	-2.950,4	1.778,4
BMC Baiwen	608,9	176,8	432,1
BMC China	-213,2	6,8	-220,0
BMC Flying Dragon	-314,2	-158,5	-155,7
BMC Zhenwei	3,4	-172,4	175,8
Zugänge zum Konsolidierungskreis ab 30.9.2006	-1.087,1	-3.097,7	2.010,6
BMC Advertising	-2.073,4	0	-2.073,4
TC Gruppe	-741,6	0	-741,6
Mass Holdings	-38,8	0	-38,8
BMC Herong	628,5	0	628,5
BVW	-2,3	0	-2,3
	-2.227,6	0,0	-2.227,6
Eliminierungen	-410,30	-28,90	-381,4
	-3.725,0	-3.126,6	-598,4

Die Eliminierungen resultieren im Wesentlichen sowohl aus dem Verkauf der Textilmesse der BMC Zhenwei und dem damit verbundenen Abgang des dazugehörigen Geschäfts- oder Firmenwerts als auch aus einer Umrechnungsdifferenz aus der Kapitaleinzahlung bei der BMC Advertising.

Hinsichtlich weiterer Veränderungen zwischen den Konzern-Gewinn- und Verlustrechnungen für die ersten 9 Monate 2007 im Vergleich zum Vorjahr sowie die Entwicklung im Berichtszeitraum wird auf die Erläuterungen im Konzernzwischenlagebericht verwiesen.

Stuttgart, den 19. November 2007

Business Media China AG

Der Vorstand

Klaus Michael Hilligardt

Arend Jan Rudolf van Eeden

Peter Saßmann

Li Yang Yang