

Bestätigungsvermerk

Jahresabschluss zum 30. September 2007
und Lagebericht

Klassik Radio AG
Augsburg



Bestätigungsvermerk

Jahresabschluss zum 30. September 2007
und Lagebericht

Klassik Radio AG
Augsburg

Klassik Radio AG, Augsburg

Bilanz zum 30. September 2007

Aktiva

	30.9.2007		30.9.2006	
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
A. Anlagevermögen				
I. Immaterielle Vermögensgegenstände				
Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Werten und Rechten		30		40
II. Sachanlagen				
1. Einbauten in fremde Grundstücke	119		132	
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	111	230	131	263
III. Finanzanlagen				
Anteile an verbundenen Unternehmen		9.559		9.559
		<u>9.819</u>		<u>9.862</u>
B. Umlaufvermögen				
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände				
1. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	627		184	
2. Sonstige Vermögensgegenstände	47	674	28	212
II. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten		145		453
		<u>819</u>		<u>665</u>
C. Rechnungsabgrenzungsposten		22		18
		<u>10.660</u>		<u>10.545</u>

Passiva

	30.9.2007		30.9.2006	
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
A. Eigenkapital				
I. Gezeichnetes Kapital		4.500		4.500
II. Kapitalrücklage				
Anfangsbestand	1.820		3.054	
Entnahme	0		-1.234	
Endbestand		1.820		1.820
III. Bilanzgewinn		31		0
		6.351		6.320
B. Rückstellungen				
Sonstige Rückstellungen		228		333
C. Verbindlichkeiten				
1. Anleihen		1.553		0
–davon konvertibel TEUR 1.500 (i. Vj. TEUR 0)–				
2. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten		940		1.589
3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		96		77
4. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen		1.439		2.195
5. Sonstige Verbindlichkeiten		53		31
–davon aus Steuern TEUR 53 (i. Vj. TEUR 30)–				
		4.081		3.892
		10.660		10.545

Klassik Radio AG, Augsburg

Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit vom 1. Oktober 2006 bis 30. September 2007

	2006/07		2005/06	
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
1. Umsatzerlöse		2.888		2.183
2. Sonstige betriebliche Erträge		194		111
		3.082		2.294
3. Aufwendungen für bezogene Leistungen		0		-3
4. Personalaufwand				
a) Löhne und Gehälter	-901		-957	
b) Soziale Abgaben	-85	-986	-82	-1.039
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		-69		-50
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen		-1.780		-1.466
7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		20		15
–davon aus verbundenen Unternehmen TEUR 5 (i. Vj. TEUR 3)–				
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		-236		-182
–davon an verbundene Unternehmen TEUR 116 (i. Vj. TEUR 94)–				
9. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit		31		-431
10. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		0		0
11. Jahresüberschuss/-fehlbetrag		31		-431
12. Verlustvortrag		0		-803
13. Entnahme aus der Kapitalrücklage		0		1.234
14. Bilanzgewinn		31		0

Klassik Radio AG, Augsburg

Anhang zum Jahresabschluss für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2006 bis 30. September 2007

A. Allgemeine Angaben

Die Klassik Radio AG ist eine am Geregelten Markt in Frankfurt börsennotierte private Radio-Holding mit 5 wesentlichen Geschäftsfeldern. Im Zentrum der Aktivitäten der Klassik Radio-Gruppe steht der Betrieb des Hörfunkspartensenders Klassik Radio sowie der Vermarktungsgesellschaften Euro Klassik GmbH und Protone Promotion Werbeagentur GmbH, deren Anteile seit dem 27. Februar 2007 zu 100% gehalten werden. 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 vom Kalenderjahr abweichende Geschäftsjahr beginnt am 1. Oktober und endet im darauf folgenden Jahr zum 30. September.

Der Jahresabschluss der Klassik Radio 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 nach IFRS 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 (Anlage zum Anhang) 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.

(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 gem. HGB TEUR	Jahres- ergebnis gem. HGB TEUR
1	Klassik Radio AG (Muttergesellschaft)				
(a) unmittelbarer Anteilsbesitz					
2	Euro Klassik GmbH, Augsburg	1	100	5.505	-333
3	FM Radio Network GmbH, Augsburg	1	100	10	-358
4	FIRST NEWS Nachrichten GmbH, Augsburg	1	100	84	22
5	Protone Promotion Werbeagentur GmbH (vorm. Klassik Radio M&A one GmbH), Augsburg	1	100	-1.603	-1.628
(b) mittelbarer Anteilsbesitz					
6	Klassik Radio GmbH & Co. KG, Hamburg	2	100	1.487	965
7	Klassik Radio Geschäftsführungs GmbH, Hamburg	2	100	152	9

Im Berichtsjahr ergeben sich folgende Änderungen:

Die Klassik Radio M&A one GmbH hat mit Notarvertrag vom 27. Februar 2007 ihre Option auf den Erwerb der restlichen 25% der Anteile der Protone Promotion Werbeagentur GmbH, Kiel, gezogen. Sie hält seit diesem Zeitpunkt auch diese Tochtergesellschaft zu 100%.

Mit Notarvertrag vom 01. August 2007 wurde die Protone Promotion Werbeagentur GmbH, Kiel, auf die Klassik Radio M&A one GmbH, Augsburg, verschmolzen und diese zugleich in Protone Promotion Werbeagentur GmbH umfirmiert.

Das Ergebnis betrifft den Zeitraum vom 01.07.2006 bis 30.06.2007 sowie vom 01.07.2007 bis 30.09.2007 und umfasst auch den Verschmelzungsverlust in Höhe von TEUR 1.556.

(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 627 (i.Vj. TEUR 184) betreffen die Verrechnung der allgemein anfallenden Kosten, welche für alle Tochtergesellschaften des Klassik Radio AG Konzerns zunächst von der Gesellschaft getragen werden, und mit einer monatlichen Pauschale weiter verrechnet werden.

Die sonstigen Vermögensgegenstände in Höhe von TEUR 47 (i.Vj. TEUR 28) entfallen auf Forderungen gegen ein Marktforschungsinstitut in Höhe von TEUR 18 sowie eine bereits geleistete Zahlung in Bezug auf eine Werbekampagne, welche im nächsten Geschäftsjahr durchgeführt werden soll.

(4) Flüssige Mittel

Die liquiden Mittel in Höhe von TEUR 145 (i.Vj. TEUR 453) betreffen Bankguthaben.

(5) Rechnungsabgrenzung

Die aktive Rechnungsabgrenzung in Höhe von TEUR 22 (i.Vj. TEUR 18) betrifft überwiegend die allgemeinen Geschäftsversicherungen, welche für den gesamten Klassik Radio AG Konzern abgeschlossen wurden, die bereits bezahlte Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung für Manager und Aufsichtsorgane sowie Mitglieds- und Erhebungsbeiträge an ein Marktforschungsinstitut.

(6) Eigenkapital

1. Grundkapital

Das in 4.500.000 auf den Namen lautende Stückaktien eingeteilte Grundkapital der Gesellschaft betrug am 30. September 2007 unverändert zum Vorjahr TEUR 4.500.

2. Kapitalrücklage

Die Kapitalrücklage enthält die bei Ausgabe von Aktien über den Nennbetrag hinaus erzielten Beträge. Im Vorjahr wurden der Jahresfehlbetrag (TEUR 431) und der Verlustvortrag aus dem Vorjahr (TEUR 803) mit der Kapitalrücklage verrechnet.

3. Genehmigtes/Bedingtes Kapital

Genehmigtes Kapital I/2006

Der Vorstand ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 29. März 2006 ermächtigt, das Grundkapital mit Zustimmung des Aufsichtsrates bis zum 8. Mai 2011 gegen Bar- und/oder Sacheinlage einmal oder mehrmals um insgesamt bis zu TEUR 2.250 zu erhöhen, wobei das Bezugsrecht der Aktionäre ausgeschlossen werden kann (Genehmigtes Kapital 2006/I).

Bedingtes Kapital I/2006 / Aktienoptionen

Das Grundkapital der Gesellschaft ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 29. März 2006 um TEUR 450 bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2006/I). Das bedingte Kapital dient der Gewährung von Optionsrechten.

Bedingtes Kapital II/2006 / Wandelschuldverschreibungen

Das Grundkapital der Gesellschaft ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 29. März 2006 um TEUR 1.800 bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2006/II). Das bedingte Kapital dient der Gewährung von Wandlungsrechten an die Inhaber von Wandelschuldverschreibungen.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde eine Wandelschuldverschreibung in Höhe von TEUR 1.500 begeben. Der Wandlungspreis je Aktie beträgt EUR 10,00. Damit können - vorbehaltlich einer Anpassung des Wandlungspreises durch spätere Kapitalmaßnahmen - bei vollständiger Platzierung der Wandelschuldverschreibung maximal Stück 150.000 neue Aktien aus dem bedingten Kapital entstehen. Dies würde einem Anteil von 3,3% des aktuellen Grundkapitals (TEUR 4.500) entsprechen.

(7) Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen betreffen in Höhe von TEUR 23 (i.Vj. TEUR 76) personalbezogene Abgrenzungen, in Höhe von TEUR 132 (i.Vj. TEUR 186) Beratungs- und Abschlusskosten sowie mit TEUR 73 (i.Vj. TEUR 71) erkennbare Verpflichtungen betreffend das abgelaufene Geschäftsjahr gemäß der erwarteten Inanspruchnahme.

(8) Verbindlichkeiten

Die Verbindlichkeiten setzen sich wie folgt zusammen:

Verbindlichkeitspiegel zum 30. September 2007			
Art der Verbindlichkeit	Restlaufzeit bis 1 Jahr EUR	Restlaufzeit 1 bis 5 Jahre EUR	Gesamtsumme EUR
1. Anleihen (im Vorjahr)	53 (0)	1.500 (0)	1.553 (0)
2. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten (im Vorjahr)	739 (708)	201 (881)	940 (1.589)
3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (im Vorjahr)	96 (77)	0 (0)	96 (77)
4. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen (im Vorjahr)	1.439 (2.195)	0 (0)	1.439 (2.195)
5. sonstige Verbindlichkeiten (im Vorjahr) -- davon aus Steuern TEUR 53 (i.Vj. TEUR 30)	53 (31)	0 (0)	53 (31)
Gesamtsumme (im Vorjahr)	2.380 (3.011)	1.701 (881)	4.081 (3.892)

1.) Anleihen

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde eine Wandelschuldverschreibung in Höhe von nominal TEUR 1.500 mit einer Laufzeit von drei Jahren bis zum 15. März 2010 begeben. Der Zins beträgt 6,5% des Nennbetrages und wird jährlich nachträglich ausbezahlt. Der Wandlungspreis je Aktie beträgt EUR 10,00. Damit können - vorbehaltlich einer Anpassung des Wandlungspreises durch spätere Kapitalmaßnahmen - bei vollständiger Platzierung der Wandelschuldverschreibung maximal Stück 150.000 neue Aktien aus dem bedingten Kapital entstehen. Dies würde einem Anteil von 3,3% des aktuellen Grundkapitals (TEUR 4.500) entsprechen.

2.) Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten

Baden-Württembergische Bank AG, Stuttgart

Die Darlehensverbindlichkeit gegenüber der Baden-Württembergische Bank AG, Stuttgart, besteht in Höhe von TEUR 476 und wird mit 5% p.a. verzinst. Das ursprüngliche Darlehen in Höhe von TEUR 1.700 wird monatlich seit dem 30. Oktober 2004 zu jeweils TEUR 34 bis zum 30. November 2008 getilgt.

Die Kreditverbindlichkeit gegenüber der Baden-Württembergische Bank AG, Stuttgart, ist durch eine Verpflichtungserklärung zur notariellen Verpfändung sämtlicher (nominell DM 4.000.000,00) Kommanditanteile der Euro Klassik GmbH (ehem. KR Holding GmbH) an der Klassik Radio GmbH & Co. KG und Verpfändung sämtlicher (nominell EUR 25.000,00) Geschäftsanteile der Euro Klassik GmbH (ehem. KR Holding GmbH) besichert. Darüber hinaus besteht eine Gleichstellungsvereinbarung. Außerdem bestehen kurzfristige Finanzschulden auf den Girokonten in Höhe von TEUR 41.

BTV 3 Banken Gruppe, Bank für Tirol und Vorarlberg AG, Augsburg

Die Darlehensverbindlichkeit gegenüber der BTV 3 Banken Gruppe, Bank für Tirol und Vorarlberg AG, Augsburg, besteht in Höhe von TEUR 423, diese ist mit 5,4% p.a. zu verzinsen. Das ursprüngliche Darlehen in Höhe von TEUR 700 wird monatlich seit dem 31. Juli 2006 mit einer Annuität in Höhe von TEUR 21 bis zum 30. Juni 2009 getilgt. Es besteht ebenfalls eine Gleichstellungsvereinbarung. Die Kreditaufnahme wurde notwendig um die Darlehensverpflichtung aus dem Anteilskauf von FM Radio Network GmbH (fällig zum 30. Juni 2006) gegenüber der RTL Radio Deutschland GmbH in Höhe von TEUR 692 inkl. Zinsen abzulösen.

3.) Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

Die zum Bilanzstichtag ausgewiesenen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind innerhalb der nächsten 3 Monate fällig.

4.) Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen setzen sich aus Verbindlichkeiten gegenüber der Euro Klassik GmbH in Höhe von TEUR 394 (i.Vj. TEUR 947), der FM Radio Network GmbH in Höhe von TEUR 219 (i.Vj. TEUR 925), der Klassik Radio GmbH & Co. KG in Höhe von TEUR 765 (i.Vj. TEUR 323) sowie der FIRST NEWS Nachrichten GmbH in Höhe von TEUR 61 (i.Vj. TEUR 0) zusammen. Es handelt sich im Wesentlichen aus kurzfristigen Darlehensgewährungen, die mit Forderungen aus Umlagen verrechnet werden.

5.) Sonstige Verbindlichkeiten

Die sonstigen Verbindlichkeiten enthalten im Wesentlichen Zahlungsverpflichtungen gegenüber dem Finanzamt aus Umsatzsteuer und Lohn- und Kirchensteuer in Höhe von TEUR 53 (i.Vj. TEUR 30).

D. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

(1) Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse beinhalten Erträge aus erbrachten Dienstleistungen sowie Weiterverrechnungen aus Raumkosten gegenüber den Tochtergesellschaften.

(2) Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge enthalten Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen in Höhe von TEUR 44 (i.Vj. TEUR 3), die periodenfremden Charakter haben. Die weiteren Posten betreffen im Wesentlichen Kostenweiterberechnungen an Tochtergesellschaften in Höhe von TEUR 121 und Erlöse aus KFZ-Nutzung in Höhe von TEUR 23.

(3) Personalaufwand

Im Geschäftsjahr 2006/07 waren durchschnittlich 9 Mitarbeiter (i.Vj. 8) beschäftigt. Zusätzlich waren zum Bilanzstichtag 2 (i.Vj. 3) Vorstände bestellt.

(4) Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von TEUR 1.780 (i.Vj. TEUR 1.466) enthalten unter anderem TEUR 137 (i.Vj. TEUR 186) Börsenaufwendungen sowie mit der Börsennotierung in Verbindung stehende Aufwendungen für die Öffentlichkeitsarbeit in Höhe von TEUR 33 (i.Vj. TEUR 105). Für Beratungs- und Prüfungsleistungen sind Aufwendungen in Höhe von TEUR 411 (i.Vj. TEUR 332) angefallen. Weiterhin enthalten sind Aufwendungen für die Dienstleistung des Kunden Service Center der Tochtergesellschaft Euro Klassik GmbH in Höhe von TEUR 232 (i.Vj. TEUR 231) und Raumaufwendungen in Höhe von TEUR 234 (i.Vj. TEUR 230) sowie die Karenzentschädigung an einen ehemaligen Vorstand in Höhe von TEUR 140.

(5) Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge

Von den sonstigen Zinsen und ähnlichen Erträgen betreffen TEUR 5 (i.Vj. TEUR 3) verbundene Unternehmen. Auf Bankguthaben entfällt ein Zinsertrag von TEUR 15 (i. Vj. TEUR 12).

(6) Zinsen und ähnliche Aufwendungen

Von den Zinsaufwendungen entfallen TEUR 116 (i.Vj. TEUR 94) auf verbundene Unternehmen, TEUR 53 auf die Wandelschuldverschreibung und TEUR 67 (i.Vj. TEUR 66) auf Verbindlichkeiten gegenüber Banken.

E. Sonstige Angaben

(1) Aktienoptionen

Um den Führungskräften und sonstigen Leistungsträgern mit Mitbewerbern vergleichbare attraktive Rahmenbedingungen und zielorientierte Motivationsanreize bieten zu können, hat die Klassik Radio AG im vergangenen Geschäftsjahr einen Aktienoptionsplan 2006 (AOP) aufgelegt, dessen Bezugsrechte zum Bezug von bis zu 450.000 auf den Namen lautenden nennwertlosen Stückaktien berechtigen.

Die Bezugsrechte können nach Ablauf der Wartezeit von 2 Jahren nur ausgeübt werden, wenn das arithmetische Mittel der Schlusskurse der Klassik Radio AG im XETRA - Handel an der Frankfurter Wertpapierbörse an den letzten fünf Handelstagen vor dem Tag der Ausübung den Ausübungspreis, der dem arithmetischen Mittel der Schlusskurse im XETRA - Handel an den letzten fünf Börsentagen vor Ausgabe der jeweiligen Option entspricht, um mindestens 25% übersteigt. Im Geschäftsjahr 2005/06 wurden drei Tranchen des Aktienoptionsplans an Vorstand, Geschäftsführer und Mitarbeiter ausgegeben. Es wurden im Vorjahr 171.400 Bezugsrechte zugeteilt. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden 51.600 Aktienoptionen verwirkt, somit bestehen zum 30. September 2007 119.800 Bezugsrechte.

(2) Honorare des Abschlussprüfers

Die Honorare für die Abschlussprüfung belaufen sich auf TEUR 62 (i.Vj. TEUR 39). Sonstige Bestätigungs- und Bewertungsleistungen wurden mit TEUR 0 (i.Vj. TEUR 1) und sonstige Leistungen mit TEUR 64 (i.Vj. TEUR 108) in Rechnung gestellt.

(3) Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Die finanziellen Verpflichtungen zum 30. September 2007 ergeben sich aus nachstehender Übersicht:

	Fälligkeiten		
	< 1 Jahr	1-5 Jahre	> 5 Jahre
	TEUR	TEUR	TEUR
Raummiete	204	817	17
Leasing	21	38	0
Versicherung	25	0	0
Instandhaltung	3	1	1
Summe	253	856	18

(4) Organe

Der Vorstand setzte sich im Geschäftsjahr 2006/07 wie folgt zusammen:

Herr Ulrich R.J. Kubak, Kaufmann, Augsburg (Vorsitzender)

Herr Christian Erhard, Kaufmann, Königstein i.T.

Herr Wolfgang Maennel, Kaufmann, Bad Soden a.T. (bis 31. März 2007)

Der Aufsichtsrat setzte sich im Geschäftsjahr 2006/07 gemäß § 9 der Satzung aus drei Mitgliedern zusammen:

Frau Dr. Dorothee Hallerbach, Rechtsanwältin (Vorsitzende)

Herr Philippe Graf von Stauffenberg, Kaufmann (stellvertretender Vorsitzender)

Herr Dr. Reinhold Schorer, Rechtsanwalt

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

- Mood Media SA (L)

- Salford(UK)

(5) Angabe von Bezügen

Für die Wahrnehmung der Aufgaben des Vorstandsvorsitzenden im Mutterunternehmen und den Tochterunternehmen erhielt Herr Ulrich R.J. Kubak ein Fixum in Höhe von TEUR 252 (i.Vj. TEUR 252) und Nebenleistungen in Höhe von TEUR 13 (i.Vj. TEUR 10).

Herr Christian Erhard erhielt für die Wahrnehmung seiner Vorstandsaufgaben ein Fixum von TEUR 120 (i.Vj. TEUR 120), eine variable Vergütung in Höhe von 73 (i.Vj. TEUR 71) sowie Nebenleistungen in Höhe von TEUR 18 (i.Vj. TEUR 18). Darüber hinaus wird Herrn Christian Erhard ein Bezugsrecht innerhalb des Aktienoptionsprogramms, nach den oben ausgeführten Bedingungen, auf 50.000 Stückaktien gewährt.

Der Vorstand Herr Wolfgang Maennel erhielt für die Wahrnehmung der Aufgaben im Mutterunternehmen und Tochterunternehmen ein Fixum in Höhe von TEUR 75 (i.Vj. TEUR 50) und Nebenleistungen in Höhe von TEUR 5 (i.Vj. TEUR 3). Herr Wolfgang Maennel ist am 31. März 2007 aus dem Unternehmen ausgeschieden. Weiterhin wurde eine Karenzentschädigung für das Wettbewerbsverbot in Höhe von TEUR 140 ausbezahlt.

Für den Aufsichtsrat wurden im Geschäftsjahr 2006/07 Bezüge in Höhe von TEUR 17 (i.Vj. TEUR 15) zurückgestellt.

(6) Angabe gemäß § 160 Abs. 1 Nr. 8 AktG

Meldung nach § 15a sowie 25 WpHG	Stand September 2007		Stand September 2006	
	EUR	%	EUR	%
Ulrich R.J. Kubak	3.013.600	66,97%	3.013.600	66,97%
Absolute Activist Value Fund Limited, Cayman Islands	keine Angabe	> 15%	keine Angabe	0%
ABSOLUTE RETURN EUROPE FUND, Cayman Islands	keine Angabe	0%	keine Angabe	> 10%
EUROPEAN CATALYST FUND LIMITED, Cayman Islands	keine Angabe	0%	keine Angabe	> 5%
INVEST Unternehmensbeteiligungs AG, Linz	keine Angabe	< 5%	keine Angabe	< 5%
Philippe Graf von Stauffenberg	keine Angabe	< 5%	keine Angabe	< 5%
Streubesitz	keine Angabe	> 5%	keine Angabe	> 5%
Grundkapital	4.500.000	100,00%	4.500.000	100,00%

(7) 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 am 25. September 2007 eine Entsprechenserklärung abgegeben und im Internet (www.klassikradioag.de) dauerhaft zugänglich gemacht.

Augsburg, 30. November 2007

Ulrich R.J. Kubak
Vorsitzender des Vorstands

Christian Erhard
Vorstand

Klassik Radio AG, Augsburg

Entwicklung des Anlagevermögens im Geschäftsjahr 2006/07

	Anschaffungs- und Herstellungskosten			
	1.10.2006	Zugänge	Abgänge	30.9.2007
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
I. Immaterielle Vermögensgegenstände				
Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	78	9	0	87
II. Sachanlagen				
1. Einbauten in fremde Grundstücke	141	8	0	149
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	156	9	2	163
	297	17	2	312
III. Finanzanlagen				
Anteile an verbundenen Unternehmen	9.559	0	0	9.559
	9.934	26	2	9.958

Kumulierte Abschreibungen				Buchwerte		
Abschreibungen						
des						
1.10.2006	Geschäftsjahres	Abgänge	30.9.2007	30.9.2007	30.9.2006	
TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
38	19	0	57	30	40	
9	21	0	30	119	132	
25	29	2	52	111	131	
34	50	2	82	230	263	
0	0	0	0	9.559	9.559	
72	69	2	139	9.819	9.862	

Lagebericht und Konzernlagebericht der Klassik Radio AG für das Geschäftsjahr 2006/07

Highlights 2006/07

- Umsatzerlöse um 20 % auf 13.261 TEUR gesteigert
- Operativ deutliche Ergebnissteigerung: EBITDA plus 163 % auf TEUR 702 und EBIT vervierfacht sich auf TEUR 411
- Eigenkapitalquote von 40 %
- Nochmalige Erhöhung der Reichweite im Radiosender: knapp 1,4 Millionen Hörer pro Tag
- Klare Profilierung als Entscheidermedium im Hörfunk
- Erwerb der restlichen 25 % des Radiovermarkter Protone Promotion Werbeagentur GmbH
- Gewinnung der ersten Auslandsfrequenz von Klassik Radio in Innsbruck 95,9 MHz
- Erfolg der Konzerte fortgeführt mit eigenem Filmmusikorchester Klassik Radio Pops und erstmaliger Tournee des Solokünstlers Ludovico Einaudi
- Gründung eines eigenen Musik-Labels

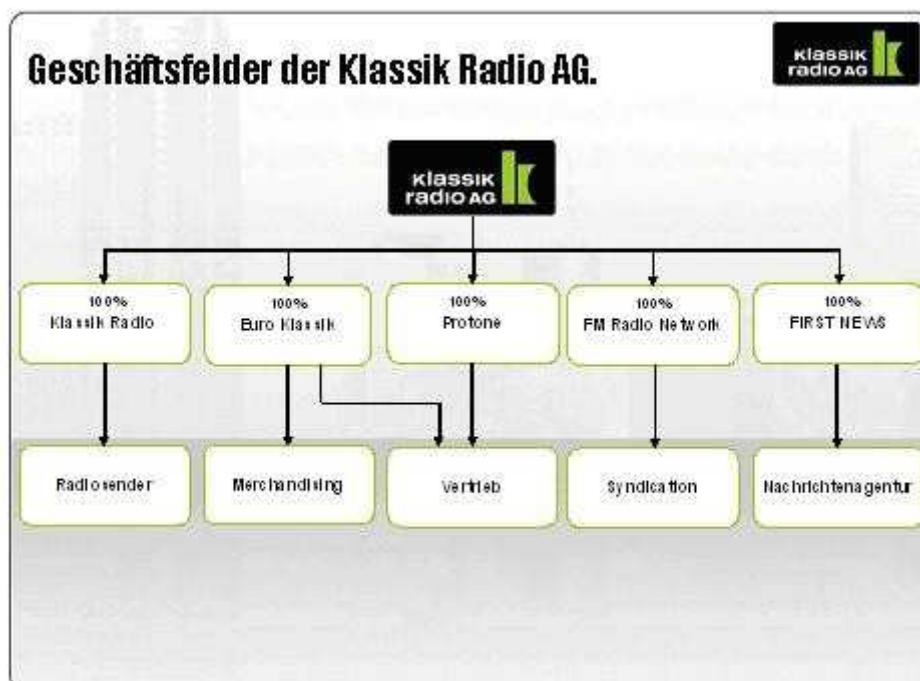


- I. Geschäftstätigkeit
- II. Geschäfts- und Rahmenbedingungen im abgelaufenen Geschäftsjahr
- III. Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Klassik Radio Konzerns
- IV. Die Klassik Radio AG nach HGB
- V. Mitarbeiter
- VI. Risiken und Chancen
- VII. Besondere Ereignisse nach Schluss des Geschäftsjahres
- VIII. Ausblick

I. Geschäftstätigkeit

Die Klassik Radio AG ist Deutschlands einzige börsennotierte Radio-Holding. Sie ist seit dem 15. Dezember 2004 an der Börse notiert und wird im geregelten Markt in Frankfurt (General Standard) sowie im Freiverkehr in Berlin-Bremen, München und Stuttgart gehandelt.

Mit dem Fokus auf das Medium Hörfunk befinden sich unter ihrem Dach der größte deutsche nationale Sender Klassik Radio, der Vermarktungsbereich Euro Klassik, der Anbieter für Sonderwerbeformen FM RADIO NETWORK, die Unterhaltungsnachrichtenagentur FIRST NEWS sowie der Verbundwerbungsspezialist Protone.



Die Tochtergesellschaften bilden in der Regel ein Segment der Geschäftstätigkeit der Klassik Radio AG ab. Abweichend hiervon ist erstmalig in 2006/07 das Merchandising-Geschäft der Euro Klassik als eigenes Segment Merchandising abgebildet. Die Vertriebsaktivitäten der Euro Klassik GmbH und der Protone Promotion Werbeagentur GmbH sind im Segment Vertrieb zusammengefasst. Protone Promotion Werbeagentur GmbH ist seit Ende Februar 2007 ebenso wie alle anderen Unternehmen eine 100 %-ige Tochtergesellschaft. Die Segmente umfassen: Radiosender, Syndication, Merchandising, Vertrieb und Nachrichtenagentur.

Radiosender: Der Sender Klassik Radio erreicht mit seinem einzigartigen Premiumformat bestehend aus den großen Hits der Klassik, einem Mix aus Filmmusik, abendlichen „New Classics“ und Lounge Musik, eine für die Werbewirtschaft sehr attraktive, einkommensstarke Zielgruppe von aktuell täglich 1,4 Millionen Hörern. Klassik Radio verfügt bundesweit über 37 terrestrische UKW Frequenzen in den Ballungsräumen, eine Auslandsfrequenz im einkommensstarken Innsbruck und ist deutschlandweit per Kabel, europaweit über Satellit und weltweit im Internet zu empfangen. Allein in den letzten 12 Monaten konnte die Hörerschaft um 13 % gesteigert werden.

Die aktuellen technischen Reichweiten verteilen sich wie folgt:



Syndication: FM RADIO NETWORK bietet außergewöhnliche Sonderwerbformen auf bundesweiten Netzen von führenden Hörfunk-Stationen an. Das sind Radioprogramme, die mehr bewegen als herkömmliche Funk-Kombis, außerhalb der Werbeblöcke laufen und von FM RADIO NETWORK produziert werden. Beispiele waren „Die wahre Geschichte“ und die „Hollywood Affairs“. Neben Sonderwerbformen im Radio werden auch TV-Sonderwerbformen in Kooperation mit ProSiebenSAT 1 angeboten.

Vertrieb: Die Vermarktung von Klassik Radio unter der Firmierung Euro Klassik nutzt die Kraft der Marke „Klassik Radio“ und baut sie weiter aus. Die eigene Vermarktungsgesellschaft sichert den direkten Kundenzugang und vermarktet im Key Account-Ansatz erfolgreich die Werbeflächen des Senders Klassik Radio und FM RADIO NETWORK. Die seit August 2006 im Konzernverbund tätige Protone Promotion Werbeagentur mit Sitz in Kiel ist der größte deutsche Anbieter von Verbundwerbung im Radio. Gegründet 1987, arbeitet Protone neben Klassik Radio mit einer Vielzahl von Radiosendern zusammen. Dabei entwickelt und vermarktet Protone Verbundwerbeflächen für kleine Unternehmen und bietet ihnen eine preisgünstige Möglichkeit des Einstiegs in die Radiowerbung.

Merchandising: Neben der klassischen Vermarktung von Werbezeiten deckt die Euro Klassik über ihr Merchandising ein weiteres Umsatzstandbein in den Bereichen Tonträger und Konzertveranstaltungen ab. Der Vertrieb läuft über das hausinterne Call-Center und den Klassik Radio online-shop. Über online-Vertriebswege werden heute bereits ca. 60 % des Bestellvolumens abgewickelt.

Die Konzertveranstaltungen sind nunmehr fest etabliert. Nach dem Start der Filmmusikkonzerte im September 2006 und 12 erfolgreichen Konzertveranstaltungen bis April 2007, wurde „Klassik Radio in concert – Die große Welt der Filmmusik“ im September 2007 mit dem eigenen Klassik Radio Pops Orchestra fortgesetzt und wird 13 Termine umfassen. Neben orchestraler Filmmusik ist der Solokünstler Ludovico Einaudi als zweites Veranstaltungsthema erfolgreich gestartet und hat in der ersten Tournee auf 8 Bühnen in deutschen Städten über 4.500 Besucher begeistert.

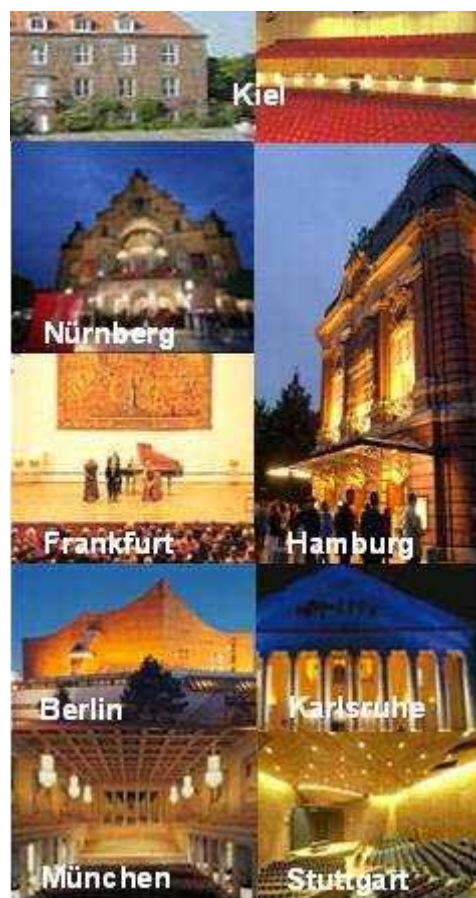
Die große Welt der Filmmusik – Tournee 2007/08

15.09.2007	Kiel	Kieler Schloss
16.09.2007	Berlin	Tempodrom
18.09.2007	Hamburg	Laeiszhalle
20.09.2007	Stuttgart	Liederhalle
21.09.2007	Frankfurt	Alte Oper
22.09.2007	München	Philharmonie im Gasteig
23.09.2007	Karlsruhe	Johannes Brahms Saal
10.01.2008	Frankfurt	Alte Oper
11.01.2008	Augsburg	Kongresshalle
13.01.2008	Nürnberg	Meistersingerhalle
29.03.2008	München	Philharmonie im Gasteig
04.04.2008	Hamburg	Laeiszhalle
25.04.2008	Berlin	Philharmonie



Ludovico Einaudi – die Deutschlandtournee 2007

26.09.2007	Kiel	Kieler Schloss
27.09.2007	Berlin	Philharmonie
28.09.2007	München	Herkulesaal
29.09.2007	Karlsruhe	Konzerthaus
30.09.2007	Stuttgart	Liederhalle
01.10.2007	Frankfurt	Hermann Josef Abs Saal
02.10.2007	Hamburg	Laeiszhalle
03.10.2007	Nürnberg	Oper



Nachrichtenagentur: FIRST NEWS ist die größte und leistungsfähigste Unterhaltungs-Nachrichtenagentur im deutschsprachigen Raum, die täglich über 70 Radiostationen, Fernsehsender und Online-Dienste mit topaktuellen News in Text, Ton und Bild beliefert. FIRST NEWS wurde 1993 gegründet, um aus einer Hand und in verlässlicher Qualität den immer größer werdenden Bedarf vieler Radiostationen und Medienhäuser an Unterhaltungcontent zu decken.

II. Geschäfts- und Rahmenbedingungen im abgelaufenen Geschäftsjahr

Die Klassik Radio AG ist hinsichtlich ihrer Entwicklung von der wirtschaftlichen Entwicklung im Allgemeinen und der Entwicklung des Unterhaltungs- und Medienmarktes, im Besonderen hierbei des Radio- und Werbemarktes sowie des Handels abhängig.

Wirtschaftliches Umfeld

Das Wirtschaftswachstum betrug 2006 2,7 %, und auch die Wachstumsprognosen für 2007 und 2008 sind gut. Im September 2007 veröffentlichte das Institut der deutschen Wirtschaft Köln e.V. eine Wachstumsprognose von rund 2,5 % für 2007 und 1,9 % für 2008. Noch optimistischer schätzt die DIHK-Umfrage das Wachstum 2008 mit 2,3 % ein. Das Wachstum stützt sich neben einem Ansteigen des Außenhandels auch auf ein Ansteigen der Inlandsnachfrage. Die befürchtete Konsumdelle aufgrund der Mehrwertsteuererhöhung wirkte sich weniger drastisch als erwartet aus. (Quelle: Statistisches Bundesamt, Institut der deutschen Wirtschaft Köln, DIHK Konjunkturumfrage).

Unterhaltungs- und Medienmarkt

Deutschland, wieder Wachstumsmotor in Europa, ist einer der wichtigsten Einzelmärkte für die Unterhaltungs- und Medienbranche in Europa. Im Jahr 2006 stiegen die Erlöse der Medien- und Unterhaltungsbranche in Deutschland dank der Fußball-Weltmeisterschaft und der verbesserten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen um 4,1 % auf knapp 53,8 Mrd. Euro. Das war der stärkste Zuwachs der vergangenen fünf Jahre.

Vor dem Hintergrund robuster Konjunktur und gestiegener Endverbraucher Ausgaben ist die positive Entwicklung des deutschen Medien- und Unterhaltungsmarktes zu sehen. Die bereits in 2006 einsetzende positivere Grundstimmung aufgrund der verbesserten konjunkturellen Lage hält nach wie vor an und wird sich nach Einschätzung von Branchenkennern über die nächsten Jahre weiterhin auswirken. Bei einer robusten gesamtwirtschaftlichen Entwicklung von der derzeit auszugehen ist, wird auf Basis 2006 für die nächsten 5 Jahre mit einem durchschnittlichen Wachstum des Unterhaltungs- und Medienmarktes von jährlich 3,0 % gerechnet. Die Wachstumsraten werden allerdings auch in jedem einzelnen Jahr nicht die Steigerungsrate des Jahres 2006 von 4,1 % erreichen. Ursächlich für diese deutliche Verbesserung sind unter anderem das starke Wachstum des Ausgabenvolumens in den Bereichen Videospiele und Internet (Quelle: German Entertainment and Media Outlook 2007-2011).

(Hörfunk-) Werbemarkt

Hörfunk bietet als Werbemedium in seiner Effizienz und Preis-Leistungs-Fähigkeit klare Vorteile.

- Hörfunk erreicht nahezu alle Haushalte: 37,6 Millionen Haushalte dies entspricht einer Verbreitungsrate von 98,7 % in 2006.
- Die Nutzungsdauer von 189 Minuten pro Tag bringt Hörfunk klar in die Position eines führenden Mediums. Dabei profitiert Radio von der Tatsache, dass es als Begleitmedium parallel mit anderen Medien genutzt werden kann und die Zielgruppe auch außerhalb des Wohnraumes (Büro, Auto) erreicht.
- Im Hörfunk profitiert ein Sender von der geringen Wechselhäufigkeit von 1,5 Sendern pro Tag, für Klassik Radio ist noch ein geringerer Wert anzusetzen.
- Hörfunkwerbung wird von dem Anstieg der Internetwerbung nicht verdrängt, sondern beide ergänzen sich. Online-User hören nicht seltener, sondern häufiger Radio als der Bevölkerungsdurchschnitt. Dieses Nutzungsverhalten bringt der Werbewirtschaft Synergieeffekte. Über das Radio machen gezielte Werbeschaltungen auf spezifische Internetangebote aufmerksam. (Quelle: Pressemitteilung vom 09. November 2007, Medientage München 2007).

Die positive Entwicklung im Radiowerbemarkt aus dem letzten Jahr ist auch in 2007 ablesbar. Im Gesamtwerbemarkt entfällt auf Radio ein Anteil von 6,4 % der Ausgaben, Radio wächst wiederum überproportional mit 9,3 % während der Gesamtwerbemarkt ein Wachstum von 3,8 % verzeichnet. Die Werbeeinnahmen, welche die Radiosender erzielt haben, überstiegen im Oktober 2007 bereits die Milliardengrenze und beliefen sich auf 1.060 Millionen Euro (Quelle: Nielsen Media Research, Januar – Oktober 2007).

Radio ist auch – trotz einer leicht rückläufigen Entwicklung der durchschnittlichen Hördauer auf 189 Minuten pro Tag – mit mehr als drei Stunden täglich ein Spitzenreiter. Der deutsche Mediennutzer verbringt immer noch mehr Zeit mit Radiohören als mit jedem anderen Medium. Diese Spitzenposition macht Hörfunk für die Werbekunden weiterhin attraktiv.

Handel

Der Einzelhandel ist für 2007 gedämpft optimistisch, das erwartete nominale Umsatzplus von 0,5 % auf einen erwarteten Einzelhandelsumsatz von knapp 394 Mrd. Euro entspricht einer realen Verschlechterung in gleicher Höhe (Quelle: Hauptverband des Deutschen Einzelhandels). Ganz anders die Entwicklung im Versandhandel und hierbei insbesondere im E-Commerce. Der Anteil des Versandhandels erreicht mit 27,6 Mrd. Euro erstmalig den Rekordwert von 7 % am deutschen Einzelhandelsumsatz. Wachstumsmotor ist und bleibt das Internet. Hier vermeldet der Bundesverband des Deutschen Versandhandels neue Umsatzrekorde. Neben Waren im Wert von 10,9 Mrd. Euro steigt der Anteil von digitalen Dienstleistungen wie downloads und ticketing, so dass in Summe 16,8 Mrd. Euro für 2007 erwartet werden. Das Internet als Bestellmedium ist über alle Altersgruppen von wachsender Bedeutung. (Quelle: Hauptverband des Deutschen Versandhandels).

Musikmarkt/Konzertveranstaltungen

Auch im Musikmarkt zeigt sich ein differenziertes Bild. Während der Absatz von Tonträgern seit Jahren rückläufig ist, verzeichnet das digitale Geschäft ein schnelles Wachstum. Im Bestreben, legale downloads zu fördern, werden die Plattenlabels gedrängt, DRM-freie Musik (digitales Rechtemanagement) anzubieten. Musik ohne DRM kann auf jedes Gerät kopiert werden. Eine Lösung wird bis Ende 2007 erwartet.

III. Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Klassik Radio Konzerns

Ertragslage des Klassik Radio Konzerns

	2006/07	2005/06	Ergebnis- veränderung
	TEUR	TEUR	TEUR
Umsatzerlöse	13.261	11.012	2.249
Sonstige betriebliche Erträge	683	290	393
Aufwand für bezogene Leistungen und Waren	-6.340	-4.946	-1.394
Aufwand für Personal	-3.481	-2.929	-552
Andere Aufwendungen	-3.421	-3.161	-260
EBITDA	702	266	436
Aufwand für planmäßige Abschreibungen	-291	-161	-130
EBIT	411	105	306
Finanzergebnis	-198	-109	-89
Steueraufwendungen	-54	435	-489
- davon latente Steuern	-43	460	-503
Periodenergebnis	159	431	-272

Im Konzern wurden Umsatzerlöse in Höhe von TEUR 13.261 erwirtschaftet. Dies ist eine Steigerung von 20 % gegenüber Vorjahr und ist insbesondere getragen von der positiven Umsatzentwicklung im Radiosender, Merchandising und der Vertriebsgesellschaft Protone Promotion Werbeagentur GmbH, die im Vorjahr nur mit zwei Monaten einfluss.

Die sonstigen betrieblichen Erträge in Höhe von TEUR 683 liegen mit TEUR 393 über dem Vorjahreswert. Dies ist im Wesentlichen auf Auflösungen von Wertberichtigungen und Ausbuchungen von Verpflichtungen aus den vergangenen Geschäftsjahren, die im abgelaufenen Geschäftsjahr endabgerechnet wurden bzw. verjährten, zurückzuführen.

In allen Kostenpositionen ist Protone im abgelaufenen Geschäftsjahr mit den 12-Monatswerten enthalten, wohingegen im Vorjahr der Konsolidierungszeitraum nur August und September umfasste. Daher sind die Vorjahreswerte nur bedingt vergleichbar. Im Aufwand für bezogene Leistungen und Waren sind neben Protone die Kosten der Konzertveranstaltungen Ursache für den Anstieg auf TEUR 6.340 nach TEUR 4.946 im Vorjahr.

Das erfreuliche Umsatzplus von 20 % auf nunmehr TEUR 13.261 im Konzern zeigt eine operative Ergebnisauswirkung auf das EBITDA in Höhe von TEUR 702 und EBIT in Höhe von TEUR 411. Dies bedeutet mehr als eine Verdoppelung im Vorjahresvergleich und zeigt deutlich die Ergebnismechanik des Radiogeschäftes im Konzern. Nach Deckung der Fixkosten fließen die Umsätze je nach Geschäftsbereich bis zu 70 % ins EBITDA. Das EBITDA (earnings before interest, taxes, depreciation and amortization) ist konzernweit die operative Steuerungsgröße in allen Segmenten, die Zinsen, sonstige Finanzierungsaufwendungen, Steuern und Abschreibungen für die Steuerung außer acht lässt.

Die Unternehmenssteuerreform hat auf das Periodenergebnis infolge der Neubewertung der aktivierten latenten Steuererstattungsansprüche einen negativen Bilanzierungs-Effekt im Vorjahresvergleich. Aufgrund der Senkung der Durchschnittssteuersätze auf 31,4 % (i.Vj. 40 %) ergibt sich eine Belastung des Periodenergebnisses, die zum Teil durch eine Neubewertung der wertberichtigten latenten Steueransprüche kompensiert wird. Die laufende Steuerquote ist mit einem Steueraufwand von TEUR 11 vernachlässigbar. Der Klassik Radio Konzern erzielte aus operativem Geschäft ein positives Periodenergebnis in Höhe von TEUR 159. Der Vorjahreswert von TEUR 431 war auf die Aktivierung latenter Steueransprüche zurückzuführen.

Die Umsatzerlöse des Konzerns werden im Bereich Radiosender, Syndication, Merchandising, Vertrieb und Nachrichtenagentur erwirtschaftet. Die Entwicklung der Tochtergesellschaften im Einzelnen:

Umsatzerlöse mit Dritten nach Segmenten	2006/07		2005/06		Veränderung TEUR
	TEUR	%	TEUR	%	
Radiosender	5.297	39,9	5.123	46,5	174
Syndication	1.230	9,3	3.095	28,1	-1.865
Vertrieb	2.806	21,2	477	4,3	2.329
Merchandising	3.719	28,0	2.126	19,4	1.593
Nachrichtenagentur	209	1,6	191	1,7	18
Umsatzerlöse mit Dritten	13.261	100,0	11.012	100,0	2.249

Radiosender

Das Geschäftsjahr 2006/07 der **Klassik Radio GmbH & Co. KG** ist geprägt von

- einem wiederholten Reichweitzuwachs auf knapp 1,4 Millionen Hörer pro Tag
- einer klaren Positionierung als Entscheidermedium innerhalb des Mediums Radio, aber auch im Vergleich mit anderen Medien wie Print und TV
- Erste Auslandsfrequenz in Innsbruck

und zeigt die aufgebaute Stärke der Marke Klassik Radio.

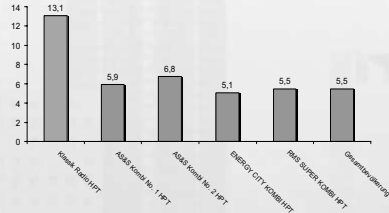


Gemäß der Media-Analyse 2007 Radio II hat sich die Tagesreichweite von Klassik Radio im Vergleich zum Vorjahr nochmals deutlich erhöht. Die Zahl der Hörer pro Tag liegt für den Sender in Deutschland nun bei 1.392.000 (i.Vj. 1.260.000), dem höchsten Wert in der Geschichte des Senders, in der durchschnittlichen Stunde (Montag bis Samstag 6-18 Uhr) schalten 175.000 den Sender ein (i.Vj. 170.000). Der weiteste Hörerkreis (alle Personen, die innerhalb der letzten 14 Tage Klassik Radio gehört haben) liegt damit jetzt bei eindrucksvollen 3.570.000 Personen.

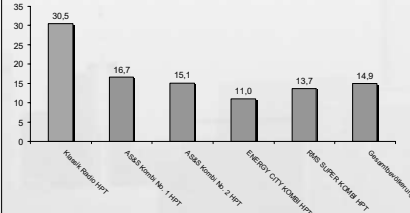
Das führende Entscheidermedium im Radio.



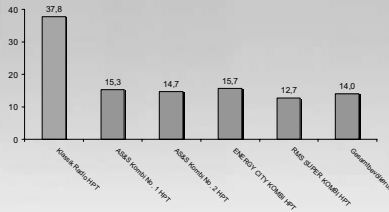
Hörer/Leser mit persönlichem Nettoeinkommen von 3.000 Euro und mehr



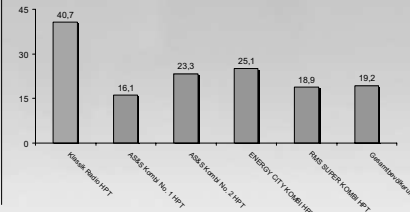
Hörer/Leser, die Selbständige, Freiberufler, leitende Angestellte und leitende Beamte sind



Hörer/Leser, die mindestens einmal im Monat eine kulturelle Veranstaltung besuchen



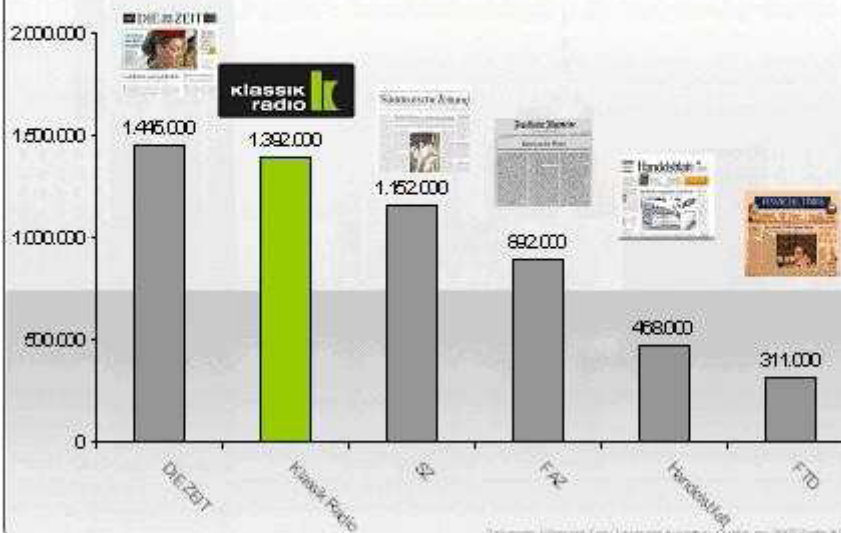
Hörer/Leser mit Fachabitur, Hochschule oder Studium



Werte in %; Quelle: ma 2007 Radio II; Hörer pro Tag;

Neben der starken Positionierung innerhalb des Mediums Radio hat der Fokus auf die Zielgruppe und die stringente Programmarbeit für Klassik Radio bewirkt, dass Klassik Radio sich als Entscheidermedium auch im Vergleich mit den Medien Print und TV in der ersten Liga bewegt.

Gesamtreichweite von Entscheidermedien.



Zahlenwert: Hörer pro Tag/ Leser pro Ausgabe; Quelle: ma 2007 Radio II/ Pressenstatistik

Erstmalig für Klassik Radio, aber auch in der deutschen Radiolandschaft wurde in Innsbruck eine Auslandsfrequenz zugeteilt. Damit kann Klassik Radio in der Regionalvermarktung über die deutschen Grenzen hinaus tätig werden und hat mit Innsbruck ein Standbein im Bundesland mit der zweitgrößten Kaufkraft Österreichs.

Erste Auslandsfrequenz in Innsbruck: 95.9 MHz

- Erstmalige Zuteilung einer österreichischen Frequenz an deutschen Radiosender
- Zweithöchste Kaufkraft in Österreich

Österreich//Klassik Radio

Kubak peilt die österreichischen Klassikhörer an

Klassik Radio ...bietet über Kabel, Satellit und Internet einen Mix aus Klassik, Filmmusik, New Classics und Lounge sowie halbstündlichen Kultur-, Wirtschafts- und Weltnachrichten. Der Sender wird zudem über 18 UKW-Frequenzen in Deutschland und jetzt auch in Österreich verbreitet.

Das bundesweite deutsche **Klassik Radio** macht jetzt den Schritt über die Grenze. Die Wiener Medienbehörde **KommAustria** hat dem werbefinanzierten Sender vergangene Woche die UKW-Frequenz 95,5 MHz im Großraum Innsbruck zugeteilt. Für Klassik Radio bedeute das die erste Erhöhung seiner technischen Reichweite und Verbreitung sowie die Erschließung eines wichtigen neuen Hörer- und Werbemarktes im Ausland, hieß es beim börsennotierten Radiounternehmen. „Kein anderes Musikformat wie das von Klassik Radio ist so hervorragend für eine länderübergreifende, paneuropäische Entwicklung geeignet“, ist CEO **Ulrich Kubak** überzeugt.

Mit einer einzigen UKW-Frequenz in Österreich will sich Klassik Radio aber offensichtlich nicht zufrieden geben: Beim Ausschreibungsverfahren für das Verbreitungsgebiet im Großraum Linz/Wels/Steier haben sich insgesamt 16 interessierte Gruppen beworben. Auch Klassik Radio ist wieder mit von der Partie. ps

klassik radio

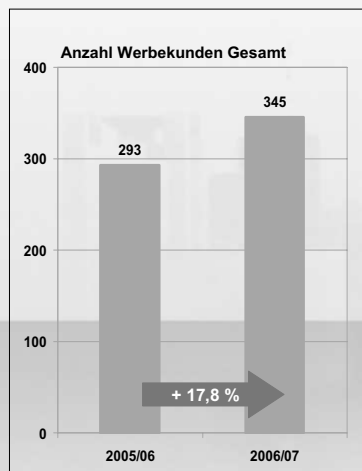
Klassik Radio: Jetzt auch Hörern im Raum Innsbruck ein Begriff.

Quelle: **Kontakt** Nr. 14 | 2007

Die erfolgreiche Positionierung des Radiosenders lässt sich an der Umsatzentwicklung ablesen. Die Umsatzerlöse erhöhten sich insgesamt um TEUR 628 auf TEUR 6.419. Die Umsätze mit Dritten haben sich auf TEUR 5.297 erhöht, wobei die Anzahl der Werbekunden um über 17 % gesteigert werden konnte.

Ergebnisseitig zeigt sich ein deutlicher Ergebnisdurchfluss. Bei fast identischen Kostenpositionen zu Vorjahr konnte das EBITDA um TEUR 465 auf TEUR 970 gesteigert werden.

Anzahl Werbekunden (cash) – Gesamt



Syndication: Die FM Radio Network GmbH hat im Geschäftsjahr 2006/07 mit TEUR 1.230 die Umsatzgröße des Vorjahres von TEUR 3.095 deutlich verfehlt. Grund hierfür ist das fehlende Neugeschäft im Bereich der klassischen Hörfunk-Sonderwerbformen und im Bereich des TV-Projekts innerhalb der Kooperation mit der ProSiebenSAT.1 Media AG.

Hollywood Affairs konnte zu Beginn des Geschäftsjahres für einen kürzeren Zeitraum an den TV-Sender Tele 5 vermarktet werden, mit Becker Backstage gelang es, ein neues Format zu entwickeln, das vom Weltbild Verlag als Werbepartner belegt wurde. Dieses Format konnte sich jedoch nicht durchsetzen und wurde nach zwei Monaten eingestellt. Durch das Vertragsende mit Franz Beckenbauer fiel ein in den Vorjahren tragendes Format weg. Auch die Vermarktung und Neupositionierung des TV-Formates verlief wesentlich langsamer als ursprünglich angenommen.

Die unbefriedigende Entwicklung zeigt sich auch in der negativen Ergebnissituation, mit einem EBITDA in Höhe von TEUR -360.

Merchandising: Während im Vorjahr das Merchandising und der Vertrieb in einem Segment zusammengefasst waren, erfolgt im abgelaufenen Geschäftsjahr entsprechend der internen Steuerung aufgrund der gestiegenen Bedeutung des Merchandising die Aufspaltung in zwei Segmente. Die Euro Klassik GmbH bewegt sich mit dem Geschäftsfeld „Merchandising“ grundsätzlich im Handelsumfeld sowie dem Musikmarkt hinsichtlich Tonträger und Veranstaltungen. Die Klassik Radio-programmnahe CD-Eigenprodukte wie „Zeit zum Entspannen“, „Filmmusik“ und „Lounge“ sind weiterhin die stärksten Umsatzträger. Neu hinzugekommen ist mit „Klassik für Kinder“ eine Compilation, die sich an die jüngere Zielgruppe richtet, und als Geschenk im (Vor)Weihnachtsgeschäft gute Verkaufszahlen zeigt. Auch die Live-Mitschnitte der Konzerte sind ein etablierter Umsatzträger geworden. Erstmals hat Klassik Radio eigene Musikrechte erworben. Für deren Vermarktung hat Klassik Radio ein eigenes Label gegründet und baut sukzessive einen eigenen Katalog auf.



Mit dem abgelaufenen Geschäftsjahr ist der Veranstaltungsbereich nunmehr erfolgreich etabliert worden. In Summe waren es in 2006/07 17 Filmmusikkonzerte, die über 24.000 Besucher begeisterten. Mit dem Klassik Radio Pops Orchestra steht in der zweiten Tourneestaffel das Klassik Radio-eigene Filmmusikorchester unter der Leitung von Nic Raine auf der Bühne. Die neugestartete Konzerttournee mit dem Solokünstler Ludovico Einaudi hatte 5 Konzerte im September 2007. Die Tournee bis Oktober 2007 umfasst 8 deutsche Städte. Etablierte Werbenamen wie VW Individual, Süddeutsche Zeitung, Das Vierte, Baileys, Sigma und Maserati gehen als Sponsoren mit auf Tournee. Die Konzertveranstaltungen setzen das sichtbarste Zeichen für den Erfolg der Marke Klassik Radio und sind die konsequente Erweiterung der Wertschöpfungskette im Konzern.

Das Merchandising-Geschäft erwirtschaftete Umsätze mit Dritten in Höhe von TEUR 3.719 und übertraf deutlich das Vorjahr mit 75 %. Der Erfolg der Konzertreihen „Klassik Radio in concert“: Filmmusik und Ludovico Einaudi sind hierfür die Ursache. Das CD-Geschäft erwirtschaftete Umsatzerlöse in Höhe von TEUR 1.827, im Konzertbereich konnten mit Ticketing und Sponsoring-erlösen Umsätze in Höhe von TEUR 1.840 erzielt werden, die das Vorjahr mit nur 2 Konzerten deutlich übertrafen.

Die Wareneinsatzquote liegt bei 53 %. Das Merchandising erzielte ein EBITDA von TEUR 322.

Vertrieb: Der Vertrieb konzentriert sich auf folgende Zielgruppen bzw. Produkte:

- key accounts national
- key accounts regional
- Verbundwerbung

Die ersten beiden Zielgruppen werden von den Vertriebsmitarbeitern der konzern eigenen Vertriebsgesellschaft Euro Klassik GmbH betreut. Dort werden zielgenau Entscheider in den Unternehmen und Mediaagenturen betreut. Die Euro Klassik erhält hierfür eine gruppeninterne Vertriebsprovision, so dass sie keine externen Umsätze aus der Vertriebsleistung erwirtschaftet.

Die Protone Promotion Werbeagentur GmbH bedient im letzten Segment für Klassik Radio erfolgreich Kunden in Hamburg, Berlin und Bayern und eröffnet somit auch kleineren Werbebudgets den Zugang zur exklusiven Klassik Radio Zielgruppe. Neben der Vermarktung von Klassik Radio wurden im Ansatz der Verbundwerbung als weitere Sender Alster Radio, BB Radio, Antenne Thüringen, RSH/NORA und PSR/RSA vermarktet. Der Umsatz mit Dritten im Segment Vertrieb in Höhe von TEUR 2.806 ist ausschließlich auf Protone zurückzuführen.

Nachrichtenagentur: Die Tochtergesellschaft konnte in 2006/07 weiter die Position als Nachrichten-Provider im deutschen Markt ausbauen. 74 Radiostationen, TV-Stationen und Online-Diensten werden mit den aktuellen Unterhaltungsnachrichten versorgt.

Vermögenslage des Klassik Radio Konzerns

	30.9.2007		30.9.2006		Veränderung
	TEUR	%	TEUR	%	TEUR
Langfristige Vermögenswerte	8.026	69,1	8.250	72,2	-224
Kurzfristige Vermögenswerte	3.585	30,9	3.177	27,8	408
Gesamtvermögen	11.611	100,0	11.427	100,0	184
Eigenkapital	4.654	40,1	4.318	37,8	336
Minderheitenanteile	0		72	0,6	-72
Langfristige Schulden	2.670	23,0	1.359	11,9	1.311
Kurzfristige Schulden	4.287	36,9	5.678	49,7	-1.391
Gesamtkapital	11.611	100,0	11.427	100,0	184

Die langfristigen Vermögenswerte beinhalten im Wesentlichen Geschäfts- und Firmenwerte in Höhe von TEUR 6.284 (i.Vj. TEUR 6.249) sowie latente Steueransprüche in Höhe von TEUR 681 (i.Vj. TEUR 741). Daneben sind im Rahmen des Erwerbs der Protone identifizierte immaterielle Vermögenswerte hierunter erfasst. Die Veränderung zum Vorjahr im Geschäfts- und Firmenwert ist auf den Vollerwerb der Protone Promotion Werbeagentur GmbH zurückzuführen, deren Goodwill TEUR 1.284 beträgt.

Die kurzfristigen Vermögenswerte sind im Vergleich zum Vorjahr um den Anstieg der Forderungen erhöht. Der Anstieg ist überwiegend auf das gestiegene Umsatzvolumen bei der Klassik Radio zurückzuführen. Der Anteil der Zahlungsmittel beträgt TEUR 855.

Die Erhöhung des Konzern Eigenkapitals resultiert aus der Ergebniszuführung 2006/07, der Zuführung des Eigenkapitalanteils der Wandelschuldverschreibung und der Rücklagenerhöhung durch die ausgegebenen Aktienoptionen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr bestehen aufgrund des Vollerwerbes der Protone Promotion Werbeagentur GmbH keine Minderheitenanteile mehr. Diese sind im Vorjahr aufgrund des 25 %-Minderheiten-Anteils in Höhe von TEUR 72 ausgewiesen.

Die langfristigen Schulden beinhalten neben der im abgelaufenen Geschäftsjahr begebenen Wandelschuldverschreibung über nominal 1,5 Millionen Euro die Darlehen bei der Baden-Württembergische Bank AG, Stuttgart, der BTV 3 Banken Gruppe, Bank für Tirol und Vorarlberg AG, Augsburg, und der Stadtparkasse, Augsburg. Die Darlehen wurden im Berichtsjahr planmäßig getilgt. Die Darlehen gegenüber Altgesellchaftern in Höhe von TEUR 256 wurden - da diese am 31. Dezember 2007 fällig werden - in die kurzfristigen Schulden umgegliedert. Die langfristigen Schulden werden zwischen 5 % und 6,5 % verzinst und haben Restlaufzeiten zwischen einem und fünf Jahren.

In den kurzfristigen Schulden in Höhe von TEUR 4.287 sind die obigen Darlehen mit den Fälligkeiten innerhalb der nächsten 12 Monate enthalten. Die Verringerung im Vergleich zum Vorjahr in Höhe von TEUR 1.391 ist maßgeblich bedingt durch die Kaufpreisverbindlichkeit für die Protone Promotion Werbeagentur GmbH.

Finanzlage des Klassik Radio Konzerns

	2006/07	2005/06
	TEUR	TEUR
Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit	-330	-150
Cash Flow aus der Investitionstätigkeit	-1.644	-407
Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit	1.738	-202
Veränderung der Zahlungsmittel	-236	-759
Zugang aus Veränderung des Konsolidierungskreises	0	119
Zahlungsmittel am Anfang der Periode	1.029	1.669
Zahlungsmittel am Ende der Periode	793	1.029

Der Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit beträgt TEUR -330 (i.Vj. TEUR -150). Grund hierfür ist im Wesentlichen, dass im abgelaufenen Geschäftsjahr im Konzern die kurzfristigen Verbindlichkeiten reduziert wurden und der Forderungsbestand sich aufgrund des gestiegenen Umsatzes aufgebaut hat.

Im Cash Flow aus der Investitionstätigkeit ist neben Investitionen in eigene Musikrechte, IT und Geschäftsausstattung die Zahlung des Kaufpreises der Protone Promotion Werbeagentur mit TEUR 1.473 abgebildet. Die hierfür eingesetzte Finanzierung aus Bankdarlehen und der neu begebenen Wandelschuldverschreibung prägen den Mittelzufluss im Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit. Erstmals wurden in 2006/07 Teile der geleisteten Zinszahlungen in den Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit gegliedert, um der Tatsache Rechnung zu tragen, dass der hierauf entfallende Zinsaufwand ausschließlich aus der Erwerbsstruktur des Konzerns herrührt. Das Vorjahr wurde entsprechend angepasst.

Der Zahlungsmittelbestand am Ende der Periode beinhaltet kurzfristige Bankguthaben in Höhe von TEUR 855 und kurzfristige Finanzschulden gegenüber Banken in Höhe von TEUR -62.

Der Klassik Radio Konzern konnte seine Zahlungsverpflichtungen im abgelaufenen Geschäftsjahr jederzeit erfüllen.

IV. Die Klassik Radio AG nach HGB

Die Klassik Radio AG ist verantwortlich für die strategische Ausrichtung und Steuerung des Klassik Radio Konzerns sowie für zentrale Aufgaben und alle wesentlichen Querschnittsfunktionen in der Gruppe. Hierunter fallen das Personalwesen, das Marketing, IT und alle Bilanzierungs- und Finanzierungsfragen der operativen Tochtergesellschaften sowie die Finanzierung und Investor Relation Aufgaben des Konzerns.

Die Klassik Radio AG hält direkt oder indirekt zu 100 % die Beteiligungen an den Tochterunternehmen. Ihre Ertragslage ist nicht direkt von der Entwicklung der Märkte abhängig. Sie finanziert sich durch Weiterverrechnung der umlagefähigen Kosten auf die operativen Tochtergesellschaften. An dieser Stelle der Hinweis: Der Einzelabschluss der Klassik Radio AG ist auf www.klassikradioag.de veröffentlicht. Auf Anfrage wird er auch gerne per Post zur Verfügung gestellt.

Finanzielle Kennzahlen der Klassik Radio AG (HGB)

	2006/07	2005/06	Änderung
	TEUR	TEUR	TEUR
Umsatzerlöse	2.888	2.183	705
Jahresüberschuss/-fehlbetrag	31	-431	462
Bilanzgewinn	31	0	31
Bilanzsumme	10.660	10.545	115
Eigenkapital	6.351	6.320	31
Eigenkapitalquote in %	59,6%	59,9%	
Anlagevermögen	9.819	9.862	-43
- davon Anteile an verbundenen Unternehmen	9.559	9.559	0
Umlaufvermögen und Rechnungsabgrenzungsposten	841	683	158

Wesentliche Veränderungen der Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage

Die Klassik Radio AG erzielt die Umsatzerlöse aus Leistungsabrechnungen innerhalb der Firmengruppe. Diese Leistungsabrechnung basiert auf einer Kostendeckung zuzüglich eines Gewinnaufschlages. Diese Verrechnungsmodalität wird jährlich, so auch 2006/07 den zugrunde liegenden Tatbeständen angepasst. Da noch keine Beteiligungserträge vereinnahmt werden konnten, wurden in 2006/07 erstmalig auch Börsenkosten, Abschreibungen und Zinsergebnis verrechnet. Dies führte zu einem Anstieg der Umsatzerlöse um TEUR 705 auf TEUR 2.888 und resultierte in einem Jahresüberschuss von TEUR 31 (Vorjahreswert TEUR -431).

Die Aktiva sind bestimmt durch den Wertansatz der von der Klassik Radio AG gehaltenen Beteiligungen in Höhe von TEUR 9.559. Die Beteiligungen bestehen ausnahmslos alle zu 100 %. Die größte Position des Umlaufvermögens sind Forderungen gegen verbundene Unternehmen in Höhe von TEUR 627. Auf die Guthaben bei Kreditinstituten entfielen TEUR 145.

Der Anstieg im Eigenkapital entspricht dem Jahresüberschuss. Bezogen auf die Bilanzsumme von TEUR 10.660 ist die Eigenkapitalquote nahezu gleich geblieben (59,6 % gegenüber 59,9 % im Vorjahr).

Die Verbindlichkeiten stiegen nur geringfügig an. Die bereits seit Jahren bestehenden Darlehen wurden umfänglich getilgt. Gleichzeitig wurde im März 2007 eine Wandelschuldverschreibung in Höhe von TEUR 1.500 (Zinssatz 6,5 %) mit einer Laufzeit von drei Jahren begeben.

Die darüber hinaus im Geschäftsjahr benötigten Zahlungsmittel wurden dem Finanzmittelbestand entnommen.

V. Mitarbeiter

Die Zahl der Mitarbeiter hat sich im Geschäftsjahr 2006/07 nur geringfügig verändert. Am 30. September 2007 beschäftigte der Klassik Radio AG Konzern 84 Mitarbeiter (30. September 2006: 82). Im Geschäftsjahr waren 2 (i.Vj. 3) Vorstände bestellt. Der Aufwand für Personal erhöhte sich auf TEUR 3.481 (i.Vj. TEUR 2.929). Die Erhöhung des Aufwandes für Personal ist im Wesentlichen darauf zurückzuführen, dass im Vorjahr Protone nur für zwei Monate mit dem Aufwand für Personal eingeflossen ist.

Seit Juli 2006 wurden aus dem in der Hauptversammlung 2006 beschlossenen Aktienoptionsplan (AOP 2006) bereits drei Tranchen ausgegeben. Insgesamt sind im abgelaufenen Geschäftsjahr 25 Mitarbeiter dem mit einer Wartezeit von zwei Jahren ausgestatteten Incentive-Scheme angeschlossen. 119.800 Optionen sind per Geschäftsjahresende für Mitarbeiter, Geschäftsführer und Vorstände begeben. Im Geschäftsjahr 2006/07 schlägt sich dies im Konzernabschluss in Höhe von TEUR 138 (i.Vj. TEUR 69) im Aufwand für Personal nieder.

Vergütungsbericht

Verantwortlich für die Behandlung von Vorstandsverträgen und die Festlegung der Vergütungen für die Vorstandsmitglieder ist der Aufsichtsrat. Der Aufsichtsrat legt die Struktur des Vergütungssystems für den Vorstand fest und überprüft diese regelmäßig. Kriterien für die Festlegung einer angemessenen Vergütung bilden insbesondere die Aufgaben des jeweiligen Vorstandsmitglieds, seine persönliche Leistung sowie die wirtschaftliche Lage des Unternehmens unter Berücksichtigung seines Vergleichsumfeldes.

Die Vorstände erhalten je eine Fixvergütung und mit Ausnahme des Vorstandsvorsitzenden, der zugleich Hauptaktionär der Gesellschaft ist, eine variable Vergütung, deren Ausgestaltung sich nach den jeweiligen Aufgaben richtet und nehmen am Aktienoptionsplan der Gesellschaft teil. Die Angaben werden individualisiert veröffentlicht. Kriterien für die Vergütung bilden insbesondere die Aufgaben und Leistungen des Vorstandsmitglieds. Der Vorstandsvorsitzende ist zugleich Geschäftsführer aller Tochtergesellschaften und erhält für diese Tätigkeit keine Bezüge, so dass seine Vergütung an den dadurch erweiterten Aufgaben, die auch der Aktiengesellschaft zu Gute kamen, zu messen ist. Die AG ihrerseits profitiert vom wirtschaftlichen Erfolg der Tochtergesellschaften.

Die Klassik Radio AG folgt bezüglich der Ausweisung der Vorstandsbezüge nach Fixum, erfolgsbezogenen Komponenten und Komponenten mit langfristiger Anreizwirkung den Empfehlungen des deutschen Corporate Governance Kodex. Die Grundzüge des Vergütungssystems werden im Internet veröffentlicht.

Der Vorstand setzte sich am Ende des Geschäftsjahrs 2006/07 wie folgt zusammen:

Herr Ulrich R.J. Kubak, Kaufmann, Augsburg (Vorsitzender)

Herr Christian Erhard, Kaufmann, Königstein i.T.

Der Aufsichtsrat setzte sich im Geschäftsjahr 2006/07 gemäß § 9 der Satzung aus drei Mitgliedern zusammen:

Frau Dr. Dorothee Hallerbach, Rechtsanwältin (Vorsitzende)

Herr Philippe Graf von Stauffenberg, Kaufmann (stellvertretender Vorsitzender)

Herr Dr. Reinhold Schorer, Rechtsanwalt

Die Vergütung des Aufsichtsrates umfasst neben einer fixen Vergütung eine erfolgsabhängige Komponente, die sich am langfristigen Unternehmenserfolg bemisst. Für den Aufsichtsrat wurden für das Geschäftsjahr 2006/07 Bezüge in Höhe von TEUR 17 (i.Vj. TEUR 15) zurückgestellt.

Die Vergütung der Vorstände und der Aufsichtsräte wird im Konzern-Anhang individualisiert und aufgegliedert nach den einzelnen Vergütungsbestandteilen ausgewiesen. Detaillierte Angaben zur Vergütung der Mitglieder des Aufsichtsrats, zu den Grundzügen des Vergütungssystems des Vorstands sowie die Offenlegung der Vergütung des Vorstands befinden sich darüber hinaus auch im Corporate Governance Bericht.

VI. Risiken und Chancen

Das Risikomanagementsystem bei Klassik Radio

Der Klassik Radio Konzern ist durch sein unternehmerisches Handeln mit seinen verschiedenen Segmenten unterschiedlichen Risiken ausgesetzt. Es ist die Aufgabe des implementierten Risikomanagementsystems, verantwortungsvoll mit den Unsicherheiten des Umfeldes umzugehen, Risiken rechtzeitig zu erkennen, zu systematisieren und dem Management zu kommunizieren. Damit wird die Entscheidungsgrundlage für Maßnahmen zur Abwendung von bzw. Minimierung der Risiken geschaffen.

Ausgehend von der jährlich überarbeiteten Planung erfolgt das Controlling auf Ebene der Geschäftsbereiche, Gesellschaften und des Konzerns mit einem monatlichen Berichtswesen. Daneben unterstützen wöchentliche Controlling-Auswertungen des Auftragseinganges, Disposition und Liquidität, kurzfristige Maßnahmen und Entscheidungen. Die konzernweit abgestimmten Planungs-, Reporting- und 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 addieren, werden zentral erfasst und gesteuert.

Die eingerichteten Systeme sichern den Informationsfluss zu den Prozessverantwortlichen, dem Vorstand und dem Aufsichtsrat. Die Auswertungen sind Basis regelmäßiger und intensiver Diskussionen.

Die Risiken

Marktrisiken

Konjunkturelle Entwicklung im Werbemarkt und Handel

Der Klassik Radio Konzern bewegt sich mit dem Radiosender und dem Syndication-Geschäft im starken konjunkturellen Schwankungen unterworfenen Werbemarkt und mit Merchandising im kaufkraftabhängigen Handelsumfeld sowie im Musikmarkt, insbesondere der Tonträgervermarktung und dem Konzertgeschäft. 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. Gleichzeitig profitiert das Unternehmen von positiven Entwicklungen in diesen Bereichen.

Die derzeit sich abzeichnende Erholung im Werbemarkt gilt insbesondere für die Werbegattung Radio. Klassik Radio und FM Radio Network versuchen durch Alleinstellungsmerkmale, Branding, Hörerbindung und Zielgruppenorientierung ihre erfolgreiche Nischenposition auszubauen. Mit dem zweiten Standbein des Internet-Handels und dem Klassik Radio Format angelehnten eigenen CDs steuert Merchandising fokussiert dem rückläufigen Handelstrend entgegen. Neue Produkte wie die Konzertreihe, welche neben dem anonymen Hören die Erlebniswelt des Events hinzufügen, erhöhen die Wertschöpfungstiefe der Marke Klassik Radio.

Intensiver Wettbewerb im Radiowerbemarkt

Der Radiowerbemarkt ist seit Jahren dominiert von den nationalen Vermarktern Radio Marketing Services GmbH & Co. KG und ARD Sales & Services. Anbieterseitig prägen öffentlich-rechtliche Regionalsender und überwiegend privatrechtlich organisierte Regionalsender den deutschen Radiomarkt. Im anteilmäßig kleinen Radio-Werbemarkt (6,4 % Marktanteil Januar – Oktober 2007, 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

Vermarktungsfähigkeit

Der Klassik Radio Konzern hat mit der Etablierung einer eigenen Vertriebsorganisation für Klassik Radio und FM Radio Network bewusst einen eigenständigen Vermarktungsweg unabhängig von den großen Vermarktungsgesellschaften beschränkt. Im wettbewerbsintensiven und konjunkturell schwankenden Werbemarkt birgt dies trotzdem das Risiko von Umsatzrückgängen und Ertrags-einbußen. Klassik Radio steuert dem mit Produktinnovationen und dem quantitativen und qualitativen Ausbau der unternehmenseigenen Vertriebsorganisation entgegen. Der enge Kundenkontakt und die enge Kundenbindung sollen zusätzlich die Abhängigkeit von Marktentwicklungen verringern.

Marktsättigung und Kaufkraft im Merchandising

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

Personalunion von Hauptaktionär und Vorstandsvorsitz

Herr Ulrich R.J. Kubak prägt als Gründer, Vorstand und Hauptaktionär (66,97 %) 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 weiterer Vorstand ist berufen. Ein operatives Restrisiko und die Rolle als Hauptkapitalgeber bleiben.

Große Auftragsvolumina im Segment Syndication

FM Radio Network GmbH verfügt, bedingt durch das Geschäftsmodell, nur über eine geringe Anzahl Kunden. Mit den relativ großen Auftragsvolumina geht eine hohe Schwankung und Abhängigkeit hinsichtlich Umsatz, aber auch Liquiditätszufluss einher. Daneben ist die Vermarktung von Radiosyndication alleine zu volatil. Dies zeigt sich auch im Ausbau des Neugeschäftes. Die Ergänzung von Radio- um TV-Vermarktung ist eine bereits eingeleitete Maßnahme. Mit der Vermarktung von kleineren TV-Einheiten aus dem Kooperationsvertrag mit der ProSiebenSAT1-Gruppe, der Gewinnung neuer Personalities und Entwicklung zusätzlicher Formate sind Maßnahmen zur Vergrößerung der Vertriebsbasis getroffen. Darüberhinaus ist die Vermarktung ein Fokus auf Vorstandsebene. Die ersten positiven Entwicklungen hieraus sind bereits erkennbar. Erfolgversprechende Verhandlungen sind bereits in aktiver Phase. Die erfolgreiche Vermarktung der bei FM vorhandenen Werbevolumina, für die bereits nicht unerhebliche Vorleistungen erbracht wurden, ist Voraussetzung für die weitere Unternehmensentwicklung. Da auf die FM im Rahmen der Geschäftsplanung ein nicht unerheblicher Ergebnisbeitrag entfällt, ist eine kontinuierliche Unternehmensentwicklung des Syndication-Geschäftes auch für die Konzernentwicklung und die Werthaltigkeit des Firmenwertes bedeutsam.

Rechtliche Risiken

Rundfunkrechtliche Auflagen

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. vier weitere neue UKW-Lizenzen wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr erfolgreich in Ausschreibungsverfahren gewonnen. Reichweiten- und Frequenzmarketing sind in einer Stabsstelle mit direkter Berichtsverantwortung an den Vorstandsvorsitz gebündelt.

Technische Risiken

Sende- und Ablaufsteuerung

Die Hard- und Software im Klassik Radio Sender entspricht nicht mehr dem neuesten Stand der Technik. Zwar ist die Verfügbarkeit und die Stabilität der Sende- und Ablaufsteuerung heute noch hoch, aber ein Ersatz der heutigen Technologiebasis wird notwendig und wird in 2007/08 implementiert sein. Auch verbleibt ein Technikrisiko aufgrund der fehlenden Redundanz der Studio Hard- und Software.

Gesamtrisiko

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

Die Chancen

Markenstärke von Klassik Radio

Der zunehmende Bekanntheitsgrad von Klassik Radio stärkt die Vermarktung deutlich. Auch wenn das Altersargument bei den Mediaagenturen weiterhin im Vordergrund steht, wächst doch die Erkenntnis, dass die Qualität und das Profil der Hörerschaft wichtiger sind. Hier kann Klassik Radio in fast allen Disziplinen gegenüber den Funkkombis von AS&S (ARD Sales & Services) und RMS (Radio Marketing Services) punkten. Darüber hinaus hat sich Klassik Radio nicht nur innerhalb des Mediums Hörfunk als Entscheidermedium an die Spitze gesetzt, sondern ist auch im intermedialen Vergleich an führender Stelle. Je mehr es gelingt, die Einzigartigkeit der Zielgruppe im Markt zu etablieren, desto erfolgreicher wird Klassik Radio als einzigartige und zielgenaue Werbepattform wahrgenommen werden. Außerdem ist mit der Entwicklung der Alterspyramide in Deutschland der Trend der Werbeindustrie auch demographisch vorgegeben.

Digitalisierung

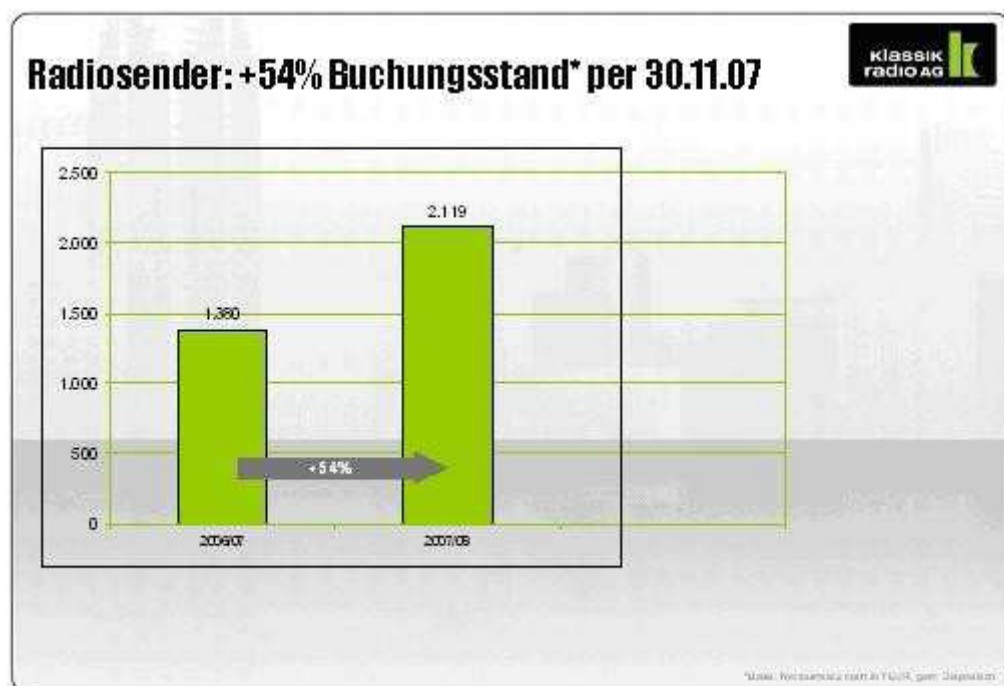
Die kommende Digitalisierung des UKW Radios ist zwar weiterhin nebulös, aber sie wird im Laufe des nächsten Jahrzehnts kommen. Dies wird zu einer deutlichen Zunahme der Senderlandschaft führen. Klassik Radio als nationales, etabliertes Programmformat hat dabei die Möglichkeit, eine flächendeckende, bundesweite UKW Reichweite zu erreichen, ähnlich wie das durch den DAB Standard *classic fm* in Großbritannien gelang. Das wiederum würde die Hörerschaft mehr als verdoppeln und ganz neue Dimensionen in der Vermarktung erlauben.

Vertriebswege: Internet und Downloads

Der Internet-Shop wickelt bereits heute knapp 60 % des Bestellvolumens im Merchandising ab, so dass mit positiver Entwicklung dieses Bestellformates ein positiver Impuls auf die CD-Geschäfte ausgehen wird. Die Entwicklung hin zu Downloads und weg von dem physischen Tonträger ist für Klassik Radio ebenfalls eine Vertriebschance, der sich das Unternehmen mit Aufbau eines Download-Portals stellt.

VII. Besondere Ereignisse nach Schluss des Geschäftsjahres

- Im Oktober verzeichnet der Radiosender mit Netto Cash-Umsätzen in Höhe von TEUR 719 ein all-time-high in der Geschichte des Senders
- erstmaliger Start der Promotion „Klassik Radio jackpot“ aktiviert über 640.000 Anrufe
- Die zweite Filmmusiktournee wird voraussichtlich vor ausverkauften Häusern für die verbleibenden sechs Konzerte in 2008 stattfinden. Es werden 11.000 Besucher erwartet.
- Neben symphonischer Filmmusik war auch die zweite Konzerttournee mit dem Solokünstler Ludovico Einaudi ein voller Erfolg. Mit Maserati als Sponsor verlief die Tournee in Berlin und Hamburg vor ausverkauftem Haus.

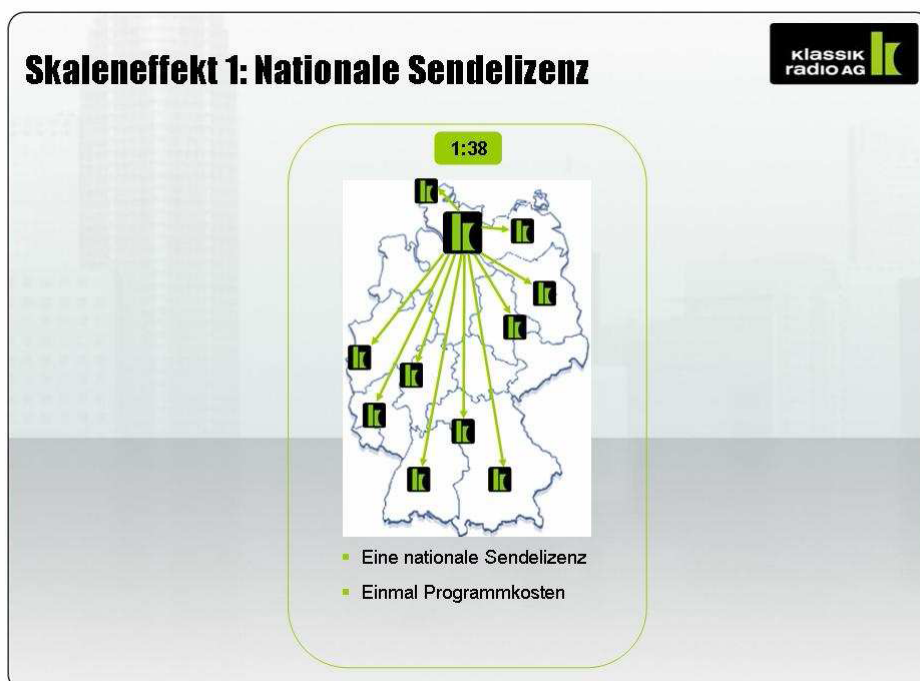


VIII. Ausblick

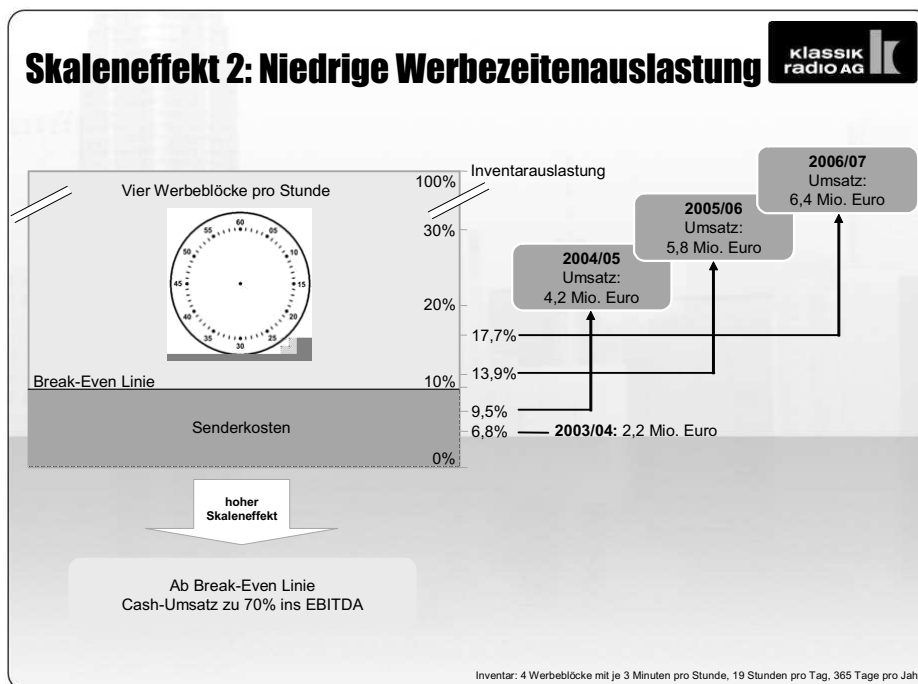
Die verbesserten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen trugen im vergangenen Jahr zum Aufschwung des Unterhaltungs- und Medienmarktes bei. Die Branche wuchs um 4,1 % im Jahr, das größte Wachstum innerhalb der letzten 5 Jahre. Die Wachstumskurve flacht sich etwas ab, die Branchenkenner rechnen in den kommenden 5 Jahren jedoch immer noch mit einem Wachstum von 4,2 %.

Deutschland befindet sich im Übergang vom analogen zum digitalen Hörfunk. Dieser Übergang verläuft vor dem Hintergrund der technischen Hürden bei der Verbreitung und den zusätzlichen Investitionen in die benötigte Hardware, sofern Radio nicht über das Internet gehört wird, schleppend. Während das digitale Radio in Deutschland noch in den Kinderschuhen steckt, beträgt der Marktanteil in Großbritannien bereits 15 %. Die potentiellen Chancen sind heute schon erkennbar. Die Digitalisierung bietet die technischen Möglichkeiten interaktiver und individualisierter Radioprogramme. Klassik Radio mit seinen klaren Programmformaten ist sowohl technisch als auch programmlich als Community-Format für diese Entwicklung gerüstet. (Quelle: German Entertainment and Media Outlook 2007-2011)

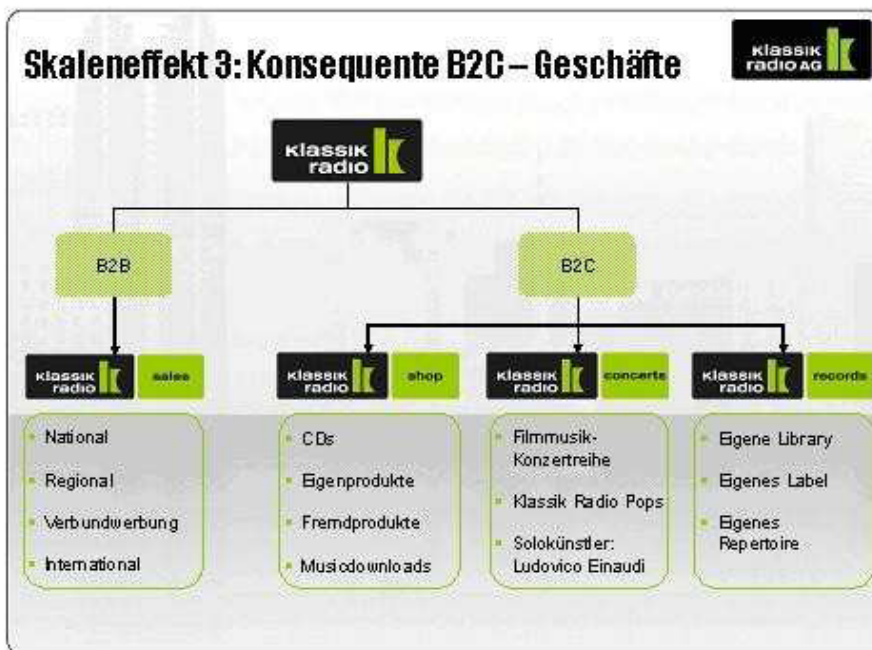
Klassik Radio hat sich nach Einschätzung des Vorstandes in den vergangenen Jahren mit allen Tochterunternehmen vermarktungsoptimal und mit großer Wertschöpfungstiefe positioniert. Drei wesentliche Skaleneffekte werden die kommenden Jahre für das Unternehmen hierbei prägen:



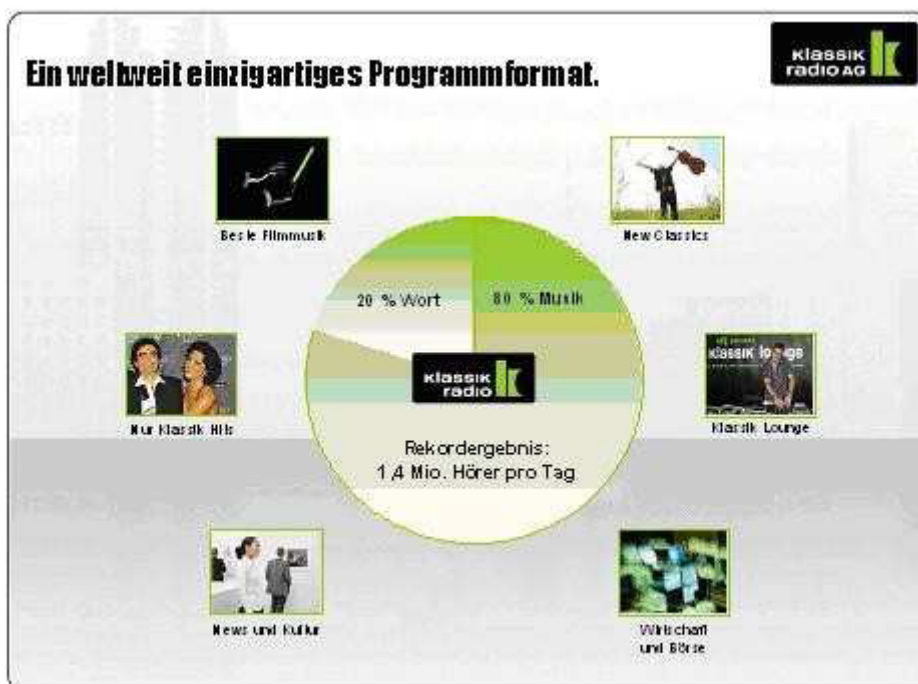
Klassik Radio hat mit der nationalen Lizenz und 38 UKW Antennen die größte Verbreitung in Deutschland und mit der Frequenz in Innsbruck auch in Europa. Das einzigartige Programmformat hat für die Werbeindustrie eine Plattform geschaffen, die Entscheider streuverlustarm zu erreichen.



Radio ist bei Überschreiten der Fixkosten ein ertragreiches Geschäft. In Verbindung mit der nationalen Sendelizenz sind die Sende- und Verbreitungskosten fixiert, so dass nach Deckung der Sendebetriebskosten 70 % des Cash-Umsatzes ins EBITDA fließen.



Neben dem weiteren Ausbau der Vermarktung von Werbezeiten sind Geschäfte mit dem Endverbraucher eine wesentliche Umsatz- und Ertrags Säule. Entlang der Wertschöpfungskette können margenstarke Endverbraucher geschäfte getätigt werden, die gleichzeitig wiederum – wie die Konzerte eindrucksvoll belegen – in die Marke und damit die B2B-Geschäfte einzahlen.



Mit dem weltweit einzigartigen Programmformat hat Klassik Radio als Zielgruppenformat die Chance der Digitalisierung, nämlich zielgruppengenaue Ansprache bereits umgesetzt. Bis 2015 soll der Rundfunk in ein digitales Medium umgewandelt werden. Digitales Radio bietet höherwertige Funksignale und damit ein besseres Hörerlebnis. Gleichzeitig können neue Programme in den Äther gebracht werden. Klassik Radio hat bereits bewiesen, dass es in der individuellen und zielgruppenspezifischen Kundenansprache, Stichwort: ‚Communities‘ bereits erfolgreich etabliert ist. Der Trend bewegt sich weg vom „Einheitsbrei“ der AC (Adult-Contemporary)-Stationen.



Der Musikmarkt wird weiter schrumpfen, da der Zuwachs digitaler Musik den rückläufigen Verlauf im Tonträgerbereich wohl nicht vor 2011 kompensieren kann. Dann jedoch ist davon auszugehen, dass die digitale Musik den Anteil am Gesamtmusikmarkt von derzeit 5 % bis 2011 auf 26 % im Bereich download und Mobilmusik steigert. Insgesamt wird eine deutliche Verschiebung auf dem deutschen Musikmarkt erwartet. Digitale Musik wird sich zum zentralen Element des Musikmarktes entwickeln, während traditionelle Tonträger Markt- und Umsatzanteile verlieren werden.

Für die nächsten beiden Jahre geht der Vorstand angesichts der erarbeiteten Potentiale sowie der positiven Marktaussichten im Radiosender von einer weiteren Steigerung der Umsatzerlöse und aufgrund der Fixkostenstruktur des Geschäftsmodelles von einer weiteren Ergebnissteigerung aus. Gleiches gilt für das Segment Vertrieb, das ebenfalls von der Umsatzsteigerung im Sender wie auch der weiterhin positiven Vermarktung von Verbundwerbezeiten profitieren wird.

Für das Merchandising erwartet der Vorstand über den Zweijahreszeitraum ein Einpendeln auf dem hohen Umsatzniveau des abgelaufenen Geschäftsjahres bei gleichzeitiger Margenverbesserung aufgrund der Professionalisierung des Konzertgeschäftes.

Im Syndication-Geschäft wird durch die vornehmliche Vermarktung von TV-Werbeolumina ein Umsatz auf Niveau von 2006/07 in den Folgejahren erwartet. Aufgrund von Kostenanpassungen wird ein positives Ergebnis erwartet. Das Nachrichtenagenturgeschäft wird sich voraussichtlich stabil entwickeln.

Angesichts der Umsatz- und Ertragspotenziale der einzelnen Segmente im Konzern geht der Vorstand vor dem Hintergrund einer stabilen Konjunktur von einer Fortsetzung des Wachstumskurses aus. Für die Klassik Radio AG wird ein ausgeglichenes Ergebnis angestrebt, während für den Konzern im neuen Geschäftsjahr 2007/08 wiederum eine deutliche Umsatz- und Ergebnissteigerung aus organischem Wachstum wie auch durch die weitere Integration des Zukaufs erwartet wird. Ganz klarer Fokus liegt auf der Ausnutzung der immanenten Skaleneffekte sowie der Ergebnispotenziale durch die Verbreiterung der Vertriebsbasis. Die Steigerung des Unternehmenswertes bleibt die oberste Maxime. Der Vorstand weist darauf hin, dass die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den Erwartungen über die voraussichtliche Entwicklung abweichen können.

Angaben nach § 289 Absatz 4 und § 315 Absatz 4 HGB:

1. Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals

Das Grundkapital der Gesellschaft betrug zum 30. September 2007 EUR 4.500.000,00. Es ist eingeteilt in EUR 4.500.000 nennwertlose Stückaktien mit einem rechnerischen Anteil von EUR 1,00 am Grundkapital. Mit allen Aktien sind die gleichen Rechte und Pflichten verbunden. Jede Aktie gewährt eine Stimme.

2. Stimmrechts- und Übergangsbeschränkungen

Dem Vorstand sind keine Vereinbarungen zwischen Aktionären bekannt, aus denen sich Stimmrechtsbeschränkungen oder Beschränkungen der Übertragung der Aktien ergeben. Solche Beschränkungen ergeben sich auch nicht aus Gesetz oder Satzung, soweit nicht im Einzelfall die Regelung des § 28 Satz 1 des WpHG Anwendung findet. Nach dieser Regelung besteht das Stimmrecht aus Aktien, die einer wesentlichen Beteiligung an der Gesellschaft im Sinne der §§ 21 und 22 WpHG zuzurechnen sind, für die Zeit nicht, in der die Mitteilungspflichten gegenüber der Gesellschaft und der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht nach § 21 Abs. 1 oder 1a WpHG nicht erfüllt werden.

3. Kapitalbeteiligung größer 10 Prozent

Direkte oder indirekte Beteiligungen am Kapital der Gesellschaft, die 10 von Hundert der Stimmrechte überschreiten, bestehen nach Kenntnis des Vorstandes wie folgt:

	Stück	%
Ulrich R.J. Kubak	3.013.600	66,97%
Absolute Activist Value Fund Limited, Cayman Islands	keine Angabe	> 15%

4. Sonderrechte, die Kontrollbefugnisse verleihen

Es gibt keine Aktien der Gesellschaft, die mit Sonderrechten ausgestattet sind, die Kontrollbefugnisse verleihen.

5. Stimmrechtskontrolle bei Arbeitnehmerbeteiligungen

Arbeitnehmer, die am Kapital der Klassik Radio AG beteiligt sind, üben ihre Kontrollrechte wie andere Aktionäre unmittelbar nach der gesetzlichen Vorschriften und der Satzung aus.

6. Ernennung und Abberufung von Vorstandsmitgliedern und Änderung der Satzung

Die Mitglieder des Vorstands werden nach Maßgabe von § 84 AktG in Verbindung mit § 8 der Satzung bestellt und abberufen. Danach ist hierfür der Aufsichtsrat zuständig. Ernennungen erfolgen jeweils für eine Amtszeit von höchstens fünf Jahren. Eine wiederholte Bestellung oder Verlängerung der Amtszeit, jeweils für höchstens fünf Jahre, ist zulässig, wobei der Beschluss frühestens ein Jahr vor Ablauf der Amtszeit gefasst werden darf.

7. Befugnisse des Vorstands

Der Vorstand hat die ihm durch Gesetz und Satzung eingeräumten Befugnisse, welche im Kern die Befugnisse zur Leitung der Gesellschaft unter eigener Verantwortung und ihrer Vertretung nach außen umfassen.

Der Vorstand ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 29. März 2006 ermächtigt, das Grundkapital mit Zustimmung des Aufsichtsrates bis zum 8. Mai 2011 gegen Bar- und/oder Sacheinlage einmal oder mehrmals um insgesamt bis zu EUR 2.250.000,00 zu erhöhen, wobei das Bezugsrecht der Aktionäre ausgeschlossen werden kann (Genehmigtes Kapital 2006/I).

Der Vorstand ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 29. März 2006 ferner ermächtigt, das Grundkapital der Gesellschaft um bis zu EUR 450.000,00 durch Ausgabe von bis zu Stück 450.000 auf den Namen lautende nennwertlose Aktien bedingt zu erhöhen (Bedingtes Kapital I/2006). Das bedingte Kapital I/2006 dient der Sicherung von Bezugsrechten aus Aktienoptionen an Mitglieder des Vorstandes der Gesellschaft, an Mitglieder der Geschäftsführung von Konzern-Gesellschaften und an Mitarbeiter der Gesellschaft und ihrer Konzern-Gesellschaften, die im Rahmen des Aktienoptionsplans 2006 ausgegeben werden. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie Aktienoptionen ausgegeben werden und die Inhaber der ausgegebenen Aktienoptionen von ihrem Bezugsrecht auf Aktien der Gesellschaft Gebrauch machen und die Gesellschaft nicht in Erfüllung der Bezugsrechte eigene Aktien gewährt.

8. Wesentliche Vereinbarungen unter der Bedingung des Kontrollwechsels

Die Gesellschaft ist Garantin für die am 6,5 %-ige in 2010 fällige Wandelschuldverschreibung in Höhe von nominal 1,5 Millionen Euro. Die Anleihebedingungen sehen das Recht der Anleihegläubiger vor, im Falle einer Änderung der Kontrolle (wie in den Anleihebedingungen näher definiert) der Gesellschaft die vorzeitige Rückzahlung einzelner oder aller ihrer Schuldverschreibungen zu verlangen.

9. Entschädigungsvereinbarungen für den Fall eines Übernahmeangebotes

Die Klassik Radio AG hat weder mit den Mitgliedern des Vorstands noch mit einzelnen Arbeitnehmern Entschädigungsvereinbarungen für den Fall eines Übernahmeangebots getroffen.

Augsburg, den 30. November 2007

Ulrich J.R. Kubak
Vorstandsvorsitzender

Christian Erhard
Vorstand

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den Jahresabschluss --bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang-- unter Einbeziehung der Buchführung der Klassik Radio AG, Augsburg, und ihren Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2006 bis 30. September 2007 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften 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 Beurteilung auf Grund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Jahresabschluss den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Klassik Radio AG. Der Lagebericht steht in Einklang mit dem Jahresabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

München, den 21. Dezember 2007

KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft
Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Wolfs
Wirtschaftsprüfer

Velten
Wirtschaftsprüfer