

Stand: 20.7.2004

TC Unterhaltungselektronik AG

Koblenz

GESCHÄFTSBERICHT 1. HALBJAHR 2004

der
TC Unterhaltungselektronik AG

für das Erste Geschäftshalbjahr 2004

INHALTSVERZEICHNIS

<i>GESCHÄFTSBERICHT 1. HALBJAHR 2004</i>	1
<i>INHALTSVERZEICHNIS</i>	2
<i>ALLGEMEINE INFORMATIONEN</i>	3
EINSICHTNAHME IN UNTERLAGEN	3
<i>AKTUELLES</i>	4
AUSZUG AUS REDE VON FRAU BAUERSACHS VOR DER HAUPTVERSAMMLUNG AM 19.7.2004.....	4
LAGEBERICHT DER TC UNTERHALTUNGSELEKTRONIK AG ZUM 20.07.2004 UNTER BERÜCKSICHTIGUNG DER HV VOM 19.7.2004	8
RODMAP.....	9
<i>ITV FÄHIGKEITEN (KEIN ANGEBOT!) DER TVOON SOFT- UND HARDWARE</i>	13
<i>ALLGEMEINES ZUR TC UNTERHALTUNGSELEKTRONIK AG</i>	17
INVESTITIONEN	17
DIE PRODUKTE DER GESELLSCHAFT	17
KOOPERATION UE-HERSTELLER.....	18
KONKRETISIERUNG DER RECHTSSTREITIGKEITEN	19
ÄNDERUNGEN IN DEN KAPITALVERHÄLTNISSEN	19
PATENTE, LIZENZEN, WESENTLICHE VERTRÄGE.....	19
RECHTSSTREITIGKEITEN.....	19
Weiteres genehmigtes Kapital	20
<i>AUSGEWÄHLTE UNTERNEHMENS DATEN</i>	20
KURZÜBERBLICK TC UNTERHALTUNGSELEKTRONIK AG	20
GEGENSTAND DES UNTERNEHMENS	21
<i>Gegenstand des Unternehmens laut Satzung</i>	21
<i>Grundbesitz</i>	21
<i>Wesentliche Aktionäre</i>	22
<i>Sonstiges zu den Kapitalverhältnissen:</i>	22
BESTEHENDE RISIKEN (TEILW. AUSZUG AUS WERTPAPIERVERKAUFSPROSPEKT)	22
<i>Marktumfeld und Markterschließung</i>	22
<i>Zusätzliche Risiken</i>	22

<i>Konkurrenz</i>	23
<i>Wettbewerb</i>	23
Markteintritt neuer Wettbewerber	24
ORGANE DER GESELLSCHAFT	24
<i>Vorstand</i>	24
Die Kurz-Lebensläufe der Vorstände	25
Frau Petra Bauersachs (Vorstandsvorsitzende)	25
Guido Ciburski (Vorstand)	25
<i>Aufsichtsrat</i>	26
<i>Vergütungen für die Mitglieder des Aufsichtsrates und des Vorstands</i>	26
F+E, FORSCHUNG & ENTWICKLUNG	26
KUNDEN/VERTRIEB	27
<i>Markt und Marktentwicklung</i>	27
<i>Unterstützung durch die Öffentlichkeit</i>	29
KERN-PRODUKTE DER TC UNTERHALTUNGSELEKTRONIK AG	29
VORLÄUFIG AUF EIS GELEGTE ENTWICKLUNGEN (INVESTOREN GESUCHT):.....	30
MICRODOLLAR PAYMENT VERFAHREN (WWW.MICRODOLLAR.DE)	32
MICRODOLLAR	32
ALLEINSTELLUNGSMERKMALE DER TVOON PRODUKTE.....	32
elektronischer TV-Programm-Guide (Online-Programmzeitschrift)	32
Themen-Zugriff:.....	32
Schauspieler & Regisseure als Qualitäts-Indikatoren	32
Selektiver Medienkonsum: „Ausblenden unerwünschter Sendungen“	33
Perfektionierter Kinderschutz.....	33
Werbeblocker	33
GESCHÄFTSFELDER:	34
<i>Business to Business-Produkte & Nebenprodukte</i>	35
Bank TV	35
Patentierter IR-Steuerung	36
Angebot für Verlage:.....	39
Werbewirkungsforschung	39
GESCHÄFTSBERICHTUNTERZEICHNUNG	39
ZWISCHENABSCHLUSS	40
ZWISCHENBILANZ 1. HJ 2004	41
GUV 1. HJ 2004	42

ALLGEMEINE INFORMATIONEN

EINSICHTNAHME IN UNTERLAGEN

Geschäftsberichte und zukünftige Zwischenberichte der Gesellschaft sowie die im Geschäftsbericht benannten veröffentlichten unternehmensbezogenen Unterlagen sind bei der TC AG, Koblenzerstraße 132, 56075 Koblenz während der üblichen Geschäftszeiten erhältlich bzw. einsehbar. Ferner veröffentlichen wir sämtliche Testate auf der Website der Schutzgemeinschaft der Kleinaktionäre (SdK) unter www.hv-info.de (Link: http://www.hv-info.de/geschaeftsberichte_detail.php4?firmaID=1179)

AKTUELLES

**AUSZUG AUS REDE VON FRAU BAUERSACHS VOR DER
HAUPTVERSAMMLUNG AM 19.7.2004**

Sehr geehrte Aktionäre,
meine Damen und Herren,
die letzten 2 Jahre, über die ich berichten werde, waren gekennzeichnet durch die enormen Belastungen der laufenden Prozesse RTL gegen die TC und der sehr schwierigen Entwicklung des Werbeblockers und der Media Center Software.

Rechtssicherheit in der Einführung des TV Werbeblockers bestand bekanntlich nicht, sodass eine endgültige Produktion nicht erfolgen konnte resp. mit grossen Risiken verbunden gewesen wäre.

Trotzdem ist darauf hinzuweisen, dass der Werbeblocker nur ein Teil der vielen weiteren Möglichkeiten des Gerätes, wie z. B.

- Video on Demand
- Voice Steuerung (Steuerung aller Geräte & Software auch via Mikro)
- Elektronischer Programm Guide
- Komplette Heimsteuerung (Lampen, Überwachungsanlage,..)
- Personal Video Recording (Aufzeichnung auf Festplatte, etc)
- Komplettes Media-Center, Webradio, WebSurfing, Games, DVD, ..

ist.

Wie Sie aus dem Rechenschaftsbericht ersehen, schloss das Geschäftsjahr 2002 mit einem Verlust von 569,0 TE, das Geschäftsjahr 2003 mit 377.0 TE Diesen Verlusten standen praktisch keine Einnahmen gegenüber. Lediglich durch sparsame Haushaltsführung konnte der Verlust in 2003 verringert werden. Tatsächlich wurde in 2003 das Investment in TVOON massiv verstärkt, dies schlug sich aber so nicht im Verlust nieder, da 700-800 T€ Vorstandsbezüge durch Total-Verzicht eingespart wurden.

Der Vorstand verzichtet nun schon seit drei Jahren auf seine Gehälter.

Wir haben dieses nicht zuletzt deshalb getan, um unseren Aktionären unseren Willen unter Beweis zu stellen, gegenüber RTL zu gewinnen und diese Durststrecke auch kostenmässig durchzuhalten.

Nun zu den negativen Seiten des Geschäftes: Sicher wird heute die verständliche Kritik laut, warum die Hauptversammlung 2003 nicht früher also pünktlich spätestens im August 2003 stattfand, sondern erst heute 10 Monate später. In der

folgenden Generaldebatte werden wir Ihnen detailliert auflisten, welche Umstände zu welchen Verzögerungen geführt haben, ich will nur eines vorausschicken: Der Vorstand hat von dieser Verzögerung persönlich keine Vorteile. Wir haben uns zwar bemüht, die HV pünktlich einzuberufen, leider mußte die Gesellschaft auch hier, so wie beim BGH-Termin (wo wir 3 Jahre warten mußten) auf Dritte warten.

Wir sind jedoch nun auf gutem Weg die formalen Defizite der beiden Geschäftsjahre 2002 und 2003 mit Ihnen gemeinsam aufzuarbeiten. Wir bitten hier um Verständnis für die vergangene Problematik und werben für die Zukunft um Ihre verstärkte Unterstützung.

Wir können Ihnen hier und heute versichern, dass die künftigen Hauptversammlungen fristgerecht erfolgen werden. Denn...

Als Ergebnis des BGH-Urteils und als Ergebnis der TVOON-Entwicklung sind große Bankhäuser an uns herangetreten und es scheint, daß die Zeit, in der die beiden Vorstände mit Hausmitteln versucht haben, den formalen Anforderungen und den Anforderungen des Kapitalmarktes – neben ihrem eigentlichen Tagesgeschäft- gerecht zu werden, nun abgelöst wird, durch hochprofessionelle Berater und Spezialisten, die TC hier begleiten werden.

Die Aktionärsstruktur hat sich in den letzten 12 Monaten zum Positiven verändert. Der Kauf von Aktienpaketen um den schnellen Euro zu machen und der anschließende schnelle Verkauf, wenn die angedachte Spekulation nicht aufging, gehört hoffentlich der Vergangenheit an. Diese Art mit der TC-Aktie umzugehen führte bekanntlich zu einem Kursrutsch bis zu 60 Cent.

Doch TC hatte auch Glück mit neuen Investoren: Von Investoren, die an unser Produkt glaubten und zwar vor dem BGH-Urteil, wurden Aktien über die Börse gekauft und zusätzlich Aktien aus der KE gezeichnet und zwar zu einem wesentlich höheren Preis als zum akt. Börsenkurs.

Damit und mit dem Gehaltsverzicht der beiden Vorstände war die Überlebenschance von TC gesichert und die nun eingeleitete Produktion gewährleistet.

Mit dem BGH Urteil verbessert sich ferner die finanzielle Basis von TC. Die Rückforderung der Gerichtskosten und Anwaltskosten in Höhe von ca. 120.000 Euro wird derzeit von unserem Anwalt, Herrn Rohde, zusammengestellt. Herr Rohde teilte mir vor einigen Tagen mit, dass er bereits eine treuhänderisch übergebene Bürgschaft von RTL erhalten hat. Diese wird in Kürze an TC ausgehändigt.

Desweiteren werden Gewinne durch den Verkauf der Ersten und nachfolgenden Produktionen generiert. Darüberhinaus werden Schadenersatzforderungen von mindestens 0,7 Mio. € aus dem BGH Urteil gegenüber RTL geltend gemacht.

Zum BGH-Urteil

Das BGH-Urteil war zwar von TC vorhergesagt worden, die positive Resonanz der Medien war dann doch wieder überraschend weiträumig und intensiv.

Doch es handelte sich nicht um einen einseitigen Sieg, auch RTL hat seine Ziele erreicht. RTL hat seine Erfolgchancen von Anfang an selbst niedrig bewertet (dies hat man uns immer gerne bestätigt, wenn die Kameras aus waren), man wollte vielmehr a) den Gerichten die Chance zu einem Fehlurteil geben und b) hatte der Versuch von RTL Erfolg, große Verunsicherung unter Investoren, Kunden und Kooperationspartnern zu verbreiten.

Die dort aufgestaute Zurückhaltung bekommt TC nun zu spüren und kann jetzt endlich die entscheidenden Geschäfte tätigen. Beispielsweise war das TC-Werbeblock-Signal für die Dauer der Rechtsunsicherheit für große UE-Hersteller indiskutabel, jetzt aber beginnen die entscheidenden Kooperationen.

In den nachfolgenden 2 Wochen erhielten wir eine Vielzahl von Zuschriften und Anfragen zu unserem neuen Produkt, welches nun den Namen **TVoon** erhalten soll. Den Namen TVOON haben wir ausschließlich während der Betaphase verwendet, diesen können Sie nun ersetzen in **Tvoon ®**.

Als Ergebnis der BGH-Anfrage haben sich viele „alte“ Kontakte erneut gemeldet und es haben sich vor allem viele Neue ergeben:

Zunächst möchte ich Beteiligungen & Kooperationen erwähnen:

Insgesamt liegen 7 Anfragen vor. Erste vertrauliche Gespräche werden bereits geführt. Als erster Schritt wird die Zeichnung der restlichen Aktien aus dem genehmigten Kapital angestrebt, wobei auch grosses Interesse an weitergehende Beteiligungen/ Kooperation bestehen. Hier handelt es sich sowohl um Investmenthäuser, aber auch um namhafte Firmen der Elektronikbranche (hier geht es um Einbaumodule für z.B. DVD-Recorder), sowie private Investoren.

Produktion

Wie bereits mitgeteilt, wurde mit einem Hersteller eine Produktionsvereinbarung getroffen und der erste Auftrag bereits ausgelöst. Als Liefertermin wurde Ende Oktober 04 vereinbart. Auch werden mit zwei weiteren Herstellern Gespräche geführt, um nicht nur einem Anbieter ausgesetzt zu sein und die Nachfrage fristgerecht bedienen zu können.

Vertrieb

Zum Vertrieb erhielten wir eine nicht für möglich gehaltene Anzahl von Anfragen zu Deutschland, Österreich, Schweiz, Italien, Polen, Kanada, USA, Spanien, Russland, Israel und sehr viele aus der Türkei. Über das BGH-Urteil wurde international berichtet, von der NY-Times, dem Time Magazin bis hin zum LeFigaro.

Der Vertrieb in Deutschland hat natürlich Vorrang, sodass wir derzeit mit grossen Anbietern der Medienbranche und Verbrauchermarkt- und Einzelhandelsgesellschaften Gespräche führen.

Natürlich werden auch die Auslandsanfragen weiterverfolgt. Hier sind unter anderem aber auch Lizenzvergaben denkbar.

Insgesamt eine äußerst positive Ausgangsbasis für TCU. Diese Chancen müssen nun konsequent in Ergebnisse umgesetzt werden.

Kaufmännisch vorsichtig betrachtet, werden wir eine endgültige Wertung nach Abschluss der Gespräche und deren Ergebnisse vornehmen.

TC hatte eine Vergangenheit - mit **sehr** vielen Hürden und vielen (nicht nur juristischen) Attacken seiner starken Gegner. Die Gegner haben wir uns zwar selbst ausgesucht, deren teilweise überraschenden Methoden jedoch nicht.

Dabei blieb das, was bei einem Blick in die Bilanz als erstes auffällt, Gewinn- und Umsatz, für TC bislang noch unerreichbar.

Eines finden Sie jedoch leider in keiner Bilanz: das stetig steigende Produkt-, Service- und Know-How-Portfolio, das eigentliche Vermögen der TCU AG. Wir und unsere Mitarbeiter haben in den letzten beiden Jahren sehr hart an TVOON gearbeitet und halten jetzt einen Technologie-Schatz in Händen, dessen Fähigkeiten noch von den meisten nicht ansatzweise erkannt wurde. OK, mit Ausnahme der Zeitung „die Zeit“, die TC als eines der drei Unternehmen bezeichnet hat, die den zukünftigen TV-Markt verändern könnten. (die anderen beiden waren Börsenschwergewichte wie Tivo (400 Mio. US\$ und Replay).

Aufgrund dieser medienstrategischen Bedeutung und aufgrund der Tatsache, daß TC beabsichtigt, große Geldströme in zunächst kleinem, später größerem Ausmaß von traditionellen Fernsehmärkten in die eigene Kasse umzulenken, wird TC weiterhin massiven Gegenwind erfahren. Dessen muß sich ein Aktionär bewußt sein, das muß klar sein. Wir haben es mit Gegnern zu tun (Beispiel RTL), die 100 Mio. Umsatz im Monat erwirtschaften und die TC verständlicherweise nicht mal einen Prozent davon gönnen. Wenn Sie also zukünftig Verleumdungen oder Diffamierungen über TC lesen, machen Sie sich zuvor bitte kundig über die Interessens- und Beteiligungsverhältnisse oder fragen Sie uns direkt, was es mit Berichten auf sich hat. Eine Gegendarstellung zum letzten wirklich schmutzigen Focus-Artikel (der Herausgeber Burda-Verlag ist an RTL2 beteiligt) finden Sie unter www.telecontrol.de/focus.htm, eine Beschwerde beim deutschen Presserat haben wir eingereicht.

Unsere Aktionäre, ob mit wenigen oder mit einer grösseren Anzahl von Aktien, sind unser Kapital. Ihre Meinung ist uns daher nicht nur in der Hauptversammlung wichtig. Bitte kontaktieren Sie mich auch zwischendurch, wenn Sie Anregungen und Ideen für **Ihr Unternehmen** haben. Jeder der es versucht hat, kann bestätigen, daß Emails meistens am gleichen Tag beantwortet werden. Zudem ist der Vorstand über ICQ 292269447 jederzeit erreichbar.

Ich bin sicher, dass wir in dieser Gemeinschaft für unser Unternehmen noch viel erreichen können.

Lassen Sie mich zum Schluss meiner Ausführungen unseren Mitarbeitern für den unermühtlichen Einsatz - im wahrsten Sinne des Wortes "**Tag und Nacht**" danken. Die Freude, mit der sie sich TVOON widmen, läßt uns erahnen, wie sehr TVOON auch der tägliche Begleiter der TV-Zuschauer werden wird.

Das Motto für das restliche Halbjahr 2004 lautet:

Wir haben mit dem BGH Urteil die Start-Genehmigung, jetzt beginnt das Rennen.

Der Vorstand bittet um Ihr Vertrauen.

LAGEBERICHT DER TC UNTERHALTUNGSELEKTRONIK AG ZUM 20.07.2004 UNTER BERÜCKSICHTIGUNG DER HV VOM 19.7.2004

Das Geschäftsjahr 2004 war für die TC Unterhaltungselektronik AG geprägt von den Vorbereitungen zur Markteinführung von TVOON Media Center (www.tvoon.de), bzw. dem darin enthaltenen TV-Werbeblocker.

Der für die Gesellschaft bedeutendste Rechtsstreit (Verbot der Werbeblocker-Funktionen) wurde im Berichtszeitraum zum 25.6.2004 endgültig vom Bundesgerichtshof für die Gesellschaft positiv entschieden.

Schadensersatzklagen gegen die TV-Sender, die bereits gegen die Gesellschaft in Parallelverfahren verloren haben, wurden bereits vor 2 Jahren in Auftrag gegeben und werden nun von Feststellungsklagen in Zahlungsklagen umgeändert. Das angerufene Kölnergericht vertagte seinerzeit die Verhandlung, bis zum Urteil des BGH.

Bislang wurden lediglich testweise Verkaufsmaßnahmen durchgeführt (ca. 100 Geräte der Vorserie) und demzufolge keine nennenswerte Umsätze generiert.

Bislang waren die wesentlichen TC-Produkte mit Rechtsunsicherheit belegt, Händler- und Vertriebspartner wurden durch Presseerklärungen der privaten Fernsehanstalten zusätzlich verunsichert, der TV-Werbeblocker galt als illegales Produkt.

Die Gesellschaft hat sich daher im laufenden Jahr nicht auf Produktion und Vertrieb, sondern auf die Produktionsvorbereitung und Produkt-Weiterentwicklung konzentriert.

Die Gesellschaft wird weiterhin einen Fokus auf das Besetzen neuer ertragreicher Business-Felder setzen, wie der Konvergenz von TV & PC/Internet auch im Bereich Digital-TV.

RODMAP...

Unser erstes Produkt, die [Fernseh-Fee](#) wurde durch Schnellverfahren seitens RTL verboten. Diese Verfahren haben sich als unbegründet erwiesen. Zwischenzeitlich haben wir neue Produkte entwickelt. Auch die Fernseh-Fee wurde überarbeitet und für Haushalte mit PC in Software "gegossen". Der große Durchbruch begann für TC mit dem BGH Urteil am 25.6.2004. Jetzt wissen alle Kooperationspartner um die langfristige Legalität unserer Produkte.

Hier unsere **Roadmap** des Jahres 2004 für die Markteinführung der weiteren Produkte:

Tvoon, mit Hardware an Retailer ab 10/04

Snap-TFT, ab Mitte 2005 (Investoren gesucht)

Fernseh-Fee II integriert in Web-TV-Box, ab Anfang 2005 sofern eine geplante Kooperation mit einer großen deutschen Tageszeitung stattfindet.

Der Vorstand, Koblenz, im Juli 2004

Petra Bauersachs

Guido Ciburski

Lagebericht zum 25.07.2004

Die TC Unterhaltungselektronik AG setzt in Ihrer Business-Strategie auf den anhaltenden Trend der „Wohnzimmer-Vernetzung“. Hiermit ist gemeint, daß die PC-Technik zunehmend Bereiche erobert, die traditionell dem Sektor Unterhaltungselektronik zugeordnet waren: TV, Hifi-Anlage, DVD-Player, DVD-Recorder, CD-Player und Radio.

Dieser Trend resultiert zum einen, aus den gestiegenen Audio-Video-Fähigkeiten der PCs, die nun für solche Aufgaben ausreichende Rechenleistung selbst bei Billig-PCs und der Verfügbarkeit von Breitband-Anbindungen (DSL). Letztere ermöglicht den schnellen Download großer Musikmengen und großer Videodateien, die dann vom Endanwender nicht mehr vor dem PC im Arbeitszimmer, sondern am TV im Wohnzimmer konsumiert werden wollen.

Die TC Unterhaltungselektronik hat diese technische Entwicklung bereits im Jahr 2000 vorausgesehen, mit der Entwicklung entsprechender Produkte begonnen und damit die Weichen gestellt für heute einzigartige Produktfeatures.

1. **Werbesignal:** Die TC AG ist weiterhin weltweit das einzige Unternehmen, welches Werbeblock-Signale in Echtzeit generiert. Hierfür wird zum einen ein großer Bedarf seitens der Consumer-Electronic erwartet, sobald die heutigen DVD-Recorder Internetzugang erhalten. Denn gerade bei der „Beschreibung“ teurer DVD-Rohlinge machen sich Werbeblöcke sehr störend bemerkbar. Zum anderen ist dieses Werbeblock-Signal Basis für das unten dargestellte Business-Modell, in dem TV-Werbeplätze für TC-Services nutzbar gemacht werden.
2. **Connectivity Hardware:** Die bisherigen Produkte der TC AG (TV-Fernsehfee) erwiesen sich nach der langen Blockade durch einstweilige Verfügungen als nicht mehr zeitgemäß. Die notwendige teure Hardware wurde daher in Software umentwickelt. Das Problem der Akquise nationaler Sendekapazitäten für das Werbeblock-Signal wurde durch die Verlagerung in das international verfügbare Internet als Transportmedium elegant gelöst. Auf diese Weise kann die TC AG einen Software-TV-Werbeblocker anbieten, der für TV-Karten einsetzbar ist. Um diese Funktionalität aber auf den Fernseher des Wohnzimmers zu bringen und damit in das Zentrum der TV-Nutzung mußte der traditionell im Arbeitszimmer befindliche PC mit dem TV im Wohnzimmer verbunden werden. Hierzu wurde eine eigene Hardware entwickelt, die kostengünstig diese Aufgabe erfüllt und sogar Sprachsteuerung via TV ermöglicht (+ Voice-Chat / Internet-Telefonate, ISDN-Telefonat vor dem TV). Diese Hardware-Entwicklung ist serienreif, der Produktionsauftrag der ersten Serie (3000 Stk.) wurde 10 Tage nach dem BGH-Urteil erteilt, die Liefertzeit beträgt 12 Wochen, Liefertermin ist Oktober 2004.
3. Zentraler Bestandteil einer jeden Home-Theater-Technologie ist die **Multimedia-Software**, die eine zentrale Steuerung aller Audio- und Videostrome am heimischen TV ermöglicht. Hier hat die Firma Microsoft mit dem Release „Microsoft Media Center“ im Herbst 2003 die Strategie der TC AG bestätigt und öffentlich einen Trend eingeläutet, dem nun viele Softwarehersteller – wenn auch spät – folgen. Im Feature-Vergleich und bei der User-Akzeptanz ist das Konzept der TC Software (TVOON Media Center) dem Microsoft Konzept überlegen. Bezüglich Vertriebsstrategie sind die Ansätze nicht vergleichbar. Microsoft liefert dieses Media Center als Betriebssystemvariante aus und ist damit nur für Neu-PC-Anschaffungen relevant. TC liefert als Freeware (Webdownload) sowohl für private Anwendung, als auch für kommerzielle Nutzung (Plattform für Neu-PCs) aus. Bezüglich Bedienerfreundlichkeit muss die TC AG dem Microsoft-System erst noch „nacheifern“. Hier hat Microsoft eindeutig die Nase vorn, TC hat hier aufgrund des wesentlich höheren Funktionsumfangs jedoch auch eine größere Aufgabe zu bewältigen. Die TC AG hat ihre Software zu einem Zeitpunkt (10/2003) auf den Markt gebracht, als sie eigentlich noch nicht reif dazu war, bedingt durch die Drohung eines wichtigen Aktionäres, keine weiteren Zeitverzögerungen hinzunehmen. Dies hatte Vorteile und Nachteile. Die Prioritäten mußten daraufhin von der Hardware-Entwicklung auf die Software-Entwicklung verlagert werden, da ein Ansturm von User-Anfragen bewältigt werden mußte.
4. Zunahme der Bedeutung der Zentralen-Software: Ohnehin gibt es einen starken Trend zu PCs, die bereits standardmäßig im Wohnzimmer ihren Platz finden. Erleichterungen im WLAN-Bereich (DSL wird standardmäßig bereits mit WLAN angeboten) erleichtern den Internetzugang auch aus dem Wohnzimmer. Strategisch bedeutsam wird sein, ob es TC gelingt, eine anerkannte Home-Theater-Zentrale zu schaffen. Die Aussichten hierzu sind sehr gut, da TC auf keine Industrie-Interessen Rücksicht nehmen muß, sondern sich voll für die Belange der User einsetzen kann. TC muß also bei Datei-Transfers keine DRM-(Digital-Rights Management) Schutzmechanismen einsetzen und hat auf diese Weise klare Vorteile gegenüber Microsoft Media Center, welches aufgrund dieser User-Einschränkung (Verbot der Weitergabe von kopierten oder aufgezeichneten Multimedia-Inhalten) bereits ein „mangelhaft“ im Test der Fachzeitschrift „Computer-Bild“ erhalten hat. TVOON geht hier konsequent benutzerfreundliche Wege und baut legale, aber für Rechteinhaber nachteilige Funktionen in die Software ein, um hier betont eine Alternative zu schaffen. So werden lokale TV-Aufnahmen ohne Umwege in Dateitauschbörsen eingestellt, sofern der Benutzer dies wünscht. Umgekehrt kann der Benutzer aus dem EPG heraus auf Dateitauschbörsen zugreifen.
5. Das Konzept der TC AG, ein attraktives „Media Center“ kostenlos anzubieten und damit hohe Verbreitungszahlen zu generieren, scheint aufzugehen. Kurz nach dem ersten Release wurde die Software auf die Heft-CD zweier Verlage gebracht und über 180.000 Mal am Kiosk verbreitet (PC Praxis und „Sat & Kabel“).

6. Die nächste wesentliche Distributionsschiene ist der internationale Markt. Hierzu muß die Software auf Zweisprachigkeit deutsch/ englisch erweitert werden. Diese umfangreichen Umbauarbeiten betreffen alle ca. 10 Webservices der TC AG und konnten bis im März 2004 fertiggestellt werden.
7. Als letzte Massenverbreitungs-Möglichkeit ist die Auslieferung als Vorinstallation von Neu-PCs zu nennen. Hierfür hat die Software Ende 2003 noch nicht die notwendige Reife. Wenn jedoch Mitte des Folgejahres der erste größere Hersteller diese Software einsetzt, sind Stückzahlen von 200.000/ Jahr & Hersteller realistisch.
8. Zudem betreibt TC ein Affiliate-Programm welches den Schneeball-Marketing-Effekt im Internet ausnutzt und für Verbreitung über die Download-Seiten der Gesellschaft sorgt. Steil ansteigende Download-Raten von den Servern der TC AG bestätigen, daß dieses Distributionskonzept aufgeht.
9. Zwei im Vergleich dazu kleine aber für den Umsatz wichtige Verbreitungswege seien am Rande erwähnt: Der Verkauf über den PC-Markt und den UE-Markt als Bundle mit der Hardware (Fernbedienung, Kabel).
10. Die Gesellschaft ist sich daher sicher, bis Ende 2004 einen Bestand von mindestens 50.000 TVOON-Usern nachweisen zu können.
11. Diese Verbreitung ist zugleich wesentliche Voraussetzung für das eigentliche **Business-Modell** der TC AG. Es geht im Schwerpunkt darum, die kommunikative Schnittstelle zwischen TV-Programm und Zuschauer zu besetzen. An dieser Stelle erwirtschaften allein die deutschen TV-Sender 6 Mrd. Euro/Jahr, RTL alleine etwa 100 Mio. € pro Monat. Umgerechnet auf die TV-Haushalte ergeben sich „Awareness“-Werte von durchschnittlich 13€ / Monat für das Medium TV. Da TVOON wesentlich höherwertige Zielgruppen anspricht, liegt dieser Awareness-Wert pro Haushalt bei ca. 20€ / Monat. Nun ermöglicht TVOON weitaus intelligentere Werbeformen, als das unspezifische Abspielen von Spots, unabhängig von den wahren Interessen des Zuschauers. Im Gegenteil, es können parallel gleichzeitig unterschiedliche Spots je nach Zielgruppe zur Ausstrahlung kommen. Die Streuverluste, die beim Medium TV so hoch wie sonst bei keinem anderen Medium sind, entfallen damit, der Werbewert pro Haushalt nimmt hierdurch erneut zu. Je nach Zielgruppe bis zu 50 € pro Monat & Haushalt (z.B. Börsianer). Im Gegensatz zum „dummen“ Medium TV liegen solche User-Profile auf dem PC des Haushaltes vor. Ohne daß diese Informationen den Haushalt verlassen müssen – aus Datenschutzgründen – kann dennoch der Werbecontent passgenau auf den Rezipienten zugeschnitten werden. Dem Werbekunden könne daher günstiger vergleichbare Reichweitenleistungen angeboten werden, der Verbraucher wird seltener von unpassender Werbung belästigt.
12. Zudem sind völlig neuartige Werbeformen möglich: interaktiv mit sofortigem Response per Webseiten-Zugriff (und zwar auf die Webseite des Werbekunden, der somit den Erfolg seiner Kampagne sofort nachvollziehen kann). Die Interaktion nutzt die starke emotionale Wirkung des TV und verbindet sie mit der sofortigen Aktion des Internets. Ein Klick auf der Fernbedienung und die Ware ist beispielsweise bestellt (oder Gewinnspiele oder Probefahrten). Solche Werbeformen werden daher erneut mit einem Faktor höher bewertet, da die Vergessenskurve zwischen Werbespot und Point of Sale entfällt. Trotz des hohen Nutzens für die Werbenden geht die Gesellschaft zunächst nur von 2 bis 4 Euro Werbeumsatz pro Haushalt und Monat in der Anfangsphase aus, da eine Vollausslastung der Werbekapazität einige Zeit der Aufbauarbeit benötigt.
13. Als alternative Vermarktungsform muss in Betracht gezogen werden, daß das gesamte System von den TV-Sendern irgendwann aufgekauft wird. Schließlich tritt der Schaden für die TV-Sender mit jeder in Umlauf gebrachten Werblocker-Kopie sofort ein und wird von der werbetreibenden Industrie auch dezidiert verfolgt. Der Nutzen für die Gesellschaft ist zunächst geringer, als der Schaden für die TV-Sender, da eine Vollausslastung der Werbekapazität für die Gesellschaft zu Beginn nicht anzunehmen ist.
14. Die Zeit nannte TVOON (neben Börsenschwergewichten wie Replay und Tivo) „eines von drei Unternehmen, die den Fernsehmarkt nachhaltig verändern können“. Die strategische Bedeutung kann bereits vor den ersten Umsätzen zu einer Würdigung durch den Kapitalmarkt führen, muß es aber nicht. Erneute Medienpräsenz (wie seinerzeit durch die gewonnen Klagen gegen RTL) beispielsweise beim BGH-Termin Mitte nächsten Jahres, könnten sich positiv auf den Börsenwert

- und damit auf die Refinanzierungsmöglichkeiten auswirken. Die Gesellschaft plant in die Entwicklung von TVOON weiterhin zu investieren, auch und gerade nachdem erste Umsätze Mitte/Ende 2004 erwartet werden. Mit einem Gewinn wird daher auch in 2004 nicht gerechnet.
15. Das Geschäftsfeld „Tablet-PC“ wurde gänzlich eingefroren, da die Mittel der Gesellschaft nicht ausreichen, auch diese Entwicklung parallel fortzutreiben. Hier hat ein erster Prüfungsbericht ergeben, daß Patentschutz sehr wahrscheinlich ist. Daher ist die Weiterentwicklung nicht eilig, nachdem der Prototypen seine Praxistauglichkeit bewiesen hat. Es wird daher ein Vermarktungspartner, vorzugsweise ein Monitorhersteller gesucht, nachdem das Patent vorliegt. Die Mißerfolge der Microsoft-Tablet-PCs aufgrund des hohen Preises belegen, daß die Lösung der Gesellschaft „mobiler PC als abnehmbarer Monitor zum Preis eines Monitors“ erfolgreich sein kann, sofern der richtige Partner gefunden wird. Gespräche mit asiatischen Herstellern haben allerdings vor Patenterteilung keinen Sinn. Diese wird zum Ende 2004 erwartet.
 16. Das Geschäftsfeld „Microdollar.de“ ein einzigartiges Micropayment-Verfahren muss zunächst noch um eine sofortige Kontoaufladefunktion ergänzt werden, damit Nutzer ohne Verzögerung im Internet gefundene Inhalte decodieren können. Weiterhin ist die Erweiterung auf Deutsch/Englisch Benutzung Voraussetzung für einen grenzüberschreitenden Einsatz. Zudem wird eine weltweit revolutionäre Technik eingebaut, das Einkapsulieren von Informationen. Hiermit können Informationen erstmals **wie Ware** distribuiert werden, also kompatibel zum im Käufer-Wiederverkäufer „Warenfluss“ werden. Der Kunde, der die Ware öffnet löst damit eine Bezahlung aller in der Wertschöpfungskette beteiligter Händler aus. Diese Funktion wurde im Sommer 2004 implementiert, von einer großflächigen Werbeaktion wurde solange abgesehen. Diese ist im dritten Quartal 2004 geplant, entsprechende Adressbestände sind bereits generiert.
 17. Andere TC Geschäftsfelder Web-TV-Werbeblocker-Box (Nachfolger der Fernseh-Fee für Haushalte ohne PC), Hotel / Banken-TV (Werbeblocker im B2B Bereich) wurden zu Gunsten der TVOON-Entwicklung in 2004 vorerst nicht weiterverfolgt. Auch hier ergab sich durch das BGH-Urteil eine Vielzahl an Anfragen, eine große deutsche Tageszeitung hat z.B. angeboten, den Werbeblocker für pclose Haushalte (FernsehFee II) zusammen mit TC auf den Markt zu bringen.

Koblenz, im Juli 2004

Petra Bauersachs
Vorstandsvorsitzende

Guido Ciburski
Vorstand

ITV FÄHIGKEITEN (KEIN ANGEBOT!) DER TVOON SOFT- UND HARDWARE

TVOON...

TVOON ist eine Vernetzung von PC & TV. Die Benefit/Feature-Liste für den PC-Besitzer ist lang und soll nur kurz umrissen werden: vergleichbar mit Microsoft Media Center + Personal-Digital-Recorder (TIVO) + EPG + Werbeblocker + T-DSL-Movies + Web-TV + DVD + Freisprech-Telefonate am TV u.v.m. (-> www.Tvoon.de)



Binnen Jahresfrist wird eine Verbreitung von 150.000 bis 300.000 Haushalten in D erfolgen. Eine hochwertige Zielgruppe (Early-Adopters, hochwertige Haushaltsausstattung, hohes Bildungsniveau, hohes Haushaltseinkommen) von 150.000 Zuschauern wird garantiert.

Für den MediaBereich sind die folgenden Vorteile gegenüber herkömmlicher TV-Werbung interessant:

1. Bei vergleichbarer Medienleistung liegen die **TKPe** für Frühbücher bei **25% herkömmlicher TV-Werbung**. Sie sparen also 75% pro Kontakt.

Eigentlich reicht dieser Vorteil schon, aber bedingt durch die PC gestützte Technologie (PC aided TV; iTV) ergeben sich einzigartige Zusatz-Vorteile:

2. Der Werbedruck im Umfeld entfällt. Tvoon Spots haben höhere **Awareness**, denn pro Tag werden nur 2 Spots ausgestrahlt. Sämtliche sonstige TV-Werbung wird dagegen durch den integrierten TV-Werbeblocker ausgeblendet.

3. Keine **Konkurrenzprodukte** im Umfeld über Stunden
4. Direktes **Feedback** per Fernbedienung möglich, direkte Messung über die Website des Auftraggebers.
5. Tvoon kombiniert den Deep-Impact des Mediums TV mit den Direct-Response-Möglichkeiten des Internets.
6. Ihre Kampagne arbeitet „**senderübergreifend**“, unnötige **Mehrfachkontakte** entfallen. Ihr Spot kommt sicher an. Messbar.
7. Kampagnen müssen auf die Grafik-Möglichkeiten der jeweiligen Set-Top-Boxen (OpenTV, MHP) keine Rücksicht nehmen, bekannt HTML-Techniken reichen. Ihre Kampagne kann direkt durch Einblenden eines Buttons in das Webangebot des Auftraggebers führen, statt einer HTML-Hintergrundfarbe wird das TV-Bild eingemischt.



(TVOON wurde wie eine **transparente Mattscheibe** entwickelt, die virtuell vor dem TV-Schirm liegt)

Sämtliche Rich-Contentformate wie Flash, Video, Javascript, Java etc. werden unterstützt.

8. Realtime Einblendungen können sogar einzelne Produkte auf dem Screen markieren und anklickbar machen.
9. Werbe-Applets können Sie online in den EPG einbuchen, passend zur Zielgruppe oder als Abo auf Stichworte. Während einer TV-Sendung zum Thema „Amazonas-Delta“ kann unten rechts einen kleinen Knopf eingeblendet werden, mit passenden „Reiseangeboten“. Oder einen Ticker, dessen Inhalt genau auf den Zuschauer zugeschnitten ist (lokale Veranstaltungen, Ihr Depot) etc.
10. Die Ansprache kann individuell erfolgen (Variablen wie Vorname, Nachname, Alter etc.).
11. Ihre Werbebotschaft kann auf die technische Haushaltsausstattung bezogen sein, über die der Empfänger-PC meist sehr gut informiert ist. Diese persönlichen Daten verlassen aus Datenschutzgründen

zwar nicht den Empfängerhaushalt, aber ihre Werbebotschaft kann selektiv nur dann abgespielt werden, wenn Kriterien passen. *Beispiel: Angebot Druckerpatrone speziell für verwendeten Druckertyp und nur wenn Füllstand < 50%.*

12. Sogar Audio-Links sind möglich. Eine Stimme kann sagen: „*Sehr geehrter Herr <Nachname>, für Sie haben wir passend zu dieser Sendung ein Angebot*“.
13. Easy-Klick: Bei Bestellungen muss der Kunde keine Adressangaben mehr machen. Umständliches Eintippen am TV entfällt, da alle Angaben per Email im Hintergrund transferiert werden. *Beispiel: Während eines Automobil-Spots kann der Zuschauer per Fernbedienungsklick auf die Web-Site des nächsten Händlers wechseln, oder per Knopfdruck eine Probefahrt bestellen. Adressen werden im Hintergrund übertragen.*
14. Ein Paymentverfahren ist integriert (www.microdollar.de). Ein Klick auf der Fernbedienung kann Links freischalten, Content aufdecken (Texte / Bilder Reveal) oder Produkte verbindlich verkaufen.
15. Die Software selbst, einzelne Menues im EPG oder Links im Portal (www.portal.Tvooon.de) stehen für ein Cross-Marketing zur Verfügung. Sortimenter können sich mit Tvoon einen eigenen Channel schaffen, indem sie die Software im Bundle mit PCs, TV-Karten oder anderweitig vertreiben und später gezielt mit den „eigenen Kunden“ kommunizieren.
16. Eine Verbreitung deutlich höher als MHP oder proprietäre Systeme.
17. Die Begrenzungen des Rundfunkstaatsvertrages werden umgangen, da es sich technisch um eine Webanwendung handelt.
18. Tvoon ist international identisch, mehrsprachig und analog in jedem Land anwendbar. Da die Kundensprache bekannt ist,



können Kampagnen gleichzeitig mehrsprachig durchgeführt werden.

TVOON wurde im Hinblick auf vier Hauptwünsche zukünftiger Werbe-Kommunikation entwickelt:

- 1. Interaktivität**
- 2. Vernetzung ins Internet**
- 3. Zielgruppen-Genauigkeit**
- und 4. Direct response.**

Die Verbreitung von Tvoon nutzt allen Beteiligten, auch & besonders dem Zuschauer. Einzigartig an TVOON ist es, vorhandene PCs als SET-TOP-Boxen zu benutzen. Dies spart dem Kunden viel Geld, das System ist durch Software-Download immer auf dem neusten Stand und veraltet nicht.

Die Möglichkeiten eines PCs übersteigen die einer Set-Top-Box um Dimensionen. PC/DSL-Haushalte sind die interessantere Werbe-Zielgruppe und kein Gerät im Haushalt liefert soviel Zielgruppen-Informationen wie der PC.

Entdecken und gestalten Sie mit uns die faszinierenden Möglichkeiten dieser Symbiose zweier Welten: PC und TV.

TC macht jetzt Verlagen, Medienunternehmen, ISPs, Versandhäusern, Portalen und Werbezeiten-Vermarktern das Angebot sich frühzeitig den Zugang zum neuen Medium zu verschaffen.

Nachtrag: 05/04: Das System ist bereits in der Verbreitung (www.download.Tvoon.de) . Die Distribution über Beilage-CDs

von PC/Sat-Zeitschriften hat die 200.000 Marke durchbrochen, zukünftig soll Tvoon Media Center die Standard-Software für TV-Karten und Neu-PCs werden.

ALLGEMEINES ZUR TC UNTERHALTUNGSELEKTRONIK AG

Gründung, Firma, Sitz, Geschäftsjahr und Dauer der Gesellschaft. Mit Gesellschafterbeschuß vom 6. März 1998 wurde die Firma TC Unterhaltungselektronik AG als deutsche Aktiengesellschaft gegründet. Das Grundkapital von DM 100.000 wurde von den Gründern voll eingezahlt. Gründer waren Petra Bauersachs & Guido Ciburski, die heute den Vorstand bilden und weiterhin mehrheitlich die Unternehmensanteile halten werden. Die Gesellschaft wurde am 3. Juni 1998 unter der Firma "TC Unterhaltungselektronik AG" in das Handelsregister des Amtsgerichts Koblenz unter HRB 5491 eingetragen. Sitz der Gesellschaft ist Koblenz. Das Geschäftsjahr ist das Kalenderjahr. Die Dauer der Gesellschaft ist unbeschränkt. Die Gesellschaft unterliegt deutschem Recht.

INVESTITIONEN

Die TC Unterhaltungselektronik AG hat in den vergangenen zwei Geschäftsjahren in erster Linie in einen qualifizierten Mitarbeiterstamm und in die Entwicklung der TVOON-Software (Client & Serversoftware) investiert (Hardware ca. 100.000€). Die Investitionen beruhen auf dem Aufbau einer für die Gesellschaft geeigneten, ausbaufähigen sowie mitarbeitergerechten Infrastruktur. So werden den Mitarbeiter zur Bewältigung der anstehenden Aufgaben moderne und innovative Werkzeuge zur Verfügung gestellt und laufend aktualisiert. Für Anfang 2005 ist der Ausbau des Marketings der Gesellschaft geplant. Die künftigen Investitionen im Bereich Marketing umfassen vor allem die Internationalisierung und zu einem geringeren Teil das Brandbuilding von TVOON. Es wurden bislang keine Fremdmittel aufgenommen. Investitionen in Haus- und Grundbesitz oder Beraterverträge sind nicht geplant. Wesentliche Investitionen erfolgen zukünftig in das Warenlager, wobei hier möglichst via Factoring liquiditätsschonend gearbeitet wird. Gleiches gilt auch für die anstehenden Forderungsklagen (Schadensersatz RTL, Patentverletzer und Streitwert BGH, die zunächst Prozessfinanzierern angeboten werden).

DIE PRODUKTE DER GESELLSCHAFT

Die Aktiengesellschaft vertreibt einzigartige TV & Mediensysteme, verwertet wichtige Industrie-Patente und Schutzrechte. Die TC Unterhaltungselektronik AG bietet das erste und bislang einzige Consumer-Massenprodukt an, welches weltweit TV-Werbung im Fernsehen und auf Videobändern unterdrücken und themenbezogenen selektiven Medienkonsum u.a. für Zwecke des Kinderschutzes ermöglichen kann. Die wichtigsten Tätigkeitsbereiche der Gesellschaft sind allgemein die Entwicklung und der Betrieb von Dienstleistungen für TV-Zusatzgeräte.

Die TC Unterhaltungselektronik AG (im weiteren auch „TC AG“ genannt, entwickelt, produziert und vermarktet TV- & Medien-Systeme, insbesondere Fernseh-Zusatzgeräte zur externen Steuerung von Audio- und Video-Geräten. Sie bietet hierfür zugleich die Hardware, Software und die diesbezüglichen Dienstleistungen an. Dieses Komplettlösungsangebot der TC AG wird durch ihr patentiertes Infra-Rot-Steuerungssystem von Audio- und TV-Geräten gewährleistet.

Ziel der TC AG ist es, den rund 33 Millionen deutschen Fernseh-Haushalten mit über 75 Millionen Zuschauern (tägliche Fernsehzeit durchschnittlich über 185 Min.) eine intelligente, individuelle Steuerung und Optimierung bisheriger und zukünftig empfangbarer Programme zu bieten.

Im einzelnen bietet die TC AG folgende Produkte und Dienstleistungen:

1. TVOON MEDIA CENTER
2. LOW-COST- PC TV VERNETZUNG (TVOON HARDWARE)
3. EIGENES MICROPAYMENT-VERFAHREN (MICRODOLLAR) ZUM 1 CLICK TV SHOPPING
4. INTERAKTIVES FERNSEHEN OHNE MHP

TVOON verfügt über folgende maßgebliche Alleinstellungsmerkmale:

- elektronischer TV-Programm-Guide
- Auswahl aus über 1000 Themen/Genres
- Automatische Videorecorderaufzeichnung von Wunschtönen (z. B. bestimmte Schauspieler, Fußball, Politik etc.)
- Selektiver, individueller Medienkonsum durch Positiv- und Negativ-Auswahl (Einblenden erwünschter und Ausblenden unerwünschter Sendungen)
- Auf einzelne Sendungen/Zeiten etc. bezogener Kinderschutz
- Weltweit einzigartiger Werbeblocker
- Programmierung und Steuerung via Internet
- Und ca. 120 HTPC-Features (Home Theater PC, siehe www.tvoon.de)

Videorecorder, die bereits ab Werk die Tele-Fee-Funktionalität beinhalten, sind geplant.

5. Dienstleistungspaket /Content zu TVOON
durch die TC AG – eigene Steuerung- und Servicezentrale werden den TV-Nutzern zur Verfügung gestellt.

- Information und gleichzeitig automatische Umprogrammierung der TV-Zusatzgeräte bei Programmänderungen bzw. Zeitverschiebungen
- Zeit- und kanalunabhängige Codierung seitens des TC TeleData-Systems
- Steuerungs-Know-How hinsichtlich der zunehmenden Verknüpfung und Konvergenz von TV/PC/Internet mit allen damit einhergehenden Informations-, Kommunikations- und Entertainment-Anwendungen.
- Recherche nach kostenlosen Contentquellen im Internet und kostenlose massenweise Schnelldownloads von Audio-, Video- und Games/Software-Content.

TVOON und die damit verbundenen Dienste der TC AG sprechen somit alle Personen oder Haushalte (HH) an, die über einen analogen oder digitalen Fernseher mit oder ohne Videorecorder verfügen.

TVOON wurde durch flexible Sprach- und Content-Tabellen so gestaltet, daß es weltweit ohne Probleme adaptiert werden kann.

KOOPERATION UE-HERSTELLER

Das Geschäftsfeld "Werbeausblendung" wird zukünftig noch verstärkt z.B. durch ein Lizenzprogramm, welches auch Drittanbietern erlaubt, in Werbepausen eigene Services dem Zuschauer anzubieten. Die Werbephasen-Signale werden per Internet über einen eigenen Server z.B. an Settop-Box-Hersteller (Web-TV; Interactive-TV; Digital-TV) angeboten. Eine Demo findet sich unter www.werbesignal.dyndns.org. Nach dem BGH Urteil sind namhafte Hersteller von UE-Geräten auf uns zugekommen, Gespräche laufen derzeit, insbesondere für DVD-Recorder bietet sich die Technologie an, da werbefrei 2 statt nur ein Film auf einen Rohling passen.

TVOON Media Center

Die TVOON Hardware ist zu 100%, die Software aktuell zu 95% fertig. Zur Zeit arbeitet die Gesellschaft mit Hochdruck an diesem neuen Produkt, welches sämtliche Funktionalitäten der Bereiche Digital-Personal-Video-Recording; Personal-TV; Web-TV; Digital-TV; Internet/TV-Konvergenz nicht nur in einem Produkt vereinigt, sondern Herstellungskosten unter €40 ermöglicht und damit das Potential hat, die Gesellschaft international an die Spitze dieser Entwicklungen zu setzen.

KONKRETISIERUNG DER RECHTSSTREITIGKEITEN

Mit der Klage zur Schadensersatzforderungen gegen die privaten TV-Sender, die 1999 durch ungerechtfertigte einstweilige Verfügungen die Entwicklung der Gesellschaft blockiert haben, wurden Rechtsanwälte beauftragt. Aus Sicht des Gutachters beträgt die Forderung zur Zeit mindestens 0,7 Mio. €, auch 2,5 Mio. € sind realistisch. Die Forderung soll an Prozessfinanzierer abgetreten werden.

ÄNDERUNGEN IN DEN KAPITALVERHÄLTNISSEN

Die Gründer haben nach dem Börsengang auf private Rechnung Aktien stetig zugekauft und noch zu keinem Zeitpunkt jemals auch nur eine Aktie verkauft. Beide Gründer verfügen heute wieder über ca. 54% des Kapitals.

PATENTE, LIZENZEN, WESENTLICHE VERTRÄGE

Die Gesellschaft ist nach eigener Einschätzung nicht von fremden Patenten oder Lizenzen abhängig. Der Firmenname der Unternehmung ist eingetragen und geschützt. Weitere mögliche zukünftige Markennamen wie TVOON wurden zum Eintrag angemeldet. Die Prüfungsverfahren sind noch nicht abgeschlossen. Das wichtigste Basispatent, das deutsche Patent mit der Bezeichnung „Zusatzgerät zur Unterdrückung von Werbe-Spots bei Fernsehern und Video-Aufzeichnungen,“ eingetragen unter der Nr. 43 03 942 beim Deutschen Patentamt, wurde durch Hauptversammlungsbeschuß vom 28.7.2000 vollständig in die Gesellschaft eingebracht um die Gesellschaft auf Dauer mit ausreichenden Voraussetzungen für die Vermarktung auf diesem Patent basierender Elektronikgeräte zu versehen. Dieses Patent wurde durch einen von der IHK Koblenz für Systeme der Informationsverarbeitung vereidigten und öffentlich bestellten Sachverständigen am 16.12.1997 gutachterlich mit einem Verkehrswert von 80.000.000,- DM (80 Mio. DM) bewertet. Dieses Gutachten wurde im Rahmen der Sacheinlageprüfung im Juli 2000 durch ein neueres Gutachten der Prüfungsgesellschaft KPMG insofern bestätigt, als ein Mindestwert von DM 17 Mio. ermittelt wurde. Zudem hat sich die Gesellschaft die Rechte an einem Titelnummern-System gesichert, welches für aktuelle Set-Top-Boxen und PDR-Steuerungen essentiell erscheint.

RECHTSSTREITIGKEITEN

Gerichts- oder Schiedsverfahren, die einen erheblichen Einfluß auf die wirtschaftliche Lage der Gesellschaft haben könnten, sind nicht mehr anhängig, noch sind nach Kenntnis der Gesellschaft solche Verfahren anhängig, angedroht oder zu erwarten, mit Ausnahme der folgend genannten:

Rechtsstreitigkeiten sind zurzeit wie folgt anhängig:

1. Antrag auf Einstweilige Verfügungen gegen TVOON (Streitwert € 0,5 Mio.). Der Gegner, ein privater TV-Sender (RTL). Diese wurde unter Verschweigung des anhängigen BGH-Verfahrens erwirkt. Hierzu hat die Gesellschaft eine Adhoc-Meldung herausgegeben. Die Erfolgsaussichten für RTL sind – wie im Fernseh-Fee Verfahren – aus Sicht der Gesellschaft gering. Die

Gesellschaft könnte sich aber auch dem Verfügungsbegehren unterwerfen, da die vorgeworfenen Rechtsverletzungen zwar zum technischen Potential von TVOON gehören (1:1 Ersetzen von RTL-Spots durch TC-Spots), aber von der Gesellschaft nie eingesetzt wurden. Eine solche plumpe Werbeersetzung ist auch nicht geplant. Vielmehr wird TC durch Nutzung des Kommunikationskanals TV (iTV mit TVOON) und intelligente Werbeformen auf freiwilliger Basis vergleichbare Haushaltserlöse wie RTL & die restlichen Sender zusammen erwirtschaften können (ca. 14€/ Monat), ganz einfach deshalb, weil die Contentkosten entfallen und zusätzlich zielgruppenspezifische Werbung schaltbar ist. Dies liegt daran, daß parallel bis zu 100 verschiedene Spots ausstrahlbar sind, die - weil ohne Streuverlust - auch hundertfach (pro Haushalt) bezahlt werden. Insofern reicht ein für den Zuschauer minimaler Werbedruck, um gleiche Umsätze zu erzielen, wie herkömmliche ineffiziente unspezifische Werbung (Pampers an 80jährige).

Weiteres genehmigtes Kapital

Für den Fall, dass weiteres Kapital benötigt wird, um die Produkte erfolgreich am Markt platzieren zu können, wurde weiteres genehmigtes Kapital geschaffen. Damit soll der Unternehmensleitung ausreichend Spielraum verschafft werden, um auf die Gegebenheiten des Marktes kurzfristig zu reagieren und die Einberufung einer weiteren Hauptversammlung nur zu diesem Zweck vermieden werden.

Der Vorstand wurde ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital bis zum 31.12.2004 um weitere bis zu 550.000 Euro Grundkapital durch Ausgabe von bis zu 550.000 Stück auf den Inhaber lautender Stückaktien gegen Sach- oder Bareinlagen einmal oder mehrmals zu erhöhen. Der Vorstand entscheidet über einen Ausschluß des Bezugsrechts mit Zustimmung des Aufsichtsrates. Die genannten Beschlüsse der Hauptversammlung vom 28.7.2000 wurden bereits in das Handelsregister des Amtsgerichts Koblenz eingetragen. Hiervon wurden bereits 139.363 Aktien verkauft.

Der Vorstand

AUSGEWÄHLTE UNTERNEHMENS DATEN

KURZÜBERBLICK TC UNTERHALTUNGSELEKTRONIK AG

Standort	D-56073 Koblenz, Koblenzer Straße 132, Tel.: 0261 - 98436-0 Fax: 0261- 98436-36 Internet: http://www.telecontrol.de und www.TVOON.org Mail: bauersachs@telecontrol.de
Gründung	18.2.1998, HR-Eintragung am 3. Juni 1998, Einzug in Firmenräume 10/98, Mitarbeiter & Geschäftsbeginn seit 12/98
Handelsregister	HRB Koblenz Nr. 5491
Vorstandsvorsitzende	Frau Petra E. Bauersachs, Koblenz , Kauffrau.
Vorstand	Herr Guido Ciburski, Koblenz, Wirtschafts.-Ing

Aufsichtsrat in 2004:	Vorsitzender: Thomas Müller (Geschäftsführender Gesellschafter der Werbeagentur Taufisch, Hamburg) Herr Dirk Peters (Unternehmensberater, Köln) Herr Philipp Krobath (Event-Management, Hamburg)
Beschäftigte	2 Vorstände, 4 feste Mitarbeiter, 12 freie Mitarbeiter, ca 10 externe Freelancer weltweit
Branche	Medien/Unterhaltungselektronik und -Software/ TV- u. Sat-Zusatzgeräte/ Kommunikation/ Broadcasting – Netzbetrieb
Markt/Position	z. Zt. nur in Deutschland, potentiell weltweit; stark entwicklungsfähige Marktposition; Ziel: europäische/ internationale Marktführerschaft
Bankverbindungen	Sparkasse Koblenz
Steuernummer:	Die steuerliche Erfassung der TC AG erfolgt beim Finanzamt für Körperschaften Koblenz, Steuernummer 22 / 650 / 1059 / 5.

GEGENSTAND DES UNTERNEHMENS

GEGENSTAND DES UNTERNEHMENS LAUT SATZUNG

- Die Entwicklung, Produktion und bundesweite Vermarktung von Fernseh-Zusatzgeräten zur externen Steuerung von Audio- und Videogeräten und Dienstleistungen, sowie der Handel mit und die Vermittlung von Rechten an der Herstellung und Vermarktung.
- Der Betrieb von Funknetzen und die Entwicklung, Produktion und Vermarktung von Empfangsgeräten und diesbezüglicher Dienstleistungen.
- Die Vermarktung und der Betrieb von Internet basierten Dienstleistungen.
- Der Erwerb und der Handel von Rechten, Patenten und Lizenzen.
- Die Gesellschaft ist berechtigt, alle Geschäfte zu betreiben, die dem Gesellschaftszwecke unmittelbar oder mittelbar zu dienen geeignet sind, soweit sie hierfür keiner gesonderten Erlaubnis bedarf.
- Die Gesellschaft darf andere Unternehmen gleicher oder ähnlicher Art gründen, übernehmen, vertreten und sich an solchen Unternehmen beteiligen. Sie darf Unternehmensverträge abschließen und Zweigniederlassungen im Inland und Ausland errichten. Sie kann ihren Betrieb ganz oder teilweise solchen Unternehmen überlassen.

GRUNDBESITZ

TC verfügt über keinen eigenen Grundbesitz. Alle Geschäftsräume in Koblenz sind zu marktüblichen Konditionen angemietet (1500€/Monat). Es ist nicht geplant, Grundbesitz zu erwerben.

WESENTLICHE AKTIONÄRE

Wesentliche Aktionäre bleiben auch nach dem Börsengang die beiden Unternehmensgründer Frau Petra Bauersachs und Herr Guido Ciburski.

SONSTIGES ZU DEN KAPITALVERHÄLTNISSEN:

BESTEHENDE RISIKEN (TEILW. AUSZUG AUS WERTPAPIERVERKAUFSPROSPEKT)

Eine vollständige Auflistung aller Unternehmens-Risiken entnehmen Sie bitte dem Wertpapierverkaufsprospekt zum 16.11.00 in Kombination mit den in diesem Geschäftsbericht genannten Risiken

MARKTUMFELD UND MARKTERSCHLIEßUNG

Den Medien- und Elektronikmärkte stehen vor einem grundlegenden Strukturumbruch. TC muß sich in diesem sich neu orientierenden Markt, im Gegensatz zu manchen Konkurrenten, eine ausgeprägte Marktstellung nach Umsätzen, Vertriebspartnern und Bekanntheitsgrad erst noch erarbeiten. Dies wird durch einen im Moment noch geringen Marktanteil am Gesamtmarkt belegt. Die Gesellschaft sieht gegenwärtig keinen Konkurrenten, der in diesem Markt bereits einen Standard gesetzt hat und für sich beansprucht.

In diesem Marktumfeld muß sich die Gesellschaft mit ihrem Produktansatz bzw. der vorgesehenen Strategie durchsetzen. TC geht bei den gegenwärtigen Marktverhältnissen jedoch davon aus, dass der Auf- und Ausbau der Marketingabteilung sowie die konsequente Erweiterung der Vertriebsaktivitäten das Unternehmen in die Lage versetzt, die Strategien konsequent umzusetzen und die Markterschließung auf Grundlage der Produkteigenschaften von TVOON erfolgreich sein wird.

Aus heutiger Sicht kann jedoch die Verfehlung der angestrebten Marktführerschaft nicht ausgeschlossen werden. Vielmehr kommt es für TC darauf an, im Rahmen einer geeigneten Strategie für die Investorengewinnung dem herrschenden Zeitdruck auf der Nachfrageseite (Vorfinanzierung der Produktion) Rechnung zu tragen. Bereits ab einer Audience von 100.000 iTV-Kunden erreicht TC den Break-Even.

Das Verhalten der Wettbewerber, insbesondere aus dem internationalen Raum, ist zudem naturgemäß schwer zu prognostizieren. Über dortige eventuell nahe an der Markteinführung befindlichen Konkurrenzprodukte, sind Informationen kaum zugänglich. Somit können aus diesem Bereich Risiken nicht ausgeschlossen werden. Nach Kenntnissen von TC gibt es allerdings gegenwärtig kein Unternehmen oder Produkt das mit TC oder der TVOONvergleichbar ist.

ZUSÄTZLICHE RISIKEN

Das technologische Gebiet "Fernsehen" unterliegt einer immer schneller werdenden Entwicklung. Neue Konkurrenz-Entwicklungen tauchen daher regelmäßig auf. Einzelne Features der TC-Produkte werden dabei von konkurrierenden Produkten abgedeckt, allerdings mit komplexen Vor- und Nachteilen, die aus Kundensicht individuell bewertet werden müssen. Aus Sicht der Gesellschaft gehören Anbieter von Digital-Settop-Boxen oder Web-TV-Boxen auch zu potentiellen Lizenzkunden, also nicht nur zu Konkurrenten. Funktionale Konkurrenz besteht im Geschäftsfeld PDR (Personal Digital Video) durch Unternehmen wie TiVo oder Microsoft Media Center. Diese Geräte kosten jedoch mit ca. 500-700\$ sehr viel mehr als TVOON mit ca. 99 €, bzw. kostenlos.

KONKURRENZ

Die zahlreichen Alleinstellungsmerkmale der TC-Produkte und Dienstleistungen grenzen die möglichen Konkurrenten der TC AG deutlich ein.

Feature	Konkurrenz
Elektronischer interaktiver TV-Programm-Guide	Nur im Digital-Bereich (teurer und technisch teilw. unterlegen) keine Add-On-Lösungen für herkömmliche analoge TV-Systeme
Selektiver und individueller Medienkonsum durch Themen-Auswahl und Ausblenden unerwünschter Sendungen	Personal Digital Recorder im hohen Preissegment (500-1000 €)
automatische Aufzeichnung von Wunschthemen	Personal Digital Recorder im hohen Preissegment (500-1000 €)
zeit- und kanalunabhängige Codierung durch das TC Tele-Daten-System	Personal Digital Recorder im hohen Preissegment (500-1000 €)
Information und automatische Umprogrammierung bei Sendungsverschiebungen der TV- Zusatzgeräte bei Programmänderungen bzw. Zeitverschiebungen,	Nach Wissen der Gesellschaft: Konkurrenzlos im analogen Bereich lediglich VPS, sofern Sendung nicht schon begonnen
auf einzelne beliebige Sendungskategorien bezogener Kinderschutz,	Nach Wissen der Gesellschaft: Konkurrenzlos, VPS-System nur JA/NEIN und lückenhaft
weltweit einzigartiger Werbeblocker	Nach Wissen der Gesellschaft: Konkurrenzlos, Versuche namhafter Hersteller (z.B. Grundig/Samsung) waren technisch nicht realisierbar oder umgehbar
Software für Infrarot-Steuerung (iHome) und Steuerung aller IR-Geräte bis hin zur Kaffemaschine	zeitlicher Entwicklungsvorsprung
eigene Steuerungs- und Service-Zentrale mit Tele-Data-Diensten	Nach Wissen der Gesellschaft: Konkurrenzlos und zeitlicher Entwicklungsvorsprung

Die TC AG konkurriert somit in einigen – wie folgt in der Tabelle

WETTBEWERB

Ebenso wie die Elektronikbereich ist auch die Unterhaltungselektronikbranche stark wettbewerbsorientiert. Sowohl in Deutschland als auch auf internationaler Ebene ist mit zunehmendem Wettbewerb zu rechnen, da auch andere Unterhaltungselektronikunternehmen versuchen werden, in bestimmte Geschäftsbereiche, in denen die TC AG hohe Marktanteile anstrebt, vorzustoßen bzw. diese Bereiche weiter auszubauen. Dieser zunehmende Wettbewerb könnte zu Preisreduktionen, verminderten Umsatzerlösen und geringeren Gewinnspannen sowie zu einem Verlust von Marktanteilen führen. Der Geschäftserfolg und die Ertragslage der TC AG hängen wesentlich davon ab, dass die TC AG flexibel und schnell auf die individuellen Bedürfnisse ihrer gegenwärtigen und künftigen Kunden und die aktuellen

Marktgegebenheiten reagiert und ihre Position als - nach Ansicht der Gesellschaft - Technologieführer hält und ausbaut. Obwohl nach Auffassung der Gesellschaft momentan keine Gründe bestehen, dass die TC AG ihre derzeitige Marktposition nicht festigen und ausbauen kann, kann die Gesellschaft jedoch nicht mit Sicherheit sagen, dass sie ihre derzeitige Marktposition beibehalten oder verbessern kann.

MARKTEINTRITT NEUER WETTBEWERBER

Die Entwicklung von High-Tech-Gesellschaften ist erfahrungsgemäß weniger konstant als in anderen Branchen.

Die erwarteten hohen Umsatzrenditen haben gewöhnlich verstärkte Wettbewerbsaktivitäten zur Folge. Der Markteintritt neuer Wettbewerber oder eine unterhalb der Erwartung liegende Entwicklung des relevanten Marktes könnte zu Ertragseinbrüchen führen, was wiederum die Ertragslage der Gesellschaft nachhaltig negativ beeinflussen könnte.

ORGANE DER GESELLSCHAFT

Gemäß den Bestimmungen des Aktiengesetzes hat die TC Unterhaltungselektronik AG einen Vorstand und einen Aufsichtsrat. Der Vorstand wird vom Aufsichtsrat bestellt, der Aufsichtsrat wiederum von der Hauptversammlung gewählt. Vorstand und Aufsichtsrat arbeiten unabhängig voneinander. Eine gleichzeitige Mitgliedschaft einer Person in Vorstand und Aufsichtsrat ist unzulässig. Der Vorstand ist für die Geschäftsführung zuständig und vertritt die Gesellschaft gegenüber Dritten. Dem Aufsichtsrat obliegen Ernennung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands sowie die Überwachung der Geschäftsführung.

VORSTAND

Der Vorstand führt die Geschäfte der Gesellschaft nach Maßgabe der Gesetze, der Satzung und der Geschäftsordnung. Bei der Geschäftsführung sind Beschlüsse der Hauptversammlung nach § 119 AktG zu beachten. Der Vorstand der Gesellschaft besteht satzungsmäßig aus mindestens zwei Personen. Der Vorstand besteht zur Zeit aus zwei Personen. Die Festlegung der Anzahl sowie die Bestellung der ordentlichen Vorstandsmitglieder und der stellvertretenden Vorstandsmitglieder sowie der Widerruf der Bestellung erfolgen durch den Aufsichtsrat, ebenso die eventuelle Ernennung eines Mitgliedes des Vorstands zum Vorstandsvorsitzenden sowie weiterer Vorstandsmitglieder zu stellvertretenden Vorstandsvorsitzenden.

Gemäß Beschluß des Aufsichtsrates sind Frau Bauersachs und Herr Ciburski berechtigt, jeweils die Gesellschaft alleine zu vertreten.

Die Gesellschaft wird gesetzlich vertreten durch jedes Mitglied des Vorstands einzeln.

Dem Vorstand gehören gegenwärtig folgende Damen und Herren an:

- Frau Petra Bauersachs, Kauffrau (Vorsitzende)
- Herr Guido Ciburski, Wirtschaftsingenieur

Bei Meinungsverschiedenheiten innerhalb des Vorstandes entscheidet die Vorsitzende.

Der Vorstand ist für die Führung der täglichen Geschäfte der Gesellschaft in Übereinstimmung mit den Gesetzen und der Satzung der Gesellschaft zuständig. Die Bestellung von stellvertretenden Mitgliedern des Vorstands ist zulässig. Im übrigen bestimmt der Aufsichtsrat die Zahl der Vorstandsmitglieder und bestellt diese und beruft diese ab.

Die Mitglieder des Vorstandes üben außerhalb der Gesellschaft keine wesentlichen Tätigkeiten aus, die für die Beurteilung der Gesellschaft von Bedeutung sind.

Die Mitglieder des Vorstands sind über die Geschäftsadresse der Gesellschaft zu erreichen.

Die Kurz-Lebensläufe der Vorstände

Frau Petra Bauersachs (Vorstandsvorsitzende)

(Vorstandsvorsitzende - Finanzen/Verwaltung/Vertrieb/PR/Investor Relations)

Geburtsdatum und -ort	29. Juli 1971, Koblenz
Familienstand	Ledig
Ausbildung	Bürokauffrau, Stadtwerke Koblenz
	Diverse Management Aufbau-Seminare
Berufstätigkeit	
1990-3/1995	Stadtwerke Koblenz, Assistenz der kaufm. Geschäftsleitung und des Prokuristen, Energieversorgung Mittelrhein: Assistenz der Geschäftsleitung
1995	Mitgeschafterin der PVAG Patentverwertungs GBR
11/95 bis 9/98	Geschäftsführerin der TC TeleControl GmbH und der TC TeleControl Elektronik GmbH & Co. KG
Ab 2/98	Gründung und Vorstandsvorsitzende der TC Unterhaltungselektronik AG

Guido Ciburski (Vorstand)

(Vorstand für die Bereiche Entwicklung/Technik/Einkauf)

Geburtsdatum und -ort	06. März 1964, Bremen
Familienstand	Ledig
Ausbildung	
1983-1988	Wirtschaftsingenieur Karlsruhe Fachrichtung Operations-Resarch (math. Optimierung), Informatik, BWL
	Diverse Management Aufbau-Seminare
Berufstätigkeit	
1983-1988	Wissenschaftliche Assistenz am Fraunhofer-Institut für Systemtechnik und Innovationsforschung, Karlsruhe (Fachgebiet: Technologie-Orientierte Unternehmensgründungen TOU, Wissenschaftliche Auswertungen der Förderinstrumente für das Bundesministerium für Forschung und Technologie, Bonn).
1988-1992	Geschäftsführer der ABC- Agentur (Brokerage für Übersee-Aufträge von Technologie- & High-Tech-Produkten)
1993 bis 1995	EDV-Leiter der MKM-Kabelfernsehgesellschaft, Koblenz (500.000 Wohneinheiten)
3/95-11/95	Mitgeschafter der PVAG, Patentverwertungsges.
11/95 bis 9/98	Geschäftsführer der TC TeleControl GmbH und der TC TeleControl Elektronik GmbH & Co. KG. 1996 eines der vier erfolgreichsten Förderunternehmen der tbG (DtA), später politisch in Ungnade gefallen, als der Werbeblocker ins Produktportfolio aufgenommen wurde (mit der Folge der Insolvenz des Unternehmens).
Ab 2/98	Gründung und Vorstandsmitglied der TC

	Unterhaltungselektronik AG
--	----------------------------

AUFSICHTSRAT

Der Aufsichtsrat überwacht die Geschäftsführung des Vorstands. Er ist nicht an der Führung der täglichen Geschäfte beteiligt. Der Aufsichtsrat besteht aus drei Mitgliedern. Sie werden von der Hauptversammlung gewählt.

Für Aufsichtsratsmitglieder können Ersatzmitglieder gewählt werden, die in einer bei der Wahl festgelegten Reihenfolge an die Stelle vorzeitig ausscheidender Aufsichtsratsmitglieder treten.

Soweit die Hauptversammlung nicht einen kürzeren Zeitraum beschließt, erfolgt die Wahl der Aufsichtsratsmitglieder für die Zeit bis zur Beendigung der Hauptversammlung, die über die Entlastung für das vierte Geschäftsjahr nach Beginn der Amtszeit beschließt. Das Geschäftsjahr, in dem die Amtszeit beginnt, wird nicht mitgerechnet.

Der Aufsichtsrat hat alle Aufgaben und Rechte, die ihm durch das Gesetz, die Satzung oder in sonstiger Weise zugewiesen werden.

Die Gesellschaft hat den Mitgliedern des Aufsichtsrates keine Darlehen gewährt oder für diese Personen Bürgschaften und sonstige Gewährleistungen übernommen.

VERGÜTUNGEN FÜR DIE MITGLIEDER DES AUFSICHTSRATES UND DES VORSTANDS

Die von der Gesellschaft an die Mitglieder des Aufsichtsrates im Geschäftsjahr 2004 gezahlte Vergütung belief sich auf € 1000 pro Monat. Den Mitgliedern des Aufsichtsrates, die bei TC AG-Unternehmen tätig waren, wurden im Geschäftsjahr 2000 keine darüber hinausgehenden Bezüge gewährt. Die vertraglich vereinbarten Bezüge des zweiköpfigen Vorstands beliefen sich im Geschäftsjahr 2002, 2003 und 2004 jährlich auf je T€ 75. Die Vorstände bezogen keine Gehälter von Partnerunternehmen. Tochtergesellschaften gab es nicht. Der Vorstand hat seit 2002 auf die Hälfte seiner Bezüge dauerhaft verzichtet (keine Stundung). Seit Mitte 2002 verzichteten beide Vorstände auf ihr Gehalt völlig und unterstützen das Unternehmen zusätzlich mit Darlehen und der Zeichnung von Kapitalerhöhungen. Insgesamt wurden der Gesellschaft (übliche ehaltssteigerungen vorausgesetzt) ca. 750 T€ hierdurch erspart. Nur auf diese Weise konnte der Kampf gegen die privaten TV-Sender erfolgreich geführt werden.

F+E, FORSCHUNG & ENTWICKLUNG

Die Entwicklung innovativer Produkte wird in einem permanenten Prozeß vorgenommen. Durch die über Jahre hinweg gewachsene Branchenkenntnis glaubt die Gesellschaft Markttrends kurzfristig zu erkennen und in Produktneuerungen umsetzen zu können.

Im Gegensatz zur heutigen Situation wurden in der Vergangenheit F + E-Aufwandszahlen nicht explizit erfaßt, die Entwicklungskosten wurden bisher nicht aktiviert und nicht in der Bilanz ausgewiesen. Eine Abschätzung auf 80% der Personalkosten beschreibt die Kostenstruktur jedoch annähernd.

Niedrige Overheads, schlanke OrganTVOONion

Die TC-AG nutzt die durch die neuen Medien möglich gewordenen Vorteile einer schlanken Firmenstruktur mit Konsequenz, so daß mittels externer Entwicklungsunternehmen schnell auf Marktveränderungen reagiert werden könnte. Der Anteil der Freelancer zu den Festangestellten beträgt ca. 4:1

KUNDEN/VERTRIEB

Unmittelbare Kunden der TC-AG sind vornehmlich Distributoren und Ketten im Unterhaltungselektronik-Bereich. Große Bedeutung besitzen der Fachhandel (ca. 11.000 Unternehmen mit einem wertmäßigen Marktanteil von 76%) sowie die Einkäufer der Einkaufskooperationen, wie Ruefach mit rund 2.700 Mitgliedern, Expert mit ca. 600 und Interfunk mit ca. 1.100 Mitgliedern. Die TC-AG konnte in der Vergangenheit Beziehungen zu ca. 300 Fachhändlern, zu Fachmärkten und Versandhäusern aufbauen, wie z.B. Conrad Electronics, Quelle, Schneider, Neckermann, Hach oder Oppermann.

Weiterhin hat die TC-AG den Verkauf ihrer Produkte und Dienstleistungen über das Internet vorangetrieben und ihre web-pages (www.shop.tvoon.de) entsprechend ausgerichtet.

Insbesondere nach dem BGH Urteil (25.6.2004) haben große Vertriebsketten und Retailer Kontakt zu TC aufgenommen und mit großen Auftragsvoluminas erfolgsversprechende Verhandlungen begonnen.

Endkunden werden stets die Haushalte sein, die über einen oder mehrere TVs, und/ oder Videorecorder verfügen. Die Art des TV-Empfangs (terrestrisch, Kabel, Satellit) spielt zunächst keine Rolle. Weltweit einmalig beherrscht TVOON sowohl analoges wie auch digitales TV.

Die Bestellgewohnheiten im Konsumer-Elektronik-Markt sind mit "just in time" zu beschreiben. Eine Erstbestellmenge wird nach Abverkauf nachgeordert. Allenfalls sind nach einer ersten Abverkaufsperiode unverbindliche Order-Forecast zur Produktionsplanung zu erhalten. Wichtiger als der aktuelle Auftragsbestand sind die Listungserfolge eines Produktes als auch die Vertretung bei POS-Märkten. TC deckt mit dem geplanten Händlernetz von 600 (aktuell 300) Händlern zahlenmäßig ca. 10% der bundesdeutschen Fachhändler, umsatzmäßig ca. 25% im ersten Planungs-Schritt ab.

Hierbei wurden nur 40 der besonders umsatzstarken Media-Märkte berücksichtigt. Tatsächlich ist das Ergebnis erster Listungsgespräche, daß alle 180 Media- und Saturn-Märkte beliefert werden könnten. Gleiches wird sich nach Einschätzung der Gesellschaft wahrscheinlich auch bei den anstehenden Listungsgesprächen der Metro-Gruppe ergeben, die sicherheitshalber ebenfalls noch nicht in die Planung einbezogen wurden.

MARKT UND MARKTENTWICKLUNG

Allgemeine Beschreibung des Zielmarkts:

Seit Einführung des privaten Fernsehens und der damit verbundenen TV-Spot-Werbung ist es weltweit der Wunsch fast jeden Zuschauers von Werbeunterbrechungen verschont zu bleiben. Renommiertere Unternehmen der Unterhaltungs-Elektronik (UE)-Branche wie Grundig oder Philips haben vergeblich versucht, auf diesem Gebiet Lösungen zu entwickeln. Von der Firma Grundig ist beispielsweise ein Patent bekannt, welches sogenannte Startbilder speichert und bei Wiedererkennung eines solchen Bildes den Anfang einer Werbesequenz detektiert. Abgesehen davon, dass die privaten Sender seither keine festen „Startbilder“ vor Ihren Werbesequenzen mehr senden (mittlerweile sind es kleine Filmchen mit Aufforderungen wie „Schalten Sie nicht um“), war die Lösung technisch sehr aufwendig, da sehr teure Bildspeicher benötigt wurden. Zudem musste der Kunde selbst alle bekannten „Startbilder“ als solche abspeichern, das Gerät also trainieren. Die Patentlösung hat zudem nur den Anfang einer Werbesequenz erkannt. Nach dem Wegschalten konnte es passieren, dass erneut in einen Sender mit laufender Werbesequenz geschaltet wurde. Die Hauptaufgabe, das Ende der Werbesequenz auf dem ursprünglich gesehenen Sender zu erkennen und selbstständig zurückzuschalten, blieb ungelöst. Die genannten Mängel sind symptomatisch für alle bisherigen Versuche & Patentanträge auf dem Gebiet Werbeunterbrechungserkennung. Auch die Grundig-Lösung wurde nie in einem Gerät realisiert. Nach

Auffassung ist jede rein technische Lösung, die vor Ort in einem Gerät des Kunden installiert ist, seitens der privaten TV-Sender umgehbar oder störfähig.

Das Basispatent, über das die Gesellschaft verfügt, geht dagegen einen universellen, nach Ansicht der Gesellschaft unumgehbaren Weg, Werbung auszufiltern. Es ist zudem in keiner Weise abhängig von der jeweiligen TV-Sendernorm (Secam, PAL, NTSC, analog oder digital) und daher weltweit einsetzbar.

Die Lösung basiert auf einem zentralen Sendungsbeobachtungs-Studio. Hier wird die eigentliche Aufgabe, das Erkennen von Anfang und Ende eines Werbespots ausgeführt. Selbstverständlich kann man sich hier auch technischer Lösungen bedienen, über die jedoch die „Gegenseite“ die TV-Privatsender nicht informiert sind. Sofern alle technischen Lösungen versagen, können Mitarbeiter eingesetzt werden, die manuell den Beginn und das Ende von Werbesequenzen durch „Knopfdrücken“ markieren. Mit dieser Lösung hat die Gesellschaft sehr gute Erfahrungen gemacht. Durch geeignete Optimierung bleibt der Personalbedarf in erstaunlich niedrigen Grenzen. Ein Nebenvorteil der manuellen Beobachtung liegt auch darin, dass zusätzliche Dienstleistungen erbracht werden können. Zusätzlich zu der Information wann und wo gerade Werbung läuft, werden Klassifizierungs-Signale zu Zwecken des Kinderschutzes abgegeben (Sex, Pornographie, Erotik, Gewalt, Horror, etc.). Die manuelle Beobachtung ermöglicht zudem die Kontrolle des Programmablaufes. Sendungsverzögerungen oder Verschiebungen werden erkannt. Sogar das Erscheinen eines Kino-Stars z.B. in einer Talk-Show kann als Signal abgegeben werden. Da die Empfangsgeräte das TV-Programm bereits Tage zuvor empfangen haben, müssen nur die Abweichungen zum Sendeprogramm detektiert und übermittelt werden.

Zwischenglied der Patentlösung ist eine einseitige Datenübermittlung (Broadcast) an die Empfangsgeräte: Die Übermittlung der Signale aus dem zentralen Sendestudio an die Empfangsgeräte im „Wohnzimmer des Zuschauers“ erfolgt durch das Internet. Die Anforderungen an Breitbandigkeit und Rückkanalfähigkeit sind äußerst gering.

Die Gesellschaft erwartet, dass Unternehmen wie z.B. Microsoft oder Sun, die in Zukunft z.B. via Internet beliebige Haushaltsendgeräte steuern wollen, für die Bereiche Fernseher, Videorecorder und Sat-Receiver auf das Know-How der Gesellschaft zurückgreifen müssen.

Endgeräte-Variationen:

Oben beschriebene Gerätelösung eignet sich aufgrund der Universalität hervorragend zum Einbau in Fernseher, Videorecorder und Sat-Receiver. Eine eigene Fertigung von Fernsehern und Videorecordern ist zukünftig nicht beabsichtigt, wohl aber die Vergabe von Lizenzen oder die Umrüstung von OEM-Geräten.

Die Marktvolumina von UE-Neugeräten (Fernsehern, Videorecorder, Sat-Receiver) sind seit Jahren beeindruckend hoch. Aufgrund nahezu konstanter Neuanschaffungsraten von ca. 6 Jahren gibt es keine Sättigungseffekte. (z.B. Neu-Fernseher ca. 6 Mio. Stück pro Jahr in Deutschland, alle Marktdaten siehe unten)

Um den weitaus größeren Markt bestehender Equipments (Deutschland ca. 32 Mio. Haushalte) bedienen zu können, wurde ein universell einsetzbares Endgerät entwickelt (TVOON), welches als Adapter in jede TV, Video, Sat-Geräte-Landschaft integrierbar ist. Hierbei wird die Box einfach zwischen dem Fernseher und den bisherigen Endgeräten (Videorecorder und /oder Sat-Receiver) per Scart-Kabel „eingeschleift“ und mit dem PC verkabelt (Funklösung bereits entwickelt). Sie damit verbundenen Dienste der TC AG decken konzeptionell sämtliche empfangbaren Programme einschließlich Pay-TV, terrestrisch, über Kabel oder Satellit in Deutschland, zukünftig auch im sonstigen Europa und weltweit ab. Dieses Angebot spricht somit alle Personen oder Haushalte an, die über einen analogen oder digitalen Fernseher mit oder ohne Videorecorder verfügen. Auch die Steuerung digitaler Receiver verläuft problemlos.

Die fertig einsetzbare Produktfamilie und die diesbezüglichen Dienstleistungen der TC-AG zeichnen sich durch vielfältige maßgebliche Alleinstellungsmerkmale aus:

UNTERSTÜTZUNG DURCH DIE ÖFFENTLICHKEIT

Insbesondere die Features TV-Kinderschutz, dessen dringende Notwendigkeit von einer breiten Öffentlichkeit gesehen wird, aber auch die weitverbreitete Abneigung gegen TV-Werbeunterbrechungen verhelfen dem Produkt zu breiter Sympathie.

Die Gesellschaft verfügt damit über PR-trächtige und medienbezogene Produkte mit breiter gesellschaftlicher Akzeptanz: Kinderschutz, Werbeblocker & Intelligente Mediennutzung. Nachweis der enormen PR-Resonanz siehe Website: www.telecontrol.de

Vertrieb

Der **Vertrieb** der Produkte und Dienstleistungen der TC AG erfolgt über 4 Vertriebskanäle

- direkt an den Endkunden (Homepage, mit Rücksicht auf den Fachhandel dezent ohne Zusatzvorteile für den Kunden)
- direkt und indirekt über Fachhändler (direkt an ca. 300 TC Fachhändler, wird noch in 1999 auf ein Netz von 600 Fachhändlern ausgebaut werden; indirekt über Fachhandels- Kooperation wie die Interfunk, Ruefach, EP-Partner etc.; zusammen ca. 5000 Fachhändler)
- direkt an Großfachmärkte (Media-Markt, Pro-Markt, Saturn-Hansa, etc.)
- direkt an Versandhäuser (z.B. Conrad Electronics, Neckermann, Quelle, Schneider u.a).

KERN-PRODUKTE DER TC UNTERHALTUNGSELEKTRONIK AG

Grundidee der TC AG ist es, den rund 33 Millionen bundesweiten Fernseh-Haushalten mit über 75 Millionen Zuschauern einen intelligenten & individuellen Zugriff auf das TV-Programme zu ermöglichen. Weltweit - in den hochentwickelten Nationen - wird der Großteil der Freizeit vor dem Fernseher verbracht. In Deutschland werden täglich durchschnittlich über 190 Min., das sind über 50% der vorhandenen Freizeit, vor dem Fernseher verbracht.

Die Produkte der Gesellschaft verfügen nach fester Überzeugung des Managements über den glücklichen und geschützten Zustand der Alleinstellung weitgehend ohne Konkurrenz. Dadurch können nach Ansicht der Gesellschaft Profite erreicht werden, die sich einzig an der hohen Nachfrage orientieren können, ohne sich an Konkurrenzpreisen orientieren zu müssen.

Die TC AG beherrscht dabei alle wesentlichen Stufen der Wertschöpfung, von der Entwicklung, Produktion bis hin zur Vermarktung. Sie bietet hierfür zugleich die Hardware, Software und die diesbezüglichen Dienstleistungen an.

TC hat sich spezialisiert auf weltweit einmalige TV & Medien-Systeme, insbesondere Fernseh-Zusatzgeräte zur externen Steuerung von Audio- und Videogeräten. In dieser engen Markt-Nische will die TC AG marktführend bleiben.

Eingestellte technische Entwicklungen:

Um sich voll auf die TVOON-Entwicklung konzentrieren zu können, wurden folgende Produkte nicht weiterentwickelt bzw. vermarktet:

- autonomer also sendenetzunabhängiger TV-Werbeblocker,
- universeller Videotext-EPG-Fernseh-Fee

- und eine NTSC/US-Version der Fernseh-Fee
- i-box/ I-sat/ i-TV-Software für PC: Verknüpfung der Tele-Fee-Funktionen mit PC-Anwendungen
- **V-Chip** (Hardware): kostengünstiger Kinderschutzadapter als Add-On-Lösung (unabhängig von 1., 2., 3. und 4.) -Chip: V Kinderschutzadapter

(Hardwarelösung, unabhängig von der TVOON Produktlinie). Dieser kostengünstige Kinderschutzadapter, der lediglich in die Scart-Buchse des Fernsehers eingesteckt werden muß, unterdrückt kinder- und jugendgefährdende Sendungen durch Erkennen des von den deutschen Sendeanstalten ausgestrahlten VPS-Kinderschutzsignals. Nachteile: Einige Sender strahlen dieses Signal nicht aus, die Einteilung ist zudem sehr grob, die Signale erfolgen nur lückenhaft. Dieses Produkt ist aber aufgrund seines niedrigen Endverkaufspreises (unter € 15) für viele Eltern jedoch ein willkommener Einstieg in den TV-Kinderschutz.

VORLÄUFIG AUF EIS GELEGTE ENTWICKLUNGEN (INVESTOREN GESUCHT):

SNAPTFT

NEU: der SNAP-TFT

Rückenschmerzen am PC? Diesen chicen TFT-Monitor einfach aus dem Ständer nehmen und in 30 Meter Entfernung weiterarbeiten, auf dem Sofa, auf dem Balkon, im Besprechungsraum. Sie arbeiten auf den Originaldaten, übertragen wird nur das Monitorbild, dadurch beträgt der Aufpreis zu normalen TFT-Monitoren nur € 100, Gesamt=€ 500 (z.Vgl. andere Webpads: ab €1500) *mit Mikro, Lautsprecher, Infrarot, Tastatur, Akkus.*



Vorteile gegenüber Tablet-PCs

Vorteile gegenüber Tablett-PCs	TC SnapTFT	Tablett-PCs; Details siehe z.B. unter Microsoft
Preis	ca. 100€ mehr als ein normaler TFT-Flachbildmonitor, also etwa 400-600€	soviel wie ein Laptop, ca. 1000-2000€
Zusatzkosten	keine, keine neue Software nötig, kein neues Betriebssystem, keine doppelte Datenhaltung, keine Synchronisierungsarbeiten	Netzwerkunterhaltungskosten, neue Software, doppelte Installationen, Pflegeaufwand, doppelte Datenhaltung, Lizenzkosten
Arbeitsumfeld	Sie arbeiten mobil auf ihren Originaldaten, nutzen die Original-Power Ihres Desktops, es wird lediglich das Bild des Monitors im Umkreis von 30 Metern angezeigt	Sie halten quasi ein Laptop in Händen, welches über eine Datenfunkstrecke mit dem Desktop vernetzt ist.
Batterielebensdauer, Hitze	keine Hitzeentwicklung, lange Laufzeit. Es ist kein Prozessor on board, lediglich ein Funkempfänger für das Monitorbild.	Eine Festplatte, eine Grafikkarte, ein eigener Prozessor und RAM verkürzen die Akkulaufzeit enorm, Hitzeentwicklung.
Videoübertragung	Es werden Bild und Ton in	Es können nur minderwertige

Pal-Qualität übertragen.
Videobandbreiten sind nicht
zu berücksichtigen. Sie
können also auch Ihre DVD
anschauen, die Sie in den
Desktop-PC eingeschoben
haben.

Videos angezeigt werden, da
die Videobandbreite begrenzt
ist. Eine DVD kann nicht direkt
über die DVD-Software
angezeigt werden.

Zusatzfunktionen:

Kompatibel zu Tvoon. Alle
Tvoon-Funktionen auch im
mobilen TFT vorhanden:
Steuerung der UE-Geräte
durch Infrarotsender
(Videorec./TV etc.).
Voicesteuerung mit
eingebautem Mikrophon.
Freisprechtelefonate; Video-
Chats mobil und viele
mehr.

kein Zugriff auf nicht
netzwerkfähige Desktop-
Software.

MICRODOLLAR PAYMENT VERFAHREN (WWW.MICRODOLLAR.DE)

Mit *MicroDollar*, der neuen Bezahlpattform im Internet werden nicht mehr nur ganze Seiten zum Kauf angeboten. Hier ist es auch möglich, einzelne Wörter zu verschlüsseln.

Der Surfer bezahlt wirklich nur die für ihn relevante Information. Da bei dieser Methode die Beträge extrem niedrig sind, steigt die Bereitschaft für Inhalte zu bezahlen.



MICRODOLLAR

Unser einzigartig vorteilhaftes Bezahverfahren für Kleinstbeträge im Internet.

Ein Micropayment-Server, der u.a. Erotik-Seiten in "Bezahlseiten" verwandelt.

Bilder werden dabei zunächst verschwommen dargestellt, mit nur einem Klick wird das Bild "aufgedeckt" und ein Minibetrag ab 0,01€ abgebucht.

Jeder kann nun auch einzelne Wörter seiner Email "codieren", also Informationen verkaufen. Der Service ist vollautomatisch bereits im Internet verfügbar und für Anbieter kostenlos. Es werden lediglich kleine Anteile vom ausbezahlten Umsatz einbehalten.

-> www.microdollar.de

ALLEINSTELLUNGSMERKMALE DER TVOON PRODUKTE

elektronischer TV-Programm-Guide (Online-Programmzeitschrift)

- Per Fernbedienung ist die elektronische Programm-Zeitschrift individuell sortierbar
- Per Point & Klick programmierbar (TV ein, Video, Hinweis etc.).
- Der Gang zum Kiosk entfällt.
- Aktualität: Mögliche Programmänderungen werden sofort per Funk über die TC-Steuerungszentrale automatisch an die Geräte bzw. Nutzer weitergegeben.

Themen-Zugriff:

TV-Nutzer können aus über 500 Themen (z.B. Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur) auswählen und ihre Highlights definieren. Auf Wunsch startet der Fernseher und/ oder der Videorecorder oder es werden Erinnerungen eingeblendet. Beliebige Suchbegriffe (z.B. „*Neuemission*“, Firmennamen oder boolesche Kombinationen) sind über die eingebaute Internetsteuerung auswählbar. Durch den Themen-Zugriff wird Erwünschtes nicht mehr versäumt und Unerwünschtes kann ausgeblendet werden.

Schauspieler & Regisseure als Qualitäts-Indikatoren

Der Videorecorder zeichnet nicht nur automatisch alle Sendungen aus dem ausgewählten Themen-Bereich auf, sondern auch Sendungen, in denen die Lieblings-Schauspieler mitspielen. Auch Regisseure sind

anwählbar. Das TC-Studio kann Fans und Fanclubs dabei auch auf ungeplante Show-Auftritte des Stars hinweisen.

Selektiver Medienkonsum: „Ausblenden unerwünschter Sendungen“

Einzelne Themen können nicht nur ausgewählt, sondern ebenfalls „abgewählt“ bzw. ausgeblendet werden. Auch beim „Zappen“ erscheinen diese Themen nicht mehr.

Perfektionierter Kinderschutz

Kinder werden vor Sex, Gewalt und Horror geschützt. Die Eltern können für jede Sparte einstellen, ab welchem Alter eine TV-Freigabe erfolgt. Damit ist es nicht mehr nötig, ganze Sender auszublenden. Sehstatistiken und Limits pro Tag, Woche und Monat, Sehzeitenbegrenzungen unterschieden nach Werktag und Wochenende etc. machen TC nach Ansicht der Gesellschaft führend im Bereich Kinderschutz. Sämtliche in den USA und in der EU zu erwartenden Regelungen können damit nicht nur schon erfüllt, sondern übertroffen werden. Feature-Slogan: CLEAN-TV ®

Werbeblocker

Weltweit erstmalig können Werbeunterbrechungen sowohl vom Fernseher als auch bei Videoaufnahmen ausgeblendet werden. Der Nutzer sieht auch beim Zappen keine Werbung mehr, da solche Kanäle übersprungen werden. Für die Dauer einer Unterbrechung wird in das vom Benutzer ausgesuchte Top-Programm (z.B. Spielfilme) gewechselt. Die Fortsetzung des ursprünglichen Programms wird nicht versäumt, da automatisch nach Ende des Werbespots ins Programm zurückgewechselt wird. Damit wird weltweit erstmalig ein starker Wunsch von über 90% der Fernsehzuschauer technische Realität.

Zur TVOON gehört nicht nur die reine Hardware, sondern auch ein EPG, vergleichbar mit einer TV-Zeitschrift. Geliefert wird per Funk eine tagesaktuelle Programmzeitschrift (bis zu 14 Tage Vorschau).

Diese elektronische Programm-Zeitschrift ist im Gegensatz zur Print-Version per Fernbedienung auf dem TV-Bildschirm präsent und aktiv. Unter aktiv wird verstanden, dass die Sendungen nach persönlichen Kriterien angezeigt werden können (sortiert nach Zeit, Thema, Hochwertigkeit/Spielfilm-Empfehlung, persönlicher Favorisierung etc.), Lieblingssendungen per Fernbedienungs-Klick ausgewählt und markiert werden können. (einfachste Videoprogrammierung mit zwei Klicks) und neuartige Programmierungsmöglichkeiten ermöglicht werden: Programmiert werden kann eine spezielle Sendung (herkömmliche Methode), ein Titel (also alle Sendungen, egal auf welchem Programm und auf welchem Kanal, egal wann). Selbst in zwei Jahren wird eine Wunschsendung selbstständig aufgezeichnet ohne das vorher bekannt ist, auf welchem Sender diese ausgestrahlt wird. Grundlage ist ein neuartiges Programmierverfahren Tele-Titelnummer ® für das ebenfalls Rechtsschutz in 2004 erteilt wurde. Hierbei wird jedem Sendungstitel eine eigene Nummer zugeordnet und zeitgleich zur Sendung ausgestrahlt. Ziel ist es dem nach Meinung der Gesellschaft antiquierten Show-View-® Verfahren Marktanteile im Bereich des Lizenzgeschäftes mit Fernseh-Zeitschriften und UE-Herstellern abzufordern. Anteile am Marktvolumen sind in den Planzahlen der Gesellschaft jedoch nicht enthalten.

Die gleichen neuartigen Zugriffsmöglichkeiten wurden mit Schauspielern und Regisseuren unternommen. Mit den TVOON Funktionen kann der Zuschauer nun festlegen, dass sämtliche Sendungen mit seinen Lieblingsschauspielern aufgezeichnet werden. Sehr oft sind gewisse Schauspieler oder Regisseure Indikatoren für hochwertige Spielfilme. Diese können dann gezielt ausgewählt werden. Hierzu extrahiert die Gesellschaft durch aufwendige Datenbank-Programme die entsprechenden Schauspieler und sendet deren Bildschirmpräsenz in einem gesonderten Signal. Erweitert wurde diese Liste der Schauspieler um Bundesliga-Vereine und bekannte Sportler (Formel 1 etc.), um deren Fans eine Möglichkeit zum gezielten Zugriff auf Sendungen zu geben.

Zudem werden die Rating-Klassifikation von Spielfilmen mit der Programmzeitschrift ausgestrahlt. Dies erlaubt eine Programmierung und Sortierung der laufenden Sendung nach Hochwertigkeit und Qualität des Contents.

Besonders einfach wird die Programmierung der Sendungen durch die ebenfalls einzigartige **Themenprogrammierung**. In aufwendigen Datenbankläufen verfeinert die Gesellschaft die Themenzuordnung der Programmzeitschrift auf über 500 Spezialthemen wie Lifestyle, Moto-Cross, Golf, Tauchen, Börse-Inland, Aktuelle-Messe. Durch ein hierarchisches Gliederungssystem kann der Zuschauer ganze Themenblöcke zur Programmierung markieren oder weiter verfeinern. Entweder alle Spielfilme oder gezielt Action-Thriller. Entweder Fußball oder speziell 2. Liga. Da unter Programmierung nicht nur der Zugriff sondern auch das Ausblenden unerwünschter Programminhalte verstanden wird, eignet sich die Themenzuordnung auch zu Zwecken des Kinderschutzes. Mit ein und demselben Gerät können daher Sex- und Gewaltszenen ausgeblendet oder gezielt aufgezeichnet werden. Durch Eingabe eines vierstelligen Zahlencodes per Fernbedienung können Eltern den Kinderschutz ein- und ausschalten. Mit diesem System betrachtet sich die Gesellschaft als weltweit führend im TV-Kinderschutz. Weitere Kinderschutzfunktionen werden an anderer Stelle beschrieben.

Obige Programmierungs-Auslöser sind dabei keineswegs auf den Start und die Kontrolle des Videorecorders beschränkt. Neben dem **Auftragstyp VIDEO** (=aufzeichnen) gibt es TV-EIN (startet bei gewünschten Sendungen selbstständig den Fernseher), ZAP-IN (selbständiger Programmwechsel), ZAP-OUT (Ausblenden unerwünschter Beiträge), HINWEIS (Information, dass auf einem anderen Kanal eine interessante Sendung beginnt) und *,**,***,**** eine Einteilung in persönlicher Präferenz. Nach obiger Zuordnung der Inhalte zur persönlichen Präferenz des Benutzers werden nicht nur Aufträge ausgeführt, sondern auch das laufende Programm ständig sortiert. Der Zuschauer muß also nicht von Kanal 1 bis Kanal 30 durch sein Programmangebotn schalten, sondern erhält auf dem TV-Bildschirm unter dem Menüpunkt Was-Läuft-Jetzt einen schnellen Überblick aus dem er direkt wählen kann. Dieser Überblick ist ständig nach seinen Wünschen sortiert (persönlich interessant eingestufte Sendungen ganz oben, uninteressantes (Werbung/Home-Shopping/ etc.) ganz unten.

Zielmärkte:

Die Funktionsvielfalt des Gerätes ermöglicht es, jeden TV-Haushalt zielgruppenübergreifend ein interessantes Angebot zu machen. Ältere schätzen die einfache Programmierung, Berufstätige schätzen die Aufzeichnung während der Abwesenheit, Jugendliche die Programmierbarkeit über das Internet, Eltern die zahlreichen Kinderschutzfunktionen u.s.w.. Dies bedeutet nicht, dass die Ansprache nicht gezielt erfolgt. Zur Planung der Marktanteile kann man jedoch in der Summe davon ausgehen, dass potentiell jeder Haushalt mit PC (60% in D) – bei geeignetem Preisangebot – Verwendung für das Gerät hat.

GESCHÄFTSFELDER:

Die TC Unterhaltungselektronik AG hat ihr Kerngeschäft auf vier Geschäftsfelder mit überdurchschnittlich hohem Ertragspotential und Wertsteigerung ausgerichtet:

1. Die Vermarktung der bereits erfolgreich entwickelten High-Tech TVOON.
2. Das Besetzen des Kompetenz-Feldes TV-Zusatzgeräte (Infra-Rot-Steuerung, Kinderschutz, Programm-/TV-Guides, TV-Management-Systeme)
3. Die Verwertung der patentierten IR-Steuerung von Audio- und TV-Geräten (an UE-Hersteller und in eigenen Geräten, Patentverletzungsklage)
4. Patentierte Kabelkopfstationen zur werbefreien TV-Versorgung von Hotels, Altenheimen, Krankenhäusern, Sportstudios, Bankschalterhallen oder anderen öffentlichen Bereichen. (Werbeausblendung, Sex- & Crime Ausblendung und Ersatz der freiwerdenden Werbefläche mit lokaler Werbung).
5. Micropayment (www.microdollar.de)
6. interaktives Fernsehen
7. Zukünftig: Breitband-Tv ohne Server (P2P-Technologie). Übertragung von (Pay)-TV-Angeboten kostenlos & anonym (Technologie-Plattform ohne Zugriff und Kontrolle auf die im Sharingbereich angebotenen TV-Sender).

8. Fernseh-Fee2 (99e WebTV-Box), wie Fernseh-Fee1 ein Standalone Werblocker und iTV-PDR, jedoch Transport der Signale via Internet/Telefon anstelle UKW/RDS. Gedacht für PC-lose Haushalte. Hier hat sich eine große deutsche Tageszeitung als Vermarkter angeboten.

BUSINESS TO BUSINESS-PRODUKTE & NEBENPRODUKTE

Bank TV

BANKTV

Angebot speziell für Banken:

Blenden Sie alle anderen Werbespots aus (z.B. die von anderen Kreditinstituten).

Blenden Sie dafür Ihre eigenen MPEG-Filme in die TVs des Verkaufsräumens ein.



Viele Kundenberater kennen das Problem: Ein Sparkassenkunde wartet im Foyer und sieht einen Konkurrenz-Werbespot auf NTV. Und was als Kundenservice gedacht war, verkehrt sich ins Gegenteil, denn der Konkurrenz wird auf diese Weise ein unliebsames Forum geboten.



Gemeinsam mit Bankinstituten wurden verschiedene sehr preisgünstige und einfache Lösungen entwickelt. Hierbei wird während eines Werbespots nicht nur auf ein werbefreies Programm geschaltet, sondern während der gesamten Werbepause wird die **institutseigene Werbung** ausgestrahlt.

Alle Fernseher im Kundenbereich

Daher ist es nur allzu verständlich, wenn viele Institute die Fernseher in ihren Räumen **werbefrei** halten möchten. Als weltweit einziger Anbieter sendet die TC AG seit Anfang des Jahres die Start&Stopp-Signale für Werbung aller bundesweit empfangbarer TV-Sender über das Internet: Das **TV-WERBESIGNAL**



Hierbei können beliebige Werbefilme (.mpg; .mov; divx; .avi) verwendet werden, die lediglich in einem speziellen Verzeichnis eines PC's vorliegen müssen oder auf CD-ROM. Auch die Einbindung eines Endlos-VHS-Bandes ist möglich.

Es können aber auch *Videotext-Seiten* beliebiger Sender aufgerufen oder gewechselt werden, der *Ton* kann für die Dauer der Werbung aus sein, etc.

Es können beliebig viele Fernseher versorgt werden, auch beliebige TV-Sender können werbefrei gemacht werden, es lassen sich aber auch unerwünschte Inhalte ausblenden (Sex; Gewalt, 0190er Werbung; Talk-Shows).

Patentierter IR-Steuerung

roomreflec

TC's patentierte Infrarot-Steuerungs-Technologie **room-reflec®** ermöglicht es Set-Top-Box-Herstellern jegliche UE-Geräte zu steuern (Video Recorder; TV; Sat Receiver) lediglich mit einem low cost chip. Der Wert des Patentes wurde von KPMG und anderen begutachtet (bis zu € 40 Millionen).



Steuerungs-Know-How: Das i der i-Box steht für individuell und intelligent. Das Benutzerkonzept fängt dort an, wo Digital-TV aufhört. Zwar steuert die i-Box auch digitale Receiver; bei der Entwicklung wurde allerdings darauf geachtet, daß der Benutzer seinen herkömmlichen analogen Fernseher und Videorecorder weiter benutzen kann und keine Umbauten notwendig sind. Durch die in Zukunft weiter voranschreitende Konvergenz von TV/Computer/Internet ist davon auszugehen, daß hier in den nächsten Jahren ein großer Bedarf an diesem Steuerungs-Know-How für Unternehmen wie beispielsweise Microsoft oder Philips entsteht.

TV Werbesignalserver für Set Top Boxen

TC's **Classification Signal** (Sex/Gewalt/Werbung Start/Stop) Diese Signale werden für alle TV-Sender über das Internet übertragen und per UKW-RDS, dem Radio Daten System. Gegen eine Lizenzgebühr können Set Top Box Hersteller diese Signal für ihre eigenen Applikationen nutzen. Beispielsweise kann eine Box für interaktives Fernsehen ein Spiel für die Dauer einer Werbeunterbrechung anbieten.



Die TC AG betont, daß aufgrund der niedrigen Lizenzgebühren, werbefreie Geräte nicht mehr kosten müssen, als ihre nervtötenden Vorgänger.

Die manuell generierten Werbe-Start&Stop-Signale werden bereits jetzt weltweit über das Internet zur Verfügung gestellt, sämtliche deutschen und auf Wunsch europäischen Programme werden von TC-Mitarbeitern überwacht. Zusätzlich werden auch Kinderschutz-Signale (Sex- und Gewalt) und Programmverzögerungen/Änderungen übertragen (Live-EPG).

Unser Internet-Werbe-Signal können Sie jederzeit testen, es ist 24h/Tag online, bitte einfach Kontakt aufnehmen und wir nennen Ihnen die Web-Adresse des Servers.

Werbefreie Geräte der Unterhaltungselektronik
Zukünftig könnten alle TV-Geräte in Deutschland werbefrei arbeiten:



Seit dem Grundlagenurteil vom 24. Juli dieses Jahres ist es nun auch in Deutschland erlaubt, die störenden Werbespots aus dem TV-Programm auszublenden und durch eigene Services zu ersetzen. Der Fernsehsender RTL mußte im Berufungsverfahren erneut eine Schlappe einstecken. Demnach obliegt es auch in Deutschland einzig dem Zuschauer, ob er Werbespots konsumieren will oder nicht.

Aufgrund der nun erlangten Rechtssicherheit und der enormen Nachfrage, hat der Patentinhaber, die TC Unterhaltungselektronik AG beschlossen, jedem UE-Gerätehersteller die Produktion werbefreier Geräte zu ermöglichen.

Nach Aussage vom Sender RTL sei damit zu rechnen, daß letztlich fast jeder Haushalt solche Geräte anschaffen werde.

Die Werbewirtschaft begrüßt, daß auf diese Weise Einsparungen von ca. 1,2 Milliarden DM jährlich möglich werden, denn bislang mußten auch Werbeverweigerer mitbezahlt werden. Da diese Gruppe meist

überdurchschnittlich gebildet und vermögend ist, sind die Kosten hierfür besonders hoch.

Alleine der Sender RTL macht einen Umsatz von ca. 200 Millionen DM pro Monat, insgesamt müssen jährlich über 12 Milliarden DM für Fernsehwerbung aufgewendet werden. Bezahlt wird das ganze ausgerechnet von dem, der am meisten darunter zu leiden hat, dem Zuschauer. Dieser zahlt - an der Ladenkasse - durchschnittlich 400 DM pro Jahr und Haushalt für zerstückelte Filme und 0190er Gestöhne.

Die TC AG betont, daß aufgrund der niedrigen Lizenzgebühren, werbefreie Geräte nicht mehr

kosten müssen, als ihre nervtötenden Vorgänger.

Die manuell generierten Werbe-Start&Stop-Signale werden bereits jetzt weltweit über das Internet zur Verfügung gestellt, sämtliche deutschen und auf Wunsch europäischen Programme werden von TC-Mitarbeitern überwacht. Zusätzlich werden auch Kinderschutz-Signale (Sex- und Gewalt) und Programmverzögerungen/Änderungen übertragen (Live-EPG).

CleanHotel

Clean-Hotel®: Weltweit einzigartiges Kabelkopf-System für Hotel, Sportstudios, Altenheime oder Krankenhäuser. Clean-TV bedeutet: Keine Werbeunterbrechungen, keine Sex- (0190er Werbung) oder Gewalt-Inhalte in öffentlichen TV-Räumen.



Einbaumodule

Einbaumodule: Die Fernseh-Fee kann in Fernseher, Web-TV-Boxen, PDR`s, Sat-Receivern oder Videorecordern preisgünstig integriert werden. Sofern Ihr Device einen Web-Anschluss hat, ist die Integration ohne Hardwarekosten möglich.



Auslandsmaerkte

Auslandsvermarktung Fernseh-Fee: Nach den bisherigen Messe-Erfolgen der Internationalen Funkausstellung und der CeBit (Reuters: "i-Box, der CeBit Hit") trafen Anfragen aus den Niederlanden, Frankreich, Italien, Schweiz, Österreich und USA für dieses System ein. Diese sollen per Lizenzpartnerschaften vergeben werden, da jeder Fernsehmarkt unterschiedlich ist. Bitte nehmen Sie Kontakt mit uns auf, wenn Sie die Vermarktung im Ausland realisieren können.



TeleData

TC-TeleData statt Show-View: das ebenfalls geschützte und technisch überlegene TC-Verfahren TeleData ® ermöglicht völlig neue Programmiermöglichkeiten. Jeder Film erhält eine eigene ID und dann ist es egal auf welchem Programm und auf welchem Sender ein Film kommt, der Videorecorder zeichnet auf.



TCKabelkopf

Einen Schritt weiter geht TC mit einer selbst entwickelten **Kabelkopf-Station**. Hierbei werden die unerwünschten Inhalte direkt an der Quelle eliminiert und das TV-Programm entspricht im gesamten Haus den Wünschen des Hausherrn.

Besonders beliebt ist diese Lösung bei Sport-Studios
(Einblenden von Adidas & Nike, statt Pampers-
Werbung)

Hotels (Sex- und Gewaltfreies Fernsehen zwecks
Kinderschutz)

Altenheimen und Krankenhäusern. (Ersatz der
Werbung mit Haus-Infos zu Cafeteria,
Veranstaltungen etc.)

Angebot für Verlage:

TeleData als Ersatz für ShowView ®. Ab einer Tele-Fee-Verbreitung von 50.000 bis 100.000 besteht Interesse bei großen Programmzeitschrift-Verlagen (Gespräche mit den TOP 5 haben stattgefunden) das TC-System anstelle des teuren ShowView einzuführen. Die in diesem Fall zu erwartenden Lizenzinnahmen sind erheblich, obwohl das ShowView-System deutlich unterboten werden kann. Das TC-System ist zudem moderner. Es wird nicht mehr die einzelne Ausstrahlung codiert (ein Code für Tag, Uhrzeit, Kanal) sondern der jeweilige Titel. Vorteile sind: Platzsparende Nummern (5 stellig statt 10 stellig wie bei ShowView), Kein Umprogrammieren bei Sendezeitverschiebungen oder Kanalwechsel, auch zukünftige Sendungen können programmiert werden (Geben Sie 2756 ein und "Casablanca" wird aufgenommen, egal wann der Film kommt und egal auf welchem Kanal). Sowohl für das TitelNummern-System, als auch die Programmierung von Videorecordern über das Internet hat TC Zugriff auf Gründer-Patente.

Werbewirkungsforschung

TVOON ist zu Zwecken der **Werbewirkungsforschung** ausgelegt.

GESCHÄFTSBERICHTUNTERZEICHNUNG

Für den Inhalt des vorliegenden Geschäftsberichtes übernehmen folgende Unterzeichner die Verantwortung.

Die Unterzeichner erklären, dass ihres Wissens die Angaben richtig und keine wesentlichen Umstände ausgelassen sind.

TC Unterhaltungselektronik Aktiengesellschaft, Koblenz

Petra Bauersachs (Vorstandsvorsitzende)
Koblenz, der 20.7.2004

Guido Ciburski (Vorstand)

ZWISCHENABSCHLUSS

zum 30. Juni 2004

TC Unterhaltungselektronik AG

Koblenzer Straße 132

56073 Koblenz

Hinweis des Vorstandes (nicht Teil des Jahresabschlusses): In der Bilanz sind 0,7 Millionen € bislang unrealisierte Forderungen aus Schadensersatz gegen die TV-Sender SAT1 und RTL, sowie Vox enthalten, die höher oder niedriger oder gar nicht realisierbar sein können.

ZWISCHENBILANZ 1. HJ 2004

	Euro	Euro
A. Anlagevermögen		
I. Immaterielle Vermögens-	579.682,00	
gegenstände		
II. Sachanlagen	<u>12.078,81</u>	591.760,81
B. Umlaufvermögen		
I. Vorräte	41.106,58	
II. Forderungen und sonstige	781.069,95	
Vermögensgegenstände		
- davon mit einer Restlaufzeit		
von mehr als einem Jahr		
Euro 4.999,84		
III. Kassenbestand, Bundesbank-	<u>157.537,60</u>	979.714,13
guthaben, Guthaben bei		
Kreditinstituten und Schecks		
C. Rechnungsabgrenzungsposten		7.911,33
	Euro	1.579.386,27
A. Eigenkapital		
I. Gezeichnetes Kapital		1.139.363,00
II. Kapitalrücklage		2.460.213,73
III. Gewinnrücklagen		8.731,00
IV. Verlustvortrag	2.470.600,70-	
V. Jahresfehlbetrag	177.302,02-	
B. Rückstellungen		184.525,70
C. Verbindlichkeiten		135.569,51
- davon mit einer Restlaufzeit		
bis zu einem Jahr		
Euro 69.119,84		
Sonstige Passiva		298.886,05
	1.579.386,27	

GUV 1. HJ 2004

	Euro	Euro	%
1. Rohergebnis		8.848,01	100,00
2. Personalaufwand			
a) Löhne und Gehälter	39.208,20		
b) soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	<u>18.885,86</u>	58.094,06	656,58
3. sonstige betriebliche Aufwendungen		121.217,73	*****
4. sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		92,01	1,04
5. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		<u>16,30</u>	0,18
6. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit		170.388,07-	*****
7. außerordentliche Erträge	261,33		
8. außerordentliche Aufwendungen	<u>4.934,94</u>		
9. außerordentliches Ergebnis		4.673,61-	52,82
10. sonstige Steuern		2.240,34	25,32
11. Jahresfehlbetrag		<u><u>177.302,02</u></u>	*****