

Firmenprofil

der Galileo Medien AG

*„Das Geheimnis des Erfolgs?
Anders sein als die anderen.“*

Woody Allen (*1935)

amerik. Regisseur, Schauspieler,
Gagschreiber u. Schriftsteller

Rechtlicher Hinweis

Diese Broschüre versteht sich ausschließlich als Bericht über den Ist-Stand unseres Unternehmens und seine weitere Ausrichtung. Hiermit wird keine Aufforderung für den Kauf von Wertpapieren der Galileo Medien AG unterbreitet. Diese Unterlagen sind kein Prospekt mit entsprechender Haftung. Drucklegung: September 2006.



GALILEOMEDIENAG

Inhaltsangabe

Die Kernkompetenzen	02
Positionierung, Unternehmensziel und Wettbewerbsvorteile	03
Der betriebswirtschaftliche Datensatz	03
<i>Der Rückblick: Woher wir kommen</i>	04
Was machen wir warum	05
Flankierende Maßnahmen	05
<i>Die Gegenwart : Wachstum und Zielgruppen</i>	06
Erwerb von Lizenzen	06
Der Markt der Independentfilme	07
Die Struktur des Lizenzerwerbs	07
Wo sind wir anderen voraus	08
Konsequent aus Erfahrung, Chancenmanagement	09
<i>Die Planung: Optimierung des Kerngeschäfts</i>	09
Die Entdeckung provozieren und sie fördern	10
Instrumente für Bestandssicherung und Ausbau	10

- Lizenziert fremdsprachige Filme

- Erzeugt ihre Marktfähigkeit

- Vertreibt sie im deutschsprachigen Raum

- Synchronisiert und optimiert den Ton

- Betreibt zielgruppenspezifisches Marketing

Das Kerngeschäft besteht im Vertrieb internationaler Filme für das Segment Home Entertainment auf dem deutschsprachigen Markt.

Die Kernkompetenz ist die Erzeugung der Marktfähigkeit fremdsprachiger Filme für den Verleih und Verkauf auf DVD.

Die Wertschöpfungskette der Galileo Medien AG umfasst klassische wie innovative Stufen des Home Entertainments (DVD, TV, Video on Demand, Download to own).

Die Wertschöpfung beginnt bereits nach Lizenzerwerb des fremdsprachigen Films mit der Produktveredelung: Sprach-Synchronisation, Tonmischung und DVD-Programmierung sowie marktgerechtes Design.

Die Risikominimierung besteht im Erwerb von Lizenzen bereits fertig gestellter Filmwerke mit erkennbar hohen Marktchancen, die über eine eigene Vertriebsstruktur vermarktet werden.

Das Anlagevermögen der Galileo Medien AG besteht aus werthaltiger, digitaler Studioteknik und dynamisch wachsendem Lizenzrechtstock.

hauseigenes Kino im fx-Center



Lobby des fx-Centers Babelsberg



Positionierung

Galileo Medien AG ist der unabhängige DVD-Spezialist für europäische Filmperlen mit großem Vermarktungspotential im deutschsprachigen Raum. Galileo

Medien AG verfügt über hervorragende Möglichkeiten, sowohl schnell auf neue Trends zu reagieren als auch spannende Nischen im Markt zu bedienen.

Unternehmensziel

Die **Ertragssteigerung** wird erstrangig durch den Ausbau des Rechtstocks mit Filmtiteln erreicht, die schon allein durch die Steigerung der Auflagenhöhe

hohe Gewinne erzielen. Das hierzu notwendige Kapital wird von Einnahmen aus DVD-Verkäufen generiert, sowie auf dem Finanzmarkt eingeworben.

1. Wettbewerbsvorteil

Eigene Schnitt-, Tonaufnahme- und Mischstudios decken sämtliche Fertigungsbereiche der Sprach- und Geräuschsynchronisation bis hin zum DVD- oder TV-Sendemaster ab.

Hochkompetente, feste Mitarbeiter bilden zusammen mit dem eigenen Vertriebssystem sowie freien Experten und Networkern die ideale Synergie.

2. Wettbewerbsvorteil

Für die zielgruppenorientierte Produktgestaltung verfügt das Marketingteam über eine eigene Text- und Grafikabteilung im Haus.

Das kompakte Konzept erzeugt eine hohe Identifikation mit dem Unternehmen selbst und während des Fertigungsprozesses mit den jeweiligen Filmtiteln an sich. Erreicht sind hohe Flexibilität zur Lösung von Aufgaben und die unmittelbare Kontrolle aller Fertigungsschritte.

3. Wettbewerbsvorteil

Internationale Lizenzgeber erkennen in unserem Leistungsspektrum die optimale Voraussetzung für die Veredelung und Vermarktung ihrer Filme im deutschsprachigen Raum (Deutschland Österreich, Schweiz).

Der betriebswirtschaftliche Datensatz

Aktionärsstruktur	Ausgabe in Prozent	Aktien
Fam. Irnich (Alleinvertand)	33%	269.000
Catalis N.V.	27%	215.000
Hermann Kettler (AR)	11%	87.000
Free Float	24%	189.000
StammCom GmbH	5%	40.000
Addition:	100%	800.000

Gezeichnetes Kapital: 800.000 €
Anzahl Aktien: 800.000

IPO-Partner:
Gebhard Bank, Gräfelfing bei München

Schnittkontrollen



Schnittplatz bei Galileo



Durchaus ist die Galileo Medien AG zu vergleichen mit den unabhängigen Musik-Labels der 90er: von den großen Plattenfirmen mit höherer Liquidität und erweiterten Vertriebsstrukturen ausgestattet, bewahrten sie ihre Autonomie im Bereich der Produktentwicklung und blieben am Puls der Zeit – bestimmen ihn mit.

Gegründet wurde die Galileo Medien AG im Jahr 2000:

- Aus dem Wissen, mittels digitalem Home Entertainment interessante Trends wirtschaftlich nutzen und ausbauen zu können
- Aus der Einsicht, Qualität durchsetzen zu müssen, um den Markt mitzubestimmen
- Aus der Erfahrung, erfolgreich zu sein, indem man agiert anstatt zu reagieren

Woher kommen wir?



Martin Irnich, (*1957)

arbeitete zunächst als freier Tonmeister und Produzent in der Musikbranche. Sein Studium der Elektrotechnik, TU Berlin, und die

langjährigen Erfahrungen in Leitungsfunktionen verschiedener Musik- und Synchronstudios sind die Basis für das kompakte Studio- und Vertriebskonzept der Galileo Medien AG. Aus der Zeit der Synchronarbeiten bringt Martin Irnich hervorragende Kontakte zu internationalen Lizenzhändlern, Produzenten und Regisseuren mit.

Seit Gründung der Galileo Medien AG ist Martin Irnich als **Vorstand** tätig; zusätzlich steht er dem Team „**Programmauswahl & Lizenzeinkauf**“ vor.



Cornelia Frost, (*1968)

arbeitete seit Abschluss ihres Studiums, 1992, im Vertrieb und Marketing der LOGIBYTE GmbH & Co KG. Bis 2003 leitete sie

die IT- und Logistikabteilung in einem der damals führenden IT-Fachhandelshäuser in Deutschland, heute CANCOM IT SYSTEM AG. Zehn Jahre Personalführung und Unternehmenscontrolling, gepaart mit angeeignetem Fachwissen im Vertragsrecht, prädestinieren die Dipl. Logistikerin für die Position der kaufmännischen Leitung der Galileo Medien AG. Seit 2003 ist Cornelia Frost verantwortlich für die Bereiche: **Finanzen, Controlling, Personal- und Vertragswesen.**



Christina Hampel, (*1978)

Nach Abschluss des Studiums der Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation (UdK Berlin) arbeitet sie in verschiedenen

Redaktionen von Berliner Zeitungen (SPRINGER), im Anschluss in Werbe- und Marketingagenturen (DORLAND/GREY) sowie im Bereich der Public Relations.

Seit 2004 in der Galileo Medien AG, leitet Christina Hampel die Abteilung **Produktion, Akquisition und Produktmanagement.**



Uta Boroevics, (*1968)

studierte klassische Musik und Geschichte. Sie diplomierte in Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation an der

UdK, Berlin. Nach achtjähriger Tätigkeit im Bereich Pressearbeit, Marketing und Veranstaltungsorganisation für DEUTSCHLANDRADIO (Kultur und Deutschlandfunk) sowie ZDF-HAUPTSTADTSTUDIO arbeitete sie für die STAGE CRAFT und in verschiedenen Werbeagenturen.

Seit 2004 in der Galileo Medien AG, ist Uta Boroevics zuständig für **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Marketing und Kooperationen.**



Holger Nick, (*1970)

war neun Jahre bei den internationalen Markenartikelkonzernen L'ORÉAL, MELITTA und CAPRI

SONNE in leitenden Vertriebsfunktionen tätig. Vor Beginn seiner Arbeit für die Galileo Medien AG war der Dipl. Betriebswirt zudem bei UNIVERSUM FILM als Sales Director Sell Thru verantwortlich.

Seit Anfang 2005 ist Holger Nick als **Sales-Director** für den Auf- und Ausbau und das Management des Gesamtvertriebs von Galileo zuständig.



Reinhard Knapp, (*1964)

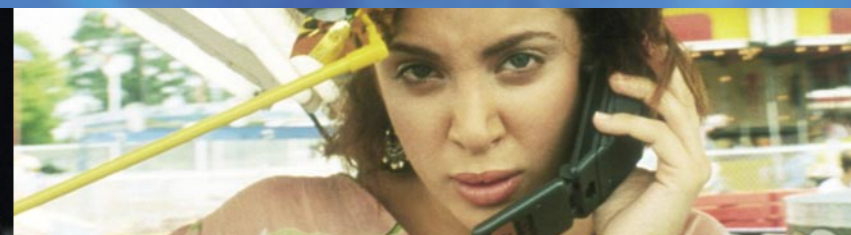
arbeitete zunächst freiberuflich als Dialogbuchautor und Regisseur für Synchronfirmen wie DEUTSCHE SYNCHRON

und LOFT STUDIOS. Seit April 2005 bringt der Dipl. Kommunikationswirt seine 15-jährige Berufserfahrung fest in die Galileo Medien AG ein; Reinhard Knapp leitet die **Ton- und Synchronisationsabteilung.**

Galileo-Titel „Pusher“



Galileo-Titel „Hier spricht Denise“



Was machen wir warum?

Mit dem Einzug der Galileo Medien AG in das **FX-CENTER BABELSBERG** im Jahr 2004 wurde **Management, Vertrieb und Backoffice** mit den **Kreativ-Departments** direkt vernetzt. Die räumliche Nähe fördert den Informationsfluss und reduziert Kommunikationsdefizite. Kreative Dynamik entsteht, weil die Abteilungen um die Aufgaben der jeweils anderen wissen und sich an der Lösungsoptimierung beteiligen. Damit wird eine nahezu vollständige Abdeckung in vertikaler, wie horizontaler Kompetenzstruktur erzeugt.

Diese **Zentralisierung bündelt** zudem **Verwaltung, Lohn- und Finanzbuchhaltung**. Ausreichend Bürofläche für steigenden Verwaltungsaufwand steht unmittelbar im Hause zu Verfügung. Lagerhaltung und Versand sind zu Logistik- und Verpackungservice outgesourced. Den Vertrieb für Media-Markt und Saturn übernimmt Rought Trade (Arvato).

Für **technische Innovationen** und **Herausforderungen des Managements** sind die Kapazitäten vorausschauend dimensioniert. Auf einer Gesamtfläche von 640 qm können ohne zusätzliche Investitionen in weitere Hardware oder Maschinen **monatlich 4 Filme** synchronisiert werden; in unmittelbarer räumlicher Nachbarschaft durchgeführt werden alle Fertigungsstufen der individuellen **DVD-Programmierung**, die **Covergestaltung** und die **Einbettung neuer Titel in die Marketingstrategien**.

Gewährleistet ist zudem die hohe **Flexibilität** bei der technischen Umstellung auf **zukünftige Formate**. Für **High Definition-Produktionen** besteht die feste Kooperation mit Partnern im Hardwarebereich.

Beste Voraussetzungen für die **Aus- und Weiterbildung** der 18 Mitarbeiter sind gegeben. Für die weitere Expansion wird der **Mittelbau an Aufgaben des Managements herangeführt**. Die Zulassung der IHK zur Ausbildung zum

Mediengestalter/in Bild und Ton, Mediengestalter/in Digital und Print sowie zum/zur Kaufmann/frau für audiovisuelle Medien und zum/zur Kaufmann/frau für Bürokommunikation besteht; z.Z. werden fünf junge Menschen ausgebildet.

Flankierende Maßnahmen (Dienstleistungen)

Bild- und Tonrestaurierung (CINESAVE): historische Filme werden von Laufspuren, Staub, Schrammen und Farbfehlern befreit, Re-Mix älterer Filme auf Stereo oder Upgrading auf Surround

Synchron: Übertragung fremdsprachiger Spielfilme und Serien in die deutsche Sprache

Voice Over und Untertitelung: Übertragung von Dokumentarfilmen und Dokudramen in alle gängigen Sprachen

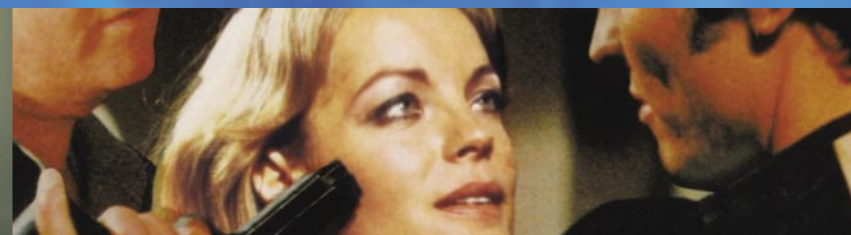
Looping: Erneuerung unbrauchbarer Tonpassagen in gleicher Sprache

Tonmischung: Endmischung für Sendezwecke (TV) oder in 5.1 Dolby Digital für DVD

Galileo-Titel „Pauly Shore is dead“



Galileo-Titel „Die Unschuldigen mit den schmutzigen Händen“



Wachstum und Zielgruppen

Galileo Medien AG zieht die Analogie zur Independent Musikbranche und erwartet eine überproportionale Umsatzsteigerung für nicht am US-amerikanischen Mainstream orientierte Filmtitel.

Kernzielgruppe:

- a) Entdecker und Sammler
- b) Besucher von Filmkunsttheatern

Hauptzielgruppe:

- a) Kinofreunde
- b) Eltern und ihre Kinder

Spezialisierung:

Nischenpublikum

Erweiterung:

Spontankäufer

Erwerb von Lizenzen

Lizenzstock

Die Filmtitel sind 8 Segmenten zugeordnet, jedes Segment wird individuell vermarktet: „Aktuelle Genre-Filme (A)“, „Aktuelle Independent-Genre-Filme (B)“, „Arthouse und hochwertige Kinderfilme“, „Erotik“ und „Filmklassiker“; drei spannende Nischensegmente (Special Interest, TV-Specials, Budgetware) ergänzen das Portfolio.

Mit Abschluß des 2. Quartals 2006 hat Galileo Medien AG insgesamt 118 Titel aller Genres im Rechtstock und sie als DVD veröffentlicht.

Aktuelle Genre-Filme (A)

Hochwertig, breite ZG, Stars, langsame Preisabwertung, hoher Marketingaufwand, mittlerer Lebenszyklus

Umsatzanteil 2005: 28%



Aktuelle Independent-Genre-Filme (B)

Low-Budget, kl. ZG, schnelle Preisabwertung, mittl. Marketingaufwand, mittl. Lebenszyklus

Umsatzanteil 2005: 17%



Arthaus und hochwertige Kinderfilme

Kl.-mittl. Zielgruppe, hochwertiges Produkt, lange Lebensdauer

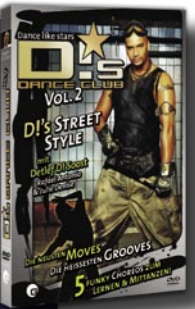
Umsatzanteil 2005: 22%



Special Interest

Eingeschränkte, aber kaufintensive ZG, Nischenprodukte mit hoher Nachfrage, schnelle Erlöse, hoher Marketingaufwand

Umsatzanteil 2005: 6%



Filmklassiker

Kleine Zielgruppe, hohe Nachfrage, langsame, aber konstante Erlöse, vielfältige Verwertungsmöglichkeiten

Umsatzanteil 2005: 10%



TV-Specials

Best ofs, hoher Marketingaufwand, breite Zielgruppe, schneller Preisverfall

Umsatzanteil 2005: 2%



Erotik

Classics und Longseller, preisstabil

Umsatzanteil 2005: 12%



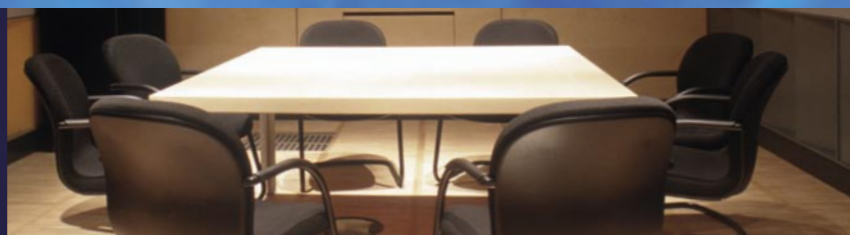
Budgetware

Meist aus Paketkäufen, Low-Budget, unteres Preissegment

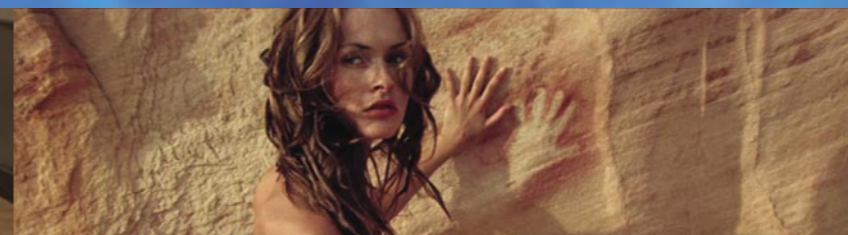
Umsatzanteil 2005: 3%



Galileo Meetingcenter



Galileo-Titel „Eve“



Der Markt der Independentfilme

Ein sensibler Unterschied...

Neben Weltvertrieben und Lizenzhändlern aus dem TV-Bereich sind es die Regisseure und Produzenten persönlich, die uns ihre Filmlizenzen anvertrauen.

Einen Film in eine andere Sprache zu synchronisieren, bedeutet zunächst die tiefe Auseinandersetzung mit seinem Inhalt. Zudem braucht es während des Fertigungsprozesses die Nähe zum Ausgangsprodukt, damit der Film bis hin zum Endverbraucher mit Emotionen besetzt bleibt.

Dieser unmittelbare Zugang im eigenen Haus ist es, der die hohe Attraktivität der Galileo Medien AG für Produzenten vor allem aus Frankreich, Dänemark und Großbritannien ausmacht:

Die Galileo Medien AG wird bei Lizenzgebern geschätzt, da hier die eigenen Kernkompetenzen weiter ausgebildet und die Standards heraufgesetzt werden.

Zudem geht es um Produktionswerte, Investitionen und Image:

Pro Titel werden zwischen T€ 25 und T€ 70 für Lizenzkosten, Veredelung und Marketing aufgebracht. Die Höhe der Lizenzkosten steht unmittelbar in Bezug zur Marktchance des Titels.

Galileo Medien AG ist glaubwürdig beim Großhandel, beim Einzelhandel und beim Konsumenten (unsere Handelspartner: AMAZON, KARSTADT, KAUFHOF, METRO, MEDIAMARKT, SATURN, SCHLECKER, MÜLLER u.a.).

Galileo Medien AG ist glaubwürdig bei den Lizenzgebern (unser Einkauf: Großbritannien, Frankreich, Dänemark, USA, Deutschland); sie ist bekannt für verlässliche, termingerechte Abrechnungen und optimale Vermarktung jedes einzelnen Titels.

Struktur des Lizenzerwerbs der Galileo Medien AG

Filme erwerben wir konservativ:

- auf internationalen Filmmessen

Filme erhalten wir in Zusammenarbeit:

- mit TV Sendern

Filme entdecken wir:

- auf großen und kleinen Filmfestivals

Filme finden unsere Beachtung

- in Branchengesprächen

Filme werden uns vorgestellt:

- von ihren Produzenten

Filme werden uns zugeschickt:

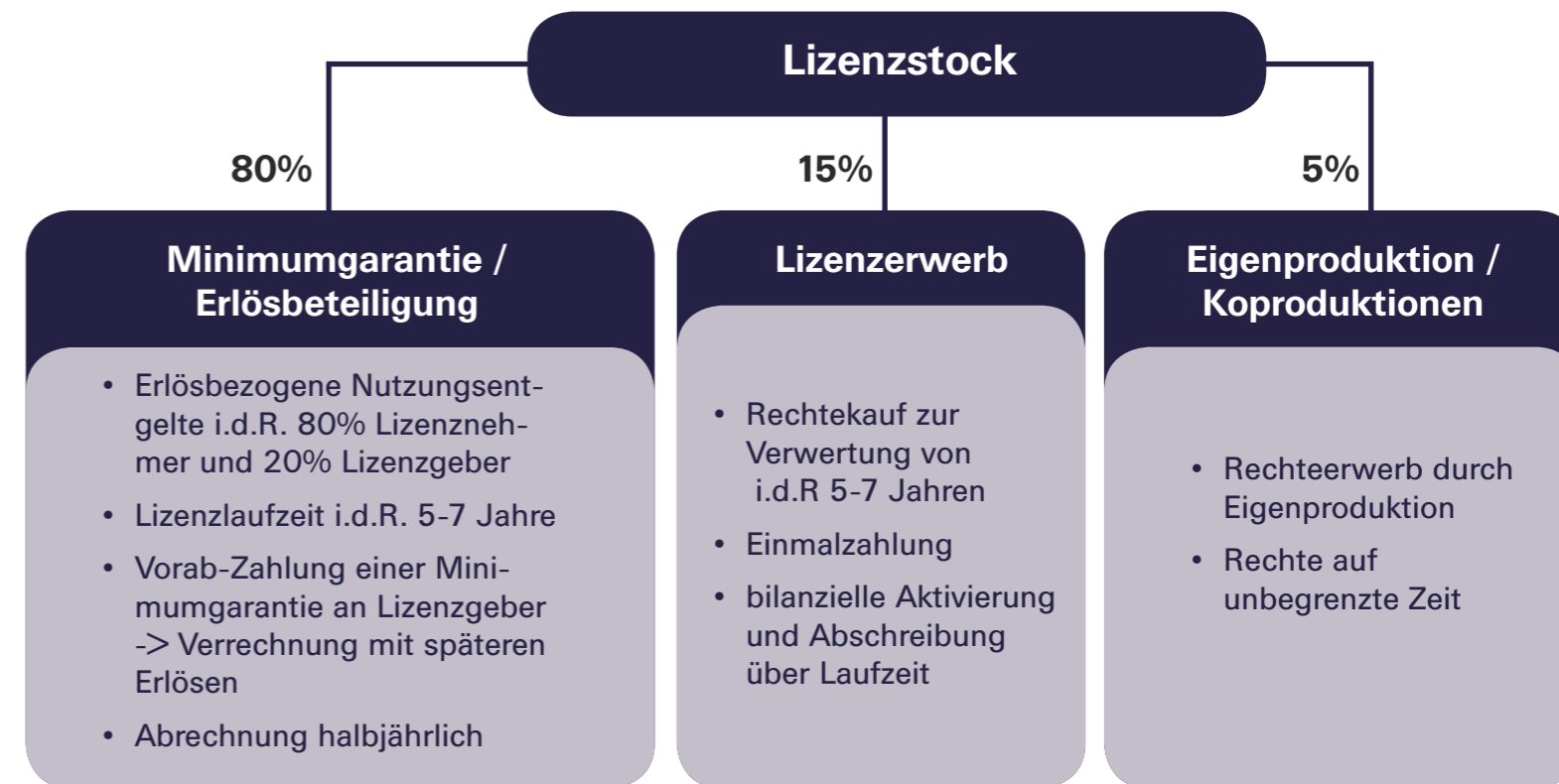
- weil man von uns weiß

Filme werden uns zugesandt:

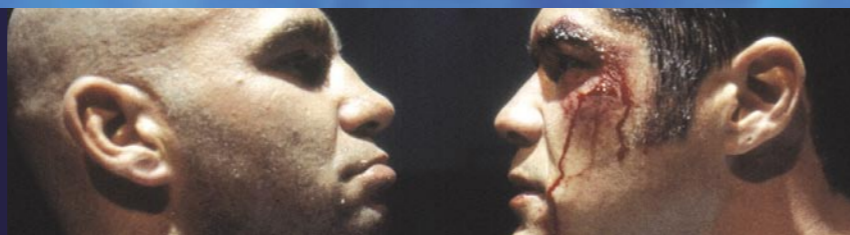
- aus vertrauten Quellen

Von Filmen erfahren wir:

- über ein exklusives Netzwerk



Galileo-Titel „Inside“



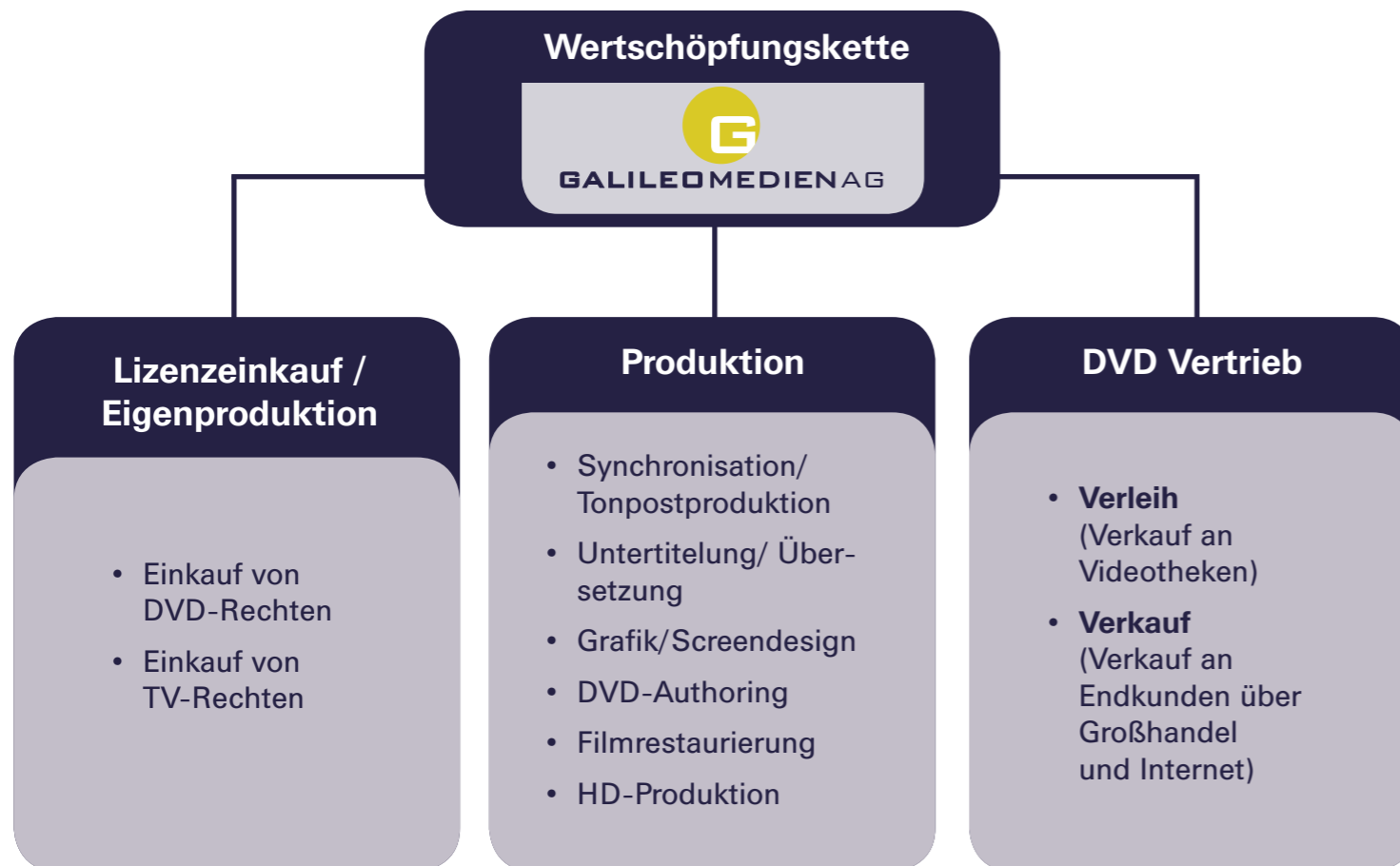
DVD-Testsystem für neue Titel



Die Gegenwart

Die Gegenwart

Wo sind wir anderen voraus



Die Produktpalette der Galileo Medien AG umfasst vor allem Spielfilme, die in ihrem Herstellungsland erfolgreich sind, im deutschsprachigen Bereich aber keine oder nur eine geringe Kinoverwertung erfahren. Diese werden von uns entdeckt, gepflegt und anschließend vermarktet.

Abhängig von der Mindestgarantie und dem Verleih-Anteil ist der ‚Recoup of Invest‘ für einen Titel bereits bei 2.000 bis 15.000 verkauften DVDs erreicht. Der Recoup beinhaltet auch die Kosten der Produktveredelung (Synchronisation, Tonmischung etc.) und des Marketings. Das Investment, pure Cash, ist durchschnittlich vier bis sechs Monate gebunden.

Die Kern- und Hauptzielgruppe legt großen Wert auf DVDs mit Bonus-Material und Original-Cover. Die Erstauflagen der Titel liegen durchschnittlich bei 3.000 bis 15.000 Stück. Illegale Downloads bleiben überschaubar.

Die Galileo Medien AG setzt sich für innovatives und spezifisches Marketing ausgewählter DVD-Titel ein:

- **spezielles Bonusmaterial**
- **Special Editions und limitierte Sonderaktionen**
- **Themenboxen mit zwei, drei oder mehr DVDs**
- **Events in Kinos**

Die Auswahl neuer Filmtitel und ihre Veredelung ist eng mit der Marketingabteilung abgestimmt: insofern sind Casting der Schauspielerstimmen und Artwork (Coverdesign) den Kriterien für optimale Marktchancen unterworfen. Maßnahmen zur Verkaufsförderung, Werbestrategie und Public Relations sind frühzeitig und individuell auf jeden Titel abgestimmt.

Ein Risiko der Branche:

Wie die aktuelle, vom Zentrum für Kunst- und Medientechnologie vorgestellte „Available for Download (AFD)“-Studie zutage förderte, sind Filme mit 50.000 oder mehr Besuchern schon am Eröffnungswochenende als illegaler Download im Internet verfügbar.

Galileo-Titel „Kim Novak badete nie im See von Genezareth“



Galileo-Titel „Anthony Zimmer“



Die Gegenwart

Unsere Planung

- Konsequenz aus Erfahrung -

Überschüsse werden unmittelbar in den Ankauf Erfolg versprechender Titel investiert. Die kostengünstig reproduzierbaren, digitalen Vorlagen ermöglichen die sofortige Auflagensteigerung fertiger Produktionen:

Allein die **Steigerung der Auflagenhöhe** eines absatzstarken Titels erzielt **überproportionale Wertschöpfung**. Instrumente dazu liefert das Marketing.

Investitionen in geeignete Titel machen es möglich, **einen spürbar höheren Gewinn** zu generieren. Überproportional stark wird in diesem Aufgabenbereich das neue Kapital investiert.

Die Galileo Medien AG **minimiert das Risiko** aufgrund synergetischer Seitenlinien und Partnerschaften im Marketing:

- **Sie findet Vertriebskooperationen mit:**
Die Welt (SPRINGER VERLAG)
MFA+ (Kinoverleih).

- **Sie erzeugt Zusammenarbeit mit:**
TV-Produzenten für eine gemeinsame Wertschöpfung aus der Zweitverwertung: TV-Produktionen auf DVD.

Hinzu kommt die rein quantitative Stärkung des eigenen Programmangebots gegenüber dem Handel mittels erhöhter Anzahl von Filmtiteln.

Chancenmanagement

Koproduktion von Filmprojekten generieren zeitlich unbefristet Lizenzen.

Mitnahmeeffekt: „**Von Anfang an dabei sein**“, frühest möglicher Gewinn von Informationen zu aktuellen Filmvorhaben bedeutet Informationsvorsprung gegenüber Mitbewerbern im Kerngeschäft: Lizenzhandel/Vertrieb.

Beistellung von Technik und Manpower in Post-Produktion und Synchronisation generieren zeitlich langfristige Lizenzen. **Positiver Nebeneffekt:** Auslastung technischer Ressourcen.

Rückstellung von Technik und Manpower, Post-Produktion und Synchronisation.

Positiver Nebeneffekt: Kontaktaufnahme, Marktpräsenz, Auslastung technischer Ressourcen.

Dienstleistung zu guten Konditionen, besondere Akquise in den Bereichen Post-Produktion, Restaurierung und Sprach-Synchronisation.

Effekt: Vertrauensbildung mittels Leistung, Marktpräsenz.

DVD-Rechte generieren in Deutschland (erst) 44% der gesamten Filmumsätze; weltweit sind es 52%, in den USA bereits 54%. DVD-Rechte stellen den bedeutendsten Teil der Wertschöpfungskette dar und haben für Deutschland überproportionales Potential zur Wachstumssteigerung im Bereich der Independent-Filmtitel.

Optimierung des Kerngeschäfts

- Lizenzkauf von Filmen mit hochwertigem **Potential zur DVD Vermarktung**
- Lizenzkauf von **TV-Serien** und deren Vermarktung als **DVD-Boxen**
- **Kooperation mit dem TV** beim **Lizenzwerb von Filmen verschiedenster Genres**
- Eingliederung der **Domäne „Benelux“** als erweiterter Absatzmarkt untertitelter Filme (10% plus zu Deutschland)
- Lizenzkauf mit Option zur **TV-Rechteverwertung**
- Ausbau der **Querfinanzierung mit öffentlichen Mitteln:** die Kooperation mit europäischen Produzenten wird mit Zuschüssen der EU unterstützt.

Die Galileo Medien AG ist ein börsennotiertes Unternehmen

Kontrollen im Soundstudio von Galileo



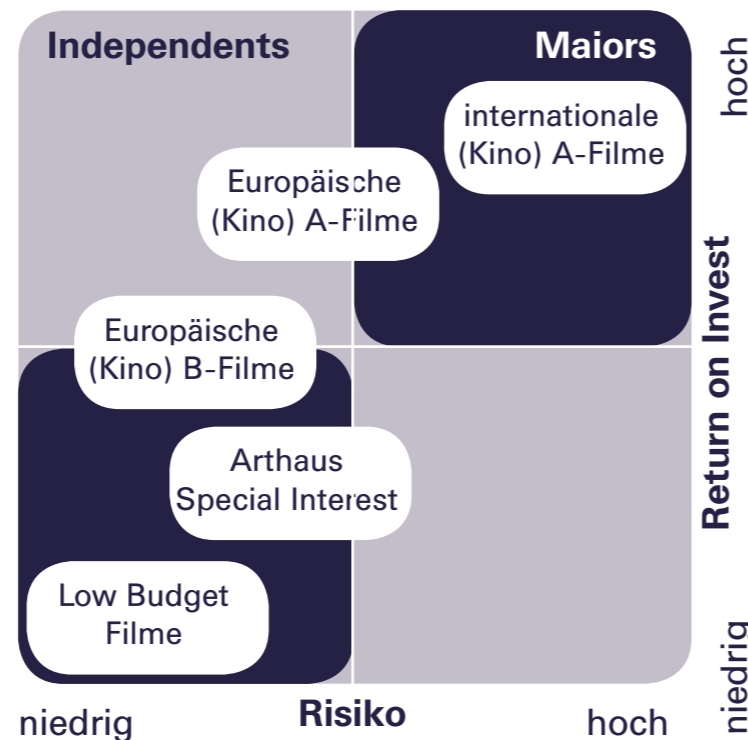
Unsere Planung

Die Entdeckung provozieren und sie fördern

Galileo Medien AG wird weiterhin **das Potential guter, aber bis dato unentdeckter Filmtitel** herausarbeiten und kommunizieren.

Galileo Medien AG wird darauf achten, in der **Risiko-Return Matrix** ihr Kerngeschäft „Europäische Kino-A-Filme“ auszubauen, um frühzeitig den **Return of Invest** des jeweiligen Titels zu überschreiten. Dies ist allein schon mit einer höheren Anzahl von Titeln im Markt zu erreichen.

Der unverhältnismäßig teure Lizenzerwerb von internationalen Kino-A-Filmen aus dem Segment der Majors ist weiterhin nicht Teil der Strategie; die Konzentration **liegt bei der Repertoirepflege** und dem **Ausbau bewährter Themen** mit hohem Potential.



Unsere Planung

Instrumente für Bestandsicherung und Ausbau

Feed forward- und Feedback-Prozesse mit den **Produzenten geeigneter Independent-Filme**.

Internationales Networking mittels an die Galileo Medien AG angebundene Branchenexperten für den Einkauf fertiger Filme sowie rechtzeitige Koproduktionsverhandlungen.

Analyse zu erwartender **Verschiebungen** im dynamischen Markt und den daraus folgenden Veränderungen im Handel.

Verhaltensanalyse des Endverbraucher, schnellstmögliche Reaktionen auf Trends und Marktentwicklungen in spezifischen Nischensegmenten.

Online-Magazin mit Trailern und Moderation zur Vorstellung neuer Titel.

Öffentliche Film-Vorführungen in Kernstädten („Release Partys“ etc.).

Weitere Investitionen in den Bereich Portfolio: Lizenzerwerb.

Ein finanziell höheres Engagement im Bereich Content-Erzeugung: Filmproduktion, Koproduktion.

Die Verschmelzung mit starken Partnern.

Galileo-Titel „Geschichter der O“



Galileo-Titel „Cyclo“



Weitere Informationen wie Geschäftsberichte, Kataloge, Presseartikel und -mitteilungen
unter: www.galileomedien.de / Investor Relations