

Jahresabschluss zum 30. September 2005  
und Lagebericht

Klassik Radio AG  
Augsburg

bis 4. November 2004: Euro Media Group AG, Augsburg

Klassik Radio AG (bis 4. November 2004: Euro Media Group AG),  
Augsburg

Bilanz zum 30. September 2005

**Aktiva**

	30.9.2005		30.9.2004	
	EUR	EUR	EUR	EUR
<b>A. Anlagevermögen</b>				
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>				
Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Werten und Rechten		55.451,85		8.786,00
<b>II. Sachanlagen</b>				
1. Einbauten in fremde Grundstücke	1.935,68		0,00	
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	25.919,68		16.432,39	
3. Anlagen im Bau	12.983,52	40.838,88	0,00	16.432,39
<b>III. Finanzanlagen</b>				
Anteile an verbundenen Unternehmen		9.533.756,73		9.439.287,73
		<u>9.630.047,46</u>		<u>9.464.506,12</u>
<b>B. Umlaufvermögen</b>				
<b>I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände</b>				
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	0,00		4.908,40	
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	4.872,00		109.849,91	
3. Sonstige Vermögensgegenstände	98.565,13	103.437,13	118.290,84	233.049,15
<b>II. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten</b>		805.097,27		987.111,73
		<u>908.534,40</u>		<u>1.220.160,88</u>
<b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>		22.713,23		15.713,07
		<u>10.561.295,09</u>		<u>10.700.380,07</u>



Klassik Radio AG (bis 4. November 2004: Euro Media Group AG),  
Augsburg

Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit  
vom 1. Oktober 2004 bis 30. September 2005

	2004/05		1.1.- 30.9.2004	
	EUR	EUR	EUR	EUR
1. Umsatzerlöse		1.526.853,08		440.345,77
2. Sonstige betriebliche Erträge		17.005,32		71.900,94
		1.543.858,40		512.246,71
3. Aufwendungen für bezogene Leistungen		-3.610,41		-28.614,89
4. Personalaufwand				
a) Löhne und Gehälter	-605.807,73		-164.226,22	
b) Soziale Abgaben	-44.974,12	-650.781,85	-18.349,75	-182.575,97
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		-22.341,21		-3.974,35
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen		-1.211.637,02		-550.505,54
7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge –davon aus verbundenen Unternehmen EUR 6.399,95 (i. Vj. EUR 31.244,39)–		25.676,92		73.334,45
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen –davon an verbundene Unternehmen EUR 89.596,89 (i. Vj. EUR 28.934,85)–		-206.603,87		-63.415,45
9. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit		-525.439,04		-243.505,04
10. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		-90,56		24,26
11. Jahresfehlbetrag		-525.529,60		-243.480,78
12. Verlustvortrag		-277.821,78		-34.340,90
13. Bilanzverlust		-803.351,38		-277.821,68

## **Klassik Radio AG**

### **Anhang zum Jahresabschluss für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2004 bis 30. September 2005**

#### **A. Allgemeine Angaben**

Die Klassik Radio AG ist eine unabhängige private Radio-Holding mit 4 wesentlichen Geschäftsfeldern. Im Zentrum der Aktivitäten der Klassik Radio-Gruppe steht der Betrieb des Hörfunkspartensenders Klassik Radio sowie einer Vermarktungsgesellschaft. Darüber hinaus hält die Klassik Radio AG Anteile an der FM Radio Network GmbH, ein Programmhaus, welches sich besonders der Konzeption und Produktion von Sonderwerbeformen widmet, und der FIRST NEWS Nachrichten GmbH als Agentur für Unterhaltungsnachrichten.

Das Geschäftsjahr wurde im Vorjahr auf den 30. September umgestellt.

Der Jahresabschluss 2005 vom 1. Oktober 2004 bis 30. September 2005 ist daher mit dem Jahresabschluss des Vorjahres, welcher 9 Monate (vom 1. Januar 2004 bis 30. September 2004) umfasst, nur eingeschränkt vergleichbar.

Der Jahresabschluss der Klassik Radio AG (bis zur Umfirmierung am 10. November 2004 Euro Media Group AG) wurde nach den Vorschriften der §§ 264 ff. HGB und den einschlägigen Vorschriften des AktG erstellt.

Die Gesellschaft ist eine große Kapitalgesellschaft i.S. des § 267 Abs. 3 HGB.

Die Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Gesamtkostenverfahren aufgestellt.

Die Klassik Radio AG, Augsburg, stellt als Mutterunternehmen einen Konzernabschluss für den größten und zugleich kleinsten Kreis von Unternehmen auf. Die Gesellschaften, die als Mutter- und Tochterunternehmen in diesen Konzernabschluss einzubeziehen sind, sind verbundene Unternehmen i.S. des § 271 Abs. 2 HGB.

## **B. Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden**

Die immateriellen Vermögensgegenstände werden zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten vermindert um lineare Abschreibungen (bei einer Nutzungsdauer von 3 bis 5 Jahren) bewertet.

Das Sachanlagevermögen wird zu Anschaffungs- und Herstellungskosten vermindert um planmäßige Abschreibungen angesetzt. Die Abschreibungen werden nach Maßgabe der voraussichtlichen Nutzungsdauer linear vorgenommen. Zugänge zum Sachanlagevermögen werden ab dem Anschaffungszeitpunkt pro rata temporis abgeschrieben. Geringwertige Anlagegegenstände mit Einzelanschaffungskosten bis zu EUR 410,00 werden im Zugangsjahr voll abgeschrieben und im Anlagenspiegel als Abgang gezeigt.

Die Anteile an verbundenen Unternehmen des Finanzanlagevermögens werden zu Anschaffungskosten oder dem niedrigeren Wert, der ihnen am Bilanzstichtag beizulegen ist, ausgewiesen.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände sind zu Nennwerten oder dem niedrigeren beizulegenden Wert am Bilanzstichtag angesetzt. Erkennbare Einzelrisiken werden durch Wertberichtigungen berücksichtigt.

Der Kassenbestand und die Guthaben bei Kreditinstituten sind zum Nennbetrag ausgewiesen.

Aktive Rechnungsabgrenzungsposten werden zum Nennwert ausgewiesen. Sie werden gebildet für Ausgaben vor dem Bilanzstichtag, die Aufwand für eine bestimmte Zeit danach darstellen.

Rückstellungen sind für alle erkennbaren Risiken und ungewissen Verpflichtungen in Höhe des Betrages gebildet, der nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendig ist.

Die Verbindlichkeiten sind mit ihren Rückzahlungs- bzw. Erfüllungsbeträgen bilanziert.

## C. Erläuterungen zur Bilanz

### (1) Anlagevermögen

Die Entwicklung des Anlagevermögens ist in der Anlage zum Anhang dargestellt.

Weiterhin sind in den Zugängen des Anlagevermögens Vorlaufkosten für den anstehenden Umbau der Büroräume in Höhe von TEUR 13 enthalten. Diese werden mit Fertigstellung des Umbaus, voraussichtlich im nächsten Geschäftsjahr, periodengerecht abgeschrieben.

### (2) Anteile an verbundenen Unternehmen

Die Klassik Radio AG hält unmittelbar und mittelbar die Anteile an folgenden Gesellschaften:

Nr.	Anteils- eigner lfd. Nr.	Beteiligungs- quote %	Eigen- Kapital TEUR	Jahres- ergebnis TEUR
1	Klassik Radio AG (Muttergesellschaft)			
<u>(a) unmittelbarer Anteilsbesitz</u>				
2	1	100	5.841	46
3	1	100	291	160
4	1	100	43	16
<u>(b) mittelbarer Anteilsbesitz</u>				
5	2	100	70	-119
6	2	100	135	5
7	2	100	1.092	480

Mit Verschmelzungsvertrag vom 22. Dezember 2004 wurde die Kubak Asset Management GmbH mit der Klassik Radio AG durch Aufnahme verschmolzen. Die Klassik Radio AG führt die in der Schlussbilanz der Kubak Asset Management GmbH angesetzten Werte der übergegangenen Aktiva und Passiva in ihrer Rechnungslegung fort. Im Innenverhältnis erfolgte die Vermögensübernahme mit Wirkung zum 30. September 2004. Eine Gegenleistung wurde durch die Klassik Radio AG nicht gewährt.

### **(3) Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände**

Alle ausgewiesenen Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände haben eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr.

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen in Höhe von TEUR 5 resultieren aus Kostenverrechnungen.

Unter den sonstigen Vermögensgegenständen ist ein an einen Geschäftspartner ausgereichtes Darlehen von TEUR 64 ausgewiesen, das am 30. November 2005 zur Rückzahlung fällig ist.

### **(4) Rechnungsabgrenzung**

Die aktive Rechnungsabgrenzung in Höhe von TEUR 23 (i.Vj. TEUR 16) betrifft überwiegend die allgemeinen Geschäftsversicherungen, welche für den gesamten Klassik Radio AG Konzern abgeschlossen wurden, sowie die bereits bezahlte Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung für Manager und Aufsichtsorgane.

### **(5) Eigenkapital**

#### **1. Grundkapital**

Mit Hauptversammlungsbeschluss vom 4. November 2004 wurde das Grundkapital von EUR 106.383,00 auf EUR 4.255.320,00 aus Gesellschaftsmitteln erhöht. Dabei wurden EUR 4.148.937,00, die in der Bilanz zum 30. September 2004 als Kapitalrücklage ausgewiesen sind, in Grundkapital umgewandelt.

Mit Hauptversammlungsbeschluss vom 1. Dezember 2004 wurde das Grundkapital um weitere EUR 244.680,00 auf EUR 4.500.000,00 durch Ausgabe von 244.680 auf den Namen lautende neue Stückaktien gegen Bareinlagen erhöht. Diese Kapitalerhöhung anlässlich des Börsenganges war mit einem Aufgeld von EUR 1.223.400,00, welches in die Kapitalrücklage eingestellt wurde, verbunden.

Das in 4.500.000 auf den Namen lautende Stückaktien eingeteilte Grundkapital der Gesellschaft betrug am 30. September 2005 EUR 4.500.000,00 und wurde gehalten von:

	Stand September 2005		Stand Dezember 2004	
	EUR	%	EUR	%
Ulrich Kubak	3.003.600	66,75	3.093.600	68,75
ABSOLUTE RETURN EUROPE FUND, Cayman Islands	593.363	13,19	533.360	11,85
EUROPEAN CATALYST FUND LIMITED, Cayman Islands	296.637	6,59	266.640	5,93
INVEST Unternehmensbeteiligungs AG, Linz	255.320	5,67	255.320	5,67
Philippe Graf von Stauffenberg	106.400	2,36	106.400	2,36
Streubesitz	244.680	5,44	244.680	5,44
<b>Grundkapital</b>	<b><u>4.500.000</u></b>	<b><u>100,00</u></b>	<b><u>4.500.000</u></b>	<b><u>100,00</u></b>

Herr Ulrich Kubak hat 60.003 Stückaktien an den ABSOLUTE RETURN EUROPE FUND sowie 29.997 Stückaktien an den EUROPEAN CATALYST FUND LIMITED abgegeben.

Sämtliche von Herrn Philippe Graf von Stauffenberg gehaltenen Aktien wurden im Vorfeld des Börsenganges von Herrn Ulrich Kubak erworben.

## 2. Genehmigtes Kapital

Der Vorstand ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 4. November 2004 ermächtigt, das Grundkapital mit Zustimmung des Aufsichtsrates bis zum 1. November 2009 gegen Bar- und / oder Sacheinlage einmal oder mehrmals um insgesamt bis zu EUR 2.127.660,00 zu erhöhen, wobei das Bezugsrecht der Aktionäre ausgeschlossen werden kann.

## (6) Rückstellungen

Aufgrund des Verlustvortrages ergab sich keine Steuerbelastung.

Die sonstigen Rückstellungen betreffen in Höhe von TEUR 15 personalbezogene Abgrenzungen, in Höhe von TEUR 84 Beratungs- und Abschlusskosten sowie mit TEUR 51 erkennbare Verpflichtungen betreffend das abgelaufene Geschäftsjahr gemäß der erwarteten Inanspruchnahme.

## (7) Verbindlichkeiten

### Verbindlichkeitspiegel zum 30. September 2005

Art der Verbindlichkeit	Restlaufzeit bis 1 Jahr	Restlaufzeit 1 bis 5 Jahre	Gesamtsumme
	EUR	EUR	EUR
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten (im Vorjahr)	408.000,00 (595.000,00)	884.000,00 (1.455.000,00)	1.292.000,00 (2.050.000,00)
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (im Vorjahr)	32.250,28 (148.447,26)	0,00 (0,00)	32.250,28 (148.447,26)
3. Verbindlichkeiten gegenüber Verbundenen Unternehmen (im Vorjahr)	1.577.940,90 (1.745.541,51)	0,00 (0,00)	1.577.940,90 (1.745.541,51)
4. Sonstige Verbindlichkeiten (im Vorjahr)	758.457,91 (142.287,96)	0,00 (699.000,82)	758.457,91 (841.288,78)
-- davon aus Steuern EUR 8.109,73 (i.Vj. EUR 19.771,15)			
-- davon im Rahmen der Sozialen Sicherheit EUR 7.538,82 (i.Vj. EUR 2.516,81)			
<b>Gesamtsumme (im Vorjahr)</b>	<b>2.776.649,09 (2.631.276,73)</b>	<b>884.000,00 (2.154.000,82)</b>	<b>3.660.649,09 (4.785.277,55)</b>

Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten mit einem Teilbetrag von TEUR 350 wurden im Mai 2005 vorzeitig getilgt.

Eine weitere Verbindlichkeit gegenüber der BW-Bank AG, Stuttgart, in Höhe von ursprünglich TEUR 1.700, welche mit 5,0 % p.a. verzinst wird, ist am 30. November 2008 zur Rückzahlung fällig. Diese Verbindlichkeit wird monatlich seit dem 30. Oktober 2004 zu jeweils TEUR 34 getilgt. Sie valutiert am 30. September 2005 mit TEUR 1.292.

Die Kreditverbindlichkeiten sind durch eine Verpflichtungserklärung zur notariellen Verpfändung sämtlicher (nominell DM 4.000.000,00) Kommanditanteile der KR Holding GmbH an der Klassik Radio GmbH & Co. KG und Verpfändung sämtlicher (nominell EUR 25.000,00) Geschäftsanteile der KR Holding GmbH an der Euro Klassik GmbH besichert. Darüber hinaus besteht eine Gleichstellungsvereinbarung.

Die zum Bilanzstichtag ausgewiesenen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind innerhalb eines Jahres fällig.

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen bestehen gegenüber der KR Holding GmbH (TEUR 7), der FM Radio Network GmbH (TEUR 615, i.Vj. TEUR 1.686), der Euro Klassik GmbH (TEUR 920) sowie der Klassik Radio GmbH & Co. KG (TEUR 36).

Die sonstigen Verbindlichkeiten enthalten Darlehensverpflichtungen gegenüber der RTL Radio Deutschland GmbH in Höhe von TEUR 683, welche bis zum 30. Juni 2006 zur Rückzahlung fällig werden.

## **D. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung**

### **(1) Umsatzerlöse**

Die Umsatzerlöse beinhalten überwiegend Erträge aus erbrachten Dienstleistungen gegenüber den Tochtergesellschaften.

### **(2) Sonstige betriebliche Erträge**

Die sonstigen betrieblichen Erträge enthalten hauptsächlich Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen in Höhe von TEUR 3, die periodenfremden Charakter haben. Weiterhin ergab sich aus der Verschmelzung der Gesellschaft Kubak Asset Management GmbH ein Verschmelzungsgewinn in Höhe von TEUR 4. Alle weiteren sonstigen betrieblichen Erträge betreffen Kostenweiterberechnungen an Tochtergesellschaften und Erlöse aus KFZ-Nutzung in Höhe von TEUR 8.

### **(3) Personalaufwand**

Während des Geschäftsjahres 2004/2005 waren durchschnittlich 6,2 Mitarbeiter (i.Vj. 2,6) beschäftigt. Zusätzlich waren im Geschäftsjahr 2004/2005 zwei Vorstände angestellt.

### **(4) Sonstige betriebliche Aufwendungen**

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten unter anderem TEUR 477, welche für den Börsengang aufgewandt wurden. Weiterhin sind aufgrund der Börsennotierung und der damit in Verbindung stehenden Aufwendungen für die Öffentlichkeitsarbeit TEUR 164 angefallen. Alle weiteren Aufwendungen entfallen auf die laufenden Kosten des Geschäftsbetriebes.

## **(5) Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge**

Von den sonstigen Zinsen und ähnlichen Erträgen betreffen TEUR 6 (i.Vj. TEUR 31) verbundene Unternehmen. Für Bankguthaben konnte ein Zinsertrag über TEUR 17 (i.Vj. TEUR 42) verbucht werden. Weitere Zinserträge wurden aufgrund eines gewährten Darlehens in Höhe von TEUR 3 erzielt.

## **(6) Zinsen und ähnliche Aufwendungen**

Zinsaufwendungen in Höhe von TEUR 89 (i.Vj. TEUR 29) entfielen auf verbundene Unternehmen, TEUR 24 (i.Vj. 32) auf das Darlehen RTL Radio GmbH und TEUR 94 auf Verbindlichkeiten gegenüber Banken.

## E. Sonstige Angaben

### (1) Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Die finanziellen Verpflichtungen aus Mietverträgen und ähnlichen Verpflichtungen zum 30. September 2005 sind in nachstehender Übersicht dargestellt:

	< 1 Jahr TEUR	1-5 Jahre TEUR	> 5 Jahre TEUR
Raummiete	204	817	426
Leasing	13	6	0
Versicherung	10	21	0
Instandhaltung	3	8	1
	<u>230</u>	<u>852</u>	<u>427</u>

### (2) Organe

Der Vorstand setzte sich im Geschäftsjahr 2004/2005 wie folgt zusammen:

Herr Ulrich Kubak, Kaufmann, Augsburg (Vorsitzender)

Herr Christian Erhard, Kaufmann, Königstein i.T. (ab 11. Januar 2005)

Der Aufsichtsrat setzte sich im Geschäftsjahr 2004/2005 gemäß § 9 der Satzung wie folgt zusammen:

Frau Dr. Dorothee Hallerbach, Rechtsanwältin (Vorsitzende)

Herr Dr. Reinhold Schorer, Rechtsanwalt (stellvertretender Vorsitzender)

Herr Philippe von Stauffenberg, Kaufmann

Herr Philippe von Stauffenberg ist auch Mitglied im Board of Directors bei:

EuroTax Glass AG, Freienbach (CH)

Solidus Partner LLP, London (UK)

### **(3) Angabe von Bezügen**

Für die Wahrnehmung der Aufgaben des Vorstandsvorsitzenden im Mutterunternehmen und als Geschäftsführer der Tochterunternehmen erhielt Herr Ulrich Kubak ein Fixum von TEUR 252.

Für die Wahrnehmung der Vorstandsaufgaben im Mutterunternehmen erhielt der Vorstand Christian Erhard ein Fixum von TEUR 98 und eine variable Vergütung von TEUR 11.

Für den Aufsichtsrat wurden für das Geschäftsjahr 2004/2005 Bezüge in Höhe von TEUR 15 zurückgestellt.

### **(4) Angabe gemäß § 160 Abs. 1 Nr. 8 AktG**

Herr Ulrich Kubak hat der Gesellschaft am 20. Dezember 2004 mitgeteilt, dass er insgesamt 68,75 % der Stimmrechtsanteile besitzt.

Am 17. Dezember 2004 wurde der Gesellschaft mitgeteilt, dass der Absolute Return Europe Fund 11,85 % und der European Catalyst Fund Limited 5,93 % der Stimmrechtsanteile besitzt.

Die INVEST Unternehmensbeteiligungs AG teilte der Gesellschaft am 20. Dezember 2004 mit, dass Ihre Stimmrechtsanteile insgesamt 5,67 % betragen und damit die meldepflichtige Schwelle von 5 % überschritten ist.

### **(5) Angabe gemäß § 161 AktG**

Auf Grundlage der Empfehlungen der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex und den geltenden gesetzlichen Bestimmungen gemäß § 161 AktG haben der Vorstand und der Aufsichtsrat im November 2004 eine Entsprechenserklärung abgegeben und im Internet ([www.klassikradioag.de](http://www.klassikradioag.de)) dauerhaft zugänglich gemacht.

Augsburg, den 30. November 2005

Ulrich Kubak  
Vorsitzender des Vorstands

Christian Erhard  
Vorstand

## Entwicklung des Anlagevermögens im Geschäftsjahr 2004/05

Anschaffungs- und Herstellungskosten				
	1.10.2004	Zugänge	Abgänge	30.9.2005
	EUR	EUR	EUR	EUR
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>				
Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	14.836,40	60.053,06	0,00	74.889,46
<b>II. Sachanlagen</b>				
1. Einbauten in fremde Grundstücke	0,00	2.258,30	0,00	2.258,30
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	19.019,06	37.625,91	24.890,41	31.754,56
3. Anlagen im Bau	0,00	12.983,52	0,00	12.983,52
	19.019,06	52.867,73	24.890,41	46.996,38
<b>III. Finanzanlagen</b>				
Anteile an verbundenen Unternehmen	9.439.287,73	94.469,00	0,00	9.533.756,73
	9.473.143,19	207.389,79	24.890,41	9.655.642,57

Kumulierte Abschreibungen			Buchwerte		
Abschreibungen des Geschäftsjahres					
1.10.2004	Abgänge	30.9.2005	30.9.2005	30.9.2004	
EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
6.050,40	13.387,21	0,00	19.437,61	55.451,85	8.786,00
0,00	322,62	0,00	322,62	1.935,68	0,00
2.586,67	8.631,38	5.383,17	5.834,88	25.919,68	16.432,39
0,00	0,00	0,00	0,00	12.983,52	0,00
2.586,67	8.954,00	5.383,17	6.157,50	40.838,88	16.432,39
0,00	0,00	0,00	0,00	9.533.756,73	9.439.287,73
8.637,07	22.341,21	5.383,17	25.595,11	9.630.047,46	9.464.506,12

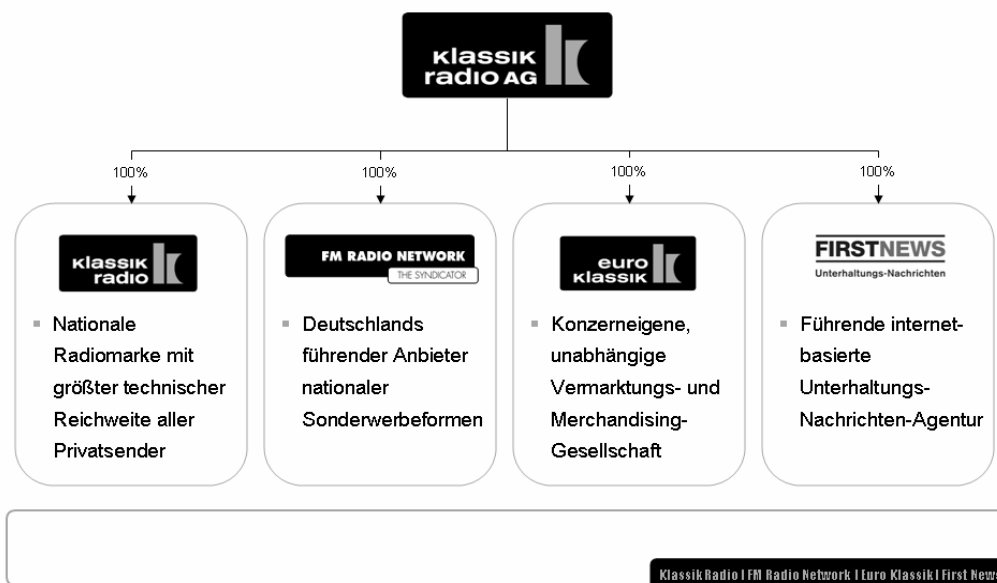
# Lagebericht und Konzernlagebericht der Klassik Radio AG für das Geschäftsjahr 2004/05

- I. Geschäftstätigkeit
- II. Geschäfts- und Rahmenbedingungen im abgelaufenen Geschäftsjahr
- III. Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Konzerns
- IV. Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage der Klassik Radio AG
- V. Risiken der künftigen Entwicklung
- VI. Ausblick

## I. Geschäftstätigkeit

Die Klassik Radio AG ist aus der Euro Media Group AG entstanden, die am 4. November 2004 umfirmierte. Seit dem 15. Dezember 2004 ist die Klassik Radio AG börsennotiert und wird im geregelten Markt in Frankfurt (General Standard) sowie im Freiverkehr in Berlin-Bremen, München und Stuttgart gehandelt.

Das Unternehmen und der wirtschaftliche Erfolg der Klassik Radio AG wird geprägt durch ihre Tochtergesellschaften. Zum Verständnis und zur Einschätzung der Lage der Klassik Radio AG sind daher nachfolgende Erläuterungen von Bedeutung.



Die Tochtergesellschaften bilden jeweils ein Segment der Geschäftstätigkeit der Klassik Radio AG ab.

**Radiosender:** Die in Hamburg basierte Klassik Radio GmbH & Co. KG ist der einzige bundesweite Privatsender mit 32 UKW Lizenzen in den Ballungsräumen und einer bundesweiten Kabelnetzvollabdeckung. Zusätzlich ist der Sender europaweit analog und digital über Astra und im web zu empfangen.

Mit smoothem Klassik-Sound, Filmmusik, New Classics und Lounge hat Klassik Radio ein in Europa einzigartiges Musikformat entwickelt. Angereichert wird das Musikprogramm um schnell getaktete Wirtschaftsnachrichten, Pressespiegel, Airportreports, Metropolenkultur und viele weitere Services. Den Anspruch des Senders spiegelt sein Hörerprofil deutlich wider. Klassik Radio verfügt im direkten Vergleich mit anderen Sendergruppen über den unangefochten höchsten Anteil an Entscheidern. Bei keinem anderen Hörfunk-Angebot schalten im Verhältnis so viele Menschen aus jener, für die Werbetreibenden besonders interessanten, Zielgruppe ein.

**Syndikation:** FM Radio Network GmbH wurde 1989 als erstes Radio-Syndication-Unternehmen in Deutschland gegründet. Hier entstehen Premium-Radioprogramme und bundesweite Funk-Sonderwerbformen. Die Gesellschaft ist Marktführer und beliefert täglich bis zu 100 Radiostationen im gesamten deutschsprachigen Europa mit hochwertigen und sendefertigen Radioprogrammen. Allein in Deutschland hören jede Woche mehr als sechs Millionen Menschen FM Radio Network Programme.

Die FM Programme erzielen durch die vielen ausstrahlenden Stationen enorme Reichweiten und - anders als herkömmliche Funkkombinationen - über das einheitliche Programmelement eine bundesweit ganz exakte Zielgruppenansprache. Die so erreichte Zielgruppe kann von einem Programm-Werbepartner, zumeist exklusiv, für eine sehr authentische, zielgruppengenaue Sonderwerbform bundesweit vereinnahmt werden. Dies kann zum Beispiel über exklusives Programmsponsoring mit Presenting-Spots oder durch, in das Programm, fest eingebettete single-platzierte Funkspots erfolgen.

**Merchandising/Vertrieb:** Die Euro Klassik GmbH hat die strategische Neuausrichtung im Merchandising weiter erfolgreich ausgebaut. Im vergangenen Geschäftsjahr wurde ein eigenes Kunden Service Center aufgebaut, um die Belange der Kunden schnell und zuverlässig abwickeln zu können. Der Merchandising Bereich von Klassik Radio trägt den Internet-Entwicklungen Rechnung und hat seit dem 1. Oktober 2005 den online-Shopbereich [www.klassikradio-shop.de](http://www.klassikradio-shop.de) neu kreiert. Dieser bedient bereits über die Hälfte der Bestellungen.

Die Gesellschaft konzentriert sich neben dem Merchandising vor allem auf die Vermarktung von Werbeflächen bei Klassik Radio und die Vermarktung von Sonderwerbformen von FM Radio Network. Die Strategie, eine eigene Vertriebsorganisation aufzubauen, ist konsequent und erfolgreich umgesetzt worden.

**Nachrichtenagentur:** FIRST NEWS Nachrichten GmbH, als Agentur für Nachrichten bereits 1993 gegründet, liefert aus einer Hand und in verlässlicher Qualität Neuigkeiten, Storys, Audio- und Fotomaterial aus den Bereichen Musik, Film, Medien, Society und Bunt. In der Zentralredaktion werden Meldungen geprüft, übersetzt, einheitlich aufbereitet und nach vielen Suchkriterien kategorisiert. Auf Subskriptionsbasis sind Meldungen dann komfortabel und blitzschnell über ein weltweit verfügbares, online-basiertes Redaktions-Tool für lizenzierte Abonnenten verfügbar. Die FIRST NEWS Nachrichtenagentur [www.firstnews.de](http://www.firstnews.de) ist heute ein für viele Radiostationen und Onlinemedien unverzichtbarer Anschluss an die Welt der Unterhaltung.

## **II. Geschäfts- und Rahmenbedingungen im abgelaufenen Geschäftsjahr**

### **Wirtschaftliches Umfeld**

Die gesamtwirtschaftliche Situation in Deutschland hat sich im Berichtszeitraum eher mit schwachem Konjunkturverlauf dargestellt. Das Wirtschaftswachstum blieb hinter den Erwartungen vieler Wirtschaftsexperten zurück. Insbesondere der klassische Einzelhandel und der Versandhandel klagen dabei seit Jahren über stagnierende und sogar rückläufige Umsätze. Ausnahme ist der über das Internet getätigte Umsatzanteil am Gesamtversandhandel, dieser wächst jährlich in zweistelliger Höhe.

Im Gesamtwerbemarkt spiegelt sich in 2005 diese Entwicklung bislang wider. Das Wachstum der klassischen Medien von 4,7% in den ersten drei Quartalen (Quelle: Nielsen Media Research) blieb unter den Erwartungen. Die Zurückhaltung der Werbetreibenden trifft hauptsächlich die Leitmedien TV und ganz wesentlich Publikumszeitschriften. Letztere müssen sogar einen Rückgang von 2,5% der Brutto Werbeaufwendungen gegenüber dem Vergleichszeitraum verzeichnen.

Andere Mediengattungen konnten allerdings vom Bedürfnis der Unternehmen und des Handels nach schnellen Verkaufserfolgen profitieren. Als effizientes und preiswertes Impulsmedium erlebt das Radio den größten Aufwind aller klassischen Medien und kann mit einem Zuwachs von 19,7% in den ersten drei Quartalen 2005 6,3% des Werbemarktes für sich vereinnahmen (Quelle: Nielsen Media Research). Die Werbeeinnahmen, welche von den Radiosendern erzielt wurden, stiegen in den ersten neun Monaten des Jahres 2005 überproportional von 697 Millionen Euro auf 834 Millionen Euro.

Auch im Hörermarkt erfreut sich das Medium Radio weiterhin größter Beliebtheit: In der Langzeitstudie Massenkommunikation, die im Auftrag von ARD und ZDF seit 1964 etwa alle fünf Jahre durchgeführt wird, liegt Radio mit einer täglichen durchschnittlichen Nutzungsdauer von 3 Stunden und 41 Minuten weiterhin an der Spitze aller Medien.

## **Entwicklung bei den Tochtergesellschaften der Klassik Radio AG**

**Radiosender:** Das Geschäftsjahr 2004/05 der **Klassik Radio GmbH & Co. KG** war geprägt von einer konsequenten Zielgruppenansprache mit der Absicht, die Hörerstruktur von Klassik Radio weiter zu verjüngen und hierdurch der Werbewirtschaft eine noch attraktivere Zielgruppe unter Beibehaltung des hohen Entscheider-, Bildungs und Einkommensanteils anzubieten. Die Reichweitensteigerungen in der jüngsten media-analyse bei jungen Zielgruppen sowie in den Abendstunden lassen erste Früchte dieser Programmarbeit erkennen. Mit der Einführung einer zweistündigen Filmmusikschiene am frühen Abend soll das Hörerpotential von Klassik Radio weiter ausgebaut werden. Zugleich können damit Werbekunden aus den Bereich TV-Sender, Kino, TV-Zeitschriften, DVD, Video etc. gezielt angesprochen werden.

Im Verkauf konnte die Premium-Partnerschaft erfolgreich gelauncht werden, Neukunden mit langfristiger Vertragsbindung konnten gewonnen werden. Ein Vertriebssteuerungs-System wurde im letzten Quartal des Geschäftsjahres erfolgreich implementiert. Die Grundlagen für eine systematische Verbreiterung der Ansprache im B-to-B-Bereich sowie eine Intensivierung der Arbeit auf der Ebene der Werbemittler im Bereich der Media-Agenturen und Kreativ-Agenturen ist damit geschaffen worden.

Gemäß der media-analyse 2005 Radio II hat sich die allgemeine Reichweite von Klassik Radio im Vergleich zum Vorjahr geringfügig reduziert. Die Zahl der Hörer pro Tag liegt für den Sender in Deutschland nun bei 974.000 (Vorjahr: 1.011.000); in der durchschnittlichen Stunde (Montag bis Samstag 6 – 18 Uhr) schalten 131.000 den Sender ein (Vorjahr: 143.000). Die Reichweite in der für den Werbemarkt besonders relevanten Zielgruppe der 14-49-Jährigen hat sich jedoch im Vorjahresvergleich zweistellig verbessert. So konnte die Zahl der Hörer pro Tag um 11% und in der Durchschnittsstunde um 19% im Vorjahresvergleich gesteigert werden.

Nach der Zustimmung der Landesmedienanstalten für die Regionalisierung des nationalen Mantelprogramms in den Metropolen Berlin und Hamburg wurde die technische Einblendung von Regionalfenstern in diesen beiden Metropolen bereits umgesetzt. Die beiden Regionalfenster von Klassik Radio wurden erstmals auch zum Einzelausweis in der media-analyse angemeldet und sind im Update der media-analyse 2005 Radio II enthalten, die am 28. September 2005 an die Agenturen und Vermarkter ausgeliefert wurde. Damit ist Klassik Radio in den wichtigsten Medialplanungstools

zunehmend dreimal gelistet. Die hierdurch ermöglichte regionale Kundenansprache wird in Zukunft konsequent eingesetzt. In den wettbewerbsintensiven Ballungszentren von Hamburg und Berlin etabliert sich Klassik Radio somit zunehmend als feste, regionale Größe im Werbemarkt.

Die technische Reichweite von Klassik Radio wurde Anfang September 2005 mit der Aufschaltung des digitalen Signals für den Satellitendirektempfang weiter verbessert. Haushalte mit digitalem Satellitenreceiver können nun ebenfalls Klassik Radio über ihre Parabolantenne empfangen. Die analoge Satellitenausstrahlung wird im Simulcast-Betrieb fortgeführt. Die Zahl der zugeteilten, terrestrischen Frequenzen beläuft sich auf insgesamt 32 UKW-Sendestandorte. Das nationale Sendeempfangsgebiet im bundesdeutschen Kabelnetz blieb mit rd. 36,6 Mio. Personen (nationale Kabelnetzabdeckung) und Programmausstrahlung in allen deutschen Metropolen und Großstädten konstant. Klassik Radio verfügt weiterhin konkurrenzlos über die größte nationale Abdeckung aller privaten Radiostationen.

**Syndication:** Auch FM Radio Network erhält Impulse aus der positiven Entwicklung des Radiomarktes im allgemeinen. Allerdings fehlte in 2004/05 das Fußballereignis der Europa- oder Weltmeisterschaft und die Abhängigkeit von Großkunden ist weiterhin spürbar.

**Merchandising:** Die Euro Klassik GmbH ist hinsichtlich des Geschäftsfeldes „Merchandising“, mit dem sich die Gesellschaft im Handelsumfeld bewegt, grundsätzlich von der allgemeinen Konsumzurückhaltung betroffen. Attraktive Produktkonzeptionen und klare Zielgruppenorientierung trugen jedoch dazu bei, den Merchandisingumsatz zu steigern. Mit einer gezielten Fokussierung auch auf den Internet-Handel kann das Merchandising an dem Wachstum dieses Vertriebsweges partizipieren.

### III. Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Konzerns

#### Ertragslage des Klassik Radio Konzerns\*

	1.10.2004-30.9.2005	Rumpfgeschäftsjahr 1.1.-30.9.2004*	Ergebnis- veränderung
	TEUR	TEUR	TEUR
Umsatzerlöse	9.004	6.149	2.855
Sonstige betriebliche Erträge	637	1.227	-590
Aufwendungen für Sendebetrieb und Programmdurchführung, für Honorare und Lizenzen und für verkaufte Produkte	-4.196	-3.037	-1.159
Personalaufwand	-2.259	-1.377	-882
Abschreibungen	-562	-477	-85
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-2.752	-1.889	-863
Zinsergebnis	-109	-228	119
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-237	368	-605
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-154	-407	253
Jahresfehlbetrag	-391	-39	-352

Mit Umsatzerlösen in Höhe von TEUR 9.004 übertrifft der Klassik Radio Konzern den Vorjahreswert des neunmonatigen Rumpfgeschäftsjahres um 46%. Die sonstigen betrieblichen Erträge setzen sich im wesentlichen aus vereinnahmten VG Media Erträgen in Höhe von TEUR 268 (i.Vj. TEUR 234), die periodenfremden Charakter haben sowie Rückstellungsaufösungen in Höhe von TEUR 66 (i.Vj. TEUR 434) zusammen. Der Ergebnisdurchfluss verschlechterte sich im Vorjahresvergleich aufgrund von Neueinstellungen im Personalbereich und in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthaltenen einmaligen Börsenaufwendungen in Höhe von TEUR 477. Das EBITDA vor Börsenaufwendungen beträgt im abgelaufenen Geschäftsjahr TEUR 910.

Umsatzerlöse mit Dritten nach Segmenten	1.10.2004- 30.9.2005		Rumpfgeschäftsjahr 1.1.-30.9.2004		Veränderung TEUR
	TEUR	%	TEUR	%	
Radiosender	4.153	46,1	2.131	34,6	2.022
Syndication	3.255	36,2	3.248	52,8	7
Merchandising	1.431	15,9	644	10,5	787
Nachrichtenagentur	173	1,9	123	2,0	50
Sonstige	-8	-0,1	3	0,1	-11
Umsatzerlöse mit Dritten	9.004	100,0	6.149	100,0	2.855

\* Die Vorjahresvergleichszahlen in den nachfolgenden Tabellen ergeben sich aus der vergleichbaren Gewinn- und Verlustrechnung für den gesamten Konsolidierungskreis. Jedoch sind auch diese Werte nur eingeschränkt vergleichbar, da sie nur einen 9-Monatszeitraum umfassen.

**Radiosender:** Die Umsatzentwicklung von Klassik Radio konnte infolge des nachhaltigen Aufbaus der Vertriebsorganisation in der konzerneigenen Vermarktungsgesellschaft Euro Klassik GmbH die Erwartungen erfüllen. Die wesentlichen Umsatztreiber sind der erfolgreiche Aufbau einer eigenen Vertriebsorganisation und die positive Entwicklung im Werbemarkt für die Gattung Radio. Der Kundenstamm von 126 buchenden Firmen in den zwölf Monaten des Vorjahres 2003/04 konnte auf 212 im Geschäftsjahr 2004/05 deutlich gesteigert werden.

**Syndication:** Das Umsatzvolumen von FM Radio Network GmbH lag mit TEUR 3.255 auf dem Niveau des vorgehenden Rumpfgeschäftsjahres. Bereinigt um das Fußballereignis EM in 2004 (Umsatz TEUR 741) konnte an die Umsatzentwicklung des Vorjahres angeknüpft werden. Der Umsatz wurde zu einem Drittel durch die langfristige Partnerschaft mit der Warsteiner Brauerei erbracht, die noch bis 2006 das Bundesliga Radio als Sponsorpartner belegt. Der übrige Teil wurde durch weitere Syndication-Produkte wie Hollywood Affairs, Galileo und Prompt im Radio sowie durch den Verkauf von Werbezeiten in Deutschland und der Schweiz erzielt. Eine neue Kompetenz der FM Radio Network GmbH im Bereich kurzfristiger Promotions im redaktionellen Umfeld von Radiostationen wurde zum ersten Mal von der RTL2 Fernsehen GmbH & Co. KG genutzt.

Die Vermarktung wurde wie bereits in 2004 von der Euro Klassik GmbH vorgenommen, die als Vertragspartner die Formate der FM Radio Network den werbetreibenden Sponsoren erfolgreich anbietet und verkauft.

**Merchandising/Vertrieb:** Die Provisionen aus dem Umsatz für Werbeaufträge der Klassik Radio GmbH & Co. KG sowie die Provisionen aus dem Umsatz der FM Radio Network GmbH lagen leicht höher als im Vorjahr nämlich bei TEUR 1.174 (i.Vj. TEUR 1.054). Die Umsätze im Merchandising haben sich auf TEUR 1.431 verdoppelt.

## Vermögenslage des Klassik Radio Konzerns

	30.9.2005		30.9.2004		Veränderung
	TEUR	%	TEUR	%	TEUR
Anlagevermögen	6.480	67,0	5.170	62,4	1.310
Umlaufvermögen	3.186	33,0	3.115	37,6	71
<b>Gesamtvermögen</b>	<b>9.666</b>	<b>100,0</b>	<b>8.285</b>	<b>100,0</b>	<b>1.381</b>
Eigenkapital	4.748	49,1	1.999	24,1	2.749
Fremdkapital	4.918	50,9	6.286	75,9	-1.368
<b>Gesamtkapital</b>	<b>9.666</b>	<b>100,0</b>	<b>8.285</b>	<b>100,0</b>	<b>1.381</b>

Das Anlagevermögen wird geprägt vom Firmenwert in Höhe von TEUR 6.221 (Vorjahr: TEUR 5.000). Die im Konzernabschluss des Vorjahres vorgenommene Verrechnung des Firmenwerts mit Rücklagen musste aufgrund einer Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln gemäß dem Einzelabschluss der Klassik Radio AG teilweise wieder zurückgenommen werden.

Das Umlaufvermögen ist im Vergleich zum Vorjahr nahezu unverändert und enthält liquide Mittel in Höhe von TEUR 1.757.

Die Erhöhung des Konzern Eigenkapitals um TEUR 2.749 resultiert aus der Kapitalzuführung durch den Börsengang in Höhe von TEUR 1.468 und die Rücknahme der Verrechnung der Kapitalrücklage mit dem Firmenwert gemäß § 309 Abs. 1 Satz 3 HGB, da diese Rücklagen zur Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln eingesetzt wurden. Das Fremdkapital hat sich von TEUR 6.286 auf TEUR 4.918 verringert. Ein maßgeblicher Teil ist hierbei die Reduktion der hierin enthaltenen Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten um TEUR 758.

## Finanzlage\*

	1.10.2004- 30.9.2005	Rumpfgeschäftsjahr 1.1.-30.9.2004	Veränderung
	TEUR	TEUR	TEUR
Cash flow aus laufender Geschäftstätigkeit	-273	-515	242
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-199	-1.449	1.250
Mittelzufluss aus der Finanzierungstätigkeit	626	2.521	-1.895
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes	154	557	-403
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	1.603	1.046	557
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	1.757	1.603	154

Der negative Cash flow aus laufender Geschäftstätigkeit resultiert aus den einmaligen Aufwendungen des Börsengangs in Höhe von TEUR 477 und höheren Personalaufwendungen infolge der Ausweitung des Personalbestandes im Vertrieb und Kunden Service Center. Bereinigt um die einmaligen Aufwendungen des Börsengangs zeigt der Klassik Radio Konzern einen positiven operativen Cash flow.

## IV. Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage der Klassik Radio AG

### Ertragslage der Klassik Radio AG

	1.10.2004- 30.9.2005	Rumpfgeschäftsjahr 1.1.-30.9.2004	Ergebnis- veränderung
	TEUR	TEUR	TEUR
Umsatzerlöse	1.527	440	1.087
Sonstige betriebliche Erträge	17	72	-55
Aufwendungen für bezogene Leistungen	-4	-29	25
Personalaufwand	-651	-182	-469
Abschreibungen	-22	-4	-18
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-1.212	-550	-662
Zinsergebnis	-181	10	-191
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-526	-243	-283
Steuern vom Einkommen und Ertrag	0	0	0
Jahresfehlbetrag	-526	-243	-283

\* Die Vorjahresvergleichszahlen in den nachfolgenden Tabellen ergeben sich aus der vergleichbaren Kapitalflussrechnung für den gesamten Konsolidierungskreis. Jedoch sind auch diese Werte nur eingeschränkt vergleichbar, da sie nur einen 9-Monatszeitraum umfassen.

Die Klassik Radio AG realisierte ihre Umsatzerlöse im Wesentlichen aus Leistungsabrechnungen innerhalb der Firmengruppe, die auf eine Kostendeckung zuzüglich eines Gewinnaufschlags ausgerichtet sind. Im vergangenen Geschäftsjahr wurden die Verrechnungsmodalitäten neu strukturiert. Dies führte zu einem deutlichen Anstieg der Umsatzerlöse. Das Geschäftsergebnis war entscheidend von den einmaligen Kosten des Börsengangs in Höhe von TEUR 477 geprägt, die in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten sind.

### Vermögens- und Finanzlage der Klassik Radio AG

	30.9.2005		30.9.2004		Veränderung TEUR
	TEUR	%	TEUR	%	
Anlagevermögen	9.630	91,2	9.464	88,4	166
Umlaufvermögen	931	8,8	1.236	11,6	-305
Gesamtvermögen	10.561	100,0	10.700	100,0	-139
Eigenkapital	6.751	63,9	5.809	54,3	942
Fremdkapital	3.810	36,1	4.891	45,7	-1.081
Gesamtkapital	10.561	100,0	10.700	100,0	-139

Die Aktiva sind bestimmt durch den Wertansatz der von der Klassik Radio AG gehaltenen Beteiligungen in Höhe von TEUR 9.534. Die Beteiligungen bestehen alle zu 100%. Die dominierende Position des Umlaufvermögens sind liquide Mittel in Höhe von TEUR 805.

Die Veränderungen im Eigenkapital in Höhe von TEUR 942 setzen sich aus dem Zufluss neuen Eigenkapitals infolge des Börsenganges in Höhe von TEUR 1.468 abzüglich des Jahresfehlbetrages zusammen. Im Fremdkapital wurden die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten planmäßig in Höhe von TEUR 408 und darüber hinaus mit einem Betrag von TEUR 350 vorzeitig getilgt.

## **V. Risiken der künftigen Entwicklung**

### **Das Risikomanagementsystem bei Klassik Radio**

Der Klassik Radio Konzern ist mit seinen verschiedenen Segmenten unterschiedlichen Risiken ausgesetzt. Es ist die Aufgabe des implementierten Risikomanagementsystems, Risiken rechtzeitig zu erkennen, zu systematisieren und dem Management zu kommunizieren. Damit wird die Entscheidungsgrundlage für Maßnahmen zur Abwendung bzw. Minimierung der Risiken geschaffen. Die konzernweit abgestimmten Planungs-, Reporting-, Controllingsysteme unterstützen eine ganzheitliche Risikoanalyse und Steuerung. Das Risikomanagement bildet einen entscheidenden Bestandteil der Steuerungssysteme. Die operativen Geschäftsfelder steuern die in ihrem Verantwortungsbereich auftretenden Risiken eigenständig. Risiken der Geschäftsfelder, die sich im Konzernverbund möglicherweise kumulieren, werden zentral erfasst und gesteuert.

Das Management des Klassik Radio Konzerns setzte sich in den letzten Monaten eingehend mit der Analyse und Verbesserung des internen Risikomanagements, der qualitativen Weiterentwicklung der Planungs-, Reportings-, und Prognoseinstrumente sowie der Verbesserung der erfolgsorientierten Vergütung im Konzern auseinander. Derzeit wird noch an der Integration eines Chancenmanagements gearbeitet.

### **Marktrisiken**

#### **Die konjunkturelle Entwicklung im Werbemarkt und Handel prägen die Geschäftspotenziale des Klassik Radio Konzern.**

Der Klassik Radio Konzern bewegt sich mit Klassik Radio und FM Radio Network im starken konjunkturellen Schwankungen unterworfenen Werbemarkt und mit Merchandising im kaufkraftabhängigen Handelsumfeld. Beide Markteinheiten sind von der gesamtwirtschaftlichen Lage abhängig. Das Risiko der Konjunkturschwäche bedeutet für den Klassik Radio Konzern, dass der Markt kein ausreichendes Potenzial für die nachhaltige Erlöserzielung generiert.

Die derzeit sich abzeichnende Erholung im Werbemarkt gilt insbesondere für die Werbegattung Radio. Klassik Radio und FM Radio Network versuchen durch Alleinstellungsmerkmale, Branding und Zielgruppenorientierung ihre erfolgreiche Nischenposition auszubauen. Mit dem zweiten Standbein des Internet-Handels steuert Merchandising fokussiert dem rückläufigen Handelstrend entgegen.

### **Dem Wachstum des Klassik Radio Konzern setzt der intensive Wettbewerb natürliche Grenzen.**

Der Radiowerbemarkt ist dominiert von den nationalen Vermarktern Radio Marketing Services GmbH & Co. KG und ARD Sales Services. Anbieterseitig prägen öffentlich-rechtliche Regionalsender und überwiegend privatrechtlich organisierte Spartensender den deutschen Radiomarkt. Im zwar wachsenden, aber anteilmäßig doch kleinen Radio-Werbemarkt (6,3% Marktanteil Januar – September 2005, Quelle: Nielsen Media Research) herrscht intensiver Wettbewerb. Insbesondere da Privatsender ohne die Einkommensquelle aus Gebühren auskommen müssen, birgt dies kontinuierlich das Risiko schrumpfender Erträge.

### **Branchen- und unternehmensspezifische Risiken**

#### **Der Geschäftserfolg des Klassik Radio Konzerns ist erheblich von der Generierung von Werbeerlösen abhängig.**

Der Klassik Radio Konzern hat mit der Etablierung einer eigenen Vertriebsorganisation für Klassik Radio und FM Radio Network einen eigenständigen Vermarktungsweg unabhängig von den großen Vermarktungsgesellschaften beschritten. Im wettbewerbsintensiven und konjunkturell schwankenden Werbemarkt birgt dies trotzdem das Risiko von Umsatzrückgängen und Ertragseinbußen. Klassik Radio steuert dem mit Produktinnovationen und dem quantitativen und qualitativen Ausbau der Vertriebsorganisation entgegen.

#### **Die Marktsättigung im Merchandising und die Kaufkraftentwicklung limitieren das Wachstum im Merchandising.**

Beim Merchandising besteht grundsätzlich das Risiko der Marktsättigung und konjunktureller Konsumschwäche. Aktives Kundenmanagement, Produktinnovationen und Aufbau weiterer Vertriebswege wie Internet-Handel sollen dem proaktiv entgegenwirken.

#### **Starke Abhängigkeit von dem Hauptaktionär und Vorstand der Gesellschaft**

Herr Ulrich R. J. Kubak prägt als Gründer, Vorstand und Hauptaktionär (66,75%) die Geschäfte der Unternehmensgruppe in wesentlicher Weise. In dieser starken Position bestimmt Herr Kubak im Innen- wie auch Aussenverhältnis die wesentliche Ausrichtung des Konzerns. In der operativen Geschäftsführung sind Geschäftsführer und Bereichsleiter in der Verantwortung, ein zweiter Vorstand ist berufen. Ein operatives Restrisiko und die Rolle als Hauptkapitalgeber bleiben bestehen.

**FM Radio Network GmbH ist von wenigen Kunden und einer geringen Anzahl von Sonderwerbformen abhängig.**

FM Radio Network GmbH ist zur Zeit noch von wenigen, großen Werbepartnern abhängig. Daneben ist die Gesellschaft umsatzseitig von dem zweijährigen EM-WM-Zyklus durch das Bundesliga-Format abhängig. Diese Sonderwerbform ist zusätzlich an die Person Franz Beckenbauer geknüpft. Neue Vertriebs- und Produktwege zur Diversifikation und Risikominimierung wurden jedoch im abgelaufenen Geschäftsjahr bereits erfolgreich beschrritten

### **Rechtliche Risiken**

**Die befristet erteilten rundfunkrechtlichen Lizenzen sind mit bestimmten Auflagen verbunden und konzentrationsrechtlichen Meldepflichten unterworfen, deren Beachtung und Befolgung wesentlich für den Bestand der Genehmigungen ist.**

Die rundfunkrechtlichen Genehmigungen („Sendelizenzen“) sind in Deutschland zeitlich befristet erteilt. Klassik Radio GmbH & Co. KG hält eine entsprechende Sendelizenz der Hamburgischen Anstalt für neue Medien zur Verbreitung über Satellit, welche bis 31. Mai 2009 befristet ist. Daneben verfügt der Sender über terrestrische UKW-Stützfrequenzen, die gestaffelt zwischen 2006 und 2011 befristet sind. Eine Verlängerung der Fristen wird in der Regel gewährt, jedoch ohne Garantie. Die Lizenzen und Genehmigungen beinhalten zum Teil auch Auflagen, deren Nichtbefolgung die Landesmedienanstalten auch während der Laufzeit zu einem Widerruf berechtigen.

### **Gesamtrisiko**

Im Klassik Radio Konzern wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr keine bestandsgefährdenden Risiken identifiziert. Risiken, die den Fortbestand des Unternehmens gefährden könnten, sind nicht erkennbar.

## **VI. Ausblick**

Die „Renaissance“ des Mediums Radio wird durch den Werbetrend der Differenzierung und der Kosten- und Nutzeneffizienz des Mediums an sich getragen. Hörfunkwerbung befindet sich deshalb nach Meinung von Branchenexperten im Aufwind.

Nach dem signifikanten und lange dauernden Abschwung in den vergangenen Jahren wird dem deutschen Radio-Werbemarkt für dieses und die kommenden Jahre ein deutliches Wachstum prognostiziert (Quelle: Eurocast). Das durchschnittliche Wachstum der Radio-Werbeausgaben liegt nach dieser Prognose pro Jahr bei 4,6 Prozent. Der Aufwärtstrend wird auch durch die GfK-WirtschaftsWoche-Werbeklima-Studie 2006 gestützt, die von steigenden Werbebudgets, erhöhten Werbeaufwendungen und einer positiven Tendenz für klassische Medien bei der Werbeträgerprognose ausgeht. Die aktuellen ma-Zahlen zeigen das gleiche Bild. Klassik Radio geht daher von einer nachhaltigen positiven Trendwende im Werbeumfeld aus.

Der Buchungsstand per 31. Oktober 2005 für das I. Quartal 2005/06 beim **Radiosender** bestätigt bzw. übertrifft bisher die Erwartungen. Die Kundenbasis konnte erheblich ausgebaut werden und wird auch weiterhin verbreitert werden. Der Umsatz pro Kunde sowie die Kundenanzahl sind neben der Einschaltquote und der Anzahl der Vertriebsmitarbeiter wesentliche Erfolgskomponenten im kommenden Geschäftsjahr.

Zusätzlich gerät die Klassik Radio Zielgruppe (30+) zunehmend in den Fokus der Werbeindustrie. Die Entwicklung der Bevölkerungspyramide sorgt für eine quantitative Verbreiterung der Zielgruppe. Klassik Radio als first mover in diesem zukunftssträchtigen Segment kann darüber hinaus auch qualitativ profitieren:

- überdurchschnittlicher Bildungsstand
- überproportional hoher Entscheideranteil und
- hohes Einkommen und Spending seiner Zielgruppe.

Im Bereich **Syndication** wird die Fußball WM in 2006 einen Umsatz- und Ertragsimpuls geben. Die Diversifikation und Verbreiterung der Kunden- und Programmpalette ist vorrangigste Management-Aufgabe auch in 2005/06. Der Prozess wurde im III. Quartal 2004/05 erfolgreich begonnen und wird voraussichtlich im kommenden Jahr noch nicht abgeschlossen sein. Produkt- und Vertriebsinnovationen sind bereits in die Wege geleitet. Auch Syndication profitiert vom „Radio-Boom“ und wird nachhaltig die Umsatz- und Ertragspotenziale für sich nutzen.

**Merchandising** ist nunmehr erfolgreich als drittes Umsatz- und Ertrags-Standbein etabliert. Die Klassik Radio Eigenprodukte wurden mit Launch des neuen Shop um bezogene Fremdprodukte erweitert. Diese stets zielgruppenorientierte Sortimentsgestaltung ist im kontinuierlichen Fokus, daneben werden auch neue Technologie-Ansätze wie PAYperSTREAM oder Download evaluiert. Für 2005/06 sind mehr als 10 Neuererscheinungen geplant.

Auf kontinuierlich erfolgreicher Basis wird das Nachrichtengeschäft gesehen. Als Provider von bereits mehr als 60 Radiostationen ist die **FIRST NEWS Nachrichten GmbH** eine vom Markt nicht mehr wegzudenkende Größe.

Im Klassik Radio Konzern ist von einer leichten Steigerung der Betriebskosten bei Umsatzausweitung in den Folgejahren auszugehen, jedoch unterproportional zur Umsatzentwicklung. Stringentes Kostenmanagement und Budgetkontrolle sind etabliert.

In Aggregation der Umsatz- und Ertragspotenziale der einzelnen Segmente ist im Konzern von einer Fortsetzung des Wachstumskurses in Umsatz und Ertrag auszugehen. Der Vorstand des Klassik Radio Konzerns erwartet für das neue Geschäftsjahr 2005/06 eine deutliche Umsatz- und Ergebnissteigerung. Nach dem erfolgreichen Börsengang und dem damit einhergehenden Einsatz von finanziellen und personellen Ressourcen wird der Fokus in den nächsten Jahren auf dem Management des organischen Wachstums liegen. Daneben wird der Konzern strategische Chancen durch gezielten Zukauf im Visier halten. Die Steigerung des Unternehmenswertes ist dabei oberste Maxime.

Augsburg, den 30. November 2005

## Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung der Klassik Radio AG (bis 4. November 2004: Euro Media Group AG), Augsburg, und ihren Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2004 bis 30. September 2005 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften und den ergänzenden Regelungen der Satzung liegen in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und über den Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Jahresabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Lagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld der Gesellschaft sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluss und Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen des Vorstands sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Überzeugung vermittelt der Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Klassik Radio AG. Der Lagebericht gibt insgesamt eine zutreffende Vorstellung von der Lage der Gesellschaft und stellt die Risiken der künftigen Entwicklung zutreffend dar.

München, den 5. Dezember 2005

KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft  
Aktiengesellschaft  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Wolfs  
Wirtschaftsprüfer

Velten  
Wirtschaftsprüfer