

Bestätigungsvermerk

Jahresabschluss zum 30. September 2008  
und Lagebericht

Klassik Radio AG  
Augsburg





Bestätigungsvermerk

Jahresabschluss zum 30. September 2008  
und Lagebericht

Klassik Radio AG  
Augsburg



# Klassik Radio AG, Augsburg

## Bilanz zum 30. September 2008

### Aktiva

	30.9.2008		30.9.2007	
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
<b>A. Anlagevermögen</b>				
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>				
Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Werten und Rechten		14		30
<b>II. Sachanlagen</b>				
1. Einbauten in fremde Bauten	97		119	
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	186	283	111	230
<b>III. Finanzanlagen</b>				
Anteile an verbundenen Unternehmen		9.587		9.559
		<u>9.884</u>		<u>9.819</u>
<b>B. Umlaufvermögen</b>				
<b>I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände</b>				
1. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	950		627	
2. Sonstige Vermögensgegenstände	37	987	47	674
<b>II. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten</b>		284		145
		<u>1.271</u>		<u>819</u>
<b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>		26		22
		<u>11.181</u>		<u>10.660</u>

## Passiva

	30.9.2008	30.9.2007
	TEUR	TEUR
<b>A. Eigenkapital</b>		
<b>I. Gezeichnetes Kapital</b>	4.500	4.500
<b>II. Kapitalrücklage</b>	1.820	1.820
<b>III. Bilanzgewinn</b>	103	31
	<b>6.423</b>	<b>6.351</b>
<b>B. Rückstellungen</b>		
Sonstige Rückstellungen	239	228
<b>C. Verbindlichkeiten</b>		
1. Anleihen	1.553	1.553
2. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	378	940
3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	135	96
4. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	1.605	1.439
5. Sonstige Verbindlichkeiten	848	53
–davon aus Steuern		
TEUR 101 (i. Vj. TEUR 53)–		
–davon im Rahmen der sozialen Sicherheit		
TEUR 1 (i. Vj. TEUR 0)–		
	<b>4.519</b>	<b>4.081</b>
	<b>11.181</b>	<b>10.660</b>

# Klassik Radio AG, Augsburg

## Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit vom 1. Oktober 2007 bis 30. September 2008

	2007/08		2006/07	
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
1. Umsatzerlöse		2.716		2.888
2. Sonstige betriebliche Erträge		784		194
		<u>3.500</u>		<u>3.082</u>
3. Personalaufwand				
a) Löhne und Gehälter	-1.000		-901	
b) Soziale Abgaben	-98	-1.098	-85	-986
4. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		-81		-69
5. Sonstige betriebliche Aufwendungen		-1.953		-1.780
6. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		48		20
–davon aus verbundenen Unternehmen				
TEUR 33 (i. Vj. TEUR 5)–				
7. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		-344		-236
–davon an verbundene Unternehmen				
TEUR 185 (i. Vj. TEUR 116)–				
8. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit = Jahresüberschuss		72		31
9. Gewinnvortrag		31		0
10. Bilanzgewinn		<u>103</u>		<u>31</u>

## **Klassik Radio AG, Augsburg**

### **Anhang zum Jahresabschluss für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2007 bis 30. September 2008**

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

Die Klassik Radio AG ist eine am Geregelten Markt in Frankfurt börsennotierte private Radio-Holding mit 6 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. Darüber hinaus hält die Klassik Radio AG Anteile an der FM Radio Network GmbH, der FIRST NEWS Nachrichten GmbH sowie der im Geschäftsjahr 2007/08 neu erworbenen Hirmer Verlag GmbH.

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. Für Geringwertige Anlagegegenstände mit Einzelanschaffungskosten von EUR 151 bis EUR 1.000 wird ab diesem Geschäftsjahr ein Sammelposten gebildet, der mit 33,33% p. a. abgeschrieben wird.

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 Zugänge zum Anlagevermögen entfallen mit TEUR 57 auf Käufe von Tochtergesellschaften, die mit einer unter „(8) e.) Sonstige Verbindlichkeiten“ näher erläuterten Finanzierungstransaktion in Zusammenhang stehen. Die Sachanlagen enthalten Vermögensgegenstände mit einem Buchwert von insgesamt TEUR 150, die rechtlich auf die SIGMA Leasing GmbH übertragen wurden, jedoch aufgrund des wirtschaftlichen Eigentums weiter bei der Gesellschaft bilanziert werden.

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.	Anteilseigner lfd. Nr.	Beteiligungsquote %	Eigenkapital HGB 30.9.2008 TEUR	Jahresergebnis HGB 2007/08 TEUR
	1	Klassik Radio AG (Muttergesellschaft), Augsburg			
(a)	<u>unmittelbarer Anteilsbesitz</u>				
	2	Euro Klassik GmbH, Augsburg	1	5.324	-181
	3	FM Radio Network GmbH, Augsburg	1	-139	-149
	4	FIRST NEWS Nachrichten GmbH, Augsburg	1	114	29
	5	Protone Promotion Werbeagentur GmbH, Augsburg	1	-1.582	22
	6	Hirmer Verlag GmbH, Augsburg	1	-78	-106
(b)	<u>mittelbarer Anteilsbesitz</u>				
	7	Klassik Radio GmbH & Co. KG, Hamburg	2	2.504	1.017
	8	Klassik Radio Geschäftsführungs GmbH, Hamburg	2	163	11

Im Geschäftsjahr 2007/08 wurden mit Wirkung zum 28. Februar 2008 sämtliche Geschäftsanteile an der Kubak Media Beteiligungs GmbH, Augsburg, zum Kaufpreis von TEUR 28 erworben. Der Kaufpreis entsprach dem anteiligen Eigenkapital. Die Kubak Media Beteiligungs GmbH hat mit Wirkung zum 1. April 2008 den Geschäftsbetrieb der Hirmer Verlag GmbH, München, im Rahmen eines „Asset Deals“ erworben und in Hirmer Verlag GmbH, jetzt mit Sitz in Augsburg, umfirmiert. Ansonsten ergaben sich im abgelaufenen Geschäftsjahr keine Veränderungen. Die Klassik Radio AG hat Patronats-erklärungen gegenüber den Tochtergesellschaften mit negativem Eigenkapital abgegeben. Weitere Angaben hierzu sind in Abschnitt E. Sonstige Angaben Tz. (3) enthalten.

### **(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 950 (i. Vj. TEUR 627) betreffen die Verrechnung der allgemein anfallenden Verwaltungskosten, welche für alle Tochtergesellschaften des Klassik Radio AG Konzerns getragen werden und mit einer monatlichen Pauschale weiter verrechnet werden. TEUR 692 entfallen auf die Hirmer Verlag GmbH, TEUR 208 betreffen die Protone Promotion Werbeagentur GmbH und TEUR 50 entfallen auf die FM Radio Network GmbH.

Die sonstigen Vermögensgegenstände in Höhe von TEUR 37 (i. Vj. TEUR 47) enthalten Forderungen gegen ein Marktforschungsinstitut in Höhe von TEUR 18 (i. Vj. TEUR 18).

### **(4) Flüssige Mittel**

Die liquiden Mittel in Höhe von TEUR 284 (i. Vj. TEUR 145) betreffen Bank- und Kassenguthaben.

### **(5) Rechnungsabgrenzung**

Die aktive Rechnungsabgrenzung in Höhe von TEUR 26 (i. Vj. TEUR 22) 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.

### **(6) Eigenkapital**

#### **a.) Grundkapital**

Das in 4.500.000 auf den Namen lautende Stückaktien eingeteilte Grundkapital der Gesellschaft betrug am 30. September 2008 unverändert zum Vorjahr TEUR 4.500.

#### **b.) Kapitalrücklage**

Die Kapitalrücklage enthält die bei Ausgabe von Aktien über den Nennbetrag hinaus erzielten Beträge, die zum 30. September 2006 zum Teil mit aufgelaufenen Jahresfehlbeträgen verrechnet wurden.

## **c.) 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. Die Gesellschaft hat in 2006 einen Aktienoptionsplan aufgelegt, dessen Bezugsrechte zum Bezug von bis zu 450.000 auf den Namen lautenden nennwertlosen Stückaktien berechtigen.

### **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. Das bedingte Kapital II wurde im Geschäftsjahr 2006/07 durch die Begebung einer Wandelschuldverschreibung in Höhe von TEUR 1.500 beansprucht.

## **(7) Rückstellungen**

Die sonstigen Rückstellungen betreffen in Höhe von TEUR 21 (i. Vj. TEUR 23) personalbezogene Abgrenzungen, in Höhe von TEUR 138 (i. Vj. TEUR 132) Beratungs- und Abschlusskosten sowie mit TEUR 80 (i. Vj. TEUR 73) erkennbare Verpflichtungen betreffend das abgelaufene Geschäftsjahr gemäß der erwarteten Inanspruchnahme.

## (8) Verbindlichkeiten

Die Verbindlichkeiten setzen sich am Bilanzstichtag wie folgt zusammen:

	Restlaufzeit bis 1 Jahr	Restlaufzeit 1 bis 5 Jahre	Summe
	TEUR	TEUR	TEUR
a.) Anleihen (im Vorjahr)	53 (53)	1.500 (1.500)	1.553 (1.553)
b.) Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten (im Vorjahr)	378 (739)	(201)	378 (940)
c.) Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (im Vorjahr)	135 (96)	(0)	135 (96)
d.) Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen (im Vorjahr)	1.605 (1.439)	(0)	1.605 (1.439)
e.) sonstige Verbindlichkeiten (im Vorjahr) -- davon aus Steuern TEUR 101 (i. Vj. TEUR 53)	241 (53)	607 (0)	848 (53)
<b>Gesamtsumme (im Vorjahr)</b>	<b>2.412 (2.380)</b>	<b>2.107 (1.701)</b>	<b>4.519 (4.081)</b>

### a.) Anleihen

Im Geschäftsjahr 2006/07 wurde eine Wandelschuldverschreibung in Höhe von 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 Wandelanleihe 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.

### b.) Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten

#### Baden-Württembergische Bank AG, Stuttgart

Die Darlehensverbindlichkeit gegenüber der Baden-Württembergische Bank AG, Stuttgart besteht in Höhe von TEUR 68 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 6.

#### **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 186 und 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 incl. Zinsen abzulösen.

#### **Stadtsparkasse, Augsburg**

Es bestehen kurzfristige Finanzverbindlichkeiten auf dem Girokonto in Höhe von TEUR 118.

#### **c.) Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen**

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

#### **d.) Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen**

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen setzen sich aus Verbindlichkeiten gegenüber der Euro Klassik GmbH in Höhe von TEUR 63 (i. Vj. TEUR 394), der Klassik Radio GmbH & Co. KG in Höhe von TEUR 1.490 (i. Vj. TEUR 765), der FM Radio Network GmbH TEUR 0 (i. Vj. TEUR 219) sowie der FIRST NEWS Nachrichten GmbH in Höhe von TEUR 52 (i. Vj. TEUR 61) zusammen. Es handelt sich im Wesentlichen um kurzfristige Darlehensgewährungen, die mit aufrechenbaren Forderungen aus dem Cash-Pooling und mit Forderungen aus Umlagen verrechnet werden.

### **e.) Sonstige Verbindlichkeiten**

Die sonstigen Verbindlichkeiten enthalten als wesentlichsten Posten Mietkaufverbindlichkeiten gegenüber der SIGMA Leasing GmbH, Zell unter Aichelberg, in Höhe von TEUR 747. Im Rahmen eines Miet-Kauf-Vertrages hat die Gesellschaft mit Wirkung zum 01. Mai 2008 Anlagegüter (im Wesentlichen Betriebs- und Geschäftsausstattung) mit einem Buchwert von TEUR 150 an die SIGMA Leasing GmbH zum Preis von TEUR 800 veräußert. Gleichzeitig wurde vereinbart das veräußerte Anlagevermögen zur Nutzung zurück zu mieten. Entsprechend dem wirtschaftlichen Gehalt der Transaktion wird das Anlagevermögen unverändert bei der Gesellschaft bilanziert. Eine Auswirkung auf die Gewinn- und Verlustrechnung ergab sich nicht. Die ursprüngliche „Mietkaufverbindlichkeit“ in Höhe von TEUR 800 wird mit 8,5% p. a. verzinst und seit dem 30. Mai 2008 zu jeweils TEUR 16 bis zum 30. April 2012 getilgt.

Weiterhin enthalten die sonstigen Verbindlichkeiten Zahlungsverpflichtungen gegenüber dem Finanzamt aus Umsatzsteuer und Lohn- und Kirchensteuer in Höhe von TEUR 101 (i. Vj. TEUR 53).

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

### **(1) Umsatzerlöse**

Die Umsatzerlöse beinhalten Erträge aus erbrachten Dienstleistungen sowie Weiterverrechnungen von Raumkosten an die Tochtergesellschaften.

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

Die sonstigen betrieblichen Erträge enthalten Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen in Höhe von TEUR 20 (i. Vj. TEUR 44), die periodenfremden Charakter haben. Die weiteren Posten betreffen im Wesentlichen Kostenweiterberechnungen an Tochtergesellschaften in Höhe von TEUR 717 (i. Vj. TEUR 121) und Erlöse aus KFZ-Nutzung in Höhe von TEUR 25 (i. Vj. TEUR 23).

### **(3) Personalaufwand**

Im Geschäftsjahr 2007/08 waren durchschnittlich 15 Mitarbeiter (i. Vj. 9) beschäftigt. Zusätzlich waren zum Bilanzstichtag 3 (i. Vj. 2) Vorstände bestellt.

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

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von TEUR 1.953 (i. Vj. TEUR 1.780) enthalten unter anderem Börsenaufwendungen sowie mit der Börsennotierung in Verbindung stehende Aufwendungen für die Öffentlichkeitsarbeit in Höhe von TEUR 138 (i. Vj. TEUR 137). Für Beratungs- und Prüfungsleistungen sind Aufwendungen in Höhe von TEUR 496 (i. Vj. TEUR 411) angefallen. Weiterhin enthalten sind Aufwendungen für die Dienstleistung des Kunden Service-Center der Tochtergesellschaft Euro Klassik GmbH in Höhe von TEUR 87 (i. Vj. TEUR 232), Raumaufwendungen in Höhe von TEUR 273 (i. Vj. TEUR 234), Marktforschungskosten in Höhe von TEUR 58 (i. Vj. TEUR 60) und Kfz-Kosten in Höhe von TEUR 45 (i. Vj. TEUR 52) sowie Telekommunikation- und Instandhaltungskosten in Höhe von TEUR 84 (i. Vj. TEUR 87).

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

Von den sonstigen Zinsen und ähnlichen Erträgen betreffen TEUR 33 (i. Vj. 5) verbundene Unternehmen. Auf Bankguthaben entfällt ein Zinsertrag von TEUR 15 (i. Vj. TEUR 15).

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

Von den Zinsaufwendungen entfallen TEUR 185 (i. Vj. TEUR 116) auf verbundene Unternehmen, TEUR 98 (i. Vj. TEUR 53) auf die Wandelschuldverschreibung, TEUR 28 auf Verbindlichkeiten gegenüber der SIGMA Leasing GmbH und TEUR 33 (i. Vj. TEUR 67) 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 Geschäftsjahr 2005/06 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. Dabei wurden 171.400 Bezugsrechte zugeteilt. Im Geschäftsjahr 2007/08 wurden 30.500 Aktienoptionen verwirkt. Zum 30. September 2008 bestehen 89.300 Bezugsrechte.

### **(2) Honorare des Abschlussprüfers**

Die Honorare für die Abschlussprüfung belaufen sich auf TEUR 88 (i. Vj. TEUR 62). Im Geschäftsjahr wurden keine Bestätigungs- und Bewertungsleistungen und sonstige Leistungen des Abschlussprüfers in Anspruch genommen (i. Vj. TEUR 64).

### (3) Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Die finanziellen Verpflichtungen zum 30. September 2008 ergeben sich aus nachstehender Übersicht:

	Fälligkeiten		
	< 1 Jahr	1-5 Jahre	> 5 Jahre
	TEUR	TEUR	TEUR
Raummiete	182	560	0
Leasing	61	95	0
Versicherung	24	0	0
Instandhaltung	10	5	0
Sonstiges	21	5	0
<b>Summe</b>	<b>298</b>	<b>665</b>	<b>0</b>

Weiterhin bestehen Patronatserklärungen gegenüber den Tochtergesellschaften Protone Promotion Werbeagentur GmbH und FM Radio Network GmbH sowie Hirmer Verlag GmbH. Die Klassik Radio AG erklärt hierin, dass sie die uneingeschränkte Verpflichtung übernimmt sicherzustellen, dass die Tochtergesellschaften stets in der Lage sein werden, ihren bestehenden und zukünftigen Zahlungsverpflichtungen fristgemäß nachzukommen.

### (4) Organe

Der Vorstand setzte sich im Geschäftsjahr 2007/08 wie folgt zusammen:

Frau Sabine Reinhard, Diplom-Kaufmann (CEO), Augsburg (seit 24. April 2008)

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

Herr Christian Erhard, Kaufmann, Königstein i.T. (bis 31. Dezember 2008)

Der Aufsichtsrat setzte sich im Geschäftsjahr 2007/08 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), Luxemburg

## (5) Angabe von Bezügen

Für die Wahrnehmung ihrer Vorstandsaufgaben im Mutterunternehmen und den Tochterunternehmen erhielt Frau Sabine Reinhard ein Fixum in Höhe von TEUR 79 und Nebenleistungen in Höhe von TEUR 4. Frau Sabine Reinhard verfügt darüber hinaus seit 2006 über ein Bezugsrecht von 30.000 Stückaktien nach den oben genannten Bedingungen des Aktienoptionsprogramms.

Der Vorstand Herr Ulrich R.J. Kubak erhielt für die Wahrnehmung seiner Aufgaben im Mutterunternehmen und Tochterunternehmen ein Fixum in Höhe von TEUR 252 (i. Vj. TEUR 252) und Nebenleistungen in Höhe von TEUR 14 (i. Vj. TEUR 13).

Herr Christian Erhard erhielt für die Wahrnehmung seiner Vorstandsaufgaben ein Fixum von TEUR 120 (i. Vj. TEUR 120), eine variable Vergütung in Höhe von TEUR 27 (i. Vj. TEUR 73) sowie Nebenleistungen in Höhe von TEUR 23 (i. Vj. TEUR 18). Herr Christian Erhard verfügt darüber hinaus seit 2006 über ein Bezugsrecht von 50.000 Stückaktien nach den oben genannten Bedingungen des Aktienoptionsprogramms. In 2008 erklärte Herr Christian Erhard den Verzicht auf das Bezugsrecht.

Für den Aufsichtsrat wurden im Geschäftsjahr 2007/08 Bezüge in Höhe von TEUR 30 (i. Vj. TEUR 17) zurückgestellt.

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

Meldung nach § 15a sowie 25 WpHG	Stand September 2008		Stand September 2007	
	EUR/Stück	%	EUR/Stück	%
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	> 15%
INVEST Unternehmensbeteiligungs AG, Linz	keine Angabe	< 5%	keine Angabe	< 5%
Philippe Graf von Stauffenberg	106.400	< 5%	106.400	< 5%
Sabine Reinhard	10.000	< 5%	10.000	< 5%
Streubesitz	keine Angabe	> 5%	keine Angabe	> 5%
<b>Grundkapital</b>	<b>4.500.000</b>	<b>100,00%</b>	<b>4.500.000</b>	<b>100,00%</b>

Während der Jahresabschlusserrstellung haben sich die Mehrheitsverhältnisse wie folgt geändert:

Meldung nach § 15a sowie 25 WpHG	Stand November 2008		Stand September 2008	
	EUR/Stück	%	EUR	%
Ulrich R. J. Kubak	3.644.876	81,00%	3.013.600	66,97%
Absolute Activist Value Fund Limited, Cayman Islands	keine Angabe	0%	keine Angabe	> 15%
INVEST Unternehmensbeteiligungs AG, Linz	243.401	< 5%	keine Angabe	< 5%
Philippe Graf von Stauffenberg	206.400	< 5%	106.400	< 5%
Sabine Reinhard	10.000	< 5%	10.000	< 5%
Streubesitz	keine Angabe	> 5%	keine Angabe	> 5%
<b>Grundkapital</b>	<b>4.500.000</b>	<b>100,00%</b>	<b>4.500.000</b>	<b>100,00%</b>

### (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 24. September 2008 eine Entsprechenserklärung abgegeben und im Internet ([www.klassikradioag.de](http://www.klassikradioag.de)) dauerhaft zugänglich gemacht.

Augsburg, 2. Januar 2009

Sabine Reinhard  
CEO

Ulrich R. J. Kubak  
CVO

# Klassik Radio AG, Augsburg

## Entwicklung des Anlagevermögens zum 30. September 2008

Anschaffungs- und Herstellungskosten				
	1.10.2007	Zugänge	Abgänge	30.9.2008
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>				
Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	87	3	0	90
<b>II. Sachanlagen</b>				
1. Einbauten in fremde Bauten	149	0	0	149
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	163	147	34	276
	312	147	34	425
<b>III. Finanzanlagen</b>				
Anteile an verbundenen Unternehmen	9.559	28	0	9.587
	9.958	178	34	10.102

Kumulierte Abschreibungen				Buchwerte		
Abschreibungen						
des						
1.10.2007	Geschäftsjahres	Abgänge	30.9.2008	30.9.2008	30.9.2007	
TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
57	19	0	76	14	30	
30	22	0	52	97	119	
52	40	2	90	186	111	
82	62	2	142	283	230	
0	0	0	0	9.587	9.559	
139	81	2	218	9.884	9.819	

# Lagebericht und Konzernlagebericht<sup>der</sup>

Klassik Radio AG für das Geschäftsjahr 2007/08

# Geschäftstätigkeit

Umsatzerlöse um 12,5 % auf 14.917 TEUR gesteigert

Operativ deutliche Ergebnissteigerung: EBITDA plus 66 % auf 1.162 TEUR

Operativer Cash Flow von 1.127 TEUR

Eigenkapitalquote von 32 %

Klare Profilierung als Entscheidermedium im Hörfunk

Erwerb der Hirmer Verlag GmbH

Zuteilung der Frequenz Schwerin

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 Sonderwerbformen FM RADIO NETWORK, die Unterhaltungsnachrichtenagentur FIRST NEWS, der Traditionsverlag Hirmer sowie der Verbundwerbungsspezialist Protone.

Die Tochtergesellschaften bilden in der Regel ein Segment der Geschäftstätigkeit der Klassik Radio AG ab. Erstmals ist in 2007/08 der Hirmer Verlag auf Grund des Erwerbes zum 01. April 2008 als eigenes Segment Verlag abgebildet. Die Vertriebsaktivitäten der Euro Klassik GmbH und der Protone Promotion Werbeagentur GmbH sind im Segment Vertrieb zusammengefasst. Die Segmente umfassen: Radiosender, Syndication, Merchandising, Vertrieb, Verlag 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 1,3 Millionen Hörern. Klassik Radio wächst mit neuen Frequenzen wie z. B. Schwerin, und verfügt über 38 terrestrische UKW-Frequenzen in den Ballungsräumen, eine Auslandsfrequenz im einkommensstarken Innsbruck und ist deutschlandweit per Kabel, europaweit über Satellit und welt-weit im Internet zu empfangen.



Klassik Radio ist national über 38 UKW-Frequenzen empfangbar.  
Deutschlandweit im Kabel, europaweit über Satellit und weltweit im Internet.



### UKW

Terrestrisch über  
38 UKW-Frequenzen:  
20 Mio. Hörer



### UKW Österreich

Erstes deutsches  
Radioprogramm  
mit UKW-Lizenz  
auch in Österreich



### Kabel

30 Mio. Hörer



### Europaweit über Satellit

Astra digital:  
20 Mio. Hörer  
Astra analog:  
17 Mio. Hörer



### Weltweit im Internet

[www.klassikradio.de](http://www.klassikradio.de)

## Syndication

FM RADIO NETWORK bietet außergewöhnliche Sonderwerbformen auf bundesweiten Netzen von führenden Hörfunkstationen an. Das sind Radioprogramme, die mehr bewegen als herkömmliche Funk-Kombis, außerhalb der Werbeblöcke laufen und von FM RADIO NETWORK produziert werden.

Zur Entwicklung des Segments im Geschäftsjahr verweisen wir auf die Ausführungen im Anhang des Konzernabschlusses unter (1) Geschäfts- und Firmenwerte.

## 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 Callcenter und den Klassik Radio Onlineshop. Über Online-Vertriebswege werden heute bereits ca. 70 % des Bestellvolumens abgewickelt.

Mit der landesweiten Live-Konzertreihe „Klassik Radio in concert“ ist Klassik Radio auf dem Weg eine der führenden Erlebnismarken Deutschlands zu werden. „Die große Welt der Filmmusik“ oder die „Klassik Radio Proms“ erfreuen sich höchster Beliebtheit. Klassik Radio hat als einziger Privatsender Deutschlands ein eigenes Orchester: Das Klassik Radio Pops Orchestra. „Klassik Radio in concert“ bietet werbetreibenden Unternehmen eine unverwechselbare und emotionale Plattform des Event-Sponsorings.

## Nachrichtenagentur

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

## Verlag

Die Klassik Radio AG hat den traditionsreichen Hirmer Verlag zum 01. April 2008 übernommen. Das Programm des 1948 gegründeten Premiumverlages umfasst ein breites Spektrum von Kunstbüchern zu Themen aus dem europäischen und außereuropäischen Raum bis hin zur Moderne, die in langjähriger Vorbereitung bei Hirmer entwickelt und produziert werden und auch in fremdsprachigen Co-Editionen Verbreitung finden. Hinzu kommen Ausstellungskataloge und wissenschaftliche Reihen.

# Geschäfts- und Rahmenbedingungen

Konjunkturprognose sieht für das Jahr 2008 ein Wachstum von 1,5 % voraus

Online-Werbung erwartet Zuwachsraten in zweistelliger Höhe

Rückläufiger Umsatz im Gesamtwerbemarkt

Versandhandelsumsatz steigt im Vergleich zum Vorjahr um 3,7 % auf 28,6 Mrd. Euro

Zunahme im Verkauf sogenannter Einzeltracks für den Download

Steigerung des Umsatzwachstums im deutschen Buchmarkt

Markenbekanntheit, Sympathie und Begehrlichkeit sind die Mehrwert-Schlüssel der Unterhaltungsindustrie

Die Klassik Radio AG ist hinsichtlich ihrer wirtschaftlichen Entwicklung von mehreren Faktoren abhängig: Zum einen von allgemein-wirtschaftlichen Tendenzen und Entwicklungen, zum anderen von den Entwicklungen des Handels, des Buch- und Verlagswesens, und des Unterhaltungs- und Medienmarktes, insbesondere hierbei des Radio- und Werbemarktes.

## Wirtschaftliches Umfeld

Die weltweite Immobilien- und Finanzmarktkrise und ihre konjunkturellen Folgen dämpfen die Wachstumsprognosen für die kommenden Jahre deutlich: Die Ende November 2008 veröffentlichte Konjunkturprognose des Deutschen Industrie- und Handelskammertages sieht für das Jahr 2008 noch ein Wachstum von 1,5 % voraus, während für 2009 mit einem Rückgang des Wirtschaftswachstums auf Minus 0,5 % gerechnet wird. Denselben Wert zeichnet auch der Internationale Währungsfonds, der 2009 jedoch die gesamte Weltwirtschaft in der Rezession sieht und allgemein für alle Industriestaaten eine Schrumpfung in Höhe von 0,3 % erwartet.

Gerade wegen seiner Abhängigkeit vom Export trifft die weltweite Konjunkturkrise Deutschland besonders hart, prognostiziert die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, und sagt einen Rückgang des Bruttoinlandsprodukts um 0,9 % und einen Anstieg der Arbeitslosenquote um mindestens 0,6 %-Punkte voraus.

(Quelle: Konjunkturumfrage des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK), Internationaler Währungsfonds (IWF), Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD)).

## Unterhaltungs- und Medienmarkt

Nach den letzten zwei umsatzstarken Jahren wird für das Jahr 2008 ein vergleichsweise schwaches Wachstum in der deutschen Medienbranche prognostiziert. So wird für 2008 ein Wachstum von lediglich 1,4 % auf gut 56,8 Milliarden Euro erwartet. Die wirtschaftliche Gesamtentwicklung mit einem deutlich schwächeren Wachstum als in den vergangenen beiden Jahren wirkt sich demnach auch auf den Unterhaltungs- und Medienmarkt aus, deren Werbungsmarkt auf zyklische Schwankungen besonders empfindlich reagiert.

Auch mittelfristig werden sich frühere Prognosen, die von 3,0 % Wachstum jährlich ausgingen, nach Einschätzungen von Branchenkennern nicht bewahrheiten können. Vielmehr ist davon auszugehen, dass auf Basis 2008 für die nächsten 5 Jahre mit einem Wachstum von 2,0 % auf 61,9 Millionen Euro gerechnet werden kann.

Für die Bereiche Internet und Videospiele werden wie in den Jahren zuvor auch weiterhin starke Umsatzsteigerungen erwartet, die damit das Wachstum der Branche stützen. Insbesondere bei der Online-Werbung werden Zuwachsraten im zweistelligen Bereich erwartet.

(Quelle: German Entertainment and Media Outlook 2008-2012)

## (Hörfunk-) Werbemarkt

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

99 Prozent der Personen ab 10 Jahre hören Radio (69,1 Mio. Personen), knapp 80 % schalten täglich ein

Mit einer Nutzungsdauer von 190 Minuten pro Tag ist Hörfunk noch immer ein führendes Massenmedium. Als Begleitmedium kann Radio parallel mit anderen Medien oder Tätigkeiten genutzt werden und erreicht seine Nutzer zudem auch außerhalb des Hauses (Auto, Büro). Auf diese Weise wird die Zielgruppe durchschnittlich über drei Stunden täglich erreicht.

Die geringe Wechselhäufigkeit von 1,5 Sendern pro Tag spricht weiterhin stark für den Hörfunk als aufmerksamkeitsstarkes Werbemedium.

Hörfunk und Internet lassen sich als synergetische Plattformen für Werbeinhalte nutzen. Über 40 Mio. Deutsche nutzten 2007 das Internet, mehr als 10 % um darüber Radio zu hören. Gezielte Werbeschaltungen im Hörfunk machen auf spezifische Inhalte im Internet aufmerksam, das als visuelles Medium zusätzliche Aufmerksamkeit generiert.

(Quelle: ma Radio 2008 II, ARD/ZDF Online-Studie 2007)

Nach einem für den Gesamtwerbemarkt im Allgemeinen und dem Radiowerbemarkt im Besonderen sehr positiven Jahr 2007 wird für das Jahr 2008 ein verhaltenes Wachstum der Einnahmen erwartet. Während der Gesamtwerbemarkt 2007 noch ein Umsatzwachstum von 3,8 % verzeichnen konnte, schwächt der Umsatz 2008 auf ein Wachstum von 1,2 % ab. Der Anteil der Ausgaben für Radiowerbung beträgt zwar mit 6,4 % am Gesamtwerbemarkt nur minimal weniger als im Jahr zuvor, jedoch ist im Vergleich mit dem Vorjahr mit einem Umsatzrückgang von 2,2 % zu rechnen.

Für die kommenden Jahre wird mit einem Wachstum der Werbeeinnahmen gerechnet, besonders im Bereich der Online-Werbung, während es bei TV, Print und Radio nur ein verhaltenes Wachstum geben soll. Obwohl der Radiowerbemarkt im Allgemeinen noch am wenigsten von konjunkturellen Schwankungen betroffen ist, rechnen Experten auf Grund der stockenden wirtschaftlichen Entwicklung in naher Zukunft mit einer Stagnation im Hörfunkwerbemarkt. Erst 2010 soll sich der Markt im Zuge eines stärkeren Wirtschaftswachstums wieder erholen und positiv entwickeln.

### Umsätze der Unterhaltungs- und Medienbranche in Deutschland (in Millionen Euro)

Segment	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2008-2012 jährliches Wachstum
Werbung	12.765	12.915	13.117	13.681	14.032	14.320	14.180	14.600	15.060	15.610	-
Veränderung (in %)	-6,1	1,2	1,6	4,3	2,6	2,1	-1,0	3,0	3,2	3,7	2,2
Konsumentenausgaben	37.023	38.436	39.436	41.001	42.008	42.484	43.636	44.443	45.353	46.270	-
Veränderung (in %)	7,5	3,8	2,6	4,0	2,5	1,1	2,7	1,8	2,0	2,0	2,0
Gesamt	49.788	51.351	52.553	54.682	56.040	56.804	57.816	59.043	60.413	61.880	-
Veränderung (in %)	0,1	3,1	2,3	4,1	2,5	1,4	1,8	3,0	1,5	2,4	2,0

(Quellen: PricewaterhouseCoopers, Wilkofsky Gruen Associates)

## Handel

Trotz der Turbulenzen an den internationalen Finanzmärkten ist der Einzelhandel für 2008 optimistisch. Das erwartete nominale Umsatzplus von 1,5 % auf einen Einzelhandelsumsatz von knapp 402 Mrd Euro entspricht einer realen Verschlechterung von 1,0 %. Dennoch ist dies das höchste Umsatzwachstum im Einzelhandel seit 2004 (Quelle: Hauptverband des Deutschen Einzelhandels). Für das Jahr 2009 rechnet der Verband allerdings bestenfalls mit einer Stagnation der Umsätze.

Eine deutlich positive Entwicklung ist dabei im Versandhandel und insbesondere im E-Commerce zu verzeichnen: Der Versandhandelsumsatz steigt in 2008 im Vergleich zum Vorjahr um 3,7 % auf 28,6 Mrd. Euro. Der Anteil des Versandhandels am Einzelhandel liegt damit bei einem neuen Rekordhoch von 7,2 %. Dabei spielt nach wie vor der Versandhandel im Internet eine bedeutende Rolle, der in 2008 um 23 % auf 13,4 Mrd. Euro Umsatz anwächst. Während jedoch der Umsatz von Anbietern mit parallelem Katalog- und Internetangebot (Multi-Channel-Versender) rückläufig ist, legen die reinen Internetversender (Internet-Pure-Player) um 38,6 % auf 4,5 Mrd Euro zu. Für digitale Dienstleistungen wie Downloads und Ticketbestellung wird in 2008 ein gleichbleibender Umsatz von 5,9 Mrd. Euro erwartet (Quelle: Bundesverband des Deutschen Versandhandels e.V.).

## Musikmarkt/Konzertveranstaltungen

Der seit Jahren andauernde Abwärtstrend im Musikmarkt hält weiterhin an: Während der Verkauf von CD-Alben 2007 um 0,6 % auf 149 Mio. verkaufte Exemplare zurückging, brach der Single-Absatz um 32,7 % auf 10,7 Mio. Stück ein. Gleichzeitig setzt sich die Entwicklung in Richtung Digitalisierung und Online-Distribution fort. So wird die Single-CD in den kommenden Jahren immer weiter vom digitalen Download abgelöst werden: Bereits 2007 nahm der Verkauf sogenannter Einzeltracks für den Download auf den Computer um knapp 40 % auf 35,2 Mio. heruntergeladene Dateien zu. (Quelle: Bundesverband Musikindustrie e.V.). Es wird angenommen, dass der Download kompletter Einzeltitel bis zum Jahr 2010 das größte Marktsegment darstellen wird. Im Jahr 2007 konnten durch Musik-Downloads auf Computer bereits 60 Mio. Euro umgesetzt werden, für 2008 wird ein weiteres Wachstum von 30 % auf 78 Mio. Euro erwartet.

Experten erwarten, dass der Musikmarkt in den kommenden Jahren weiter rückläufig sein wird bis die Verkaufserlöse der digitalen Musik die Rückgänge der physischen Tonträger auffangen.

(Quelle: German Entertainment & Media Outlook 2008-2012)

Eine aktuelle Entwicklung, die drastischen Umsatzeinbrüche im Musikmarkt der vergangenen Jahre zumindest teilweise auszugleichen, ist eine Rundumvermarktung der Künstler mit dem sog. 360-Grad-Modell. Dabei vermarkten die Plattenlabel neben den Musikaufnahmen auch Konzerte, Merchandising und alle Aktivitäten der Künstler, um aus den Umsatzpotenzialen dieser mittlerweile sehr lukrativen Geschäftsfelder zu profitieren.

So ist beispielsweise mehr als ein Drittel der Besucher klassischer Konzerte bereit, mehr Geld für einen Konzertbesuch zu zahlen und dafür beim CD-Kauf zu sparen.

(Quelle: GfK-Studie zum Konsumverhalten der Konzert- und Veranstaltungsbesucher in Deutschland 2007)

## Buchmarkt

Der deutsche Buchmarkt konnte 2007 sein Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahr um 3,6 % auf rund 9,6 Milliarden Euro steigern. Bedeutendster Vertriebsweg ist mit 5,1 Milliarden nach wie vor der stationäre Sortimentsbuchhandel, vor dem Direktvertrieb mit 1,7 Milliarden und dem Versandbuchhandel, über den 1,2 Milliarden Euro erwirtschaftet werden konnten.

Auch für die Verlage war 2007 ein erfolgreiches Jahr. Sie konnten ein Umsatzplus von 2,6 % verbuchen und den Umsatz insbesondere im Kerngeschäft Buch um 2,5 % und im Anzeigenhandel um 3,9 % steigern.

Auch die Prognosen für das Jahr 2008 sind positiv: Im Vergleich zum Vorjahr konnte über die Vertriebswege Sortiment, Warenhaus und E-Commerce im 1. Halbjahr 2008 ein Umsatzplus von 1,6 % erzielt werden. Im Segment Geisteswissenschaften, Kunst und Musik zeichnet sich ein Rückgang um 1,9 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ab.

Für das Jahr 2009 wird jedoch erwartet, dass sich die Konsumschwäche als Folge der Finanzkrise und der globalen Rezession deutlicher bemerkbar macht als noch 2008, auch wenn der Unterschied zwischen nominal und real weit geringer ist, als in den übrigen Einzelhandelsbranchen.

(Quelle: Branchen Monitor Buch Juli 2008, Börsenverein des deutschen Buchhandels)

Der Geschäftsverlauf von Klassik Radio konnte im Berichtszeitraum sowohl die positive Branchen- als auch gesamtwirtschaftliche Entwicklung übertreffen.

# Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Konzerns

Umsatzerlöse in Höhe von 14.917 TEUR, plus 12,5 % zum Vorjahr

Umsatzträger sind die Segmente Radiosender, Merchandising und Vertrieb

Klare Positionierung von Klassik Radio als Entscheidermedium

Erwerb der Hirmer Verlag GmbH

Operativ deutliche Ergebnisverbesserung, plus 66 % im EBITDA auf TEUR 1.162

Abschreibung des Firmenwerts von FM Radio Network GmbH in Höhe von TEUR 787

Positiver operativer Cash Flow in Höhe von TEUR 1.127, im Vorjahr TEUR -330

Solide Bilanzstruktur mit Eigenkapitalquote von 32 %

## Ertragslage des Klassik Radio Konzerns

	1.10.2007-30.9.2008	1.10.2006-30.9.2007	Ergebnis- veränderung
	TEUR	TEUR	TEUR
Umsatzerlöse	14.917	13.261	1.656
Bestandsveränderung	234	0	234
Sonstige betriebliche Erträge	490	683	-193
Aufwand für bezogene Leistungen und Waren	-6.876	-6.340	-536
Aufwand für Personal	-3.748	-3.481	-267
Andere Aufwendungen	-3.855	-3.421	-434
<b>EBITDA</b>	<b>1.162</b>	<b>702</b>	<b>460</b>
Aufwand für planmäßige Abschreibungen	-403	-291	-112
Aufwand für Firmenwert Abschreibungen	-787	-	-787
<b>EBIT</b>	<b>-28</b>	<b>411</b>	<b>-439</b>
<b>Finanzergebnis</b>	<b>-287</b>	<b>-198</b>	<b>-89</b>
Ertragsteuern	86	-54	140
- davon latente Steuern	84	-43	127
<b>Periodenergebnis</b>	<b>-229</b>	<b>159</b>	<b>-388</b>

Im Konzern wurden Umsatzerlöse in Höhe von 14.917 TEUR erwirtschaftet. Diese Steigerung von 12,5 % gegenüber dem Vorjahr konnte trotz des erheblichen Umsatzeinbruchs bei der FM Radio Network GmbH (TEUR -862) sowie der negativen Abweichungen beim Merchandising und im Vertrieb durch die positive Umsatzentwicklung im Radiosender und nicht zuletzt durch den Umsatz des Hirmer Verlags (TEUR 2.180) erzielt werden.

Der Hirmer Verlag ist in allen G+V Positionen im abgelaufenen Geschäftsjahr mit den 6-Monats-Werten seit Erwerb enthalten. Daher sind die Vorjahreswerte nur bedingt vergleichbar.

Die sonstigen betrieblichen Erträge beinhalten im Wesentlichen Ausbuchungen von Verbindlichkeiten sowie Auflösung von Wertberichtigungen, welche ihren Ursprung in vergangenen Geschäftsjahren hatten.

Im Aufwand für bezogene Leistungen und Waren sind neben dem Wareneinsatz Hirmer der Mediaeinkauf Protone sowie die Kosten der Konzertveranstaltungen und die Sendekosten des Radiosenders erfasst.

Der Personalaufwand für durchschnittlich 80,6 Mitarbeiter/innen, auch bedingt durch den Zukauf des Hirmer Verlags, ist um 267 TEUR im Vergleich zum Vorjahr auf 3.748 gestiegen.

Die anderen Aufwendungen umfassen im Wesentlichen Werbekosten/Aufwendungen aus Gegengeschäften, Rechts- und Beratungskosten sowie Verwaltungskosten.

Das erfreuliche Umsatzplus von 12,5 % auf nunmehr 14.917 TEUR im Konzern bewirkte eine Verbesserung des EBITDA (earnings before interest, taxes, depreciation and amortization) von 702 TEUR auf 1.162 TEUR. Das EBITDA ist konzernweit die operative Steuerungsgröße in allen Segmenten, die Zinsen, sonstige Finanzierungsaufwendungen, Steuern und Abschreibungen für die Steuerung außer Acht lässt.

Vor der Firmenwertabschreibung betreffend FM Radio (TEUR 787) liegt das EBIT bei 759 TEUR. Dies bedeutet fast eine Verdoppelung im Vorjahresvergleich und zeigt deutlich die Ergebnismechanik des Radiogeschäftes im Konzern sowie die Margenorientierung im Direktgeschäft.

Auf Grund der verfügbaren Verlustvorträge entsteht momentan im Klassik Radio AG Konzern nahezu kein Aufwand aus Körperschaft- und Gewerbesteuer. Der Steuerertrag im Geschäftsjahr resultiert im Wesentlichen aus der Auflösung von passiven latenten Steuern.

Die Firmenwertabschreibung betreffend FM Radio Network GmbH (TEUR 787) hat das Periodenergebnis des Konzerns in Höhe von TEUR -229 im Vergleich zum Vorjahr (TEUR 159) deutlich belastet.

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

Umsatzerlöse mit Dritten nach Segmenten	1.10.2007-30.09.2008		1.10.2006- 30.09.2007		Veränderung TEUR
	TEUR	%	TEUR	%	
Radiosender	6.440	43,2	5.297	39,9	1.143
Syndication	297	2,0	1.230	9,3	-933
Vertrieb	2.565	17,2	2.806	21,2	-241
Merchandising	3.203	21,5	3.719	28,0	-516
Verlag	2.180	14,6	0	0,0	2.180
Nachrichtenagentur	228	1,5	209	1,6	19
Sonstige	4	0,0	0	0,0	4
<b>Umsatzerlöse mit Dritten</b>	<b>14.917</b>	<b>100,0</b>	<b>13.261</b>	<b>100,0</b>	<b>1.656</b>

Die Entscheidung des Vorstands, den Fokus auf Direktgeschäfte im B2B- und B2C-Bereich zu legen, hat sich bewährt. Diese begonnene Zwei-Säulenstrategie wird auch künftig fortgeführt. Die hohen Erwartungen des Vorstands wurden beim Radiosender und der Nachrichtenagentur erfüllt, während in den übrigen Bereichen Abstriche hingenommen werden mussten.

## Radiosender

Das Geschäftsjahr 2007/08 der Klassik Radio GmbH & Co. KG war geprägt von:

hohen Hörerreichweiten in der Media-Analyse 2008 Radio II

Erfolg der als „Major Promotions“ durchgeführten Telefon-Gewinnspiele

Erneuerung der IT- und Sendesysteminfrastruktur

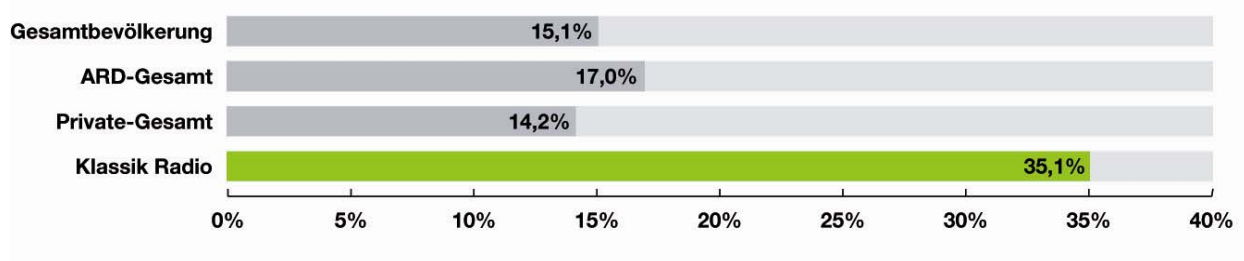
Aufschaltung der UKW-Frequenz Schwerin

Gemäß der Media-Analyse 2008 Radio II erreicht Klassik Radio alleine in Deutschland 1,27 Millionen Hörer täglich. In einer durchschnittlichen Stunde von Montag bis Samstag 6-18h schalten 167.000 Personen den Sender ein. Aufgrund einer Änderung in der Grundgesamtheit bei der Erhebung und Hochrechnung dieser Reichweitzahlen lassen sich die Ergebnisse der „ma 2008 Radio II“ nicht mit den Zahlen früherer Media-Analysen vergleichen. Die Ergebnisse verdeutlichen jedoch das hohe Reichweitzniveau des Programms von Klassik Radio in der deutschen Bevölkerung.

Mindestens genauso wichtig wie die quantitative Größe der Reichweite ist die hervorragende qualitative Ausprägung der soziodemographischen Struktur in der Hörschaft von Klassik Radio, die im Vergleich zur Gesamtbevölkerung gemäß der Media-Analyse deutlich überproportional einkommensstark, gebildet und kulturbegeistert ist.

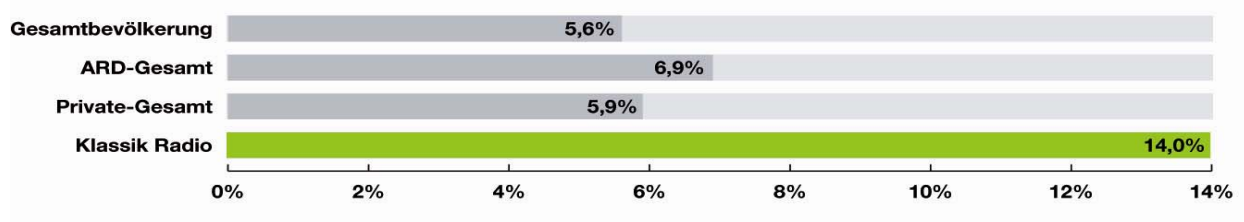
## Entwickelt für die Top-Zielgruppe

Mehr als jeder dritte Klassik Radio Hörer zählt zur Gruppe der Entscheider.  
Der Anteil an Selbständigen, Freiberuflern, leitenden Angestellten und Beamten ist somit außergewöhnlich hoch.



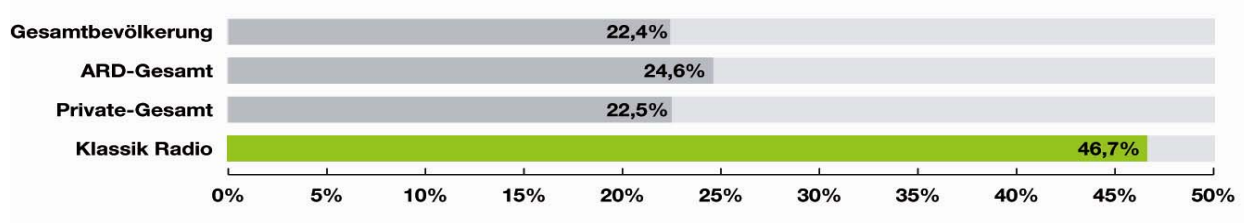
Quelle: MA 2008 Radio II

Dreimal so viel Netto.  
Der Anteil der Klassik Radio Hörer mit einem persönlichen Nettoeinkommen von 3.000 Euro und mehr liegt weit über dem des Wettbewerbs.



Quelle: MA 2008 Radio II

Bildung zahlt sich aus.  
Mehr als jeder Dritte Klassik Radio Hörer hat Abitur, Hochschulreife oder Studium.  
Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung ist das doppelt so häufig.

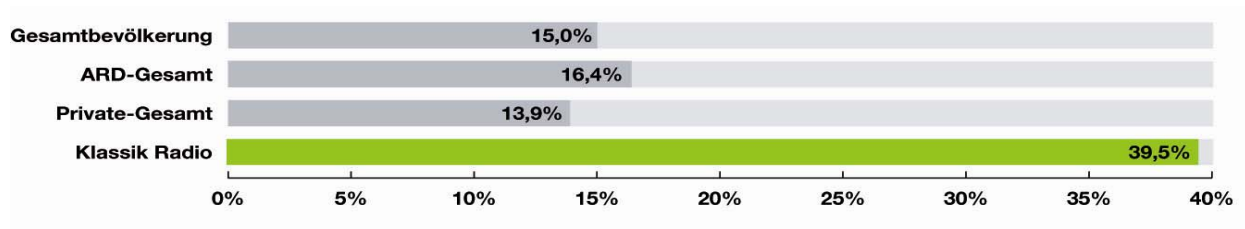


Quelle: MA 2008 Radio II

## Willkommen bei Deutschlands Entscheiderradio

Aktiv und kulturell interessiert.

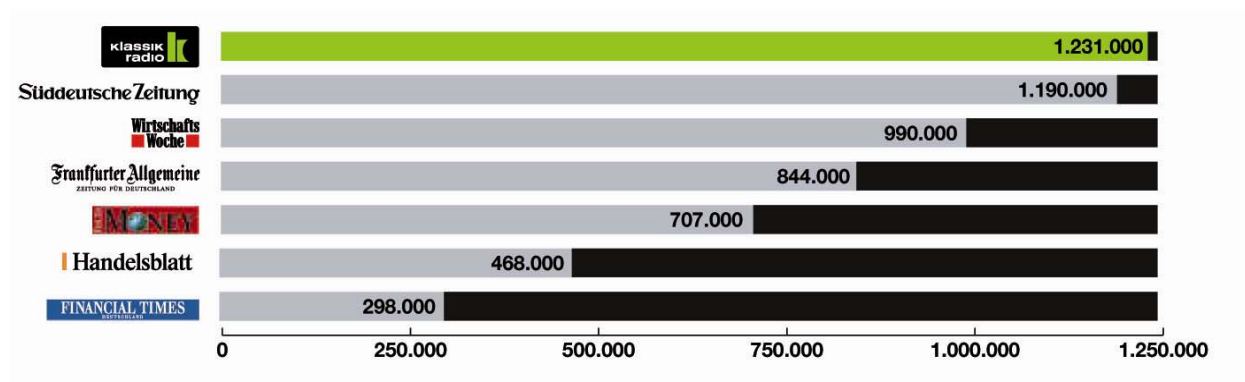
Mehr als jeder dritte unserer Hörer besucht mindestens einmal im Monat kulturelle Veranstaltungen. Das beweist, dass unsere Hörer nicht nur mehr haben, sondern auch bereit sind mehr zu geben.



Quelle: MA 2008 Radio II

Klassik Radio macht Druck. Vor allem den Printmedien.

Neben der starken Positionierung innerhalb des Mediums Radio hat der Fokus auf die Top-Zielgruppen bewirkt, dass Klassik Radio sich auch im intermedialen Vergleich behaupten kann.



Quelle: Intermedia 2008, Hörer pro Tag / Leser pro Ausgabe

Die erfolgreiche Positionierung des Radiosenders lässt sich an der Umsatzentwicklung ablesen. Die Umsatzerlöse erhöhten sich insgesamt um TEUR 1.248 auf TEUR 7.667. Die Umsätze mit Dritten haben sich auf TEUR 6.440 erhöht. Korrespondierend hierzu sind die operativen Aufwendungen von TEUR 5.828 auf TEUR 7.009 gestiegen. Das Periodenergebnis des Segments Radiosender konnte von TEUR 944 auf TEUR 1.133 gesteigert werden.

## Syndication

Die FM Radio Network GmbH hat im Geschäftsjahr 2007/08 mit TEUR 297 die Umsatzgröße mit Dritten des Vorjahres von TEUR 1.230 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 gegenüber der Planung unbefriedigende Entwicklung zeigt sich auch in der negativen Ergebnissituation, mit einem EBITDA in Höhe von - TEUR 148 (i. Vj. -TEUR 360). Die operativen Aufwendungen konnten von TEUR 2.041 auf TEUR 531 reduziert werden.

Auf Grund des Rückgangs der Geschäftstätigkeiten in diesem Segment, der sich auch für die Folgejahre abzeichnet, wurden Wertminderungen auf den Firmenwert in Höhe von TEUR 787 vorgenommen (vgl. hierzu unsere Ausführungen im Konzernanhang unter (1) Geschäfts- und Firmenwerte).

Das Periodenergebnis beträgt vor Wertminderungsaufwand TEUR -247 (i. Vj. TEUR -347).

## Merchandising

Die Euro Klassik GmbH bewegt sich mit dem Geschäftsfeld „Merchandising“ grundsätzlich im Bereich Handel von CD, DVD, Buch und Hörbuch, in den digitalen Medien: Download und im Konzertveranstaltungsbereich.



Das Veranstaltungsgeschäft hat das bei Klassik Radio rückläufige und im gesamten Markt schrumpfende CD-Geschäft mittlerweile in Bezug auf den Umsatz übertroffen.

Als neues Format wurde im Januar 2008 der Klassik Radio Downloadshop installiert. Der Shop, bis zum Ende des Geschäftsjahres allein mit Eigenlizenzprodukten bestückt, konnte jedoch auf Grund des geringen Produktangebotes keinen, den Umsatzrückgang der CD kompensierenden Zusatzumsatz, erzielen. Zu Beginn des neuen Geschäftsjahres 2008/09 wurde der Shop zusätzlich mit mehr als 5.000 Audiobooks zum download ausgestattet.

Neben dem Downloadshop wurde der Klassik Radio Hirmer Bookstore installiert. In dem Bookstore wurde das gesamte Hirmer Sortiment der Klassik Radio Zielgruppe und den Klassik Radio Shopkunden zum Kauf angeboten.



Wesentliche Umsatzträger an Eigenprodukten in 2007/08 sind: Klassik für Babys und Klassik für Kinder im Sommerkoffer, Kinder als neues Produktthema. Die bisherigen Kultprodukte Lounge Serie Werk 1-7 verkauften sich schwächer als im Vorjahresvergleich.

Unter dem Label Klassik Radio records sind im Geschäftsjahr 2007/08 folgende Neuprodukte erschienen: Die große Welt der Filmmusik 2007 und die Live CD 2008. Als Fremdlizenzprodukte: Edition Flora, Klassik für Babys, Der Herr der Ringe und Ludovico Einaudi - Live in Berlin.

Mit dem abgelaufenen Geschäftsjahr ist der Veranstaltungsbereich mit der dritten Staffel „Die große Welt der Filmmusik“ erfolgreich fortgeführt worden. Ludovico Einaudi hatte im Oktober 2007 noch drei Konzerttermine der Herbststaffel 2007.



In Summe waren es in 2007/08 14 Filmmusikkonzerte, die über 23.600 Besucher begeisterten. Mit dem Klassik Radio Pops Orchestra steht in der nun bereits dritten Tourneestaffel das Klassik Radio eigene Filmmusikorchester unter der Leitung von Nic Raine auf der Bühne. Und ab Herbst 2008 geht Klassik Radio mit den besten Klassik Hits auf Tournee, die „Klassik Radio PROMS 2008“



Etablierte Werbenamen wie Baileys, Nintendo, Nissan, Saturn und Maserati gingen 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 in Summe Umsätze mit Dritten in Höhe von TEUR 3.203 (i. Vj. TEUR 3.719). Die operativen Aufwendungen betragen TEUR 3.351 (i. Vj. TEUR 3.757).

Das CD-Geschäft erwirtschaftete Umsatzerlöse in Höhe von TEUR 1.614 (i. Vj. TEUR 1.827), im Konzertbereich konnten mit Ticketing und Sponsoringerlösen Umsätze in Höhe von TEUR 1.589 (i. Vj. TEUR 1.840) erzielt werden.

Die Wareneinsatzquote liegt bei 49 % (i. Vj. 53 %). Das Merchandising erzielte ein EBITDA von TEUR 21 (i. Vj. TEUR 322) bzw. ein Periodenergebnis von TEUR 4 (i. Vj. TEUR 316).

## 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 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 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 2.565 (i. Vj. TEUR 2.806) ist ausschließlich auf Protone zurückzuführen. Die operativen Kosten betragen TEUR 4.236 (i. Vj. TEUR 4.799). Das Periodenergebnis im Vertrieb konnte von TEUR -624 im Vorjahr auf TEUR -221 verbessert werden.

## Nachrichtenagentur

Die Tochtergesellschaft, deren relativer Umsatzanteil im Konzern von 1,5% nahezu unverändert zum Vorjahr lag, konnte in 2007/08 die Position als Nachrichten-Provider im deutschen Markt auf gleichem Niveau fortführen. 74 Radiostationen, TV-Stationen und Onlinedienste werden mit den aktuellen Unterhaltungsnachrichten versorgt. Die Umsatzerlöse der Nachrichtenagentur konnten von TEUR 211 auf TEUR 230 gesteigert werden, wobei sich korrespondierend hierzu die operativen Aufwendungen von TEUR 180 auf TEUR 197 erhöht haben. Das Periodenergebnis hat sich um TEUR 8 auf TEUR 30 erhöht.

## Verlag

Die Hirmer Verlag GmbH ist primär in folgenden Marktsegmenten tätig:

Eigene Kunstbücher im Hochpreissegment. In der Regel erscheinen die eigenen Werke gleichzeitig mit ausländischen Partnern in englischer, französischer und italienischer Sprache.

Kunstwissenschaftliche Bücher, die von Institutionen finanziert werden.

Ausstellungskataloge für Museen und Institutionen.

Finanzierte Künstlermonographien.

Der Akquisitionsschwerpunkt liegt auf den Ausstellungskatalogen.

Der Verlag zeichnet sich durch eine hohe inhaltliche und herstellerische Qualität aus und zählt zu den Marktführern im Segment der Kunstbücher. In diesem Segment werden keine Daten erhoben, die einen Überblick über das Marktvolumen oder die Marktanteile der einzelnen Verlage oder am Gesamtmarkt ermöglichen. Mitbewerber sind in diesem Marktsegment die Verlage: Prestel, München; Dumont, Köln; Wienand Verlag, Köln; Nicolai, Berlin; Kerber Verlag, Bielefeld und einige kleinere, weniger bedeutende Verlage. Im Ausstellungskataloggeschäft ist teilweise ein harter Verdrängungswettbewerb vorhanden, zumal die Katalogaufträge vielfach über öffentliche oder beschränkte Ausschreibungen vergeben werden.

Der Vertrieb erfolgt bei den eigenen Kunstbüchern, den Kunstwissenschaftlichen Büchern, den Ausstellungskatalogen und den Künstlermonographien über Buchhandelsvertreter im In- und Ausland. Das Fullfillment erfolgt über Koch, Neff & Oetinger (KNO), Stuttgart. Die Ausstellungskataloge werden darüber hinaus zum allergrößten Teil direkt ab Druckerei an die Museen/Institutionen – in der Regel als Festabnahme - geliefert.

Die Umsatzerlöse betragen über einen 6-Monatszeitraum TEUR 2.180. Im Verlag konnte ein Periodenergebnis von TEUR -66 erzielt werden.

Die verkauften Stückzahlen im Buchhandel:

1. Oktober 2007 bis 30. September 2008	68.883 Exemplare
1. April bis 30. September 2008	29.838 Exemplare

Erfreulich hat sich der Durchschnittserlös (Ladenverkaufspreis minus 7 % Mehrwertsteuer minus Buchhandelsrabatt) entwickelt:

1. Oktober 2007 bis 30. September 2008	22,62 (+16,2 %)
1. April 2008 bis 30. September 2008	20,28 (+4,6 %)

### Vermögenslage des Klassik Radio Konzerns

	30.9.2008		30.9.2007		Veränderung TEUR
	TEUR	%	TEUR	%	
Langfristige Vermögenswerte	8.553	61,0	8.026	69,1	527
Kurzfristige Vermögenswerte	5.529	39,0	3.585	30,9	1.944
<b>Gesamtvermögen</b>	<b>14.082</b>	<b>100,0</b>	<b>11.611</b>	<b>100,0</b>	<b>2.471</b>
Eigenkapital	4.543	32,0	4.654	40,1	-111
Langfristige Schulden	4.183	30,0	2.670	23,0	1.513
Kurzfristige Schulden	5.356	38,0	4.287	36,9	1.069
<b>Gesamtkapital</b>	<b>14.082</b>	<b>100,0</b>	<b>11.611</b>	<b>100,0</b>	<b>2.471</b>

Die langfristigen Vermögenswerte beinhalten im Wesentlichen Geschäfts- und Firmenwerte in Höhe von TEUR 6.276 (i. Vj. TEUR 6.284) sowie latente Steueransprüche in Höhe von TEUR 688 (i. Vj. TEUR 681). Die Veränderung bei den Geschäfts- und Firmenwerten ergibt sich aus dem Wertminderungsaufwand auf den Firmenwert der FM Radio in Höhe von TEUR -787 sowie dem Zugang aus dem Erwerb in Zusammenhang mit der Hirmer Verlag GmbH in Höhe von TEUR 779.

Die kurzfristigen Vermögenswerte haben sich im Vergleich zum Vorjahr um den Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von TEUR 390 auf TEUR 2.336 (Vj. TEUR 1.946) sowie der Vorräte um TEUR 1.568 auf TEUR 1.721 (Vj. TEUR 153) erhöht. Der Anstieg ist überwiegend auf das neu erworbene Verlagsgeschäft zurückzuführen. Der Anteil der Zahlungsmittel beträgt TEUR 980.

Die Veränderung des Konzern-Eigenkapitals resultiert aus dem negativen Periodenergebnis des abgelaufenen Geschäftsjahres sowie der Einstellung in die Kapitalrücklage in Zusammenhang mit den Aktienoptionsplänen. Die Veränderung der Eigenkapitalquote von 40,08 % im Vorjahr auf 32,28 % resultiert im Wesentlichen aus der Aufnahme von zusätzlichem Fremdkapital in Zusammenhang mit dem Erwerb der Hirmer Verlag GmbH sowie dem negativen Periodenergebnis.

Die langfristigen Schulden beinhalten die Darlehen bei der Baden-Württembergische Bank AG, Stuttgart, der BTV 3 Banken Gruppe, Bank für Tirol und Vorarlberg AG Augsburg, der Stadtparkasse Augsburg und der Augusta Bank Augsburg. Darüber hinaus besteht eine langfristige Verbindlichkeit gegenüber der Sigma Leasing GmbH.

In den kurzfristigen Schulden in Höhe von TEUR 5.356 sind die obigen Darlehen mit dem Anteil der nächsten 12 Monate enthalten. Die Veränderung zum Vorjahr in Höhe von TEUR 1.069 ist bedingt durch die Erhöhung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie der kurzfristigen Finanzschulden.

## Finanzlage des Klassik Radio Konzerns

	1.10.2007-30.9.2008	1.10.2006-30.9.2007
	TEUR	TEUR
Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit	1.127	-330
Cash Flow aus der Investitionstätigkeit	-2.538	-1.644
Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit	1.328	1.738
Zahlungswirksame Veränderung der Zahlungsmittel	-83	-236
Zahlungsmittel am Anfang der Periode	793	1.029
Zahlungsmittel am Ende der Periode	710	793

Der Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit beträgt TEUR 1.127 und konnte somit um TEUR 1.457 gesteigert werden. Dies zeigt die Ertragskraft aus der operativen Tätigkeit sowie ein hohes Innenfinanzierungspotenzial. Die kurzfristigen Verbindlichkeiten haben sich zum Stichtag im Konzern um TEUR 1.069 erhöht. Der Forderungsbestand hat sich in Zusammenhang mit dem gestiegenen Umsatz um TEUR 390 aufgebaut.

Im Cash Flow aus der Investitionstätigkeit ist hauptsächlich neben Investitionen in eigene, IT und Ausstattung des Senders die Zahlung des Kaufpreises des Hirmer Verlages in Höhe von TEUR 2.722 abgebildet. Die hierfür eingesetzte Finanzierung aus Bankdarlehen und dem sale-and-lease-back-Vertrag sind die maßgeblichen Größen für den Mittelzufluss im Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit.

Der Zahlungsmittelbestand zum Bilanzstichtag umfasst kurzfristige Bankguthaben in Höhe von TEUR 980 und Bankschulden in Höhe von TEUR -270.

Die Gesellschaften des Klassik Radio Konzerns sind im abgelaufenen Geschäftsjahr ihren Zahlungsverpflichtungen fristgerecht nachgekommen.

## Gesamtaussage zur Vermögens-, Finanz-, und Ertragslage

Nach Eliminierung des Sondereffekts betreffend die Firmenwert-Abschreibung der FM Radio ergibt sich ein Periodenergebnis in Höhe von TEUR 558, welches einen Anstieg im Vergleich zum Vorjahr um TEUR 399 bedeutet. Hier spiegeln sich das Umsatzwachstum sowie die Kostensenkungen auf Grund der Skaleneffekte wider.

Die Liquiditätssituation im Konzern ist geordnet. Die Ertragskraft wird insbesondere durch den hohen operativen Cash Flow deutlich.

# 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-Relations-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](http://www.klassikradioag.de) veröffentlicht. Auf Anfrage wird er auch gerne per Post zur Verfügung gestellt.

### Finanzielle Kennzahlen der Klassik Radio AG (HGB)

	1.10.2007- 30.9.2008	1.10.2006- 30.9.2007	Änderung
	TEUR	TEUR	TEUR
Umsatzerlöse	2.716	2.888	-172
Jahresüberschuss	72	31	41
Bilanzgewinn	103	31	72
Bilanzsumme	11.181	10.660	521
Eigenkapital	6.423	6.351	72
Eigenkapitalquote in %	57,5%	59,6%	-2,1%
Anlagevermögen	9.884	9.819	65
- davon Anteile an verbundenen Unternehmen	9.587	9.559	28
Umlaufvermögen und Rechnungsabgrenzungsposten	1.297	841	456

### 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 2007/08, den zu Grunde liegenden Tatbeständen angepasst.

Die Aktiva sind bestimmt durch den Wertansatz der von der Klassik Radio AG gehaltenen Beteiligungen in Höhe von 9.587 TEUR. Die Beteiligungen betragen ausnahmslos 100 %. Die größte Position des Umlaufvermögens sind Forderungen gegen verbundene Unternehmen in Höhe von 950 TEUR. Sie bestehen hauptsächlich gegenüber der Hirmer Verlag GmbH und resultieren überwiegend aus dem Geschäftserwerb. Auf die Guthaben bei Kreditinstituten entfallen 284 TEUR.

Das Eigenkapital erhöhte sich um den Jahresüberschuss. Bezogen auf die Bilanzsumme von 11.181 TEUR ist die Eigenkapitalquote nahezu gleich geblieben (57,5 % gegenüber 59,6 % im Vorjahr).

Die im Geschäftsjahr benötigten Zahlungsmittel wurden dem Finanzmittelbestand entnommen.

# Mitarbeiter

Die Zahl der Mitarbeiter hat sich im Geschäftsjahr 2007/08 nur geringfügig verändert. Am 30. September 2008 beschäftigte der Klassik Radio AG Konzern 87 Mitarbeiter (30. September 2007: 84). Im Geschäftsjahr waren 3 (i. Vj. 2) Vorstände bestellt. Der Aufwand für Personal erhöhte sich auf 3.748 TEUR (i. Vj. 3.481 TEUR). Die Erhöhung des Aufwandes für Personal ist im Wesentlichen auf die Integration der neu erworbenen Hirmer Verlag GmbH zurückzuführen.

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. 88.300 Optionen sind per Geschäftsjahresende für Mitarbeiter, Geschäftsführer und Vorstände begeben. Im Geschäftsjahr 2007/08 schlägt sich dies im Konzernabschluss in Höhe von 118 TEUR (i. Vj. 138 TEUR) im Aufwand für Personal nieder.

# Vergütungsbericht

Der Vorstand setzte sich am Ende des Geschäftsjahres 2007/08 wie folgt zusammen:

Frau Sabine Reinhard, Diplom-Kaufmann (CEO), Augsburg (seit 24. April 2008)

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

Herr Christian Erhard, Kaufmann, Königstein i.T. (bis 31. Dezember 2008)

Der Aufsichtsrat setzte sich im Geschäftsjahr 2007/08 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 variable Vergütung, die sich an der ausgezahlten Dividende und dem Konzernergebnis je Aktie orientiert. Für den Aufsichtsrat wurden für das Geschäftsjahr 2007/08 Bezüge in Höhe von 30 TEUR (i. Vj. 17 TEUR) zurückgestellt.

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

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

## 1. Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals

Das Grundkapital der Gesellschaft betrug zum 30. September 2008 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, bestanden zum 30. September 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 %

Während der Jahresabschlusserrstellung haben sich die Mehrheitsverhältnisse wie folgt geändert:

	Stück	%
Ulrich R. J. Kubak	3.644.876	81,00 %

## 4. Sonderrechte, die Kontrollbefugnisse verleihen

Es gibt keine Aktien der Gesellschaft mit Sonderrechten 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 den 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 Vorstandes

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 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 Garant für die mit 6,5 % zu verzinsende in 2010 fällige Wandelanleihe 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) von 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.

# 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 Segmente, Gesellschaften und des Konzerns mit einem monatlichen Berichtswesen. Daneben unterstützen wöchentliche Controllingauswertungen 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 Protone im starken konjunkturellen Schwankungen unterworfenen Werbemarkt und mit Verlag und 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. Andererseits kann das Unternehmen von positiven Entwicklungen in diesen Bereichen profitieren.

Klassik Radio versucht den Marktrisiken durch Alleinstellungsmerkmale, Branding, Hörerbindung und Zielgruppenorientierung zu begegnen.

#### Intensiver Wettbewerb im Radiowerbemarkt

Der Radiowerbemarkt wird 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 (6,1 % Marktanteil Januar – Oktober 2008, 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 dem Erwerb der Protone bewusst 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 unternehmenseigenen Vertriebsorganisation entgegen. Der enge Kundenkontakt und die enge Kundenbindung sollen zusätzlich die Abhängigkeit von Marktentwicklungen verringern. Protone erschließt zusätzlich das Massen-Kleinkundengeschäft im B2B Bereich.

## Marktsättigung und Kaufkraft im Merchandising

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

## Werthaltigkeit der aktivierten Geschäfts- und Firmenwerte

Bei sich weiter verschlechterndem konjunkturellem Klima besteht das Risiko, dass die Erträge der einzelnen Segmente hinter den prognostizierten Plandaten bleiben, mit der Folge, dass sich die Notwendigkeit einer Wertminderung auf die aktivierten Geschäfts- und Firmenwerte der Segmente einstellen könnte.

## Personalunion von Hauptaktionär und CVO

Herr Ulrich R. J. Kubak prägt als Gründer, Vorstand und Hauptaktionär (81,0 %) die Geschäfte der Unternehmensgruppe in wesentlicher Weise. In dieser starken Position prägt Herr Kubak im Innen- wie auch Außenverhältnis die strategische Ausrichtung des Konzerns. In der operativen Geschäftsführung sind Geschäftsführer und Bereichsleiter in der Verantwortung.

## 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 2019 verlängert wurde. 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 Vorstand gebündelt.

## 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 noch im Vordergrund steht, wird die Zielgruppe „best ager“ immer bedeutsamer. Darüber hinaus wächst 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.

### Einheitliches Werbeumfeld

Klassik Radio bietet ein bundesweit einheitliches Programmumfeld, das eine durchgängig identische Einbettung der Funkspots ermöglicht. Dies stellt einen klaren Mehrwert für werbetreibende Unternehmen dar.

## Digitalisierung

Die 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 Internetshop wickelt bereits heute knapp 70 % 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.

## Buch/Kunstabverlag

Der Erwerb des Traditionsverlages Hirmer verbreitert die Basis des Direktgeschäftes und diversifiziert die Klassik Radio weiter in Richtung Premium-Medienunternehmen. Die mit Klassik Radio deckungsgleiche Zielgruppe, die Hochpreispolitik sowie die Vermarktungsintegration im Sender sowie Klassik Radio Shop sind das Rational und gleichzeitig die Chance der Akquisition.

# Besondere Ereignisse nach Schluss des Geschäftsjahres

Klassik Radio Wein wird als weiteres Produktstandbein gelauncht

Mit den Klassik Radio Proms2008 starteten am 3. Oktober 2008 die Klassik Radio Pops eine weitere Konzertreihe. Das Klassik Radio – Programm geht mit den besten Klassik (Radio) Hits in der Hamburger Laeishalle auf die Bühne. Die junge Dirigentin Agnes Nagorka begeisterte das Publikum.

Die neue Sendeautomation geht live und stellt die technischen Weichen für die Digitalisierung im Radio

Hirmer Verlag erhält Zuschlag für Stuttgarter Kunsthalle und absolviert erfolgreiche Buchmesse

Der Einspruch gegen die Zuteilung der Hannover Frequenz ist zurückgezogen, somit kann die Aufschaltung angegangen werden. Damit erhält Klassik Radio Zugang zu den Hörern und Werbetreibenden in der niedersächsischen Landeshauptstadt.

# Ausblick

Optimierung der Kosten-Ertragsskalierung im Radiosender

Innovatives Shop / Warenwirtschaftssystem für das Direktgeschäft.

Expansion- und Entwicklung der Marke im Premium-Segment des Entertainment-Business.

Expansion in Produkt-Segmenten markenstarker Entspannungs-Unterhaltung.

Klare Positionierung eröffnet Chancen trotz des schwierigen Marktumfelds

Die eher negativen konjunkturellen Rahmenbedingungen für 2009, welche für die Finanzwelt und Medienwirtschaft prognostiziert werden, bergen mögliche Risiken in allen Bereichen der Klassik Radio AG. Auf Grund der Markenstärke und der Nischenstrategie ist Klassik Radio so aufgestellt, dass es dem schwierigen Marktumfeld entgegenwirken kann.

Der kontinuierlich wachsende Bekanntheitsgrad der Marke Klassik Radio AG hat sein Kapital im weiten Feld entspannender Premium-Unterhaltung platziert. Als attraktive Nischenmarke wird in der sich andeutenden Wirtschaftskrise in 2009 auch die Chance für 2009 liegen: offensiv und flexibel sowohl im B2B als auch im B2C-Potenzial.

Der Vorstand geht trotz der negativen Wirtschaftsprognosen für die kommenden Geschäftsjahre sowohl von einem Umsatzwachstum, als auch einer Ergebnissteigerung aus. Klassik Radio hat sich in den vergangenen Jahren vermarktungs-optimal positioniert. Die Planung von Klassik Radio sieht vor, künftig eine noch gezieltere strategische Marktsegmentierung vorzunehmen. Mit neuen Vertriebsstechniken können Werbekunden besser erreicht und bedient werden. Weitere Sendelizenzen aus den Zuteilungen des Vorjahres erschließen Vermarktungspotenziale in Schwerin, Hannover und in Innsbruck.

Die Konvergenz der Medien weicht die Grenzen zwischen Inhalt, Werbung, Distribution, Kommunikation und Konsument auf. Konsumenten orientieren sich bei Kaufentscheidungen an ihrem persönlichen Umfeld und ihren Communities. Medienkonsum findet eingebettet in die unterschiedlichen Lebenswelten statt (Lifestyle Media), die Nutzer interagieren miteinander und machen gleichzeitig ihre individuellen Interessen transparent. Zur Befriedigung dieser Marktbedürfnisse hat sich Klassik Radio gekonnt positioniert.

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 potenziellen 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).

Der Vorstand rechnet für die kommenden zwei Jahre mit steigenden Umsätzen und Ergebnissen im Radiosender. Es wird von einem gleich bleibenden organischen Wachstum in der Werbezeitenvermarktung für die nächsten beiden Jahre ausgegangen.

Für das Segment Vertrieb erwartet der Vorstand über den kommenden Zweijahreszeitraum eine analog zum Radiosender stabile Entwicklung mit organischem Wachstum sowohl im Bereich der künftigen Umsatz- als auch Ergebnissituation.

Für das Segment Merchandising erwartet der Vorstand einen Zuwachs für den kommenden Zweijahreszeitraum. Eine Unterstützung erfolgt hierbei insbesondere durch den gestiegenen Markenwert von Klassik Radio. Die Erweiterung des Produktsortiments wird fortgesetzt. Auf Basis der erfolgreichen Konzertreihen geht hier der Vorstand von einem weiteren Wachstum aus. Der Vorstand rechnet unter anderem auf Grund der Skaleneffekte für die kommenden beiden Jahre mit Ergebnissteigerungen im Segment Merchandising.

Im Geschäftsjahr 2008/09 wird ein innovatives Shop/Warenwirtschaftssystem insbesondere im Rahmen der margenstarken Geschäftstätigkeiten der Direktgeschäfte eingesetzt werden, welches zu einer Effizienzsteigerung und einer nachhaltigen Kostensenkung beitragen soll.

Im Segment Syndication wird auch in den Geschäftsjahren 2008/09 und 2009/10 von einem niedrigen Umsatzniveau ausgegangen. Auf Grund von Kostenanpassungen wird ein ausgeglichenes Ergebnis erwartet.

Das Nachrichtenagenturgeschäft wird sich in den kommenden beiden Jahren hinsichtlich Umsatz und Ergebnis voraussichtlich stabil entwickeln.

Mit dem Erwerb und der Führung der Hirmer Verlag GmbH im abgelaufenen Geschäftsjahr stehen neue Umsatz- und Ertragschancen offen. Im Rahmen der Integration des Verlagsgeschäftes in den Klassik Radio Konzern und daraus resultierender Synergien rechnet der Vorstand mit einem deutlichen Umsatzwachstum in den nächsten beiden Jahren. Aufgrund von Skaleneffekten und Kosteneinsparungen durch Synergiepotenziale geht der Vorstand für den kommenden Zweijahreszeitraum von einem Umsatz und Ergebniswachstum aus.

Die Klassik Radio AG wird auch in allen anderen Bereichen der Eigenproduktionen und Veranstaltungen ihrer Submarken die Hochpreispolitik fortsetzen.

Im Konzern insgesamt ist durch die starke Unterstützung des gestiegenen Markenwerts von einer Fortsetzung des Wachstumskurses angesichts der Umsatz- und Ertragspotenziale der einzelnen Segmente auszugehen. Für die Klassik Radio AG wird ein ausgeglichenes Ergebnis angestrebt, während für den Konzern in den kommenden Geschäftsjahren 2008/09 und 2009/10 wiederum eine Umsatz- und Ergebnissteigerung aus organischem Wachstum wie auch durch die weitere Integration des in 2008 zugekauften Verlagsgeschäfts erwartet wird. Ganz klarer Fokus liegt auf der Ausnutzung der immanenten Skaleneffekte sowie der Ergebnispotenziale durch die Verbreiterung und Effizienzoptimierung 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. Angesichts des unsicheren wirtschaftlichen Umfelds ist die Prognose deutlich erschwert. Aufgrund dessen erfolgt seit November 2008 ein kontinuierliches Monitoring der Entwicklung um die Prognosen zu validieren/bewerten. Darüber hinaus werden in allen Segmenten Anstrengungen unternommen um die Erwartungen zu erfüllen.

02. Januar 2009

Sabine Reinhard

Ulrich R. J. Kubak

CEO

CVO

## 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 2007 bis 30. September 2008 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 5. Januar 2009

KPMG AG  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

(vormals  
KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft  
Aktiengesellschaft  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft)

Wolfs	Velten
Wirtschaftsprüfer	Wirtschaftsprüfer