



Klassik Radio AG
Augsburg

Testatsexemplar

Jahresabschluss zum 30. September 2010
und Lagebericht für das Geschäftsjahr 2009/2010

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers



RÖVERBRÖNNER

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft | Steuerberatungsgesellschaft

Klassik Radio AG Augsburg

Testatsexemplar

Jahresabschluss zum 30. September 2010
und Lagebericht für das Geschäftsjahr 2009/2010

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

13. Januar 2011

Berlin

Auguste-Viktoria-Straße 118
14193 Berlin
Fon +49(0)30.890 62-0
Fax +49(0)30.890 62-400

Weiterer Standort

Hohenzollerndamm 123
14199 Berlin
Fon +49(0)30.82 50 21-0
Fax +49(0)30.82 50 21-91

Zweigniederlassungen

Dresden

NL-Leiter: Uwe Ehrsam
Bautzner Straße 17
01099 Dresden
Fon +49(0)351.21 36 7-140
Fax +49(0)351.21 36 7-145

Frankfurt am Main

NL-Leiter: Dirk-Ralf Gloger
Gervinusstraße 15
60322 Frankfurt
Fon +49(0)69. 24 75 62-0
Fax +49(0)69. 24 75 62-50

Hamburg

NL-Leiter: Rainer Weichhaus
Alter Steinweg 3
20459 Hamburg
Fon +49(0)40.300 69 79-0
Fax +49(0)40.300 69 79-30

Potsdam

NL-Leiter: Ingo Fehlberg
Hebbelstraße 27
14469 Potsdam
Fon +49(0)331.730 407-70
Fax +49(0)331.730 407-79

Office@RoeverBroenner.de
www.RoeverBroenner.de

RÖVERBRÖNNER GmbH & Co. KG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Steuerberatungsgesellschaft
Sitz der Gesellschaft: Berlin
AG Charlottenburg
HRA 15276

Komplementärin:

RÖVERBRÖNNER
Geschäftsführungs-GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Steuerberatungsgesellschaft
Sitz der Gesellschaft: Berlin
AG Charlottenburg
HRB 118 743 B

independent member firm of

MOORE STEPHENS
INTERNATIONAL LIMITED

Inhaltsverzeichnis

	<u>Anlage</u>
Bilanz zum 30. September 2010	1
Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit vom 1. Oktober 2009 bis 30. September 2010	2
Anhang zum Jahresabschluss für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2009 bis 30. September 2010	3
Entwicklung des Anlagevermögens zum 30. September 2010	3 a
Lagebericht und Konzernlagebericht 2009/2010	4
Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers	5
Allgemeine Auftragsbedingungen	6

Klassik Radio AG,
Augsburg

Bilanz zum 30. September 2010

Aktiva

	30.9.2010		30.9.2009	
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
A. Anlagevermögen				
I. Immaterielle Vermögensgegenstände				
Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten		2		5
II. Sachanlagen				
1. Einbauten in fremde Grundstücke	126		81	
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	47	173	124	205
III. Finanzanlagen				
Anteile an verbundenen Unternehmen		9.979		9.587
		10.154		9.797
B. Umlaufvermögen				
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände				
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	6		5	
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	3.370		2.203	
3. Sonstige Vermögensgegenstände	22	3.398	22	2.230
II. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten		1.255		35
		4.653		2.265
C. Rechnungsabgrenzungsposten		32		39
		14.839		12.101

Passiva

	30.9.2010	30.9.2009
	TEUR	TEUR
A. Eigenkapital		
I. Gezeichnetes Kapital	4.825	4.500
II. Kapitalrücklage	3.510	1.820
III. Bilanzgewinn	307	261
	8.642	6.581
B. Rückstellungen		
Sonstige Rückstellungen	284	351
C. Verbindlichkeiten		
1. Anleihen	1.553	1.553
2. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	1	93
3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	145	159
4. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	3.046	2.693
5. Sonstige Verbindlichkeiten	1.168	671
--davon aus Steuern		
TEUR 56 (Vj. TEUR 59)--		
--davon im Rahmen der sozialen Sicherheit		
TEUR 1 (Vj. TEUR 0)--		
	5.913	5.169
	14.839	12.101

Klassik Radio AG,
Augsburg

Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit
vom 1. Oktober 2009 bis 30. September 2010

	2009/10		2008/09	
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
1. Umsatzerlöse		2.652		2.990
2. Sonstige betriebliche Erträge		387		369
		3.039		3.359
3. Personalaufwand				
a) Löhne und Gehälter	-947		-987	
b) Soziale Abgaben	-90	-1.037	-99	-1.086
4. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		-71		-75
5. Sonstige betriebliche Aufwendungen		-1.476		-1.734
6. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge --davon aus verbundenen Unternehmen TEUR 130 (Vj. TEUR 61)--		133		65
7. Zinsen und ähnliche Aufwendungen --davon an verbundene Unternehmen TEUR 286 (Vj. TEUR 203)--		-542		-370
8. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		0		-1
9. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit gleich Jahresüberschuss		46		158
10. Gewinnvortrag		261		103
11. Bilanzgewinn		307		261

Klassik Radio AG, Augsburg

Anhang zum Jahresabschluss für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2009 bis 30. September 2010

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, Protone Promotion Werbeagentur GmbH und der Hirmer Verlag GmbH. Darüber hinaus hält die Klassik Radio AG Anteile an der FM Radio Network GmbH und der FIRST NEWS Nachrichten 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 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 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 gem. HGB 30.09.2010 TEUR	Jahresergebnis gem. HGB 30.09.2010 TEUR
1	Klassik Radio AG (Muttersgesellschaft), Augsburg				
(a)	<u>unmittelbarer Anteilsbesitz</u>				
2	Euro Klassik GmbH, Augsburg	1	100	3.717	-936
3	FM Radio Network GmbH, Augsburg	1	100	3	29
4	FIRST NEWS Nachrichten GmbH, Augsburg	1	100	68	-17
5	Protone Promotion Werbeagentur GmbH, Augsburg	1	100	-1.738	-187
6	Hirmer Verlag GmbH, Augsburg	1	100	-513	4
(b)	<u>mittelbarer Anteilsbesitz</u>				
7	Klassik Radio GmbH & Co. KG, Hamburg	2	100	4.227	918
8	Klassik Radio Geschäftsführungs GmbH, Hamburg	2	100	186	11

(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 3.370 (i. Vj. TEUR 2.203) 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 1.427 (i.Vj. TEUR 1.032) entfallen auf die Hirmer Verlag GmbH, TEUR 12 (i.Vj. TEUR 348) betreffen die Protone Promotion Werbeagentur GmbH und TEUR 1.931 (i.Vj. TEUR 823) entfallen auf die Euro Klassik GmbH.

Die sonstigen Vermögensgegenstände in Höhe von TEUR 22 (i. Vj. TEUR 22) enthalten Forderungen gegen ein Marktforschungsinstitut in Höhe von TEUR 22 (i. Vj. TEUR 18).

(4) Flüssige Mittel

Die liquiden Mittel in Höhe von TEUR 1.255 (i. Vj. TEUR 35) betreffen Bank- und Kassenguthaben.

(5) Rechnungsabgrenzung

Die aktive Rechnungsabgrenzung in Höhe von TEUR 32 (i. Vj. TEUR 39) 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 und Vorauszahlungen für Kfz-Leasing.

(6) Eigenkapital

a.) Grundkapital

Unter teilweiser Ausnutzung der von der Hauptversammlung am 29. März 2006 beschlossenen Ermächtigung (Genehmigtes Kapital I/2006) hat die Klassik Radio AG ihr satzungsmäßiges Grundkapital gegen Bareinlage und unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre von EUR 4.500.000,00 um EUR 325.000,00 auf EUR 4.825.000,00 durch Ausgabe von 325.000 auf den Namen lautenden Stückaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von EUR 1,00 je Aktie und mit voller Gewinnanteilberechtigung ab dem 01. Oktober 2009 erhöht. Die Durchführung der Erhöhung des Grundkapitals wurde am 31. Mai 2010 in das Handelsregister eingetragen.

Somit beträgt das Grundkapital der Klassik Radio AG EUR 4.825.000,00.

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. Aufgrund der Kapitalerhöhung vom 31. Mai 2010 konnte die Kapitalrücklage von EUR 1.819.737,62 um 1.690.000,00 auf EUR 3.509.737,62 erhöht werden.

c.) Genehmigtes / Bedingtes Kapital**Genehmigtes Kapital I/2006**

Der Vorstand ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 29. März 2006 ermächtigt, das Grundkapital der Gesellschaft mit Zustimmung des Aufsichtsrates einmalig oder mehrmalig um bis zu TEUR 2.250 gegen Bar- und/oder Sacheinlagen durch Ausgabe von bis zu Stück 2.250.000 neuen auf den Namen lautende Stückaktien zu erhöhen (Genehmigtes Kapital I/2006). Aufgrund der durchgeführten Kapitalerhöhungsmaßnahme am 05. Mai 2010 hat sich das Genehmigte Kapital I/2006 um TEUR 325 verringert und beträgt nunmehr TEUR 1.925.

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 I/2006). 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 II/2006). Das Bedingte Kapital dient der Gewährung von Wandlungsrechten an die Inhaber von Wandelschuldverschreibungen.

Im Geschäftsjahr 2006/07 wurde eine Wandelanleihe (TEUR 1.500) begeben. Die Verzinsung beträgt 6,5% p.a. und wird jährlich nachträglich ausgezahlt. 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 3,1% des aktuellen Grundkapitals (TEUR 4.825) entsprechen.

(7) Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen betreffen in Höhe von TEUR 26 (i. Vj. TEUR 22) personalbezogene Abgrenzungen, in Höhe von TEUR 154 (i. Vj. TEUR 177) Beratungs- und Abschlusskosten sowie mit TEUR 104 (i. Vj. TEUR 152) 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)	1.553 (1.553)	0 (0)	1.553 (1.553)
b.) Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten (im Vorjahr)	1 (93)	0 (0)	1 (93)
c.) Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (im Vorjahr)	145 (159)	0 (0)	145 (159)
d.) Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen (im Vorjahr)	3.046 (2.693)	0 (0)	3.046 (2.693)
e.) sonstige Verbindlichkeiten (im Vorjahr) -- davon aus Steuern TEUR 56 (i.Vj. TEUR 59)	263 (207)	905 (464)	1.168 (671)
Gesamtsumme (im Vorjahr)	5.008 (4.705)	905 (464)	5.913 (5.169)

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. Die Wandelschuldverschreibung welche am 15. März 2010 fällig gewesen wäre, wurde in vollständigem Umfang um 12 Monate, bis zum 15. März 2011, verlängert.

b.) Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten

Es bestehen in Summe kurzfristige Finanzverbindlichkeiten in Höhe von TEUR 1 (i.Vj. TEUR 93) bei der Stadtparkasse Augsburg und bei der BTV 3 Banken Gruppe, Augsburg.

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 Klassik Radio GmbH & Co. KG in Höhe von TEUR 2.953 (i. Vj. TEUR 2.610), der FM Radio Network GmbH TEUR 39 (i. Vj. TEUR 7) sowie der FIRST NEWS Nachrichten GmbH in Höhe von TEUR 54 (i. Vj. TEUR 76) 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

Es bestand eine Mietkaufverbindlichkeit gegenüber der vantargis LEASING GmbH (vorm. SIGMA Leasing GmbH), Zell unter Aichelberg. Es wurde im Rahmen eines Miet-Kauf-Vertrages 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. Am 28. Februar 2010 wurde dieser Vertrag in Höhe von TEUR 588 komplett zurückgeführt.

Nunmehr besteht seit 01. März 2010 eine neue Mietkaufverbindlichkeit gegenüber der vantargis LEASING GmbH, Zell unter Aichelberg, in Höhe von TEUR 1.109. Im Rahmen dieses Vertrages hat die Gesellschaft mit Wirkung zum 01. März 2010 Anlagegüter (im Wesentlichen Betriebs- und Geschäftsausstattung) an die vantargis LEASING GmbH (vorm. SIGMA Leasing GmbH) zum Wert von TEUR 1.220 übereignet. Gleichzeitig wurde vereinbart, die übereigneten Sachanlagen/Betriebsausstattung (z.B. neue Sendeautomation der Tochtergesellschaft Klassik Radio GmbH & Co. KG) zur Nutzung zurück zu mieten. Entsprechend dem wirtschaftlichen Gehalt der Transaktion werden die Sachanlagen/Betriebsausstattung unverändert bei den Gesellschaften bilanziert. Eine Auswirkung auf die Gewinn- und Verlustrechnung ergab sich nicht. Die ursprüngliche Mietkaufverbindlichkeit in Höhe von TEUR 1.220 wird mit 9,4 % p.a. verzinst und seit dem 01. März 2010 monatlich zu jeweils TEUR 25 bis zum 29. Februar 2012, dann zu jeweils TEUR 35 bis zum 28. Februar 2013 danach TEUR 40 bis zum 28. Februar 2014 getilgt. Als Sicherheit tritt Klassik Radio AG sämtliche ihrer zustehenden Ansprüche im Zusammenhang mit dem Kooperations- und Lizenzvertrag zwischen ihr und der DEAG Classics AG an die vantargis LEASING GmbH ab.

Weiterhin enthalten die sonstigen Verbindlichkeiten Zahlungsverpflichtungen gegenüber dem Finanzamt aus Umsatzsteuer und Lohn- und Kirchensteuer in Höhe von TEUR 56 (i. Vj. TEUR 59).

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 70 (i. Vj. TEUR 10), die periodenfremden Charakter haben. Die weiteren Posten betreffen im Wesentlichen Kostenweiterberechnungen an Tochtergesellschaften in Höhe von TEUR 267 (i. Vj. TEUR 333) und Erlöse aus Kfz-Nutzung in Höhe von TEUR 25 (i. Vj. TEUR 26).

(3) Personalaufwand

Im Geschäftsjahr 2009/10 waren durchschnittlich 10 Mitarbeiter (i. Vj. 12) beschäftigt. Zusätzlich waren zum Bilanzstichtag 2 (i. Vj. 2) Vorstände bestellt.

(4) Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von TEUR 1.476 (i. Vj. TEUR 1.734) enthalten unter anderem Börsenaufwendungen sowie mit der Börsennotierung in Verbindung stehende Aufwendungen für die Öffentlichkeitsarbeit in Höhe von TEUR 226 (i. Vj. TEUR 121). Für Beratungs- und Prüfungsleistungen sind Aufwendungen in Höhe von TEUR 328 (i. Vj. TEUR 403) angefallen. Weiterhin enthalten sind Aufwendungen für die Dienstleistung des Kunden-Service-Center der Tochtergesellschaft Euro Klassik GmbH in Höhe von TEUR 89 (i. Vj. TEUR 67), Raumaufwendungen in Höhe von TEUR 270 (i. Vj. TEUR 255), Marktforschungskosten in Höhe von TEUR 59 (i. Vj. TEUR 75) und Kfz-, Reisekosten und Versicherungen in Höhe von TEUR 115 (i. Vj. TEUR 112) sowie Telekommunikation- und Instandhaltungskosten in Höhe von TEUR 62 (i. Vj. TEUR 88).

(5) Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge

Von den sonstigen Zinsen und ähnlichen Erträgen betreffen TEUR 130 (i. Vj. TEUR 61) verbundene Unternehmen. Auf Bankguthaben entfällt ein Zinsertrag von TEUR 3 (i. Vj. TEUR 4).

(6) Zinsen und ähnliche Aufwendungen

Von den Zinsaufwendungen entfallen TEUR 286 (i. Vj. TEUR 203) auf verbundene Unternehmen, TEUR 98 (i. Vj. TEUR 98) auf die Wandelschuldverschreibung, TEUR 145 (i. Vj. TEUR 60) auf Verbindlichkeiten gegenüber der vantargis LEASING GmbH (vorm. SIGMA Leasing GmbH) und TEUR 13 (i. Vj. TEUR 9) 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 2009/10 wurden 0 Aktienoptionen (i. Vj. 50.850 Aktienoptionen) verwirkt. Zum 30. September 2010 bestehen 38.450 Bezugsrechte (i. Vj. 38.450 Bezugsrechte).

(2) Honorare des Abschlussprüfers

Die Honorare für die Abschlussprüfung belaufen sich auf TEUR 114 (i. Vj. TEUR 94). Im Geschäftsjahr wurden für Abschlussprüfungsleistungen TEUR 88 (i.Vj. TEUR 64) und für sonstige Bestätigungsleistungen TEUR 26 (i.Vj. TEUR 30) erfasst.

(3) Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Die finanziellen Verpflichtungen zum 30. September 2010 ergeben sich aus nachstehender Übersicht:

	Fälligkeiten		
	< 1 Jahr	1-5 Jahre	> 5 Jahre
	TEUR	TEUR	TEUR
Miete Geschäfts- und Lagerräume	217	235	0
Miete BGA	43	25	0
Versicherung	25	0	0
Instandhaltung BGA	11	6	0
Sonstiges	26	10	0
	322	276	0

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 2009/10 wie folgt zusammen:

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

Frau Sabine Reinhard, Diplom-Kaufmann (Vorstand), Augsburg

Der Aufsichtsrat setzte sich im Geschäftsjahr 2009/10 gemäß § 11 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

Der Vorstandsvorsitzende 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 14).

Für die Wahrnehmung ihrer Vorstandsaufgaben im Mutterunternehmen und den Tochterunternehmen erhielt Frau Sabine Reinhard ein Fixum in Höhe von TEUR 180 (i. Vj. TEUR 180) sowie eine erfolgsabhängige Vergütung in Höhe von TEUR 40 (i. Vj. TEUR 40) und Nebenleistungen in Höhe von TEUR 9 (i. Vj. TEUR 9). Frau Sabine Reinhard verfügt darüber hinaus über ein Bezugsrecht von 30.000 Stückaktien welche am 07.09.2006 mit einem Ausübungspreis von EUR 6,99 (TEUR 210) nach den oben genannten Bedingungen des Aktienoptionsprogramms ausgegeben wurden.

Für den Aufsichtsrat wurden im Geschäftsjahr 2009/10 Bezüge in Höhe von TEUR 52 (i. Vj. TEUR 49) zurückgestellt.

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

Gemäß § 160 Abs. 1 Nr. 8 AktG sind wir gehalten, den Inhalt der uns zugegangenen Mitteilungen nach § 21 Abs. 1 oder Abs. 1a des Wertpapierhandelsgesetzes wiederzugeben. Zu diesen Mitteilungen sind Personen verpflichtet, deren Stimmrechte an der Klassik Radio AG durch Erwerb, Veräußerung oder in sonstiger Weise direkt oder indirekt 3 %, 5 %, 10 %, 15 %, 20 %, 25 %, 30 %, 50 % oder 75 % erreichen oder über- oder unterschreiten. Dabei ist zu berücksichtigen, dass sich die Mitteilungen jeweils auf den in der Mitteilung genannten Stichtag beziehen. Der Aktienbesitz der

Mitteilungspflichtigen kann sich bis zum Bilanzstichtag verändert haben, ohne dass eine erneute Mitteilung gemäß § 21 Abs. 1 WpHG erforderlich war, sofern keine relevante Meldeschwelle berührt wurde. Zudem können nach dem Bilanzstichtag weitere Änderungen im meldepflichtigen Anteilsbesitz eingetreten sein, die in den nachfolgend wiedergegebenen Mitteilungen nicht enthalten sind.

Bis zum Bilanzstichtag haben wir folgende Mitteilungen erhalten:

Am 15. Dezember 2004 hat Herr Ulrich R. J. Kubak der Klassik Radio AG gemeldet, dass er am selben Tag seinen Stimmrechtsanteil von 50 % überschritten hat und dieser nunmehr 68,75 % beträgt (Anzahl der Aktien: 3.093.750 vom Grundkapital 4.500.000).

Am 08. Februar 2008 hat die INVEST AG der Klassik Radio AG gemeldet, dass sie am 28. Januar 2008 ihren Stimmrechtsanteil von 5 % überschritten hat und dieser nunmehr 5,41 % beträgt (Anzahl der Aktien: 243.401 vom Grundkapital 4.500.000 Stückaktien).

Am 24. November 2008 hat Herr Philippe Graf von Stauffenberg der Klassik Radio AG gemeldet, dass er am 19. November 2008 seinen Stimmrechtsanteil von 3 % überschritten hat und dieser nunmehr 4,59 % beträgt (Anzahl der Aktien: 206.400 vom Grundkapital 4.500.000 Stückaktien).

Am 05. Mai 2010 hat die UK Media Invest GmbH der Klassik Radio AG gemeldet, dass sie am selben Tag ihren Stimmrechtsanteil von 15 % und 10% unterschritten hat. Nach Rückführung der Aktienleihe beträgt dieser nunmehr 12,98 % (Anzahl der Aktien: 626.136 vom Grundkapital 4.825.000), lt. § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG ist dieser Aktienbesitz Herrn Ulrich R. J. Kubak zuzurechnen.

(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 28. September 2010 eine Entsprechenserklärung abgegeben und im Internet (www.klassikradioag.de) dauerhaft zugänglich gemacht.

Augsburg, im Januar 2011

Ulrich R. J. Kubak
Vorstandsvorsitzender

Sabine Reinhard
Vorstand

Anlage zum Anhang

Entwicklung des Anlagevermögens zum 30. September 2010

	Anschaffungs- und Herstellungskosten					Kumulierte Abschreibungen des Geschäftsjahres				Buchwert	
	1.10.2009 TEUR	Zugänge TEUR	Umbuchung TEUR	Abgänge TEUR	30.9.2010 TEUR	1.10.2009 TEUR	Abgänge TEUR	30.9.2010 TEUR	30.9.2010 TEUR	30.9.2009 TEUR	
I. Immaterielle Vermögensgegenstände											
Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	92	0	0	0	92	87	3	0	90	2	5
II. Sachanlagen											
1. Einbauten in fremde Grundstücke	154	29	41	0	224	73	25	0	98	126	81
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	229	7	-41	0	195	105	43	0	148	47	124
	<u>383</u>	<u>36</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>419</u>	<u>178</u>	<u>68</u>	<u>0</u>	<u>246</u>	<u>173</u>	<u>205</u>
III. Finanzanlagen											
Anteile an verbundenen Unternehmen	9.587	392	0	0	9.979	0	0	0	0	9.979	9.587
	<u>10.062</u>	<u>428</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>10.490</u>	<u>265</u>	<u>71</u>	<u>0</u>	<u>336</u>	<u>10.154</u>	<u>9.797</u>

Lagebericht und Konzernlagebericht

der Klassik Radio AG für das Geschäftsjahr 2009/10

Geschäftstätigkeit

Umsatzerlöse in Höhe von 15 Mio. Euro

EBITDA in Höhe von 846 TEUR

Eigenkapitalquote von 44,4 %

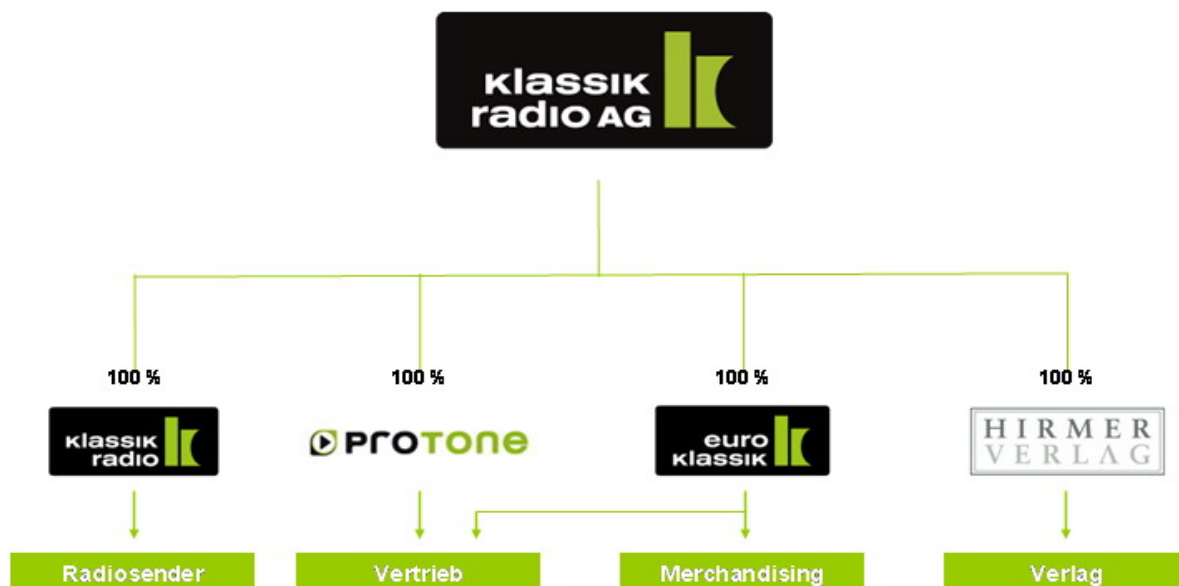
Reichweitenrekord bei Klassik Radio mit über 1,6 Mio. Hörern pro Tag

Erfolgreiche Neuausrichtung / Managementnachfolge Hirmer Verlag

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.

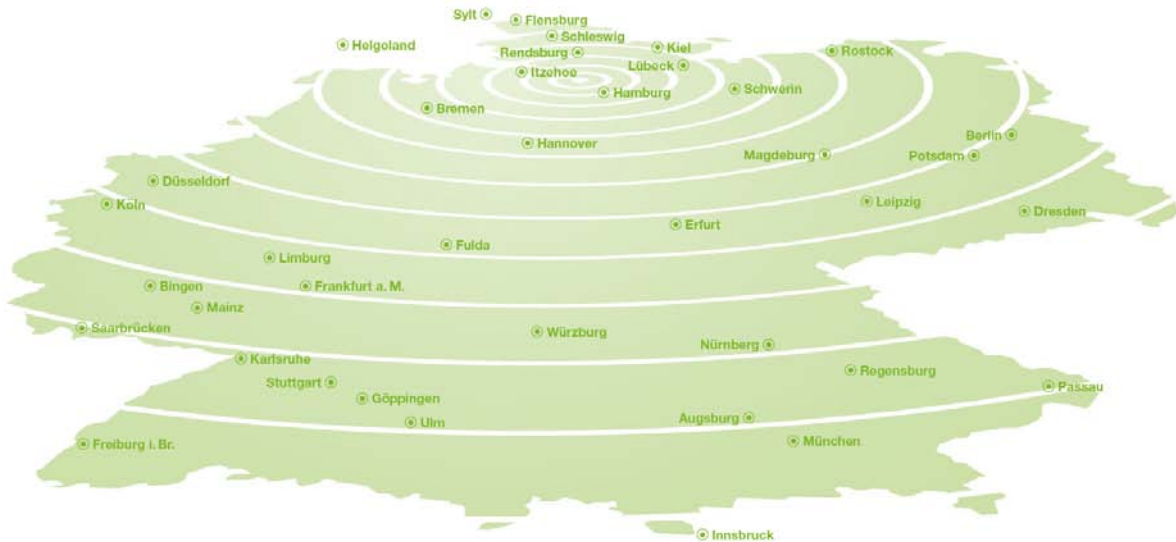
Mit dem Fokus auf das Medium Hörfunk befinden sich unter ihrem Dach der größte deutsche nationale Sender Klassik Radio, der Vermarktungsbereich Euro Klassik für B2B und B2C-Vermarktung, der Verbundwerbungsspezialist Protone und der Traditionsverlag Hirmer.

Die Tochtergesellschaften bilden in der Regel ein Segment der Geschäftstätigkeit der Klassik Radio AG ab. Die Vertriebsaktivitäten der Euro Klassik GmbH und der Protone Promotion Werbeagentur GmbH sind im Segment Vertrieb zusammengefasst. Die Segmente umfassen: Radiosender, Merchandising, Vertrieb, Verlag.



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 1,6 Millionen Hörern. Klassik Radio wächst mit neuen Frequenzen wie z. B. Stralsund, Wismar und Thüringen und verfügt über 50 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.



Klassik Radio national, in Innsbruck und in über weiteren 270 Städten über UKW-Frequenzen empfangbar, darüber hinaus deutschlandweit im Kabel, europaweit über Satellit und weltweit im Internet.

Vertrieb

Die Vermarktung von Klassik Radio in der Vertriebsgesellschaft 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 und der Agenturbetreuung erfolgreich die Werbeflächen des Senders Klassik Radio. 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, Buch und Konzertveranstaltungen sowie ganz aktuell Fan-Artikel, wie Bekleidung und Taschen, ab. Der Vertrieb läuft über das hausinterne Callcenter und den Klassik Radio Onlineshop. Über Online-Vertriebswege werden heute bereits ca. 72 % des Bestellvolumens abgewickelt.

Mit der landesweiten Live-Konzertreihe „Klassik Radio live in concert“ ist Klassik Radio in den Veranstaltungsbereich eingestiegen und auf dem Weg eine der führenden Erlebnismarken Deutschlands zu werden. „Die große Welt der Filmmusik“ oder die „Christmas Soundtracks“ erfreuen sich höchster Beliebtheit. Klassik Radio hat als einziger Privatsender Deutschlands ein eigenes Orchester: Das Klassik Radio Pops Orchestra. Mit Beginn des Jahres 2011 werden diese Konzertreihen nach einer kurzen Lizenzierung an die DEAG Classics im Jahr 2010 wieder von Klassik Radio in eigener Regie durchgeführt.

Verlag

Das Programm des 1948 gegründeten Premiumverlages umfasst ein breites Spektrum von Kunstbüchern zu Themen aus dem europäischen und außereuropäischen Raum bis hin zur Moderne. Der Verlag ist in folgenden Marktsegmenten tätig:

- Eigene Kunstbücher im Hochpreissegment, in der Regel erscheinen diese Werke gleichzeitig mit ausländischen Partnern in englischer, französischer und italienischer Sprache.
- Ausstellungskataloge für Museen und Institutionen
- Kunstwissenschaftliche Bücher, die von Institutionen finanziert werden
- Finanzierte Künstlermonographien

Der Verlag zeichnet sich durch eine hohe inhaltliche und herstellerische Qualität aus und zählt zu den Marktführern im Segment der Kunstbücher. Der Akquisitionsschwerpunkt liegt auf den Ausstellungskatalogen.

Geschäfts- und Rahmenbedingungen

Konjunkturprognosen sagen für das Jahr 2011 ein Wirtschaftswachstum von 2,5 % voraus

Radiowerbemarkt wächst mit 2010; auch für die Folgejahre positive Wachstumsprognosen

Versandhandelsumsatz wächst weiter, Einzelhandel erholt sich im Jahr 2010

Internetbestellungen nähern sich der Zwei Drittel Grenze der Bestellungen innerhalb des Versandhandels

Buchhandel verzeichnet im Jahr 2010 Umsätze auf Vorjahresniveau und geht von ähnlichen Erwartungen für 2011 aus

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

Der konjunkturelle Einbruch durch die weltweite Finanz- und Wirtschaftskrise wurde im Inland in 2010 überwunden: Während das statistische Bundesamt für das Jahr 2009 noch von einem Einbruch der Wirtschaftsleistung von ca. 5 % ausging, vermeldete es für die ersten drei Quartale des Jahres 2010 jeweils Steigerungen der Wirtschaftsleistung im Vergleich zum jeweiligen Vorjahresquartal von bis zu 4,3 %. Ähnliche Aussichten zeichnet auch das Hamburger Welt Wirtschafts Institut (HWWI), das für 2010 mit einem Wachstum des Bruttoinlandsprodukts (BIP) von 3,7 % rechnet und für 2011 ein Wachstum von 2,5 % erwartet. Die Arbeitslosenquote sinkt nach der HWWI-Prognose von 7,4 % im Jahr 2010 auf 7,0 % im Jahr 2011. Damit ist zwar die Talsohle durchschritten, dennoch kann auch in den Folgejahren nicht abgeschätzt werden, wie sich neue Risikofaktoren von außen, wie die Banken- und Schuldenkrisen in anderen Ländern auf die Konjunktur auswirken.

Unterhaltungs- und Medienmarkt

Der deutsche Unterhaltungs- und Medienmarkt bewegt sich in dem konjunkturellen Gesamtumfeld und stagnierte auch im Jahr 2009 nach einer ähnlichen Entwicklung im Jahr 2008. Für 2010 wird mit einem Wachstum von 2,6 % gerechnet. Diese Entwicklung wird sich angesichts eines anziehenden Werbemarktes und stabiler Konsumenten Ausgaben auch in den Folgejahren fortsetzen. Im Gegensatz zum allgemeinen Trend konnte der Umsatz im Radiomarkt im Jahr 2009 um 2,5 % steigen, im Jahr 2010 wird dieser Trend aber wieder gebremst, gerechnet wird mit einem Umsatzrückgang von 0,5 %.

(Hörfunk-) Werbemarkt

Der Werbemarkt schrumpfte im Jahr 2009 insgesamt um 9,4 %. Besonders stark davon betroffen waren Zeitschriften und Zeitungen mit Umsatzrückgängen von bis zu 17 % aber auch die Fernsehwerbung verlor 9,8 %. Von dieser Entwicklung unterdurchschnittlich betroffen war der Radiowerbemarkt, der im Jahr 2009 lediglich um 5,8 % sank.

Radio ist in der Funktion als Werbemedium für Effizienz bekannt und ist durch sein Preis-Leistungs-Verhältnis gegenüber anderen Werbeträgern im Vorteil:

- 79 % der Bevölkerung hören täglich Radio, unter den Berufstätigen sind es sogar 82 %.
- Durch die hohe Nutzungsdauer von durchschnittlich 251 Minuten pro Tag und der Möglichkeit, Radio parallel zu anderen Tätigkeiten nutzen zu können, kann die Zielgruppe nahezu immer und überall erreicht werden.
- Dank dieser Permanenz ist Radiowerbung der letzte Werbekontakt vor dem Einkauf und unterstützt somit gezielt den Abverkauf.

Im Radiowerbemarkt wird im Jahr 2010 eine Steigerung von 2,1 % erwartet, eine Entwicklung die sich in den Folgejahren nach Branchenstudien fortsetzen wird.

Internet

Wie in den Vorjahren konnte der Internetmarkt im Vergleich zu allen Medienbereichen wieder zulegen. Zwischenzeitlich wird vom Konsumenten mehr Geld für Internetzugang als für Fernsehnutzung ausgegeben. Die Internetnutzung verzeichnet seit Jahren dynamische Zuwächse. Damit einher gehen die Zuwächse der Online-Werbung, die auch für die folgenden Jahre mit knapp zweistelligen Wachstumsraten prognostiziert werden.

Handel

Die Erwartungen des Einzelhandels für das Jahr 2010 sind optimistisch. Vorsichtig wird mit einem Umsatzplus im Bereich von 1 % oder leicht darüber gerechnet. Auch die Erwartungen für das Jahr 2011 gehen von steigenden Umsätzen aus.

Mit einem stärkeren Umsatzwachstum rechnet der Versandhandel: Der Branchenumsatz wird 2010 bei anhaltend stabiler Konsumstimmung voraussichtlich erstmals über 30 Mrd. Euro betragen. Der Anteil am Einzelhandel erreicht einen neuen Höchstwert von 7,6 %. Insbesondere der Online-Umsatz mit Waren wird zunehmen, erwartet wird eine Steigerung von 15,5 Mrd. Euro im Vorjahr auf 18,3 Mrd. Euro im Jahr 2010. Hier wird eine größere Nachfrage nach CDs, Bücher und DVDs prognostiziert.

Bei 18,3 Mrd. Euro Online-Umsatz mit Waren wird der Versandhandel in diesem Jahr voraussichtlich 60,4 % (2009: 53,3 %) seiner Erlöse im Internet erwirtschaften. Online ist damit der Wachstumstreiber des Handels.

Musikmarkt/Konzertveranstaltungen

Der Musikmarkt konnte den Abwärtstrend der vergangenen Jahre leicht aufhalten. Zwar gingen die Umsätze im Vergleich zum Vorjahr um 3,3 % zurück, Der Gesamtmarkt für physische Tonträger ging trotz eines höheren Gesamtabsatzes in 2009 um 5,8 % zurück. Hintergrund waren die weiter fallenden Preise für Tonträger. Die Erlöse aus digitalem Vertrieb stiegen im selben Jahr um 31,4 %, so dass der Markt auch im Jahr 2009 in Summe schrumpfte. Auch am Veranstaltungsgeschäft geht die Wirtschafts- und Konsumflaute nicht vorbei, der Umsatz sank im Jahr 2009 um 12 % im Vergleich zum Vorjahr, damit schrumpfte dieses Geschäft nach langjährigen Steigerungen bereits im zweiten Jahr in Folge.

Buchmarkt

Im Vergleich zum Vorjahr konnte sich der Umsatz im Buchhandel im Jahr 2010 leicht, um 0,8 % auf 9,69 Mrd. Euro steigern. Für das Jahr 2011 wird mit stabilen bis leicht sinkenden Umsätzen gerechnet. Bis 2013 werden Wachstumsraten zwischen 0,5 % und 1,0 % erwartet.

(Quellen: German Entertainment & Media Outlook 2009/10- 2014, Statistisches Bundesamt, Hamburger Welt Wirtschafts Institut, ma Radio 2010 II, Nielsen Media Research, Zenith Optimedia, Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft, Börsenverein des Deutschen Buchhandels, BBE-Branchenfokus Bücher und Zeitschriften 2009, GfK Studie – newstin.de; Bundesverband des deutschen Versandhandels)

Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Konzerns

Ertragslage des Klassik Radio Konzerns

	01.10.2009- 30.09.2010	01.10.2008- 30.09.2009
	TEUR	TEUR
Umsatzerlöse	15.148	15.570
Bestandsveränderung	344	134
Sonstige Erträge	902	695
Aufwand für bezogene Leistungen und Waren	-7.219	-7.761
Aufwand für Personal	-3.793	-3.861
Andere Aufwendungen	-4.536	-4.439
EBITDA (Ergebnis vor Abschreibungen, Finanzergebnis und Steuern)	846	338
Aufwand für planmäßige Abschreibungen	-547	-490
EBIT (Ergebnis vor Finanzergebnis und Steuern)	299	-152
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	5	8
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-426	-368
Finanzergebnis	-421	-360
Steuererträge/ -aufwendungen	218	-76
Gesamtperiodenergebnis	96	-588
davon entfallen auf:		
Gewinne, die den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnen sind	96	-588
	96	-588

Im Konzern wurden Umsatzerlöse in Höhe von 15.148 TEUR erwirtschaftet.

Trotz des verhaltenen wirtschaftlichen Umfelds konnte der Umsatz auf gleichbleibendem Niveau gehalten werden.

Die sonstigen betrieblichen Erträge beinhalten unter Anderem Steuerrückzahlungen aus früheren Jahren sowie Ausbuchungen von Verbindlichkeiten und Auflösung von Wertberichtigungen, welche ihren Ursprung in vergangenen Geschäftsjahren hatten.

Im Aufwand für bezogene Leistungen und Waren sind neben dem Wareneinsatz des Verlags und des Merchandising, der Mediaeinkauf für Protone sowie die Kosten der Konzertveranstaltungen und die Sende- und Verbreitungskosten des Radiosenders erfasst. Aufgrund des Personalsrückgangs ist der Personalaufwand für durchschnittlich 73 Mitarbeiter/innen auf 3.793 TEUR gesunken.

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

Trotz des Umsatzrückgangs von TEUR 15.570 auf dieses Jahr TEUR 15.148 im Konzern konnte ein wesentlich verbessertes EBITDA (earnings before interest, taxes, depreciation and amortization) von TEUR 846 erreicht werden. Dies begründet sich durch die Margenverbesserung in einzelnen Segmenten des Konzerns.

Die Umsatzerlöse des Konzerns werden in den Bereichen Radiosender, Vertrieb, Merchandising und Verlag sowie Sonstige, darunter fällt die Tochtergesellschaft FM Radio Network GmbH (Syndication) und FIRST NEWS Nachrichtenagentur GmbH (Nachrichtenagentur), erwirtschaftet. Die Entwicklung der Tochtergesellschaften im Einzelnen:

in TEUR	Okt 09 - Sep 10	Okt 08 - Sep 09
Umsatzerlöse des Konzerns	15.148	15.570
Umsatzerlöse mit Dritten		
nach Segmenten		
Radiosender	7.150	6.421
Vertrieb	2.071	2.136
Merchandising	1.743	2.746
Verlag	4.021	4.039
Sonstige	163	228

Radiosender

Das Geschäftsjahr 2009/10 der Klassik Radio GmbH & Co. KG war geprägt von:

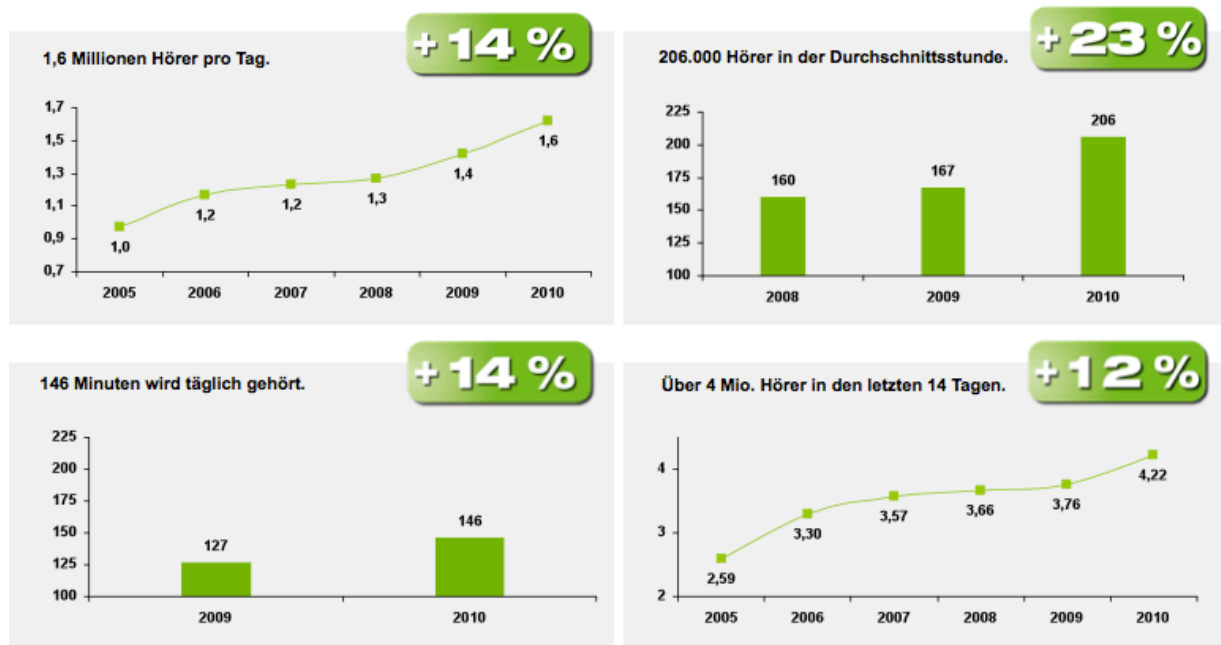
- ➔ Erste Live Ausstrahlung eines Klassik Radio Konzerts im Sender
- ➔ ma – Rekordergebnissen: 1,6 Mio. Hörer pro Tag, 206.000 Hörer pro Durchschnittsstunde, fast 11,7 Mio. Hörer schon gehört
- ➔ Start der Ausstrahlung in Niedersachsen und Thüringen mit dem höchsten Reichweitenzuwachs seit der Börsenzulassung der Gesellschaft

Klassik Radio gehört zu den großen Gewinnern der Media-Analyse 2010 Radio II. Die Rekordmarke von 1,6 Mio. Hörern pro Tag und mehr als 4 Mio. Hörer, die Klassik Radio regelmäßig einschalten, bedeuten erneut historische Höchststände.

Mit 55 % plus bei den Hörern pro Durchschnittsstunde für Klassik Radio Bayern sowie einer Steigerung plus 24 % in Berlin konnte der Sender auch regional seine Zahlen eindrucksvoll ausbauen.

Die Zahlen im Einzelnen

- 9,4 % plus – jetzt 1,6 Mio. Hörer pro Tag
- 23 % plus – 206.000 Hörer in der Durchschnittsstunde
- 12 % plus – 4,2 Mio. regelmäßige Hörer
- 14 % plus 146 Minuten Verweildauer pro Tag (Mo – Sa)

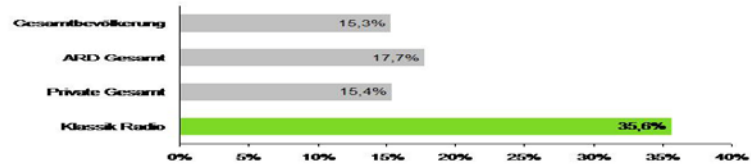


In der Bedeutung gleichrangig sind die hervorragenden qualitativen Merkmale der Klassik Radio Hörer.

Eine Zielgruppe von Entscheidern

Eine Zielgruppe von Entscheidern

36 Prozent der Klassik Radio Hörer in Deutschland sind Entscheider. Der Anteil an Selbständigen, Freiberuflern, leitenden Angestellten und Beamten ist überdurchschnittlich hoch.

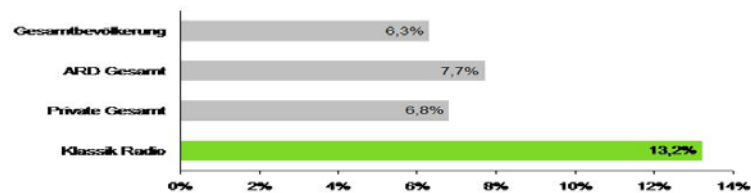


Mehr als jeder dritte Klassik Radio Hörer ist Entscheider. Der Anteil an Selbständigen, Freiberuflern, leitenden Angestellten und Beamten ist überdurchschnittlich hoch.

Quelle: ma 2010 Radio II

Eine Zielgruppe mit starkem Einkommen

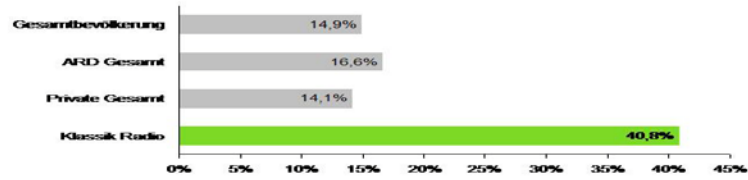
13 Prozent unserer Hörer in Deutschland haben ein persönliches Nettoeinkommen von 3.000 Euro und mehr.



13,5 Prozent unserer Hörer in Deutschland haben ein persönliches Nettoeinkommen von 3.000 Euro und mehr

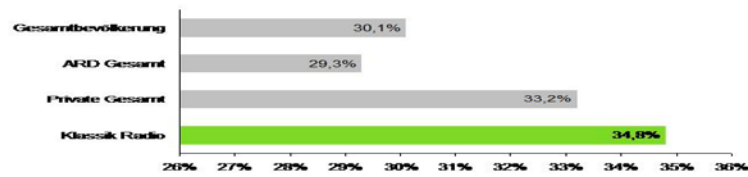
Eine weitoffene und interessierte Zielgruppe

41 Prozent unserer Hörer in Deutschland besuchen mindestens einmal im Monat kulturelle Veranstaltungen.

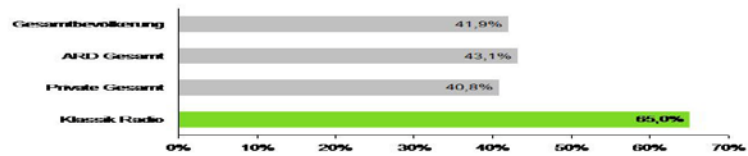


41 Prozent unserer Hörer in Deutschland besuchen mindestens einmal im Monat kulturelle Veranstaltungen.

Täglich online

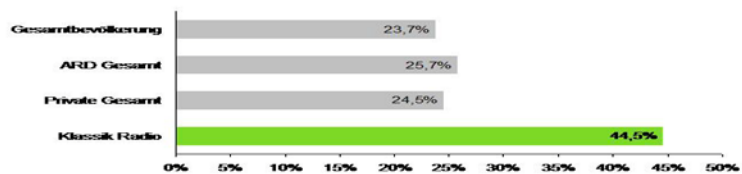


Lesebegeistert



Eine überdurchschnittlich gebildet Zielgruppe

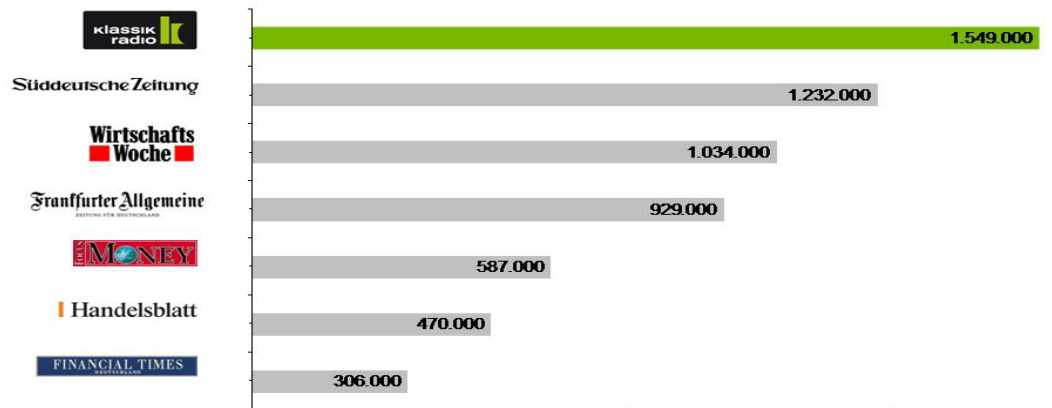
45 Prozent unserer Hörer in Deutschland haben Abitur, Hochschulreife oder ein Studium.



45 Prozent unserer Hörer in Deutschland haben Abitur, Hochschulreife oder ein Studium,

Quelle: ma 2009 Radio II / ma 2010 Radio II

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.



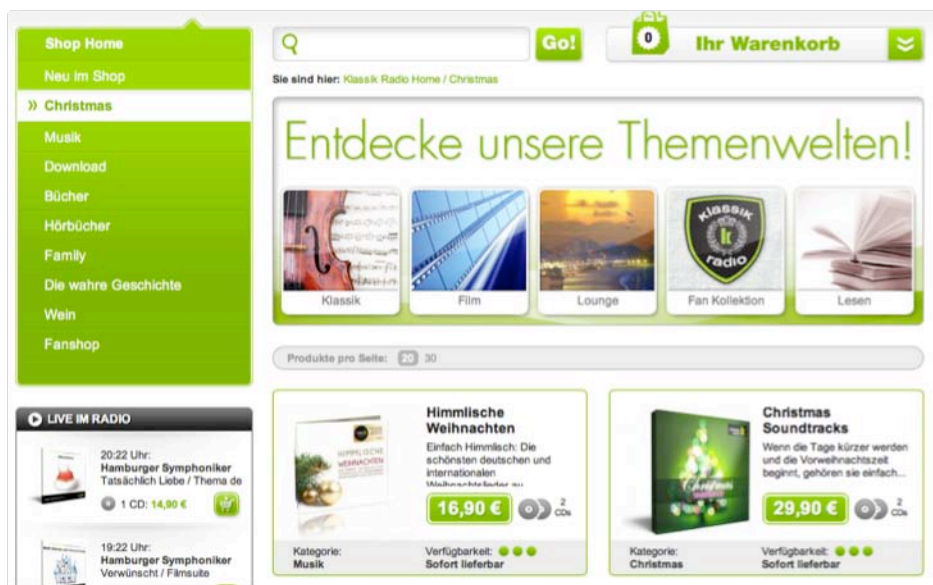
1

Quelle: Intermedia 2010, Hörer pro Tag / Leser pro Ausgabe

Deutlich besser als der allgemeine Trend im Radiomarkt konnte der Radiosender im abgelaufenen Geschäftsjahr seine Umsätze mit Dritten um 11 % von 6.421 TEUR auf 7.150 TEUR steigern. Die Investitionen aus der Vergangenheit in Technik und Programmarbeit zeigen Resultate, welche durch die Vermarktungsseite erfolgreich konvertiert wurden. Es sind Kosten für die Aufschaltung neuer Frequenzen, erhöhte Verbreitungskosten und Programmkosten aufgrund der Ausweitung der moderierten Programmstrecke angefallen. Diese Investitionen in Reichweite und Programmqualität führen erst mit Zeitversatz zu entsprechenden Erträgen. Das Gesamtperiodenergebnis des Segments Radiosender ist dadurch im Vergleich zum Vorjahr um TEUR 491 auf TEUR 1.017 gestiegen.

Merchandising

- ➔ Lizenzierung der Klassik Radio Konzerte in 2010 an DEAG Classics
- ➔ Focus auf Klassik Radio Eigenprodukte
- ➔ Verstärkte Integration von Shop Inhalten und Klassik Radio Programm, z.B. Lesezeit



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

Das Fulfillment im Bereich Handel erfolgte im abgelaufenen Geschäftsjahr über den Dienstleister Libri, der die Auslieferung der im Shop bestellten Produkte übernahm.

Libri ist ein führender deutscher Buchgroßhändler, der über 5.000 Buchhändler stationär und online mit Büchern und Medienprodukten versorgt.





Über die Zusammenarbeit mit eventim besteht auf der Internetseite von Klassik Radio die Möglichkeit, Tickets für eigene Klassik Radio Konzerten, die auf Klassik Radio beworbene Konzerte sowie für andere für unsere Hörer und Kunden relevante Konzerte zu buchen. Der Ticketshop fungiert hierbei als Vorverkaufsstelle und vereinnahmt die Vorverkaufsgebühr.

Zu Beginn des Jahres 2010 wurden Konzerte exklusiv an die DEAG Classics lizenziert. In Zusammenarbeit mit der DEAG Classics wurden im Frühjahr 2010 7 Konzerte der Reihe „Große Welt der Filmmusik“ durchgeführt.

In Summe waren es in 2009/10 11 Konzertermine, von denen 7 Konzerte im Frühjahr 2010 in Zusammenarbeit mit DEAG Classic erfolgt sind. Auch im abgelaufenen Geschäftsjahr konnte der eigene Klangkörper, das Klassik Radio Pops Orchestra unter der bewährten Leitung von Nic Raine die Zuschauer begeistern.

Etablierte Werbenamen wie Nintendo, Saturn, Walt Disney 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 und Erlebniswelt im Konzern.

Das Merchandising-Geschäft erwirtschaftete in Summe Umsätze mit Dritten in Höhe von TEUR 1.743 (i. Vj. TEUR 2.746). Die operativen Aufwendungen betragen TEUR 2.671 (i. Vj. TEUR 3.257).

Das CD, und Buch- Geschäft erwirtschaftete Umsatzerlöse in Höhe von TEUR 827 (i. Vj. TEUR 1.004), im Konzertbereich konnten mit Ticketing, Lizenz und Sponsoring Erlösen Umsätze in Höhe von TEUR 887 (i. Vj. TEUR 1.703) erzielt werden.

Der verhaltene Konsum ging auch am Segment Merchandising nicht vorbei, wie die reduzierten Umsatzzahlen zeigen. Erst mit dem Beginn des Weihnachtsgeschäftes 2010 wurde dieser negative Trend unterbrochen. Die ergriffenen Maßnahmen der Produkt- und Shopneugestaltung greifen umsatzseitig im abgelaufenen Geschäftsjahr noch nicht, im Gegenteil sie führen aufgrund erhöhter Kosten zu einer Ergebnisverschlechterung.

Im Konzertgeschäft wurden zum einen die in dem Zeitraum Oktober bis Dezember 2009 veranstalteten Konzerte mit den Ticketing- und Sponsoring Erlösen in Höhe von TEUR 572 abgebildet. Die Lizenzierung an DEAG ab Januar 2010 führt dazu, dass in der Umsatzzeile die Lizenzerträge sowie Weiterberechnungen der Konzertveranstaltungskosten an DEAG abgebildet sind. Damit ist ein Vorjahresvergleich nicht aussagekräftig, da die hierfür angefallenen Ticketingumsätze bei DEAG ausgewiesen werden.

Die Wareneinsatzquote liegt bei 65 % (i. Vj. 55 %). Das Merchandising verzeichnet ein EBITDA von TEUR -653 (i. Vj. TEUR -354) bzw. ein Gesamtperiodenergebnis von TEUR - 768 (i. Vj. TEUR -380). Auch hierbei gilt vergleichbar zum Segment Radiosender, dass die Investitionen in den neuen online-Shop sowie das Eröffnen neuer Umsatzchancen aus dem online-Angebot erst in den Folgejahren ertragswirksam werden.

Vertrieb

Der Vertrieb konzentriert sich auf folgende Zielgruppen bzw. Produkte:

- ➔ Key Accounts national
- ➔ Media Agenturen 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.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde die Internetpräsenz der Euro Klassik, dem konzerninternen Vermarkter von Klassik Radio, neu aufgestellt und in neuem Look mit zahlreichen Innovationen ausgestattet: Eine klar strukturierte Navigation, übersichtlich gegliederte Informationen und ein frisches Layout machen den Online-Auftritt für die Vermarktung des Premium-Senders noch ansprechender.

Durch das rasante Wachstum von Klassik Radio, das nunmehr in sechs unterschiedlichen regionalen Gebieten, national und online buchbar ist, war die neue Seite notwendig.

Prägend für das neue Seitendesign ist neben der klaren Navigation, mit der sich alle Informationen über Klassik Radio wie Sendegebiet und Reichweite schnell finden lassen, die Darstellung sämtlicher Sonderwerbeformen mit Hörbeispielen sowie der Schnellkontakt zum Sales. Zudem können Spot- und Kampagnenkosten bereits online mit dem Kalkulator berechnet werden.

Die Protone Promotion Werbeagentur GmbH bedient für Klassik Radio erfolgreich Kunden in Hamburg, Schwerin, Berlin, Bayern und Hannover und eröffnet somit auch kleineren Werbebudgets den Zugang zur exklusiven Klassik Radio Zielgruppe. Neben der Vermarktung von Klassik Radio wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr 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 2.071 (i. Vj. TEUR 2.136) ist ausschließlich auf die Tochtergesellschaft Protone Promotion Werbeagentur GmbH zurückzuführen. Die operativen Kosten konnten um TEUR 372 gesenkt werden und betragen nunmehr TEUR 3.622 (i. Vj. TEUR 3.994). Das Gesamtperiodenergebnis im Vertrieb betrug TEUR -331 (im Vorjahr TEUR -629).

Verlag

Die Hirmer Verlag GmbH ist 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 Fulfillment 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.

Mit der Einstellung eines Nachfolger – Geschäftsführers der Hirmer Verlags GmbH konnte die Integration des im Jahr 2008 erworbenen Hirmer Verlags erfolgreich fortgeführt werden.

Die Umsatzerlöse betragen im abgelaufenen Geschäftsjahr TEUR 4.021 (i. Vj. T€ 4.039). Deutliche Margenverbesserungen im Wareneinsatz führten zu einer operativen Ergebnisverbesserung (EBITDA) von TEUR -103 auf TEUR 351.



Vermögenslage des Klassik Radio Konzerns

Die langfristigen Vermögenswerte beinhalten im Wesentlichen Geschäfts- und Firmenwerte in Höhe von TEUR 6.276 (i. Vj. TEUR 6.276) sowie latente Steueransprüche in Höhe von TEUR 774 (i. Vj. TEUR 565). Die kurzfristigen Vermögenswerte haben sich im Vergleich zum Vorjahr um TEUR 1.311 auf TEUR 5.457 (Vj. TEUR 4.146) erhöht. Darauf entfällt ein wesentlicher Anteil auf die Vorräte in Höhe von TEUR 2.119 (Vj. TEUR 1.873). Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen TEUR 1.334 (i.Vj. TEUR 1.500) haben sich geringfügig verringert. Der Anteil der Zahlungsmittel beträgt TEUR 1.453 (i.Vj. TEUR 279).

in TEUR	30.09.2010		30.09.2009	
Langfristige Vermögenswerte	8.096	59,7%	8.287	66,7%
Kurzfristige Vermögenswerte	5.457	40,3%	4.146	33,3%
Gesamtvermögen	13.553	100,0%	12.433	100,0%
Eigenkapital der Aktionäre der Klassik Radio AG	6.022	44,4%	3.955	31,8%
Langfristige Schulden	1.733	12,8%	2.161	17,4%
Kurzfristige Schulden	5.798	42,8%	6.317	50,8%
Gesamtkapital	13.553	100,0%	12.433	100,0%

Die Veränderung des Konzern-Eigenkapitals resultiert zum einen aus der im Mai 2010 durchgeführten Kapitalerhöhung sowie aus dem positiven Gesamtperiodenergebnis in Höhe von TEUR 96 des abgelaufenen Geschäftsjahres. Die Eigenkapitalquote verbesserte sich somit von 31,81 % im Vorjahr auf 44,43 %.

Die langfristigen Schulden beinhalten die Darlehen bei der BTV 3 Banken Gruppe, Bank für Tirol und Vorarlberg AG Augsburg, der Stadtsparkasse Augsburg und der Augusta Bank Augsburg. Darüber hinaus besteht eine langfristige Verbindlichkeit gegenüber der vantargis LEASING GmbH (vorm. Sigma Leasing GmbH) für die Finanzierung der Sendeautomation und der Neugestaltung des Klassik Radio Internetshops. Die langfristigen Finanzschulden konnten im vergangenen Jahr um einen erheblichen Anteil in Höhe von TEUR 393 verringert werden.

In den kurzfristigen Schulden in Höhe von TEUR 5.798 (i.Vj. TEUR 6.317) sind die obigen Darlehen mit dem Anteil der nächsten 12 Monate enthalten welche sich im Vergleich zum Vorjahr, Aufgrund der kontinuierlichen hohen Tilgungsleistung, um TEUR 225 verringert haben. Weiterhin konnten die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um TEUR 297 verringert werden.

Die Wandelschuldverschreibung, welche innerhalb den kurzfristigen Finanzschulden gezeigt wird, konnte mit gleich bleibenden Bedingungen um ein Jahr, bis zum 15. März 2011, verlängert werden.

Finanzlage des Klassik Radio Konzerns

In TEUR	01.10.2009- 30.09.2010	01.10.2008- 30.09.2009
Cash Flow aus laufender Geschäftstätigkeit	401	535
Cash Flow aus der Investitionstätigkeit	-118	-306
Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit	1.139	-970
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode (30. September)	-31	710
Veränderung des Finanzmittelbestandes	1.422	-741
Finanzmittelbestand am Ende der Periode (30. September)	1.391	-31

Der Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit beträgt TEUR 401 (i. Vj. TEUR 535). Die kurzfristigen Verbindlichkeiten haben sich zum Stichtag im Konzern um TEUR 519 verringert. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen haben sich im Vergleich zum Vorjahr um TEUR 166 abgebaut.

Der Cash Flow aus der Investitionstätigkeit bildet die laufenden Investitionen in die Betriebs- und Geschäftsausstattung dar.

Der Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit beinhaltet den jährlichen Kapaldienst in Höhe von TEUR -1.135 eine Neustrukturierung des Darlehens in Höhe von TEUR 315 gegenüber der vantargis LEASING GmbH (vorm. SIGMA Leasing GmbH) sowie den Mittelzufluss aus der Kapitalerhöhung in Höhe von TEUR 1.959.

Der Zahlungsmittelbestand zum Bilanzstichtag umfasst kurzfristige Bankguthaben in Höhe von TEUR 1.453 und Bankschulden in Form von in Anspruch genommenen Kreditlinien in Höhe von TEUR -62.

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

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 veröffentlicht. Auf Anfrage wird er auch gerne per Post zur Verfügung gestellt.

Finanzielle Kennzahlen der Klassik Radio AG (HGB)

	2009/10	2008/09	Änderung
	TEUR	TEUR	TEUR
Umsatzerlöse	2.652	2.990	-338
Jahresüberschuss	46	158	-112
Bilanzgewinn	307	261	46
Bilanzsumme	14.839	12.101	2.738
Eigenkapital	8.642	6.581	2.061
Eigenkapitalquote in %	58,24%	54,38%	3,85%
Anlagevermögen	10.154	9.797	357
- davon Anteile an verbundenen Unternehmen	9.979	9.587	392
Umlaufvermögen und Rechnungsabgrenzungsposten	4.685	2.304	2.381

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 2009/10, den zugrunde liegenden Tatbeständen angepasst.

Die Aktiva sind bestimmt durch den Wertansatz der von der Klassik Radio AG gehaltenen Beteiligungen in Höhe von TEUR 9.979 (i. Vj. TEUR 9.587). Die Beteiligungen betragen ausnahmslos 100 %. Die größte Position des Umlaufvermögens sind Forderungen gegen verbundene Unternehmen in Höhe von TEUR 3.370 (i.Vj. TEUR 2.203). Sie bestehen hauptsächlich gegenüber der Hirmer Verlag GmbH und der Euro Klassik GmbH und resultieren überwiegend aus dem Geschäftserwerb. Auf die Guthaben bei Kreditinstituten entfallen TEUR 1.255 (i.Vj. TEUR 35).

Die am 31. Mai 2010 im Handelsregister eingetragene Kapitalerhöhung von 325.000 Stückaktien führte zu einer Erhöhung des Grundkapitals der Muttergesellschaft von 4.500.000 auf 4.825.000 Stückaktien. In diesem Zusammenhang erhöhte sich die Kapitalrücklage der Gesellschaft von 1.820 TEUR im Vorjahr auf 3.510 TEUR. Die Gesellschaft konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr ein positives Ergebnis in Höhe von TEUR 46 erwirtschaften. Bezogen auf die Bilanzsumme von 14.839 TEUR ist die Eigenkapitalquote von 54,38 % im Vorjahr auf nunmehr 58,24 % angestiegen.

Die im Geschäftsjahr benötigten Zahlungsmittel wurden dem Finanzmittelbestand entnommen.

Mitarbeiter

Die Zahl der Mitarbeiter hat sich im Geschäftsjahr 2009/10 geändert, so dass am 30. September 2010 73 (Vj. 87) Mitarbeiter im Klassik Radio AG Konzern tätig waren. Am Geschäftsjahresende waren 2 (i. Vj. 2) Vorstände bestellt. Der Aufwand für Personal belief sich auf 3.793 TEUR (i. Vj. 3.861 TEUR).

Vergütungsbericht

Der Vorstand setzte sich am Ende des Geschäftsjahres 2009/10 wie folgt zusammen:

- ➔ Herr Ulrich R. J. Kubak, Kaufmann, Augsburg
- ➔ Frau Sabine Reinhard, Diplom-Kaufmann, Augsburg

Der Aufsichtsrat setzte sich im Geschäftsjahr 2009/10 gemäß § 11 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 2009/10 Bezüge in Höhe von 47 TEUR (i. Vj. 49 TEUR) 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 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 2010 EUR 4.825.000,00. Es ist eingeteilt in 4.825.000 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

Der Aktionär Ulrich Kubak ist gegenüber einer finanzierenden Bank verpflichtet, im Fall der Beschlussfassung über Gewinnausschüttungen für diese zu stimmen. Dem Vorstand sind keine weiteren 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	3.274.676	67,87%

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 I/2006). Aufgrund der durchgeführten Kapitalerhöhungsmaßnahme am 05. Mai 2010 hat sich das genehmigte Kapital I/2006 um TEUR 325 verringert und beträgt nunmehr TEUR 1.925.

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 Garantin für die am 6,5 %-ige in 2010 fällige Wandelanleihe in Höhe von nominal 1.500.000,00 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.

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 bzw. Minimierung von 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 begegnet aktiv den Marktrisiken durch Alleinstellungsmerkmale, Branding, Hörerbindung und Zielgruppenorientierung.

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 (5,6 % Marktanteil Januar – September 2010, 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 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 sowie die gleichzeitige Betreuung der Mediaagenturen aus einer Hand sollen zusätzlich die Abhängigkeit von Marktentwicklungen verringern. Protone erschließt zusätzlich das Massen-Kleinkundengeschäft im B2B Bereich.

Marktsättigung und Kaufkraft im Direktgeschäft (Verlag und Merchandising)

In den Segmenten besteht grundsätzlich das Risiko der Marktsättigung und konjunktureller Konsumschwäche. Klare Qualitätsprofilierung und Dienstleistungsorientierung im Verlag sowie aktives Kundenmanagement, Produktinnovationen und der Aufbau weiterer Vertriebs- und Kooperationswege im Merchandising sollen dem proaktiv entgegenwirken.

Werthaltigkeit der aktivierten Geschäfts- und Firmenwerte

Im Falle von sich wiederum verschlechterndem konjunkturellem Klima (Stichwort: Wirtschafts- und Finanzkrise) 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 Vorstandsvorsitz

Herr Ulrich R. J. Kubak prägt als Gründer, Vorstandsvorsitzender und Hauptaktionär (67,87 %) 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 Konzern- und Geschäftsführung sind ein weiterer Vorstand, 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 bis 2018 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. 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.

Finanzierungs- /Liquiditätsrisiko

Klassik Radio verfügt über eine hohe Eigenkapitalausstattung und strebt weiterhin eine Reduktion der Fremdfinanzierung an. Die letzten Darlehen aus Unternehmenserwerben laufen 2013 aus, in Folge dessen wird sich die Eigenkapital- und Liquiditätssituation nochmals deutlich verbessern. Bis dahin ist der Konzern durch langfristige Darlehen mit fest vereinbarter Zahlungs- und Zinsstruktur sowie alternativen Finanzinstrumenten finanziert (je nach Restlaufzeit werden die Laufzeiten kleiner 12 Monate unter den kurzfristigen Verbindlichkeiten ausgewiesen), die ebenfalls langfristig ausgereicht werden, z.B. in Form von einer Wandelschuldverschreibung. Eventuelle kurzfristige operative Liquiditätssengasse sind im Konzern aufgrund vorhandener KK-Linien in Höhe von in Summe 1 Mio. Euro abgesichert. Darüber hinaus arbeitet die Klassik Radio AG aktuell in allen Bereichen an Cash-Optimierungen und Kostensenkungen, dies strebt zusätzliche Margen- und damit Liquiditätsverbesserung an. Zukünftiges Wachstum ist ausschließlich aus operativ verdientem CF vorgesehen.

Die aktuell ausgegebene Wandelschuldverschreibung der Klassik Radio AG ist im März 2011 fällig und daher im aktuellen Jahresabschluss als kurzfristiges Finanzinstrument ausgewiesen. Hierfür sind liquide Mittel in

ausreichender Höhe zur Seite gestellt, so dass die WDL aus positivem Cash zurückgeführt werden kann. Mit einem Liquiditätsengpass durch die Rückführung der Wandelschuldverschreibung ist damit nicht zu rechnen.

Der Vorstand der Klassik Radio AG überwacht und steuert die Liquidität für den gesamten Konzern. Das Monitoring der Liquiditätssituation findet wöchentlich für einen 3-Monatszeitraum statt, um zeitnah auf eventuelle Engpässe reagieren zu können. Mit den finanzierenden Banken besteht ein kontinuierlicher Informationsaustausch, darüber hinaus bestehen aktive Kontakte zu anderen Finanzinstituten und den Kapitalmarkt, um im Bedarfsfall auftretenden Finanzierungsbedarf abdecken zu können.

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. Außerdem kann seitens des Vertriebs die zunehmende Verjüngung der Hörerschaft entgegengehalten werden. 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 als einziges nationales Radiounternehmen ein bundesweit einheitliches Programmumfeld, das eine durchgängig identische Einbettung der Funkspots ermöglicht. Dies stellt einen klaren Mehrwert für werbetreibende Unternehmen dar.

Radionutzung im Netz

Die Radionutzung im Internet verzeichnet sprunghaften Zuwachs. Zwar bleibt UKW auch in den nächsten zehn Jahren der Übertragungsweg für Radio, aber dieses Übertragungsmedium ist dicht gefolgt vom Internet.

Mit dem Weg ins Netz ist der nationale zum weltweiten Wettbewerb gewachsen. In der Differenzierung sind hierbei Moderatoren und Community-Ausrichtung entscheidend. Mit der klaren Zielgruppenausrichtung kann Klassik Radio hiervon nur profitieren. Technisch ist Klassik Radio sowohl im Netz als auch mit der i-phone App mobil zu empfangen.

Vertriebswege: Internet

Der Internetshop wickelt bereits heute knapp 85 % des Bestellvolumens im Merchandising ab, so dass mit positiver Entwicklung dieses Bestellformates ein positiver Impuls auf die CD-Geschäfte ausgehen wird. Als schnelle und kostengünstige Vertriebsplattform ist der neu aufgestellte Online-Shop eine state-of-the-art Vertriebschance, die sukzessive um weitere Produkte. erweiterbar ist.

Buch/Kunstabdruckverlag

Der Erwerb des Traditionsverlages Hirmer verbreitert die Basis des Direktgeschäftes und diversifiziert die Klassik Radio weiter in Richtung Premium-Medienunternehmen. Darüber hinaus ist die Radioplattform ein ideales Akquisitionsargument bei der Bewerbung um Ausstellungskataloge. 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

- ➔ Die Zusammenarbeit mit DEAG Classic wird auf der Basis einer Werbepartnerschaft für die gesamten Themenbereiche von DEAG Konzerten fortgeführt
- ➔ In diesem Zusammenhang wird mit Beginn des neuen Kalenderjahres 2011 Klassik Radio die Klassik Radio Konzerte wieder in Eigenregie durchführen
- ➔ Zuteilung der Sendelizenzen Stralsund und Wismar
- ➔ Relaunch des Klassik Radio Shops mit der Focussierung auf Eigen- und Barterprodukte, Distribution in Eigenregie
- ➔ Aufschaltung des Klassik Radio Fanshop mit qualitativ hochwertigen Fanprodukten zum Weihnachtsgeschäft
- ➔ Start der größten Musikumfrage des Senders zur Evaluierung und Verbesserung des Programms
- ➔ Konzentrierung der Vertriebskraft der Protone auf die Vermarktung des hauseigenen Senders Klassik Radio
- ➔ Verlängerung der UKW Frequenzen in Baden-Württemberg bis 2015

Ausblick

Fokussierung auf Kernkompetenz Radio

Vertriebsausbau durch verstärkte Agenturbetreuung und Fokus der Protone auf die Vermarktung von Klassik Radio

Ertragschancen aus der Allianz mit DEAG Classics

Markenstärkung durch eigene Konzerte und Shop Ausrichtung

Klare Positionierung eröffnet Chancen trotz des schwierigen Marktumfelds

Die positive konjunkturelle Entwicklung im Jahr 2010 und die positiven Erwartungen für 2011 geben Anlass für die Hoffnung, dass sich auch der Werbemarkt erholt. Dennoch bergen die nicht abschätzbaren Folgen einer weiteren Finanz- oder Schuldenkrise im Ausland auch nicht abschätzbare Risiken für alle Bereiche der Klassik Radio AG. Auf Grund der Markenstärke und der Nischenstrategie ist Klassik Radio so aufgestellt, dass es diesen Risiken entgegenwirken kann.

Den kontinuierlich wachsenden Bekanntheitsgrad der Marke Klassik Radio gilt es in seiner Umsatz- und Ertragsstärke zu nutzen. Ganz klar stehen die Anstrengungen der kommenden Monate unter dem Fokus auf das ertragreiche Kerngeschäft der Vermarktung von Werbezeiten bei Klassik Radio. Zu diesem Zweck wird die erfolgreiche Vertriebsmannschaft der Protone weg von der Vermarktung von Fremdsendern verstärkt in die Sendezeitenvermarktung des eigenen Senders einbezogen.

Der weiteren Stärkung der Marke Klassik Radio wird mit der Übernahme der Veranstaltungsreihe in Eigenregie und mit dem neu eingeführten Klassik Radio Fanshop Rechnung getragen.

Der Vorstand geht analog der vorliegenden Wirtschaftsprognosen für die kommenden Geschäftsjahre von einem Umsatzwachstum, als auch einer Ergebnissteigerung aus. Klassik Radio hat sich in den vergangenen Jahren vermarktungsoptimal positioniert. Die Planung von Klassik Radio sieht vor, künftig eine noch gezieltere Marktsegmentierung vorzunehmen. Mit neuen Vertriebstechniken können Werbekunden besser erreicht und bedient werden. Insbesondere die Reichweitensteigerung durch die Aufschaltung des Senders in Hannover kann das Vermarktungspotenzial positiv beeinflussen. Weitere Sendelizenzen aus den Zuteilungen des Vorjahres erschließen Vermarktungspotenziale in Thüringen und Mecklenburg Vorpommern.

Darüber hinaus eröffnet die wachsende Bedeutung des Internet, die Vermarktungschancen hierin sowie die erwiesenermaßen funktionierende Konvergenz von Radio ins Internet weitere Verwertungsmöglichkeiten. Die Klassik Radio Zielgruppe ist auch im Netz eine attraktive Werbezielgruppe.

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. 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.

Der Vorstand rechnet für die kommenden zwei Jahre mit steigenden Umsätzen und Ergebnissen im Radiosender. Es wird von einem 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 eine Ertragssteigerung für den kommenden Zweijahreszeitraum. Eine Unterstützung erfolgt hierbei insbesondere durch den gestiegenen Markenwert von Klassik Radio. Die Erweiterung des Produktsortiments wird fortgesetzt.

Der im vergangenen Jahr angestoßene und vollzogene Generationswechsel im Management bei der Hirmer Verlag GmbH hat sich durch Margenverbesserungen ergebnisseitig bereits ausgewirkt. In Fortführung der neuen Akquisitions- und Vertriebsansätze werden Umsatzsteigerungen erwartet, die auch im kommenden Jahr von Verbesserungen im Einkaufs- und Herstellprozess begleitet werden, so dass sich neben den Umsatz- auch Ertragschancen eröffnen.

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 2010/11 und 2011/12 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 ein kontinuierliches Monitoring der Entwicklung um die Prognosen zu validieren/bewerten. Darüber hinaus werden in allen Segmenten Anstrengungen unternommen um die Erwartungen zu erfüllen.

Schlusserklärung des Abhängigkeitsberichts

Die Gesellschaft hat bei den im Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen aufgeführten Rechtsgeschäften im Geschäftsjahr 2009/2010 nach den Umständen, die uns im Zeitpunkt, in dem die Rechtsgeschäfte vorgenommen wurden, bekannt waren, bei jedem Rechtsgeschäft eine angemessene Gegenleistung erhalten. Andere Maßnahmen wurden im Berichtszeitraum nicht getroffen oder unterlassen.

Im Januar 2011

Klassik Radio AG
Der Vorstand

Ulrich R.J. Kubak

Sabine Reinhard

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den Jahresabschluss - bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang - unter Einbeziehung der Buchführung und den Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns der Klassik Radio AG für das Geschäftsjahr vom 1.10.2009 bis 30.9.2010 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegen in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter 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 Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns 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 Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns 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 Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt.

Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses und des Berichts über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns. 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 aufgrund 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 Gesellschaft. Der Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns steht im 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.

Berlin, 13. Januar 2011

RÖVERBRÖNNER GmbH & Co. KG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Steuerberatungsgesellschaft

Rainer Weichhaus
Wirtschaftsprüfer

Udo Heckeler
Wirtschaftsprüfer

Allgemeine Auftragsbedingungen

für

Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften

vom 1. Januar 2002

1. Geltungsbereich

(1) Die Auftragsbedingungen gelten für die Verträge zwischen Wirtschaftsprüfern oder Wirtschaftsprüfungsgesellschaften (im nachstehenden zusammenfassend „Wirtschaftsprüfer“ genannt) und ihren Auftraggebern über Prüfungen, Beratungen und sonstige Aufträge, soweit nicht etwas anderes ausdrücklich schriftlich vereinbart oder gesetzlich zwingend vorgeschrieben ist.

(2) Werden im Einzelfall ausnahmsweise vertragliche Beziehungen auch zwischen dem Wirtschaftsprüfer und anderen Personen als dem Auftraggeber begründet, so gelten auch gegenüber solchen Dritten die Bestimmungen der nachstehenden Nr. 9.

2. Umfang und Ausführung des Auftrages

(1) Gegenstand des Auftrages ist die vereinbarte Leistung, nicht ein bestimmter wirtschaftlicher Erfolg. Der Auftrag wird nach den Grundsätzen ordnungsmäßiger Berufsausübung ausgeführt. Der Wirtschaftsprüfer ist berechtigt, sich zur Durchführung des Auftrages sachverständiger Personen zu bedienen.

(2) Die Berücksichtigung ausländischen Rechts bedarf – außer bei betriebswirtschaftlichen Prüfungen – der ausdrücklichen schriftlichen Vereinbarung.

(3) Der Auftrag erstreckt sich, soweit er nicht darauf gerichtet ist, nicht auf die Prüfung der Frage, ob die Vorschriften des Steuerrechts oder Sonderschriften, wie z.B. die Vorschriften des Preis-, Wettbewerbsbeschränkungs- und Bewirtschaftungsrechts beachtet sind; das gleiche gilt für die Feststellung, ob Subventionen, Zulagen oder sonstige Vergünstigungen in Anspruch genommen werden können. Die Ausführung eines Auftrages umfaßt nur dann Prüfungshandlungen, die gezielt auf die Aufdeckung von Buchfälschungen und sonstigen Unregelmäßigkeiten gerichtet sind, wenn sich bei der Durchführung von Prüfungen dazu ein Anlaß ergibt oder dies ausdrücklich schriftlich vereinbart ist.

(4) Ändert sich die Rechtslage nach Abgabe der abschließenden beruflichen Äußerung, so ist der Wirtschaftsprüfer nicht verpflichtet, den Auftraggeber auf Änderungen oder sich daraus ergebende Folgerungen hinzuweisen.

3. Aufklärungspflicht des Auftraggebers

(1) Der Auftraggeber hat dafür zu sorgen, daß dem Wirtschaftsprüfer auch ohne dessen besondere Aufforderung alle für die Ausführung des Auftrages notwendigen Unterlagen rechtzeitig vorgelegt werden und ihm von allen Vorgängen und Umständen Kenntnis gegeben wird, die für die Ausführung des Auftrages von Bedeutung sein können. Dies gilt auch für die Unterlagen, Vorgänge und Umstände, die erst während der Tätigkeit des Wirtschaftsprüfers bekannt werden.

(2) Auf Verlangen des Wirtschaftsprüfers hat der Auftraggeber die Vollständigkeit der vorgelegten Unterlagen und der gegebenen Auskünfte und Erklärungen in einer vom Wirtschaftsprüfer formulierten schriftlichen Erklärung zu bestätigen.

4. Sicherung der Unabhängigkeit

Der Auftraggeber steht dafür ein, daß alles unterlassen wird, was die Unabhängigkeit der Mitarbeiter des Wirtschaftsprüfers gefährden könnte. Dies gilt insbesondere für Angebote auf Anstellung und für Angebote, Aufträge auf eigene Rechnung zu übernehmen.

5. Berichterstattung und mündliche Auskünfte

Hat der Wirtschaftsprüfer die Ergebnisse seiner Tätigkeit schriftlich darzustellen, so ist nur die schriftliche Darstellung maßgebend. Bei Prüfungsaufträgen wird der Bericht, soweit nichts anderes vereinbart ist, schriftlich erstattet. Mündliche Erklärungen und Auskünfte von Mitarbeitern des Wirtschaftsprüfers außerhalb des erteilten Auftrages sind stets unverbindlich.

6. Schutz des geistigen Eigentums des Wirtschaftsprüfers

Der Auftraggeber steht dafür ein, daß die im Rahmen des Auftrages vom Wirtschaftsprüfer gefertigten Gutachten, Organisationspläne, Entwürfe, Zeichnungen, Aufstellungen und Berechnungen, insbesondere Massen- und Kostenberechnungen, nur für seine eigenen Zwecke verwendet werden.

7. Weitergabe einer beruflichen Äußerung des Wirtschaftsprüfers

(1) Die Weitergabe beruflicher Äußerungen des Wirtschaftsprüfers (Berichte, Gutachten und dgl.) an einen Dritten bedarf der schriftlichen Zustimmung des Wirtschaftsprüfers, soweit sich nicht bereits aus dem Auftragsinhalt die Einwilligung zur Weitergabe an einen bestimmten Dritten ergibt.

Gegenüber einem Dritten haftet der Wirtschaftsprüfer (im Rahmen von Nr. 9) nur, wenn die Voraussetzungen des Satzes 1 gegeben sind.

(2) Die Verwendung beruflicher Äußerungen des Wirtschaftsprüfers zu Werbezwecken ist unzulässig; ein Verstoß berechtigt den Wirtschaftsprüfer zur fristlosen Kündigung aller noch nicht durchgeführten Aufträge des Auftraggebers.

8. Mängelbeseitigung

(1) Bei etwaigen Mängeln hat der Auftraggeber Anspruch auf Nacherfüllung durch den Wirtschaftsprüfer. Nur bei Fehlschlägen der Nacherfüllung kann er auch Herabsetzung der Vergütung oder Rückgängigmachung des Vertrages verlangen; ist der Auftrag von einem Kaufmann im Rahmen seines Handelsgewerbes, einer juristischen Person des öffentlichen Rechts oder von einem öffentlich-rechtlichen Sondervermögen erteilt worden, so kann der Auftraggeber die Rückgängigmachung des Vertrages nur verlangen, wenn die erbrachte Leistung wegen Fehlschlagens der Nacherfüllung für ihn ohne Interesse ist. Soweit darüber hinaus Schadensersatzansprüche bestehen, gilt Nr. 9.

(2) Der Anspruch auf Beseitigung von Mängeln muß vom Auftraggeber unverzüglich schriftlich geltend gemacht werden. Ansprüche nach Abs. 1, die nicht auf einer vorsätzlichen Handlung beruhen, verjähren nach Ablauf eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn.

(3) Offenbare Unrichtigkeiten, wie z.B. Schreibfehler, Rechenfehler und formelle Mängel, die in einer beruflichen Äußerung (Bericht, Gutachten und dgl.) des Wirtschaftsprüfers enthalten sind, können jederzeit vom Wirtschaftsprüfer auch Dritten gegenüber berichtigt werden. Unrichtigkeiten, die geeignet sind, in der beruflichen Äußerung des Wirtschaftsprüfers enthaltene Ergebnisse in Frage zu stellen, berechtigen diesen, die Äußerung auch Dritten gegenüber zurückzunehmen. In den vorgenannten Fällen ist der Auftraggeber vom Wirtschaftsprüfer tunlichst vorher zu hören.

9. Haftung

(1) Für gesetzlich vorgeschriebene Prüfungen gilt die Haftungsbeschränkung des § 323 Abs. 2 HGB.

(2) Haftung bei Fahrlässigkeit, Einzelner Schadensfall

Falls weder Abs. 1 eingreift noch eine Regelung im Einzelfall besteht, ist die Haftung des Wirtschaftsprüfers für Schadensersatzansprüche jeder Art, mit Ausnahme von Schäden aus der Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit, bei einem fahrlässig verursachten einzelnen Schadensfall gem. § 54a Abs. 1 Nr. 2 WPO auf 4 Mio. € beschränkt; dies gilt auch dann, wenn eine Haftung gegenüber einer anderen Person als dem Auftraggeber begründet sein sollte. Ein einzelner Schadensfall ist auch bezüglich eines aus mehreren Pflichtverletzungen stammenden einheitlichen Schadens gegeben. Der einzelne Schadensfall umfaßt sämtliche Folgen einer Pflichtverletzung ohne Rücksicht darauf, ob Schäden in einem oder in mehreren aufeinanderfolgenden Jahren entstanden sind. Dabei gilt mehrfaches auf gleicher oder gleichartiger Fehlerquelle beruhendes Tun oder Unterlassen als einheitliche Pflichtverletzung, wenn die betreffenden Angelegenheiten miteinander in rechtlichem oder wirtschaftlichem Zusammenhang stehen. In diesem Fall kann der Wirtschaftsprüfer nur bis zur Höhe von 5 Mio. € in Anspruch genommen werden. Die Begrenzung auf das Fünffache der Mindestversicherungssumme gilt nicht bei gesetzlich vorgeschriebenen Pflichtprüfungen.

(3) Ausschlussfristen

Ein Schadensersatzanspruch kann nur innerhalb einer Ausschlussfrist von einem Jahr geltend gemacht werden, nachdem der Anspruchsberechtigte von dem Schaden und von dem anspruchsbegründenden Ereignis Kenntnis erlangt hat, spätestens aber innerhalb von 5 Jahren nach dem anspruchsbegründenden Ereignis. Der Anspruch erlischt, wenn nicht innerhalb einer Frist von sechs Monaten seit der schriftlichen Ablehnung der Ersatzleistung Klage erhoben wird und der Auftraggeber auf diese Folge hingewiesen wurde.

Das Recht, die Einrede der Verjährung geltend zu machen, bleibt unberührt. Die Sätze 1 bis 3 gelten auch bei gesetzlich vorgeschriebenen Prüfungen mit gesetzlicher Haftungsbeschränkung.

10. Ergänzende Bestimmungen für Prüfungsaufträge

- (1) Eine nachträgliche Änderung oder Kürzung des durch den Wirtschaftsprüfer geprüften und mit einem Bestätigungsvermerk versehenen Abschlusses oder Lageberichts bedarf, auch wenn eine Veröffentlichung nicht stattfindet, der schriftlichen Einwilligung des Wirtschaftsprüfers. Hat der Wirtschaftsprüfer einen Bestätigungsvermerk nicht erteilt, so ist ein Hinweis auf die durch den Wirtschaftsprüfer durchgeführte Prüfung im Lagebericht oder an anderer für die Öffentlichkeit bestimmter Stelle nur mit schriftlicher Einwilligung des Wirtschaftsprüfers und mit dem von ihm genehmigten Wortlaut zulässig.
- (2) Widerruft der Wirtschaftsprüfer den Bestätigungsvermerk, so darf der Bestätigungsvermerk nicht weiterverwendet werden. Hat der Auftraggeber den Bestätigungsvermerk bereits verwendet, so hat er auf Verlangen des Wirtschaftsprüfers den Widerruf bekanntzugeben.
- (3) Der Auftraggeber hat Anspruch auf fünf Berichtsausfertigungen. Weitere Ausfertigungen werden besonders in Rechnung gestellt.

11. Ergänzende Bestimmungen für Hilfeleistung in Steuersachen

- (1) Der Wirtschaftsprüfer ist berechtigt, sowohl bei der Beratung in steuerlichen Einzelfragen als auch im Falle der Dauerberatung die vom Auftraggeber genannten Tatsachen, insbesondere Zahlenangaben, als richtig und vollständig zugrunde zu legen; dies gilt auch für Buchführungsaufträge. Er hat jedoch den Auftraggeber auf von ihm festgestellte Unrichtigkeiten hinzuweisen.
- (2) Der Steuerberatungsauftrag umfaßt nicht die zur Wahrung von Fristen erforderlichen Handlungen, es sei denn, daß der Wirtschaftsprüfer hierzu ausdrücklich den Auftrag übernommen hat. In diesem Falle hat der Auftraggeber dem Wirtschaftsprüfer alle für die Wahrung von Fristen wesentlichen Unterlagen, insbesondere Steuerbescheide, so rechtzeitig vorzulegen, daß dem Wirtschaftsprüfer eine angemessene Bearbeitungszeit zur Verfügung steht.
- (3) Mangels einer anderweitigen schriftlichen Vereinbarung umfaßt die laufende Steuerberatung folgende, in die Vertragsdauer fallenden Tätigkeiten:
 - a) Ausarbeitung der Jahressteuererklärungen für die Einkommensteuer, Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer sowie der Vermögensteuererklärungen, und zwar auf Grund der vom Auftraggeber vorzulegenden Jahresabschlüsse und sonstiger, für die Besteuerung erforderlicher Aufstellungen und Nachweise
 - b) Nachprüfung von Steuerbescheiden zu den unter a) genannten Steuern
 - c) Verhandlungen mit den Finanzbehörden im Zusammenhang mit den unter a) und b) genannten Erklärungen und Bescheiden
 - d) Mitwirkung bei Betriebsprüfungen und Auswertung der Ergebnisse von Betriebsprüfungen hinsichtlich der unter a) genannten Steuern
 - e) Mitwirkung in Einspruchs- und Beschwerdeverfahren hinsichtlich der unter a) genannten Steuern.

Der Wirtschaftsprüfer berücksichtigt bei den vorgenannten Aufgaben die wesentliche veröffentlichte Rechtsprechung und Verwaltungsauffassung.

- (4) Erhält der Wirtschaftsprüfer für die laufende Steuerberatung ein Pauschalhonorar, so sind mangels anderweitiger schriftlicher Vereinbarungen die unter Abs. 3 d) und e) genannten Tätigkeiten gesondert zu honorieren.
- (5) Die Bearbeitung besonderer Einzelfragen der Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Einheitsbewertung und Vermögensteuer sowie aller Fragen der Umsatzsteuer, Lohnsteuer, sonstigen Steuern und Abgaben erfolgt auf Grund eines besonderen Auftrages. Dies gilt auch für
 - a) die Bearbeitung einmalig anfallender Steuerangelegenheiten, z.B. auf dem Gebiet der Erbschaftsteuer, Kapitalverkehrsteuer, Grunderwerbsteuer,
 - b) die Mitwirkung und Vertretung in Verfahren vor den Gerichten der Finanz- und der Verwaltungsgerichtsbarkeit sowie in Steuerstrafsachen und
 - c) die beratende und gutachtliche Tätigkeit im Zusammenhang mit Umwandlung, Verschmelzung, Kapitalerhöhung und -herabsetzung, Sanierung, Eintritt und Ausscheiden eines Gesellschafters, Betriebsveräußerung, Liquidation und dergleichen.

(6) Soweit auch die Ausarbeitung der Umsatzsteuerjahreserklärung als zusätzliche Tätigkeit übernommen wird, gehört dazu nicht die Überprüfung etwaiger besonderer buchmäßiger Voraussetzungen sowie die Frage, ob alle in Betracht kommenden umsatzsteuerrechtlichen Vergünstigungen wahrgenommen worden sind. Eine Gewähr für die vollständige Erfassung der Unterlagen zur Geltendmachung des Vorsteuerabzuges wird nicht übernommen.

12. Schweigepflicht gegenüber Dritten, Datenschutz

- (1) Der Wirtschaftsprüfer ist nach Maßgabe der Gesetze verpflichtet, über alle Tatsachen, die ihm im Zusammenhang mit seiner Tätigkeit für den Auftraggeber bekannt werden, Stillschweigen zu bewahren, gleichviel, ob es sich dabei um den Auftraggeber selbst oder dessen Geschäftsverbindungen handelt, es sei denn, daß der Auftraggeber ihn von dieser Schweigepflicht entbindet.
- (2) Der Wirtschaftsprüfer darf Berichte, Gutachten und sonstige schriftliche Äußerungen über die Ergebnisse seiner Tätigkeit Dritten nur mit Einwilligung des Auftraggebers aushändigen.
- (3) Der Wirtschaftsprüfer ist befugt, ihm anvertraute personenbezogene Daten im Rahmen der Zweckbestimmung des Auftraggebers zu verarbeiten oder durch Dritte verarbeiten zu lassen.

13. Annahmeverzug und unterlassene Mitwirkung des Auftraggebers

Kommt der Auftraggeber mit der Annahme der vom Wirtschaftsprüfer angebotenen Leistung in Verzug oder unterläßt der Auftraggeber eine ihm nach Nr. 3 oder sonstwie obliegende Mitwirkung, so ist der Wirtschaftsprüfer zur fristlosen Kündigung des Vertrages berechtigt. Unberührt bleibt der Anspruch des Wirtschaftsprüfers auf Ersatz der ihm durch den Verzug oder die unterlassene Mitwirkung des Auftraggebers entstandenen Mehraufwendungen sowie des verursachten Schadens, und zwar auch dann, wenn der Wirtschaftsprüfer von dem Kündigungsrecht keinen Gebrauch macht.

14. Vergütung

- (1) Der Wirtschaftsprüfer hat neben seiner Gebühren- oder Honorarforderung Anspruch auf Erstattung seiner Auslagen; die Umsatzsteuer wird zusätzlich berechnet. Er kann angemessene Vorschüsse auf Vergütung und Auslagenersatz verlangen und die Auslieferung seiner Leistung von der vollen Befriedigung seiner Ansprüche abhängig machen. Mehrere Auftraggeber haften als Gesamtschuldner.
- (2) Eine Aufrechnung gegen Forderungen des Wirtschaftsprüfers auf Vergütung und Auslagenersatz ist nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen zulässig.

15. Aufbewahrung und Herausgabe von Unterlagen

- (1) Der Wirtschaftsprüfer bewahrt die im Zusammenhang mit der Erledigung eines Auftrages ihm übergebenen und von ihm selbst angefertigten Unterlagen sowie den über den Auftrag geführten Schriftwechsel zehn Jahre auf.
- (2) Nach Befriedigung seiner Ansprüche aus dem Auftrag hat der Wirtschaftsprüfer auf Verlangen des Auftraggebers alle Unterlagen herauszugeben, die er aus Anlaß seiner Tätigkeit für den Auftrag von diesem oder für diesen erhalten hat. Dies gilt jedoch nicht für den Schriftwechsel zwischen dem Wirtschaftsprüfer und seinem Auftraggeber und für die Schriftstücke, die dieser bereits in Urschrift oder Abschrift besitzt. Der Wirtschaftsprüfer kann von Unterlagen, die er an den Auftraggeber zurückgibt, Abschriften oder Fotokopien anfertigen und zurückbehalten.

16. Anzuwendendes Recht

Für den Auftrag, seine Durchführung und die sich hieraus ergebenden Ansprüche gilt nur deutsches Recht.