



CdC Capital AG

Research Report
Neue Sentimental Film AG

September 2006

Innere Wiener Str. 11a
81667 München
Tel.: +49 (0) 89 69 79 76 - 15
Fax: +49 (0) 89 62 06 96 - 61

www.cdc-capital.com

INHALTSVERZEICHNIS

Neue Sentimental Film
www.nsf.de

Anzeige gemäß der Finanzanalyseverordnung	3
Eckdaten	4
Unternehmensportrait	5
Branchenanalyse	16
SWOT Analyse	20
Fundamentalanalyse	21
Discounted Cashflow Modell	26
Technische Analyse	27
Fazit	30
Disclaimer	31

ANZEIGE GEMÄSS DER VERORDNUNG VON FINANZINSTRUMENTEN (FINANV) VOM 17.12.2004

Neue Sentimental Film
www.nsf.de

Mit in Kraft treten des Anlegerschutzverbesserungsgesetzes am 30. Oktober 2004 sind die gesetzlichen Pflichten für Personen, die in Ausübung ihres Berufes oder im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit Analysen von Finanzinstrumenten erstellen oder weitergeben in den §§ 34b und c des Wertpapierhandelsgesetzes (WpHG) i.V.m. der Verordnung über die Analyse von Finanzinstrumenten (FinAnV) vom 17.12.2004 geregelt worden.

Die CdC Capital AG begrüßt die Neuregelung nachdrücklich und erfüllt die erhöhten Anforderungen an die Kompetenz-, Transparenz- und Organisationspflichten bei der Analyse von Finanzinstrumenten vollständig.

Diesbezüglich werden folgende Informationen offen gelegt:

Angaben über Ersteller und Verantwortliche

Ersteller der vorliegenden Studie: Alexander Schwaab, Analyst CdC Capital AG
Verantwortliches Unternehmen: CdC Capital AG, Innere Wiener Str. 11A in 81667 München

Zusätzliche Angaben:

Publikation: Erstveröffentlichung
Datum der Erstveröffentlichung: 14. September 2006
Datum der Kursdaten: 06. September 2006
Vorgesehene Aktualisierungen: k.A.
Sonstiges: Die Studie wurde dem Unternehmen zur Durchsicht vorgelegt.

Interessenkonflikte:

CdC Capital AG: Die CdC Capital AG hält zu dem Zeitpunkt der Veröffentlichung der Studie keine Wertpapiere des untersuchten Unternehmens.
untersuchtes Unternehmen: Das untersuchte Unternehmen ist nicht an der CdC Capital AG beteiligt.
Vertragliche Bindung: Es besteht zu dem Zeitpunkt der Veröffentlichung der Studie eine vertragliche Bindung zwischen den Gesellschaften.

Bedeutung der Empfehlung:

Die CdC Capital AG vergibt in den veröffentlichten Studien und Research Reports ein abschließendes Rating. Dieses Rating setzt sich aus fünf Abstufungen zusammen. Die Abstufungen werden nachfolgend erläutert:

Strong buy	Die Wertpapiere des untersuchten Unternehmens entwickeln nach Auffassung des Analysten der CdC Capital AG in den kommenden zwölf Monaten mindestens 20 Prozent besser als der Vergleichsindex.
Buy	Die Wertpapiere des untersuchten Unternehmens entwickeln nach Auffassung des Analysten der CdC Capital AG in den kommenden zwölf Monaten mindestens 10 Prozent besser als der Vergleichsindex.
Hold	Die Wertpapiere des untersuchten Unternehmens entwickeln nach Auffassung des Analysten der CdC Capital AG in den kommenden zwölf Monaten parallel zu dem Vergleichsindex.
Reduce	Die Wertpapiere des untersuchten Unternehmens entwickeln nach Auffassung des Analysten der CdC Capital AG in den kommenden zwölf Monaten mindestens 10 Prozent schlechter als der Vergleichsindex.
Sell	Die Wertpapiere des untersuchten Unternehmens entwickeln nach Auffassung des Analysten der 20 Prozent schlechter als der Vergleichsindex.

E C K D A T E N

Neue Sentimental Film
www.nsf.de

Angaben zur Emission

Name der Gesellschaft	Neue Sentimental Film AG
Sitz der Gesellschaft	Hegelstraße 15 60316 Frankfurt / Main
Handelsregisternummer	HRB 48613
Telefon	+49 69 9433140
Fax	+49 69 4970303
URL	www.nsf.de
Geschäftsjahresende	31.12.
Grundkapital	10.664.000 EUR

Unternehmensleitung

Vorstand	Tom Gläser (Vorsitz) Elinor de la Forge Thomas Schwinger-Caspari
Aufsichtsrat	Christiane Eckardt (Vorsitz) Detlef Hübner Dr. Peter Schmalisch

Wertpapierhandel

Wertpapierkennnummer / ISIN	534 140 / DE0005341408
Börsensegment	Prime Standard
Börsenkürzel	NF7
Instrumentenart (Gattung)	Nennwertlose Inhaber Stammaktien
Marktkapitalisierung	11,7 Mio. EURO
Streubesitz	62,97 %
Kurs	1,10 EUR
52-Wochen-Hoch	1,50 EUR
52-Wochen-Tief	1,00 EUR
Durchschnittliches Handelsvolumen 38 Tage	19,36 Tsd.
Durchschnittliches Handelsvolumen 52 Wochen	71,02 Tsd.
Designated Sponsor	Close Brothers Seydler AG

U N T E R N E H M E N S P O R T R A I T

Neue Sentimental Film
www.nsf.de**GESCHÄFTSMODELL**

Die Neue Sentimental Film AG bezeichnet sich als international tätigen Produzenten und Dienstleister im Bereich der audiovisuellen Unternehmens- und Markenkommunikation. Dies beinhaltet die Produktion von Werbe- und Imagefilmen sowie TV-Werbespots als Dienstleister für Werbeagenturen und deren Auftraggeber. Dabei kann das Unternehmen das ganze Spektrum der für solche Produktionen notwendigen Tätigkeiten abdecken: Konzeption, Planung, Organisation, Durchführung, Nachbearbeitung und Auslieferung an die Sendeanstalten. In diesem Bereich zählt die Neue Sentimental Film AG zu den führenden Anbietern in Europa. Neben dem Geschäftsbereich der Werbe- und Imagefilmproduktion bietet die Neue Sentimental Film AG über Tochtergesellschaften, wie die Bewegte Zeiten Filmproduktion GmbH, TV- und Film-Produktionsdienstleistungen und TV-Formate an. Die Werbefilm- und Film-/TV-Produktionsdienstleistungen stellen die beiden Kern-Geschäftsfelder der Unternehmensgruppe dar. Des Weiteren kann die Gesellschaft auch im Bereich interaktiver Werbeformen tätig werden, also neuer Werbeformate, vornehmlich im oder unter Verwendung des Internets, die den Adressaten einer Werbebotschaft einbeziehen. Nachfolgend stellen wir den Unternehmensgegenstand gemäß Satzung dar.

Satzungsmäßiger Unternehmensgegenstand

Gegenstand des Unternehmens ist die Entwicklung, Herstellung, Vertrieb und Produktion von Filmen aller Art, die Entwicklung von Media-Inhalten für Internet und andere interaktive Multimediaplattformen, die Verwaltung und Verwertung von Verleih-, Urheber- und anderen Schutzrechten, die Entwicklung, Herstellung und Verwertung von Drehbüchern, die Entwicklung, Management und Durchführung von Veranstaltungen im Zusammenhang mit Unternehmens- und Markenkommunikation, insbesondere in Form von Themenparks, Messen und Museen (Identity Engineering), sowie sämtliche Verwaltungsdienstleistungen im Zusammenhang mit dem Unternehmensgegenstand, insbesondere Marketing und Vertriebsleistungen. Die Gesellschaft kann alle Geschäfte betreiben, die dem Gesellschaftszweck mittel- oder unmittelbar zu dienen geeignet sind. Sie kann sich insbesondere an anderen Unternehmen, auch wenn sie einen anderen Unternehmensgegenstand haben, beteiligen, sie erwerben, sie gründen, die Geschäftsführung für solche Unternehmen übernehmen sowie Zweigniederlassungen im In- und Ausland errichten und Unternehmensverträge abschließen.*

Quelle Neue Sentimental Film AG www.nsf.de

*Die Tochtergesellschaft GROUP.IE GmbH, die den Geschäftsbereich Identity Engineering abdeckt, wurde zum Geschäftsjahresende 2005 entkonsolidiert und wird außerhalb des Konzerns selbständig fortgeführt.

Zukünftiges Wachstum der NSF AG soll organisch über den Ausbau der Vertriebsbemühungen und des Leistungsangebotes um das Kernthema Film sowie durch regionale Expansionen, auch durch Unternehmenszukaufe, in definierten Wachstumsregionen generiert werden. Im Rahmen der vorgegebenen Wachstumsbemühungen wird eine mehrstufige Akquisitionsstrategie verfolgt, die mittels Minderheitsbeteiligungen bei Neugründungen oder jungen Unternehmen ansetzt. Dabei finanziert die Gesellschaft die Anlauf- oder Wachstumsphase und lässt sich dafür Wandlungsrechte einräumen, um bei nachhaltigen Erfolgsaussichten schließlich die Anteilsmehrheit übernehmen zu können. Die Neue Sentimental Film AG definiert hierzu drei regionale Basisplattformen, von denen Sie aufgrund der kulturellen Verwandtheit jeweils aus agieren will:

- Deutschland, Österreich, Schweiz, Ungarn
- Spanien und die Spanisch sprechenden Gebiete in Amerika
- Süd-Osteuropa und Naher Osten

Die Neue Sentimental Film AG benennt drei kritische Erfolgsfaktoren ihres Geschäftsmodells:

- Qualität:
Bezogen auf Regie, Drehorte, Abwicklung, Kreativität
- Sicherheit
Im Sinne von Zuverlässigkeit, Termintreue, Technik
- Kosteneffizienz

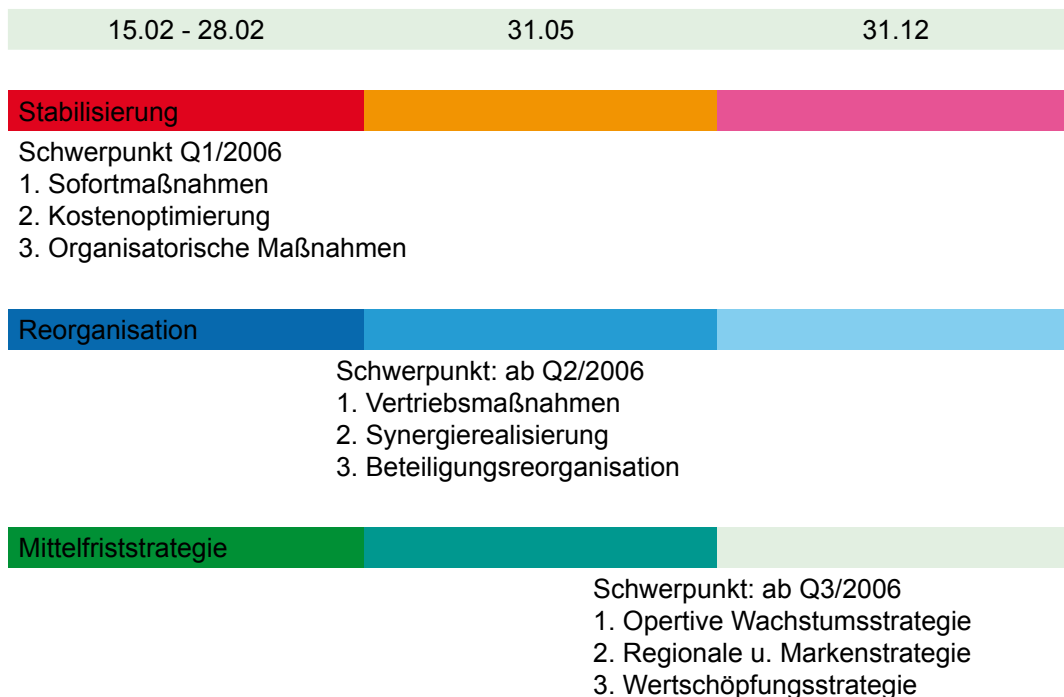
U N T E R N E H M E N S P O R T R A I T

Neue Sentimental Film
www.nsf.de

Die strategische Zielsetzung der Neue Sentimental Film AG ist auf den Ausbau des Unternehmens zum Marktführer gerichtet. Die Eckpfeiler zur Umsetzung der Strategie beinhalten folgende Punkte:

- Synergienutzung durch Größenvorteile
- Erhöhung des Marktanteils in den bearbeiteten Kernmärkten
- Erweiterte Vertriebsstrategie
- Kooperation mit internationalen Agenturnetzwerken
- Ausbau der Technikkompetenz
- Diversifikation im Kernthema Film und verwandte Werbeformen
- Weitere Internationalisierung und Ausbau des Netzwerkes
- Erweiterung des internationalen Regiepools durch Förderung und Bindung auch junger Talente

Auf der ordentlichen Hauptversammlung 2006 gab der Vorstand die Handlungsschwerpunkte für 2006 bekannt, die nachfolgend graphisch dargestellt werden.



HISTORIE

Die Neue Sentimental Film GmbH wurde 1988 von Herrn Uwe Tisch und Herrn Tom Gläser in Frankfurt am Main als Filmproduktionsgesellschaft gegründet. Zwei Jahre nach der Gründung begann sich die Neue Sentimental Film mit dem Werbespot „Trapez“ für die Deutsche Bahn AG im Werbemarkt zu etablieren und gewann einige internationale Preise dafür, wie den Silbernen Löwen auf dem Cannes Festival 1993. 1999 errang die Gesellschaft den Goldenen Löwen auf dem Cannes Werbefilmfestival für den Social-Spot „Wenn der Vater mit dem Sohne“, den sie für den SWR angefertigt hatte. Weitere Auszeichnungen für zahlreiche weitere Produktionen folgten. Auch im Bereich der Produktion von TV-Formaten wurde die Neue Sentimental Film AG für das Format „Eine Sendung ohne Namen“ für die beste Sendeidee 2003 mit dem Romy in Österreich ausgezeichnet. Die Sendung Gottschalk America wurde durch die Gesellschaft ebenfalls produziert.

U N T E R N E H M E N S P O R T R A I T

Neue Sentimental Film
www.nsf.de

Herr Tisch schied 1991 aus dem Unternehmen aus. Ende 1991 übernahmen Frau Elinor Zervoulacos de la Forge und Herr Mark Gläser Anteile der Gesellschaft. Herr Mark Gläser widmet sich zukünftig der aus dem Konzern ausgegliederten GROUP.IE GmbH als Geschäftsführer. Frau Elinor Zervoulacos de la Forge ist nach wie vor für den Konzern tätig.

Im Jahr 2000 wurde die Gesellschaft in eine Aktiengesellschaft umgewandelt und firmierte fortan unter Neue Sentimental Film AG.

Im Verlauf der letzten Jahre litt die Gesellschaft unter der anhaltenden Flaute im Werbemarkt. Das Unternehmen verfolgt seit jeher eine Art Netzwerkstrategie, die darauf basiert, dass mehrere kleine, international verbreitete Einheiten unter dem Dach einer großen, administrativ ausgerichteten Muttergesellschaft, weniger anfällig für Marktschwankungen, attraktiver bei der Kundenakquise, günstiger und flexibler in der Abwicklung und dadurch schlussendlich erfolgreicher sind. Über einige Zukäufe und Gründungen von Tochterunternehmen wurde versucht, dem Netzwerkgedanken folgend, nachhaltig und international Geschäftsvolumen zu generieren, was nicht immer von Erfolg gekrönt war. So wurden manche der neuen Konzerngesellschaften nach relativ kurzer Zeit wieder entkonsolidiert, andere Neue kamen hingegen hinzu. Ein Beispiel für die Versuche des Unternehmens, möglichst viele Glieder der Wertschöpfungskette und Umsatzvolumina des internationalen Werbemarktes zu besetzen, ist die bereits erwähnte GROUP.IE in Deutschland oder ausländische Standorte, wie der in Queenstown Neuseeland, der ebenfalls 2005 aus dem Konzern ausschied.

KONZERNSTRUKTUR

Nachfolgend wird tabellarisch die Entwicklung des Konzerns seit dem Jahr 2000, seines Eigenkapitals, der jeweiligen Stichtags-Schlusskurse, sowie der Marktkapitalisierung zum Stichtag dargestellt.

Struktur und Entwicklung der Neue Sentimental Film AG

Jahr	Direkte Beteiligungen der Neue Sentimental Film AG (auch Minderheitsbeteiligungen)	Gesamt Eigenkapital Jahresende	Veränderungen Kapital	Anzahl Aktien	Schlusskurs	Marktkapitalisierung	Veränderung Marktkapitalisierung
2000	NSF, Frankfurt						
	NSF, Hamburg						
	NSF, Austria, Wien						
	NSF, New York						
	NSF, LA						
	NSF, Berlin						
	NSF, Milano						
	NSF, Zypern						
	Raketik Content, Berlin						
	NSF, Queenstown Neuseeland						
	E'topia, Köln	33.471.588,69	--	7.700.000	12,30	94.710.000,00	--
2001	NSF, Frankfurt						
	NSF, Hamburg						
	NSF, Austria, Wien						
	NSF, New York						
	NSF, LA						
	NSF, Berlin						
	NSF, Milano						

U N T E R N E H M E N S P O R T R A I T

Neue Sentimental Film
www.nsf.de

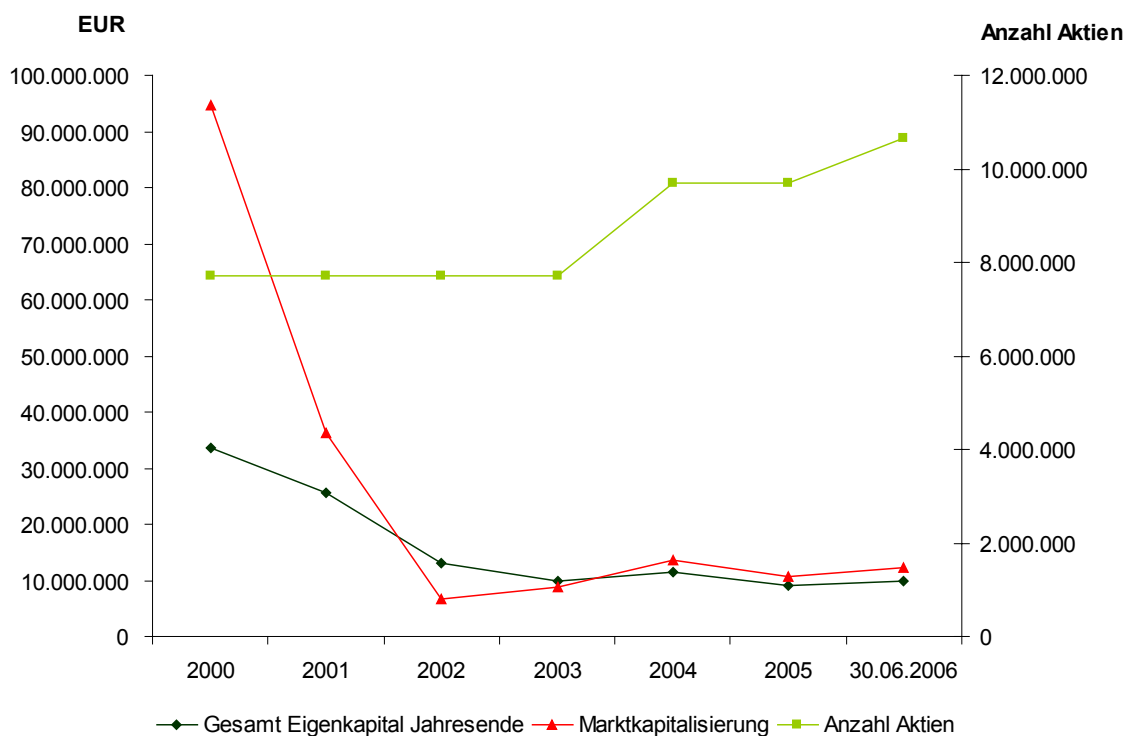
Jahr	Direkte Beteiligungen der Neue Sentimental Film AG (auch Minderheits- beteiligungen)	Gesamt Eigenkapital Jahresende	Verände- rungen Kapital	Anzahl Aktien	Schlusskurs	Marktkapitalis- ierung	Veränderung Marktkapitalisi- erung
2001	NSF, Zypern						
	Raketik Content, Berlin						
	NSF, Queenstown Neuseeland						
	E'topia, Köln						
	B&W Film, Kopenhagen, Dänemark						
	Group. IE, Frankfurt						
	The Comfort Zones, London. GB						
	The Lift, Barcelona, Spanien						
	72 Film, Berlin	25.644.196,92	-23 %	7.700.000	4,70	36.190.000,00	-62 %
2002	NSF, Frankfurt						
	NSF, Hamburg						
	NSF, Austria, Wien						
	NSF, New York						
	NSF, Berlin						
	NSF, Milano						
	NSF, Zypern						
	Raketik Content, Berlin						
	NSF, Queenstown Neuseeland						
	Group. IE, Frankfurt						
	The Lift, Barcelona, Spanien						
	C47; Budapest, Ungarn	13.116.736,06	-49 %	7.700.000	0,85	6.545.000,00	-82 %
2003	Group. IE, Frankfurt						
	NSF, Frankfurt						
	NSF, Hamburg						
	NSF, Berlin						
	NSF, Austria, Wien						
	NSF, Zypern						
	NSF, New York						
	The Lift, Barcelona, Spanien						
	C47, Budapest, Ungarn						
	NSF, Queenstown Neuseeland						
2004	NSF, Milano	9.911.656,77	-24 %	7.700.000	1,13	8.701.000,00	33 %
	Group. IE, Frankfurt						
	NSF, Frankfurt						
	NSF, Hamburg						
	NSF, Berlin						
	NSF, Austria, Wien						
	NSF, Zypern						
	NSF, New York						
	C47, Budapest, Ungarn						
	NSF, Barcelona, Spanien						
	NSF, Queenstown Neuseeland	11.354.061,37	15 %	9.694.999	1,39	13.476.048,61	55 %

U N T E R N E H M E N S P O R T R A I T

Neue Sentimental Film
www.nsf.de

Jahr	Direkte Beteiligungen der Neue Sentimental Film AG (auch Minderheitsbeteiligungen)	Gesamt Eigenkapital Jahresende	Veränderungen Kapital	Anzahl Aktien	Schlusskurs	Marktkapitalisierung	Veränderung Marktkapitalisierung
2005	NSF, Frankfurt						
	NSF, Hamburg						
	NSF, Berlin						
	NSF, Austria, Wien						
	NSF, Zypern						
	C47, Budapest, Ungarn						
	NSF, Barcelona, Spanien	9.094.490,90	-20 %	9.694.999	1,10	10.664.498,90	-21 %
30.06.06	NSF, Frankfurt						
	NSF, Hamburg						
	NSF, Berlin						
	NSF, Austria, Wien						
	NSF, Zypern						
	C47, Budapest, Ungarn						
	The Lift, Barcelona, Spanien	9.942.543,82	9 %	10.664.000	1,15	12.263.600,00	15 %

Die mit dem stark nachlassenden Kurs verbundene Marktkapitalisierung ist nicht nur einer für die Aktionäre möglicherweise enttäuschenden Unternehmensentwicklung zu schulden, sondern ging einher mit dem allgemeinen Kursverfall an deutschen Börsen. Im Jahr 2000 wurde die Neue Sentimental Film AG erstmals im Nemax der Frankfurter Wertpapierbörse gelistet. Der Kurs des Unternehmens sank tendenziell im Rahmen des rapiden Falls des Index. Der nachfolgende Chart „Entwicklung der Neue Sentimental Film AG“ veranschaulicht nochmals graphisch die in der Tabelle wiedergegebenen Zahlen.

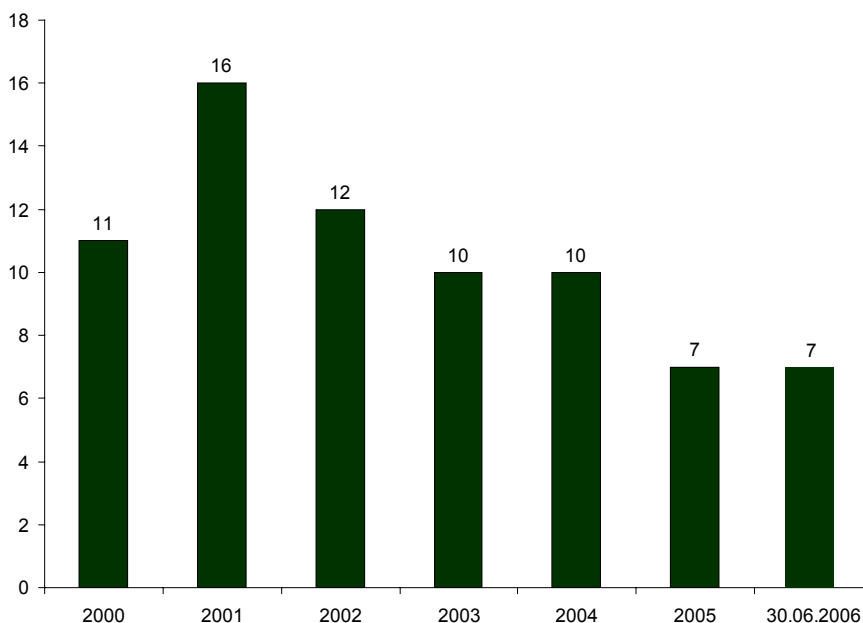
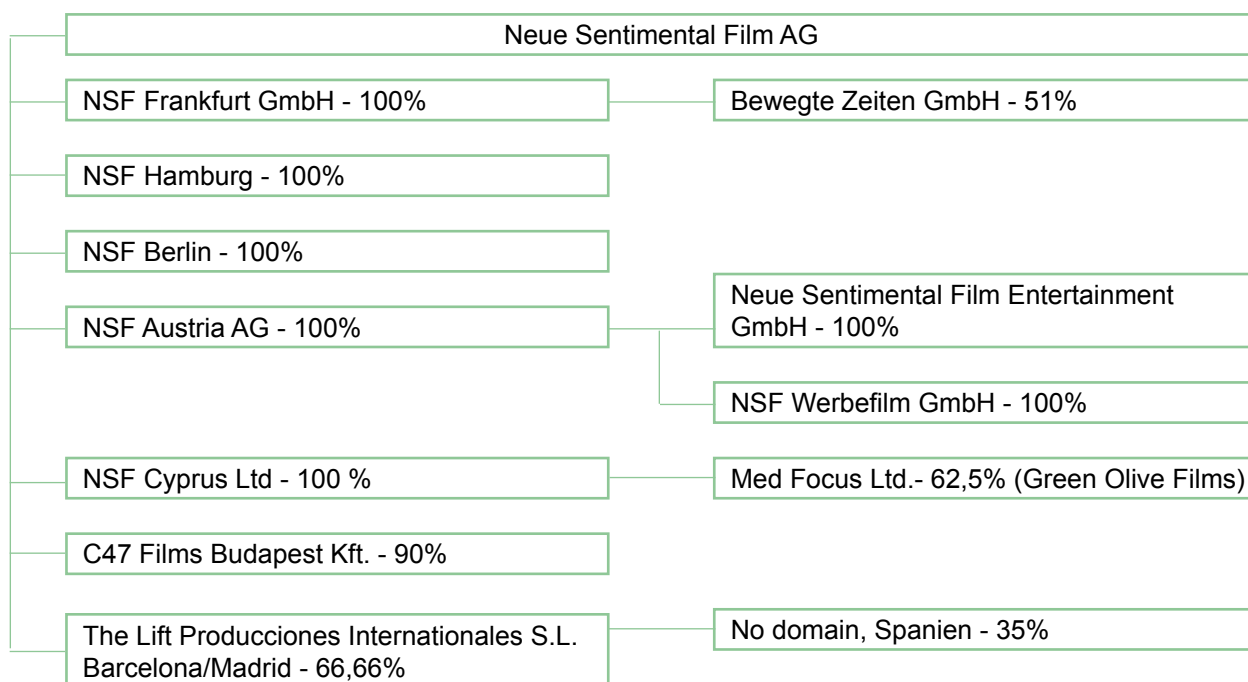


U N T E R N E H M E N S P O R T R A I T

Neue Sentimental Film
www.nsf.de

Entwicklung der Neue Sentimental Film AG

Nebenstehender Chart zeigt die Entwicklung des Bestandes an Tochterunternehmen. Vereinzelt Tochterunternehmen sind jedoch selbst Teilkonzerne, weshalb die absolute Zahl der Konzerntochterunternehmen nicht der dargestellten Menge entspricht. Ungeachtet dessen zeigt die Darstellung die anhaltenden Bemühungen des Managements, unprofitable Konzernbestandteile abzustößen und Fehlentwicklungen zu korrigieren.

Anzahl der direkten Tochtergesellschaften**Aktuelle Konzernstruktur**

U N T E R N E H M E N S P O R T R A I T

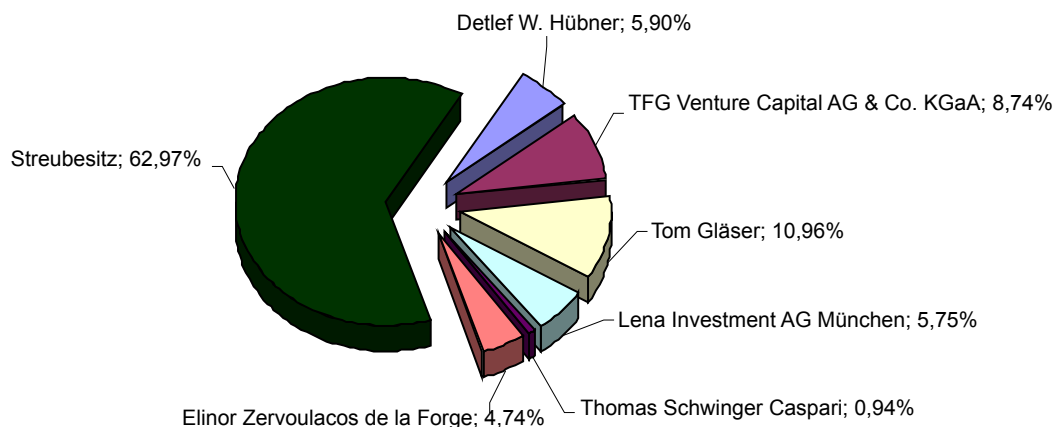
Neue Sentimental Film
www.nsf.de

Standorte der Neue Sentimental Film AG



Die Konzernstruktur der Neue Sentimental Film AG war und ist ständig in Bewegung. Einerseits könnte man daraus mangelnde Kontinuität ableiten, andererseits könnte man dies aber auch als Indiz für die Flexibilität und die Bereitschaft des Managements sehen, Chancen wahrzunehmen. Das Unternehmen betont immer wieder die Netzwerkstrategie. Daran hat sich im Laufe der Zeit nichts geändert. Netzwerke sind flexibel und können bedarfsgerecht angepasst werden. Werden andere Unternehmen für unflexible Strukturen und deren Vorstände für zögerndes Verhalten kritisiert, muss sich der Vorstand der Neue Sentimental Film AG diesem Vorwurf wohl nicht aussetzen.

AKTIONÄRSSTRUKTUR ZUM 1.6.2006



PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN

Die Neue Sentimental Film AG sieht sich als Generalunternehmer in der Filmindustrie. Dies bedeutet, dass die Gesellschaft das gesamte Spektrum von Filmproduktionen ob bei Werbung, Film- oder TV-Formaten, abdecken kann. Das Dienstleistungsportfolio umfasst:

- Die kreative Idee, das Konzept:
Macht der Auftraggeber keine Vorgaben oder hat noch kein Konzept für eine Produktion, übernimmt dies die Neue Sentimental Film AG und unterbreitet Vorschläge für die Umsetzung.
- Die Planung:
Nachdem die Konzeption abgeschlossen ist, plant die Neue Sentimental Film AG die Umsetzung des Projektes. Dazu gehört die Budgetierung des Vorhabens, die Erstellung eines Zeitplans, die Auswahl der beteiligten Personen und der Drehorte, das erforderliche Equipment, die Logistik und die anfallenden Prozesse für die Nachbearbeitung und Fertigstellung des Bildmaterials (sog. Postproduction). Des weiteren wird der Vertrieb des fertigen Materials an die Sendeanstalten geplant.
- Die Organisation:
Die in der Planung festgelegten Elemente werden bereitgestellt, terminiert und projektbezogen zusammengeführt.
- Die Durchführung:
Die Dreharbeiten werden durchgeführt, das entstandene Bildmaterial nachbearbeitet, vervielfältigt und an die Sendeanstalten ausgeliefert.
- Die Kontrolle und Überwachung:
Die gesamte Prozesskette unterliegt einem regelmäßigen Monitoring hinsichtlich Wirtschaftlichkeit, Termintreue und Qualität.

Die Produktionen werden von exklusiv an das Unternehmen gebundenen oder freischaffenden Regisseuren durchgeführt. Die Neue Sentimental Film AG kann auf einen internationalen Regie-Pool zugreifen.

In der Regel sind drei Marktteilnehmer an der Produktion von Werbefilmen beteiligt. Der Werbetreibende, die vom Werbetreibenden beauftragte Werbeagentur und der Werbefilmproduzent. Damit steht die Neue Sentimental Film AG am Ende der Wertschöpfungskette. Die Werbetreibenden sprechen die Gesellschaft gewöhnlich nicht direkt an, sondern vertrauen ihrer Werbeagentur.

Der Budgetrahmen für die Werbefilm-Produktion liegt zwischen 20.000 € bis 1,5 Millionen € und beansprucht damit etwa 10 % des Gesamtbudgets für die Ausstrahlung.

Die Neue Sentimental Film AG kann auf eine beachtliche Anzahl von Erfolgen ihrer Produktionen zurückblicken.



U N T E R N E H M E N S P O R T R A I T

Neue Sentimental Film
www.nsf.de



Die nachstehende Liste zeigt einige Auszeichnungen der letzten Jahre.

Wettbewerb	Kunde/Projekt/Titel	Auszeichnung
New York Television Award	ÖBB	Silver World Medal
New York Festivals	Vier Pfoten	Silver World Medal
TOP TEN - Einzelwertung	UNILEVER/ Iglo „Bergsee“	6. Platz
TOP TEN - Einzelwertung	DANONE/ Actimel „Challenge I“	10. Platz
TOP SPOT	UNILEVER/ Iglo „Käpt’n Iglo“	4. Platz
INPUT San Francisco	„The Flying Dutchman - Fire and Ice“	Best of INPUT
WerbeEDward	KAWASAKI/ „Friends“ („Abklatsch“)	1. Platz
Comenius Berlin	„Parsifal - Indiana Jones und Richard Wagner“	Comenius-Euromedia-Siegel
Effie	DANONE/ Actimel „Challenge I“	Silberner Effie
TOP TEN - Einzelwertung	UNILEVER/ Iglo „Fischstäbchen“ und „Gemüseauflauf“	ex aequo Platz 2
TOP TEN - Einzelwertung	DANONE/ Actimel „Challenge III“	8. Platz
„DOC FEST“ in Rom	TV-Dokumentation „Wo der Tanz steht“	nominiert
„Golden Chest“-Festival in Plovdiv/Bulgarien	TV-Dokumentation „Elias Canetti - Die Wiener Jahre“	nominiert
Comprix (Preis für innovative Healthcare-Communication)	Bayer Vital GmbH, Bepanthen „Schramme“ und „Sprung“	
ADC	ASICS „Attacks“ (Kategorie: TV Sots)	Bronze
Mobius Award	ASICS „Attacks“ (Kategorie: Technique – Music Adaptation)	Silber
New York Festivals	ASICS „Attacks“ (Best Animation: Computer/3D)	Gold
New York Festivals	ASICS „Attacks“ (Best New Arrangement of Popular Theme)	Silber
VDW Award	ASICS „Attacks“ (Kategorie Schnitt)	
Clio Award	ASICS „Attacks“ (Kategorie TV/Cinema))	Bronze

U N T E R N E H M E N S P O R T R A I T

Neue Sentimental Film
www.nsf.de

Personal

Vorstand

Tom Gläser

Herr Tom Gläser ist Gründungsmitglied und **Vorstandssprecher** der Neue Sentimental Film AG. Nach seiner Tätigkeit als selbständiger Werbefotograf gründete er die Vorläufergesellschaft des heutigen Unternehmens. Er ist verantwortlich für die Bereiche **Strategie, Vertrieb und Produktion**. Des weiteren ist er Geschäftsführer und Director bei verschiedenen Tochtergesellschaften und hält ein Aufsichtsratsmandat bei der Neue Sentimental Film Austria AG sowie bei der Neue Sentimental Travel und Services GmbH. Darüber hinaus ist er Gastdozent an verschiedenen deutschen Universitäten.

Elinor Zervoulacos de la Forge

Frau Elinor Zervoulacos de la Forge ist als **Vorstand** für **Personal, Repräsentanz und Public Relations** verantwortlich. Weiterhin ist sie Geschäftsführerin der Neue Sentimental Film Frankfurt GmbH. Sie trat bereits 1990 als Gesellschafterin der Neue Sentimental Film GmbH bei. Vor ihrer Tätigkeit bei der Neue Sentimental Film arbeitete sie als Verlagslektorin beim Hunzinger Theaterbuchverlag, war Redakteurin beim Hessischen Rundfunk für eine TV-Comedy-Live-Sendung und Dramaturgin am Schauspielhaus Frankfurt am Main. Darüber hinaus ist Frau de la Forge ehrenamtliches Mitglied des Board of Directors von FEEDBACK, einer Organisation für soziale Dienste in Kapstadt. Sie studierte Germanistik, Theaterwissenschaften und Kunstgeschichte in Frankfurt am Main und schloss mit dem Magister ab.

Thomas Schwinger-Caspari

Herr Thomas Schwinger-Caspari ist seit Februar 2006 **Vorstand** für **Finanzen, Recht, Beteiligungsmanagement und Investorenbeziehungen**. Er löste den im Mai 2006 ausgeschiedenen Klaus Niemeyer ab. Der Diplom Betriebswirt und ehemalige Wirtschaftsprüfer arbeitete für die KPMG Deutsche Treuhand Gesellschaft AG und baute für dieses Unternehmen eine Niederlassung in Ostdeutschland auf, betreute Rechnungswesen- und Controllingprojekte für namhafte Unternehmen wie die Deutsche Bahn und war am Aufbau der Abteilung für Restrukturierungen beteiligt. Er betreute unter anderem Restrukturierungen bei der Hohner AG und des Caritas Trägervereins Trier (CTT). Ab 1999 baute er hauptverantwortlich die Abteilung „Transaction Service“ auf und beriet in der Folge Unternehmen wie DaimlerChrysler, Böhlinger und NIB Capital in Akquisitionsfällen. 2002 wechselte er zur D.Logistics AG als Finanz-Vorstand und verantwortete das erfolgreiche Restrukturierungsprogramm. Er hält verschiedene Mandate bei Beteiligungsgesellschaften.

Aufsichtsrat

Christiane Eckardt

Frau Christiane Eckardt ist seit 31.05.2006 **Aufsichtsratsvorsitzende** der Neue Sentimental Film AG. Die Diplom Mathematikerin ist Principal bei Detecon International in Eschborn, Bereich Competence Practice ICT-Management, wo sie vornehmlich Dienstleistungsunternehmen berät. 15 Jahre war sie bei verschiedenen Anwenderunternehmen tätig, bevor sie bei einem Softwarehersteller und Systemhaus die Leitung eines Geschäftsbereichs übernahm. Frau Eckardt ist Mitglied des European Management Development Network Rhein-Main (EWMD Rhein-Main). Von 2002 bis 2004 war Frau Eckardt dessen Vorsitzende.

U N T E R N E H M E N S P O R T R A I T

Neue Sentimental Film
www.nsf.de

Detlef Hübner

Herr Detlef Hübner ist mit Unterbrechung seit September 2000 Mitglied des Aufsichtsrats und stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender der Neue Sentimental Film AG. Herr Hübner ist ferner Vorstandsvorsitzender der D.Logistics AG. Dieses Unternehmen war ursprünglich ein Textilunternehmen, das Herr Hübner von seinem Großvater übernommen hat. Er strukturierte es erfolgreich zu einem Logistik Unternehmen um.

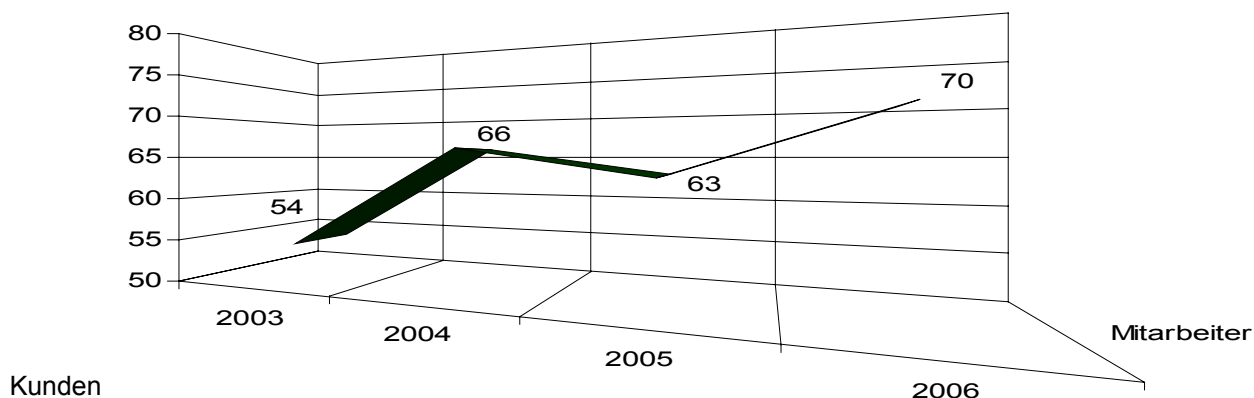
Dr. Peter Schmalisch

Herr Dr. Peter Schmalisch ist seit 2004 Mitglied des Aufsichtsrats der Neue Sentimental Film AG. Der promovierte Jurist ist seit 1967 in München als Rechtsanwalt und Steuerberater tätig. Er ist Seniorpartner der Kanzlei Dr. Schmalisch, Lang & Partner. Seine Tätigkeitsschwerpunkte sind Wirtschafts-, Medien-, Vertrags- und Steuerrecht. Des weiteren ist Herr Dr. Schmalisch Honorarkonsul der Republik Uruguay.

Personal

Der Vorstand der Neue Sentimental Film AG benennt im Jahresabschluss 2005 die Mitarbeiter des Unternehmens als Hauptressource. Derzeit beschäftigt die Neue Sentimental Film AG Gruppe insgesamt 70 Personen.

Mitarbeiterverteilung	2006	2005
Neue Sentimental Film AG Frankfurt	7	7
Neue Sentimental Film GmbH Hamburg	6	6
Neue Sentimental Film GmbH Berlin	7	7
Neue Sentimental Film GmbH Werbefilmproduktion Frankfurt	9	9
Neue Sentimental Film Austria AG Wien	11	9
Neue Sentimental Film Cyprus Ltd. Nicosia	13	13
C47 Film Kft. Budapest	3	3
The Lift S.L.	14	9
Gesamtanzahl Mitarbeiter	70	63

Entwicklung des Personalstamms

Die Neue Sentimental Film AG arbeitet für namhafte, große Kunden wie Allianz, Bayer, Beiersdorf, Burger King, Campari, Dr. Oetker, Ferrero, Haribo, Kärcher, Postbank, Renault, Seat, Vodafone und Wrigleys im Bereich Werbefilm. Im Bereich TV-Formate arbeitet die Gesellschaft unter anderem für das ZDF, den Bayerischer Rundfunk/Kika und den ORF.

B R A N C H E N A N A L Y S E

Neue Sentimental Film
www.nsf.de

Das jährliche Umsatzvolumen des deutschen Werbefilmmarktes beträgt laut HORIZONT ca. 280 Mio. Euro. Das Wachstum betrug innerhalb eines Jahres nur 1,6%. Diese Angaben basieren auf Angaben der in die Untersuchung einbezogenen Unternehmen und auf Recherchen von HORIZONT.

Die Studie TELEVISION 2005 INTERNATIONAL KEY FACTS gibt Daten zum internationalen TV-Werbemarkt wieder, die nachfolgend für Europa dargestellt sind.

Brutto Werbeausgaben Europa (Ohne Rabatte)				
Land	Werbeausgaben 2004 in Mio.€	Wachstumsrate der Werbeausgaben von 2003 auf 2004	TV-Werbeausgaben 2004 in Mio. €	Wachstumsrate TV-Werbeaus- gaben 2004 - 2003
Belgien	2.298,69	7,5%	1.003,55	6,2%
Bulgarien	210,43	8,6 %	143,20	5,6 %
Dänemark	1.460,61	14,0 %	480,94	6,4 %
Deutschland	18.458,90	6,0 %	7.722,90	4,0 %
Estland	K.A.	K.A.	83,34	37,8 %
Finnland	K.A.	K.A.	K.A.	K.A.
Frankreich	17.731,50	8,3 %	5.717,80	6,4 %
Griechenland	2.320,05	8,9 %	771,12	7,0 %
Großbritannien	12.558,00	4,8 %	5.617,28	7,3 %
Irland	1.371,17	18,6 %	236,18	21,2 %
Island	137,01	11,5 %	38,50	8,3 %
Italien	25.426,49	-0,1 %	9.964,37	9,0 %
Kroatien	426,35	8,6 %	253,70	8,0 %
Lettland	192,25	K.A.	133,52	20,1 %
Litauen	252,81	9,2 %	175,54	4,9 %
Luxemburg	91,20	4,7 %	10,79	16,4 %
Mazedonien	66,42	53,2 %	51,58	57,0 %
Niederlande	4.809,42	7,6 %	2.640,60	24,6 %
Norwegen	2.062,99	6,0 %	630,58	18,6 %
Österreich	2.025,45	6,1 %	497,16	7,4 %
Polen	3.086,58	11,2 %	1.685,74	4,1 %
Portugal	2.997,21	13,2 %	1.892,80	13,1 %
Rumänien	2.079,66	60,7 %	1.810,12	62,0 %
Russland	10.758,95	23,5 %	9.217,50	24,1 %
Schweden	3.260,03	15,4 %	1.310,30	11,6 %
Schweiz	2.421,10	1,4 %	488,00	9,0 %
Serbien und Montenegro	329,32	26,1 %	299,03	42,0 %
Slowakei	614,27	40,5 %	459,41	52,3 %
Slowenien	322,13	17,9 %	188,90	18,6 %
Spanien	13.143,00	5,1 %	7.073,00	39,0 %
Tschechien	1.213,14	10,2 %	576,53	8,4 %
Türkei	14.304,52	82,1 %	12.124,72	106,7 %
Ukraine	687,80	50,2 %	427,68	66,2 %
Ungarn	1.804,83	19,6 %	1.164,66	18,1 %
Weißrussland	K.A.	K.A.	84,92	36,9 %
Zypern	241,38	K.A.	175,60	K.A.
Gesamt Europa	149.163,66	19,3 %	75.151,56	23,2 %

Quelle: TELEVISION 2005 INTERNATIONAL KEY FACTS

B R A N C H E N A N A L Y S E

Neue Sentimental Film
www.nsf.de

Die dargestellten Zahlen sind in gewisser Weise mit Vorsicht zu betrachten, da die Erhebungsmethodik der Daten in den jeweiligen Ländern voneinander abweicht. Des weiteren sind die Daten nicht inflationsbereinigt, was in verschiedenen Ländern mit hoher Inflationsrate vordergründig zu sehr hohen Wachstumsraten führt, in Wirklichkeit jedoch ein erhöhtes Risiko für die Anbieter der Dienstleistung bedeutet. Ebenfalls ist zu beachten, dass die Zahlen nicht die tatsächlich zahlungswirksamen Ausgaben für Werbung widerspiegeln, da etwaige Rabatte oder andere Nachlässe nicht erfasst werden. Dennoch geben die Zahlen einen guten Anhaltspunkt für das Marktvolumen in den oben angegebenen Ländern. Aufgrund der Tatsache, dass circa 10% der Gesamtwerbeaufwendungen für TV-Werbung an die Werbefilmproduzenten gehen, lässt sich ein Marktvolumen von 7,5 Mrd. € für Europa ermitteln. Für die Neue Sentimental Film AG ergibt sich anhand obiger Tabelle ein Marktvolumen von 1,8 Mrd. € in den Ländern, in der sie derzeit vertreten ist.

Nachfolgend werden für einzelne Kernmärkte der Neue Sentimental Film AG landesspezifische Kennzahlen dargestellt.

Kennzahlen	Deutschland	Österreich	Schweiz	Spanien	Ungarn	Zypern	Griechenland	Summen/ Mittelwerte
Brutto Werbeausgaben gesamt (Mio. €)	18.458,90	2.025,45	2.421,10	13.143,00	1.804,83	241,38	2.320,05	40.414,71
Brutto TV-Werbeausgaben (Mio. €)	7.722,90	497,16	488,00	7.073,00	1.164,66	175,60	771,12	17.892,44
TV-Werbeausgaben in % BIP	0,35	0,21	0,17	0,89	1,42	1,40	0,49	0,70
Pro Kopf Werbeausgaben (€)	93,58	61,24	66,27	163,74	115,36	201,45	70,33	110,28
Anzahl Werbetreibende gesamt	28.094	15.381	20.485	47.038	8.864	K.A.	K.A.	119.862
Anzahl Werbetreibende TV	1.625	531	868	3.602	1.783	628	K.A.	9.037
Anzahl beworbene Produkte gesamt	60.809	23.492	38.660	114.476	18.423	K.A.	10.392	266.252
Anzahl im TV beworbene Produkte	6.000	1.279	1.853	11.631	3.190	1.780	3.009	28.742

Quelle: TELEVISION 2005 INTERNATIONAL KEY FACTS

WETTBEWERBER

Die Neue Sentimental Film AG liegt im Ranking von HORIZONT der 35 größten, in Deutschland tätigen Werbefilmproduktionen derzeit auf dem 2. Platz hinter der Markenfilm Gruppe, Wedel und vor der Telemaz Commercials Gruppe, Düsseldorf.

Rang (Vorjahr)	Produktion	Umsatz 2005	Umsatz 2004	Veränd. in Prozent	Zahl der Filme	Ca.-Anteil Inland / Ausland	Ca.-Anteil Werbespots/ Sonstige ¹	Feste Mitarbeiter ²	Gründungs- jahr
1(1)	Markenfilm, Wedel/Berlin	42,5	41,4	2,7	171	80/20	90/10	118	1957
2(2)	Neue Sentimental Film	28,9	33,8	-14,5	148	40/60	95/5	70	1988
3(4)	Telemaz Commercials, Düsseldorf	13,6	12,4	9,7	66	80/20	85/15	38	1986
4(3)	e+p commercial, München	12,6	15,1	-16,6	94	75/25	100	28	1994
5(5)	Twin Film, München	11,0	10,8	1,9	51	20/80	90/10	27	1997
6(7)	Tempomedia Filmprod., Frankfurt/Hamburg	10,9	9,1	19,8	25	60/40	100	12	1999
7 (8)	Embassy of Dreams, München	10,6	9,1	16,5	59	70/30	90/10	17	1996
8 (16)	Big Fish Filmproduktion, Berlin	8,2	6,4	28,1	39	40/60	100	8	1998
9 (13)	Jo!Schmid Filmproduktion, Berlin	8,1	6,7	20,9	32	100	100	10	1995
10 (9)	Chased by Cowboys, Düsseldorf	8,0	8,9	-10,1	23	30/70	100	9	2002

B R A N C H E N A N A L Y S E

Neue Sentimental Film
www.nsf.de

Rang (Vor- jahr)	Produktion	Umsatz 2005	Umsatz 2004	Veränd. in Prozent	Zahl der Filme	Ca.-Anteil Inland / Ausland	Ca.-Anteil Werbespots/ Sonstige ¹	Feste Mitarbeiter ²	Grün- dungs- jahr
11 (12)	gap films commercial productions, München	7,9	6,8	16,2	39	75/25	97/3	12	1991
12 (6)	Soup Film, Berlin	7,6	9,9	-23,2	29	60/40	100	8	2000
13 (11)	Cobblestone Hamburg	7,6	7,5	1,3	37	100	100	12	1992
14 (18)	blm Filmproduktion, Hamburg	6,2	5,8	6,9	44	70/30	90/10	11	1993
15 neu	Bakery Films Filmproduktion, Hamburg	5,9	K.A.	K.V.m.	21	60/40	80/20	8	2004
16 (15)	PI_group Production International, Hamburg	5,8	6,6	-12,1	19	40/60	60/40	10	1990
17 (20)	five-three double ninety filmproductions, HH	5,8	8,2	-29,5	41	90/10	100	9	2001
18 (29)	Final Touch Werbefilmproduktion, Hamburg	5,6	3,5	60,9	35	63/34	100	K.A.	1992
19 (22)	erste liebe filmproduktion GmbH	5,6	5	12,0	34	75/25	90/10	8	1996
20 (21)	Film Deluxe Filmproduktion, Berlin/Düsseldorf	5,5	6	-8,3	26	65/35	80/20	10	2000
21 (22)	SilberseeFilm Produktion, Hamburg	5,3	5	6,0	22	60/40	100	8	1999
22 (30)	Tony Petersen Film, Hamburg	5,3	3,3	60,6	22	60/40	100	7	2002
23 (20)	Sterntag Film, Hamburg	5,1	5,3	-3,8	44	80/20	80/20	11	1999
24 (32)	Palladium Commercial, Köln	4,9	3	62,5	17	15/85	100	6	1996
25 (25)	Hochkant Film, München	4,3	4,5	-4,4	21	80/20	60/40	10	1999
26 neu	Wunderfilm, Hamburg	4,2	K.A.	K.V.m.	26	80/20	90/10	5	1995
27 (26)	Deichgraf Filmproduktion, Hamburg	3,6	4,2	-14,3	18	85/15	100	5	1968
28 (31)	Made in Munich, München	3,6	3,2	12,5	18	100	80/20	7	1991
29 (28)	Input Film, Berlin	3,4	3,6	-5,6	13	40/60	100	6	1988
30 (33)	Gehrisch & Krack Filmproduktion, Frankfurt	3,1	2,8	10,7	41	60/40	25/75	15	1995
31 (19)	Velvet Mediendesign, München	3,1	5,5	-43,6	10	10/90	70/30	14	1998
32 (27)	Vivafilm, München	2,8	3,9	-28,2	24	60/40	40/60	7	1987
33 (34)	frankfurt-film, Frankfurt	2,7	2,7	0,0	26	70/30	80/20	5	2001
34 (21)	Trigger Happy Productions, Berlin	2,3	5,1	-54,9	19	80/20	90/10	12	1995
35 (35)	Laterna Magica Filmproduktion, Frankfurt	2,2	2,3	-4,3	14	70/30	100	9	1994

¹Sonstige = Imagefilm, TV-Design, Musikvideos etc. ²Stand: Dezember 2005. Quelle: Unternehmensangaben/eigene Recherchen.
Kein Anspruch auf Vollständigkeit

B R A N C H E N A N A L Y S E

Neue Sentimental Film
www.nsf.de

Nach Branchenverlautbarungen ist derzeit der Kostendruck in der Werbefilmbranche enorm hoch. Die erzielbaren Margen sind gering, was dazu führt, dass die Großen der Branche, zu denen auch die Neue Sentimental Film AG gehört, sich in der Zukunft durch ihre Größenvorteile weiter absetzen werden können. Nach Angaben des Chefs der Markenfilm Gruppe, Herrn Florian Beisert, sind im Weiteren zwei Trends in der Branche zu spüren. Zum einen neigen die Kunden immer mehr zu Auftragsbündelungen um Kosten einzusparen, zum anderen arbeiten die Kunden immer häufiger mit Produktionspools zusammen. Diese Pools bestehen aus Firmen, die hinsichtlich Größe und Kreativität den Wettbewerbern voraus sind. All dies sind Zeichen, dass der Kostendruck auf die Anbieter in der Werbefilmbranche weiter zunehmen wird. Derzeit ist die Neue Sentimental Film AG Pool Mitglied bei BBDO.

S W O T A N A L Y S E

Neue Sentimental Film
www.nsf.de

Stärken

- Produktkompetenz
- Unternehmensgröße
- Gute Reputation in der Branche
- Internationales Netzwerk

Schwächen

- Bisher keine nachhaltigen Gewinne realisiert
- Hohe Fixkosten, dadurch anfällig bei Marktschwankungen
- Unruhige Vergangenheit

Chancen

- Werbebranche befindet sich wieder im Aufwind
- Geschäftsbereich TV-Formate könnte sich nachhaltig gut entwickeln
- Neue Werbeformen im Internet könnten Zusatzgeschäft bringen
- Gewachsene Anforderungen der Kunden nutzen den großen Anbietern

Risiken

- Margendruck wird in der Zukunft zunehmen
- Wettbewerbsintensität wird steigen
- Neue Wettbewerber
- Abwanderung von wichtigem Kreativpersonal

FUNDAMENTALANALYSE

Neue Sentimental Film
www.nsf.de

Bilanz

Aktiva	2004	2005	2006 HJ
Kurzfristige Vermögensgegenstände			
Liquide Mittel	2.322.449,77	2.281.250,22	2.510.302,98
Wertpapiere Umlaufvermögen	2.302,86	2.065,24	2.065,24
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	3.817.394,88	3.611.088,43	4.657.563,27
Künftige Forderungen aus Fertigungsaufträgen	440.774,88	1.510.276,38	429.110,12
Forderungen gegen assoziierte Unternehmen			217.223,52
Vorräte	97.540,56	16.700,00	0,00
Aktive latente Steuern	5.982.159,12	5.512.883,62	5.381.007,51
Sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	3.918.913,71	2.925.092,94	2.714.143,15
Rechnungsabgrenzungsposten	37.482,62	35.275,21	35.714,51
Kurzfristige Vermögensgegenstände gesamt	16.619.018,40	15.894.632,04	15.947.630,30
Langfristige Vermögensgegenstände			
Sachanlagen	1.453.502,98	902.077,47	845.503,35
Aktivierte Gegenstände des Sachanlagevermögens	256.824,79	364.878,55	274.152,67
Immaterielle Vermögensgegenstände	28.264,91	16.787,65	43.525,64
Firmenwerte	1.596.693,96	1.607.195,29	1.609.156,66
Anteile an verbundenen Unternehmen	0,00	50.000,00	50.000,00
Beteiligungen	13.306,12	102.249,01	102.259,25
Langfristige Vermögensgegenstände gesamt	3.348.592,76	3.043.187,97	2.924.597,57
Aktiva gesamt	19.967.611,16	18.937.820,01	18.872.227,87

FUNDAMENTAL ANALYSE

Neue Sentimental Film
www.nsf.de

Passiva	2004	2005	2006 HJ
Kurzfristige Verbindlichkeiten			
Kurzfristiger Anteil der Finanzleasingverbindlichkeiten	64.206,20	90.121,04	67.512,82
Kurzfristige Darlehen und kurzfristiger Anteil an langfristigen Darlehen	845.794,68	665.192,11	1.070.884,84
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.918.530,58	4.219.693,71	4.046.025,96
Erhaltene Anzahlungen	559.817,21	1.428.271,49	685.338,55
Sonstige Rückstellungen	1.294.118,28	1.786.167,92	989.626,56
Steuerrückstellungen	106.625,78	13.539,06	11.418,51
Latente Steuern	37.050,00	90.246,00	33.852,00
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	556.169,01	549.506,06	1.072.526,15
Übrige/Rechnungsabgrenzungsposten	57.066,07	55.701,75	0,00
Kurzfristige Verbindlichkeiten gesamt	7.439.377,81	8.898.439,14	7.977.185,39
Langfristige Verbindlichkeiten			
Langfristige Darlehen	332.118,92	317.053,00	312.712,81
Langfristiger Anteil der Finanzleasingverbindlichkeiten	192.618,59	270.363,13	202.538,46
Pensionsrückstellungen	865.971,00	291.584,81	304.184,81
Langfristige Verbindlichkeiten gesamt	1.390.708,51	879.000,94	819.436,08
Anteile von Minderheitsgesellschaftern	170.747,61	65.889,03	133.062,58
Eigenkapital			
Stammkapital	9.694.999,00	9.694.999,00	10.664.000,00
Kapitalrücklage	24.102.706,51	969.499,90	1.090.044,08
<i>bedingtes Kapital 969.499 €</i>			
<i>genehmigtes Kapital 3.878.498 €</i>			
Eigene Anteile	-11.187,42	-8.982,60	-8.982,60
Ergebnisvortrag	-22.784.676,73	309.321,72	-1.546.371,10
Jahresergebnis	-39.208,16	-1.855.692,82	-230.609,96
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	4.144,03	-14.654,30	-25.536,60
Eigenkapital gesamt	10.966.777,23	9.094.490,90	9.942.543,82
Passiva gesamt	19.967.611,16	18.937.820,01	18.872.227,87

FUNDAMENTALANALYSE

Neue Sentimental Film
www.nsf.de

Kennzahlen der Bilanz	2004	2005	2006 HJ
Anlagenintensität	17%	16%	15%
Eigenkapitalquote	55%	48%	53%
Liquidität 1. Grades	31%	26%	31%
Liquidität 2. Grades	83%	66%	90%
Liquidität 3. Grades	223%	179%	200%
Working Capital (EUR)	9.179.640,59	6.996.192,90	7.970.444,91
Anlagendeckungsgrad 1	328%	299%	340%
Eigenkapitalrendite	0%	-20%	-6%
Gesamtkapitalrendite	0%	-10%	-3%

Die Liquidität der Gesellschaft war jederzeit gewährleistet. Überschuldungssituationen bestanden zu keinem Zeitpunkt. Die Neue Sentimental Film AG verfügt über eine solide Eigenkapitalquote. Die Anlagenintensität bewegt sich innerhalb typischer Werte von Dienstleistungsunternehmen. Die Rentabilitätskennzahlen sind aufgrund der bislang negativen Ergebnisse nicht zufrieden stellend.

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

	2004	2005	HJ 2005	HJ 2006
Umsatzerlöse	33.783.618,87	28.919.826,10	14.428.378,78	18.233.736,35
Herstellungskosten	-28.600.121,62	-24.966.018,50	-12.686.780,06	-15.380.271,74
Bruttoergebnis vom Umsatz	5.183.497,25	3.953.807,60	1.741.598,72	2.853.464,61
Bruttomarge	15,34%	13,67%	12,07%	15,65%
Vertriebskosten	-1.753.015,11	-1.793.390,25	-792.619,23	-764.240,94
Vertriebskosten Prozentsatz	5,19%	6,20%	5,49%	4,19%
Allgemeine- und Verwaltungskosten	-4.890.066,10	-3.811.293,43	-2.181.768,79	-2.085.052,33
Allgemeine- und Verwaltungskosten Prozentsatz	14,47%	13,18%	15,12%	11,44%
Sonstige betriebliche Erträge und Aufwendungen	1.346.128,03	743.787,09	382.842,19	22.587,61
Sonstige betriebliche Erträge und Aufwendungen Prozentsatz	3,98%	2,57%	2,65%	0,12%
Operatives Ergebnis	-113.455,93	-907.088,99	-849.947,11	26.758,95
Zinserträge	160.223,07	103.341,15	60.910,95	49.453,34
Zinsaufwand	-120.357,25	-95.767,35	-47.322,27	-52.208,97
Ergebnis vor Steuern und Minderheitenanteilen	-73.590,11	-899.515,19	-836.358,43	24.003,32
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-196.295,20	-21.788,81	95.257,62	-187.439,73
außerordentliches Ergebnis	-50.000,00	0,00	0,00	0,00
Ergebnis vor Minderheitenanteilen	-319.885,31	-921.304,00	-741.100,81	-163.436,41
Anteile in Fremdbesitz	-105.668,08	87.352,11	107.469,57	-67.173,55
Aufgegebene Aktivitäten	386.345,23	-1.021.740,93	0,00	0,00
Jahresüberschuss/ -fehlbetrag	-39.208,16	-1.855.692,82	-633.631,24	-230.609,96

F U N D A M E N T A L A N A L Y S E

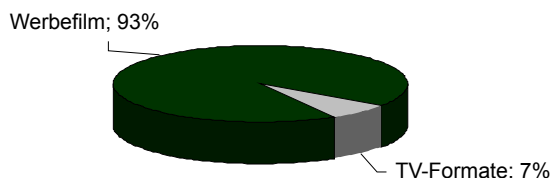
Neue Sentimental Film
www.nsf.de

Kennzahlen der Gewinn- und Verlustrechnung	2004	2005	HJ 2005	HJ 2006
Umsatzveränderung im Vergleichszeitraum	k.A.	-14%	k.A.	26%
Jahresergebnisveränderung im Vergleichszeitraum	k.A.	-4733%	k.A.	64%
Umsatzrendite	-0,12%	-6,42%	-4,39%	-1,26%
Cash-Flow Marge	-1,40%	-1,71%	-2,69%	-3,67%
EBIT Marge	-0,34%	-3,14%	-5,89%	0,15%
Cashflow ROI	-2,38%	-2,61%	-1,96%	-2,05%
Steuerquote	500,65%	1,17%	-15,03%	81,28%

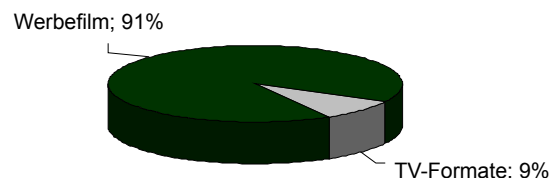
Im ersten Halbjahr 2006 zeichnet sich bei der Fundamentalanalyse der Neue Sentimental Film AG ein positiver Trend ab. Gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres konnte der Umsatz von 14,4 Mio. EUR um 26% auf 18,2 Mio. EUR gesteigert werden. Damit wurde ebenfalls im ersten Halbjahr 2006 ein positives EBIT ausgewiesen. Das Halbjahresergebnis konnte gegenüber dem Vergleichszeitraum um 64% gesteigert werden. Aufgrund der traditionell stärkeren zweiten Jahreshälfte und der durchgeführten Restrukturierungsmaßnahmen wird auch eine deutliche Verbesserung des Jahresergebnisses erwartet. Der ausgewiesene Steueraufwand beinhaltet nicht zahlungswirksame Auflösungen latenter Steuern aufgrund von Überschüssen bei Tochtergesellschaften.

	30.06.2006			30.06.2005		
Segmentbetrachtung (T EUR)	Konzern	Werbefilm	TV-Formate	Konzern	Werbefilm	TV-Formate
Umsatzerlöse	18.234	16.948	1.286	13.101	11.948	1.153
Herstellungskosten	-15.380	-14.425	-955	-11.448	-10.573	-875
Bruttoergebnis vom Umsatz	2.854	2.523	331	1.653	1.375	278
Operatives Ergebnis	27	-80	107	-572	-556	-16

30.06.2006 Umsatzanteil der Geschäftsbereiche



30.06.2005 Umsatzanteil der Geschäftsbereiche



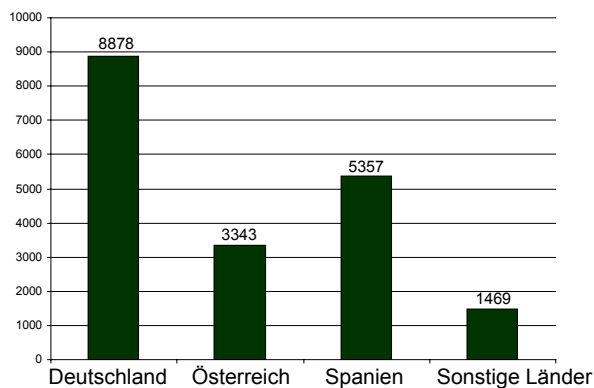
Die Segmentbetrachtung auf Konzernebene wurde ohne die negativen Wertbeiträge entkonsolidierter Gesellschaften dargestellt. Der Umsatzanteil des Geschäftsbereichs Werbefilme dominiert die Umsatzerlöse sehr stark. Eine deutliche Abkehr von diesem Trend sieht der Verfasser aufgrund der ihm zur Verfügung gestellten Informationen derzeit nicht.

FUNDAMENTAL ANALYSE

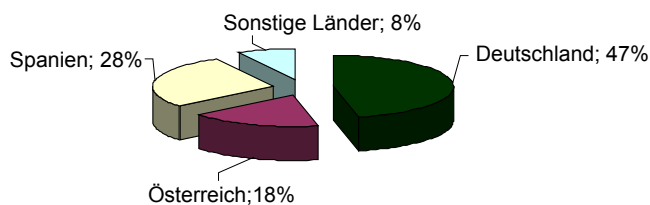
Neue Sentimental Film
www.nsf.de

Segmente nach Regionen (T EUR)				
30.06.2006	Deutschland	Österreich	Spanien	Sonstige Länder
Umsatzerlöse	8.878	3.343	5.357	1.469
Herstellungskosten	-7.441	-2.788	-4.660	-1.124
Bruttoergebnis vom Umsatz	1.437	555	697	345
Operatives Ergebnis	-3	8	26	-4

Umsatzerlöse nach Regionen



Umsatzverteilung nach Regionen



Deutschland ist verständlicher Weise der mit Abstand größte Markt der Neue Sentimental Film AG. Beinahe die Hälfte der Umsatzerlöse werden hier erzielt. Annähernd zwei Drittel der Gesamterlöse stammen aus deutschsprachigen Märkten. Der spanische Markt erweist sich als gutes, weiteres regionales Standbein. Strategisch betrachtet, könnte aufgrund der kulturellen Nähe zu lateinamerikanischen Ländern, die spanische Niederlassung nachhaltig ein bedeutender Faktor des Unternehmens werden.

DISCOUNTED CASHFLOW MODELL

Neue Sentimental Film
www.nsf.de

Discounted Cashflow Modell (in TEUR)

DCF	2006	2007	2008
Umsatz	36.467.473	40.296.557	44.527.696
Umsatzwachstumsrate	1,11	1,11	1,11
Jahresüberschuss	457.575,61	1.168.778,85	1.973.925,85
Freie Cash Flows	662.576	1.384.029	2.199.938
Barwert freier Cashflows	601.579	1.140.933	1.646.581
Barwert Continuing Value	14.743.294	16.238.167	17.884.610
Barwert Gesamt zum Stichtag	15.344.873	17.379.100	19.531.191
Anzahl Aktien	10.664.000	10.664.000	10.664.000
Fairer Wert je Aktie	1,44	1,63	1,83
DCF	2009	2010	Continued
Umsatz	49.203.104	54.369.430	54.913.124
Umsatzwachstumsrate			
Jahresüberschuss	2.883.884,49	3.910.747,56	3.949.855,04
Freie Cash Flows	3.121.198	4.159.926	4.211.493
Barwert freier Cashflows	2.121.052	2.566.689	2.359.289
Barwert Continuing Value	19.697.992	21.695.239	23.894.993
Barwert Gesamt zum Stichtag	21.819.044	24.261.928	26.254.282
Anzahl Aktien	10.664.000	10.664.000	10.664.000
Fairer Wert je Aktie	2,05	2,28	2,46

Die gewichteten Kapitalkosten (WACC) wurden in Höhe von 10,10 % ermittelt. Diesem Wert liegen ein Branchen-spezifisches Risiko (β) von 1,10, ein risikoloser Zins von 4 % und die erwartete Verzinsung der Eigenkapitalgeber von 10 % zugrunde. Anhand der Kapitalstruktur ergibt sich o.a. Wert.

Der faire Wert je Aktie wurde von uns in Höhe von 1,44 EUR ermittelt.

T E C H N I S C H E A N A L Y S E

Neue Sentimental Film
www.nsf.de

Eines Abends, während ich mit einem Fundamentalisten beim Essen saß, wischte ich zufällig ein scharfes Messer über die Tischkante. Er beobachtete das Messer, wie es durch die Luft flog, und wie es am Ende mit der spitzen Seite in seinen Schuh fuhr – „warum haben sie ihren Fuß nicht weggezogen?“ fragte ich. „Ich wartete darauf, dass das Messer wieder nach oben flog“ antwortete er.

- Ed Seykota -

TECHNISCHE ANALYSE

Neue Sentimental Film
www.nsf.de

SMA90, SMA 200, Volumen



Die zweihundert Tage Linie zeigte die letzten zwölf Monate einen konstanten Abwärtstrend. Zwischen Ende Mai und Ende August hatte die 90 Tage Linie die 200 Tage-Linie übertroffen. Charttechnisch betrachtet befinden sich die Valoren der Neue Sentimental Film AG in einem **Seitwärtstrend**: Die 90- und die 200-Tage-Linie wurde am 22.05.2006 nach unten durchbrochen und bewegt sich seitdem unterhalb der Durchschnittslinien. Nach diesem Zeitpunkt bewegte sich das Handelsvolumen auf geringem Niveau. Aktuell verlaufen die beiden gleitenden Durchschnitte über dem Schlusskurs (12.09.2006) von 1,06 Euro bei 1,16 Euro (90-Tage-Linie), beziehungsweise 1,19 Euro (200-Tage-Linie).

MACD 12, 26, 9



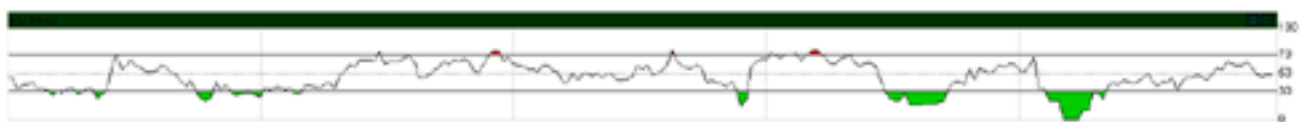
Der Trendfolgeindikator MACD, der bei einem Stand über der Nulllinie für steigende Kurse steht, befindet sich derzeit im neutralen Bereich bei exakt **0,00**.

Momentum



Das Momentum, einer der wichtigsten Oszillatoren, bewegte sich am 26.05.2006 nach starkem negativem Ausschlag zurück und pendelt seitdem um die Basislinie und gibt keinen Trend bestätigenden Hinweis.

RSI

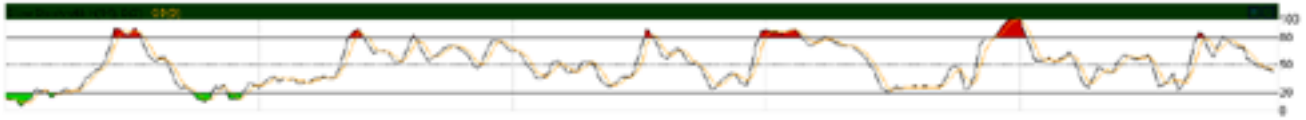


Bei der Betrachtung des RSI zeigt sich, dass nach dem negativen Durchbruch der Kurslinie durch die 90- und 200 Tage Linie zweimal von deutlichen Überverkäufen auszugehen war. Derzeit verläuft der RSI sehr neutral und zeichnet den seitwärtsgerichteten Kursverlauf nach.

T E C H N I S C H E A N A L Y S E

Neue Sentimental Film
www.nsf.de

Slow Stochastics



Die Slow Stochastic bewegt sich momentan ebenfalls in einem neutralen Bereich. Es ist zu sehen, dass innerhalb der letzten 12 Monate überwiegend Verkaufssignale wiedergegeben wurden. Das letzte Kaufsignal war im November 2005 zu sehen.

TBI



Der TBI macht seinem Namen in diesem Fall alle Ehre, denn er bestätigt den Trend der Seitwärtsbewegung mit fast einer Punktlandung bei 99,87.

F A Z I T

Neue Sentimental Film
www.nsf.de

Die Aktie der Neue Sentimental Film AG hat turbulente Zeiten hinter sich gebracht. Fulminant gestartet in den Wirrungen der New Economy, dem Index folgend in die Tiefen der 1-Euro-Zone gefallen und als Kind der New Economy bei vielen Anlegern in Ungnade gefallen.

Das Unternehmen selbst hat ebenfalls unruhige Zeiten hinter sich gebracht. Die Zeit des Börsenabschwungs war begleitet durch rezessionäre Verhältnisse im Werbemarkt. Deshalb wurde offensichtlich versucht, frei nach dem Motto Angriff ist die beste Verteidigung, durch Unternehmensakquisitionen, auch im Ausland, zusätzliches Geschäft zu generieren, um den Break Even über die damals teuren Konzernstrukturen zu hieven. Manche Akquisitionen haben funktioniert, andere nicht. Der Rückgang der Erlöse kann aber nicht alleine der Gesellschaft angelastet werden, sondern muss im Kontext der Entwicklung einer ganzen Branche gesehen werden. Haben nicht auch die Big Player des Werbemarktes auf Agenturseite kräftig Federn lassen müssen? Hat die Branche nicht jahrelang Personal in erheblichen Mengen freisetzen müssen? Sicher kann man die Akquisitionspolitik der Gesellschaft kritisch betrachten. Vielleicht waren auch nicht alle Zukäufe ideal. Aber nicht desto Trotz muss man sehen, dass die Neue Sentimental Film AG der zweitgrößte Werbefilmproduzent in Deutschland ist und auch im Kreativranking mit an der Spitze steht. Das Produkt ist gut, ohne wenn und aber. Es ist Pech für ein Unternehmen, in einer Zeit, in der eine Branche leidet, als einziger dieser Branche börsennotiert zu sein. Besser können Anleger ihre Informationen über die Schwierigkeiten einer solchen Branche gar nicht kanalisieren. Dauert solch eine Situation dann etwas länger, gilt dieser Wert als verbrannt. Die Neue Sentimental Film AG scheint aus Ihren Fehlern in der Akquisitionspolitik gelernt zu haben, denn neue Expansionspläne werden vorsichtiger als in der Vergangenheit umgesetzt. Die Auswahl der Märkte folgt der von Beginn an ausgegebenen und gar nicht falschen Netzwerkstrategie nun konsequenter. Ein straffes Beteiligungscontrolling wurde installiert. Die Strukturen wurden und werden noch verschlankt. Die Neue Sentimental Film AG muss nun beweisen, ihre außer Frage stehende Produktkompetenz in nachhaltigen, wirtschaftlichen Erfolg umsetzen zu können. Die Weichen dazu wurden in den letzten Monaten gestellt und viele Marktteilnehmer sollten sich in das Gedächtnis rufen, dass eine Firma nicht zuerst eine Aktie ist, sondern der Hersteller eines Produktes, das gut sein muss, um dem Unternehmen wirtschaftlichen Erfolg zu ermöglichen. Dies liegt hier vor. Deshalb schließen wir mit einer Abwandlung eines bekannten Werbesatzes als Fazit:

Ist das Produkt gut, dann klappt es auch mit der Aktie.

Die CdC-Capital AG vergibt ein BUY. Das Kursziel liegt bei 1,44 EUR.

D i s c l a i m e r

Neue Sentimental Film
www.nsf.de

Die Studien der CdC Capital AG dienen ausschließlich zu Informationszwecken. Alle Informationen und Daten stammen aus Quellen, welche die CdC Capital AG für zuverlässig hält. Trotzdem kann keine Gewähr für deren Richtigkeit übernommen werden. Darüber hinaus können alle Bereiche unvollständig oder zusammengefasst sein. Die Dokumente stellen weder ein Angebot noch eine Einladung zur Zeichnung oder zum Kauf eines Wertpapiers dar, noch enthalten die Dokumente oder deren Inhalte die Grundlage für einen Vertrag oder eine Verpflichtung irgendeiner Art. Die Dokumente werden Ihnen ausschließlich zu Ihrer Information zur Verfügung gestellt und dürfen nicht ohne schriftliche Genehmigung seitens der CdC Capital AG kommerziell weiterverarbeitet oder in kommerzielle Datenbanken eingefügt werden.

Eine Investitionsentscheidung hinsichtlich irgendwelcher Wertpapiere des Emittenten, muss auf Grundlage eines Verkaufsprospektes erfolgen, der von dem Emittenten genehmigt und bei der zuständigen Wertpapieraufsicht hinterlegt ist. Sie darf nicht auf Grundlage der Studien erfolgen. Die in den Dokumenten besprochenen Investments können für den einzelnen Anleger, je nach dessen Anlagezielen und finanzieller Lage, unpassend sein. Privatanleger sollten vor der Erteilung einer Order in jedem Fall den Ratschlag ihrer Bank, ihres Brokers oder ihres Investment- oder Vermögensberaters einholen. Die CdC Capital AG und/ oder deren Tochter- bzw. Muttergesellschaften – deren Anteilseigner, Führungskräfte und/oder deren Angestellte können eine Long- oder Shortposition in den beschriebenen Wertpapieren und/oder Optionen, Futures und andere Derivate, die auf diesen Wertpapieren basieren oder andere Investments, die sich auf in diesem Bericht veröffentlichten Ergebnissen beziehen, halten. Dies wird jedoch gemäß §34b WpHG zu Beginn jeder Studie offengelegt.

Weiterhin kann die CdC Capital AG die in diesen Berichten genannten Gesellschaften beraten oder bereits beraten haben und kann, soweit im Rahmen gesetzlicher Möglichkeiten erlaubt, die beinhalteten Informationen und/oder Analysen bereits vor deren Veröffentlichung für eigene Zwecke genutzt haben. Die CdC Capital AG ist nicht verantwortlich für Konsequenzen, speziell für Verluste, welche durch die Verwendung oder die Unterlassung der Verwendung aus den in diesen Berichten enthaltenen Meinungen und Rückschlüssen resultieren oder resultieren werden. Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass die Dokumente im Auftrag des untersuchten Unternehmens erstellt worden sind.

Der Preis oder Wert des Investments, auf den sich diese Berichte beziehen, kann entweder direkt oder indirekt gegen die Interessen des Anlegers fallen oder steigen. Wenn eine Investition in einer Währung oder von einer Währungsbasis aus eingegangen wird, die sich von derjenigen Währung, auf die sich die Berichte beziehen, unterscheidet, können Wechselkursschwankungen einen nachteiligen Effekt auf den Wert, den Preis und das Einkommen aus der Investition haben. Zurückliegende Wert-, Preis- oder Kursentwicklungen geben keine Hinweise auf die zukünftige Entwicklung des Investments.

Die CdC Capital AG übernimmt keine Garantie dafür, dass der angedeutete Ertrag oder die genannten Kursziele erreicht werden. Veränderungen in den relevanten Annahmen, auf denen die Berichte basieren, können einen materiellen Einfluss auf die angestrebten Erträge haben. Das Einkommen aus Investitionen unterliegt Schwankungen.

Die Dokumente sind im Vereinigten Königreich nur zur Verteilung an Personen bestimmt, die berechnete Personen oder freigestellte Personen im Sinne des Financial Services Act 1986 oder eines auf seiner Grundlage erfolgten Beschlusses sind, oder an Personen, die in Artikel 11 (3) des Financial Act 1986 (Investment Advertisement) (Exemptions) Order 1996 (in derzeit geltender Fassung) beschrieben sind, und es ist nicht beabsichtigt, dass sie direkt oder indirekt an einen anderen Kreis von Personen weitergeleitet werden.

Weder die Dokumente noch eine Kopie davon darf in die Vereinigten Staaten von Amerika oder in deren Territorien oder Besitzungen gebracht, übertragen oder verteilt werden

