

HV Klassik Radio: Trotz Finanzkrise 2008 das beste operative Ergebnis der Firmengeschichte und mit der Zwei-Säulen-Strategie B2B und B2C zukunftsweisend aufgestellt

„Wir haben die Weichen gestellt – wir haben unser Versprechen gehalten – wir haben strategisch richtig entschieden!“

Klassik Radio blickt auch in diesen schwierigen Zeiten einer weltweiten Rezession und Finanzkrise auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurück mit dem bislang besten operativen Ergebnis in seiner Firmengeschichte. Im aktuellen Geschäftsbericht schreibt der Vorstand:

„Die Zwei-Säulen-Strategie bleibt unser Geschäftsmodell. – Im B2B-Bereich setzen wir auf kontinuierliches Wachstum im Werbezeitenverkauf.

Im Direktgeschäft tragen unsere Live-Konzertreihen „Die große Welt der Filmmusik“ und „PROMS“ zur Erlebniswelt der Marke Klassik Radio bei und begeisterten bislang bereits über 60.000 Besucher.

Die Akquisition des HIRMER Verlags stärkt und erweitert unsere Marktposition im Premium-Segment.

Wir verfolgen klare Ziele mit entscheidendem Vorsprung. Unsere wachsende Entscheiderzielgruppe, ausgestattet mit überdurchschnittlichem Niveau bei Bildung, Einkommen und Kulturinteresse, besitzt bereits heute alle Merkmale, die künftig im Fokus der Werbeindustrie stehen.“

Zum besseren Verständnis des Geschäftsmodells

Die Klassik Radio AG mit Firmensitz in Augsburg ist seit fünf Jahren im General Standard der Frankfurter Börse gelistet. Die Ursprünge reichen 20 Jahre zurück bis 1989, der Gründung von FM Radio Network. Klassik Radio fühlt sich als eine unabhängige Radioholding im spannenden Medium Hörfunk zu Hause. Die Liebe zur Musik, der erfolgreiche Ausbau des Konzertbereichs und das etablierte CD-Direktgeschäft haben viel bewegt. Hinzu kommt der erfolgreiche Einstieg in den Büchermarkt mit der Übernahme des Traditionsverlages HIRMER, der im Segment Kunstbücher zu den Marktführern im deutschsprachigen Raum zählt. Die Meilensteine von KLASSIK RADIO umfassen vier Stufen: Vermarktung der Radiowerbezeiten – Merchandising – Vertrieb – Direktgeschäfte. Bemerkenswert ist die hohe Werbewirksamkeit in den klassischen Funkspots wie auch bei Sonderwerbeformaten. Von 08 bis 18 Uhr fesselt Klassik Radio seine Hörer – „Entscheider-Zielgruppe genannt – mit

Klassik Hits, von 18bis 20Uhr mit Filmmusik, von 20 bis 22 Uhr mit New Classics und ab 22 Uhr mit Klassik Lounge.

Der Geschäftsbericht – ein innovativer Streifzug durch Musik, Kunst und Unternehmens-Information

Der erneut anspruchsvoll aufgemachte, mit viel Liebe, Kunstverständnis und schönen Bildern ausgestattete Geschäftsbericht spiegelt die Leidenschaft und Begeisterung des relativ jungen Managements für das Unternehmen wider. Es macht Spaß, darin zu blättern und zu lesen. Weg von staubtrockenen, nackten Zahlen und leblosen Textwüsten hin zu einer ganzheitlichen, leserfreundlichen Sichtweise! Der Handlungsbedarf aus dem Vorjahr wurde aufgearbeitet, z. B. die zuvor vermissten grundlegenden Informationen zur Aktie.

Ein Blick auf den erworbenen Traditionsverlag HIRMER

Was ist das Besondere? Der Verlag zeichnet sich durch hohe inhaltliche und drucktechnische Qualität aus und zählt im Kunstbuch-Bereich zu den Wegbereitern und Marktführern. Das Angebot umfasst:

- Eigene Kunstbücher im Hochpreissegment, oft ein mit ausländischen Partnern abgestimmtes gleichzeitiges Erscheinen in englischer, französischer und italienischer Sprache

- Kunstwissenschaftliche Bücher, finanziert von Institutionen

- Ausstellungskataloge für Museen und Institutionen

- Finanzierte Künstlermonographien

Von Frühjahr bis Herbst 2008 wurden knapp 30.000 Exemplare verkauft mit einem durchschnittlichen Erlös von etwas über 20 Euro. Der Akquisitionsschwerpunkt liegt im Geschäftsfeld der Ausstellungskataloge. Das Management erwartet für das Jahr 2009, dass sich die Konsumschwäche als Folge der Weltwirtschafts- und Finanzkrise auch auf den Büchermarkt spürbar niederschlägt – allerdings wohl wesentlich geringer als in den übrigen Einzelhandelsbranchen.

Die „Entscheider-Zielgruppe“ im Visier

Der Anteil der Selbstständigen, Freiberufler, Leitenden Angestellten und Beamten ist unter den Hörern von Klassik Radio im Vergleich zur Gesamtbevölkerung ungewöhnlich hoch: 35 % gegenüber 15 %.

Gerade einmal 5,6 % der bundesdeutschen Gesamtbevölkerung erfreuen sich an einem monatlichen Nettoeinkommen von 3.000 Euro und darüber. Bei den Hörern von Klassik Radio ist diese Quote damit fast dreimal so hoch, nämlich rund 14 %.

Auf die Gesamtbevölkerung in Deutschland bezogen, beträgt der Anteil von Absolventen mit Abitur, Fachhochschulreife oder Studium gut 22 %. Mehr als doppelt so viele Hörer von Klassik Radio, nämlich knapp 47 %, haben den Hochschulabschluss geschafft.

Die Liebhaber von Klassik Radio sind größtenteils aktiv und kulturell interessiert. 39,5 % von ihnen besuchen mindestens einmal im Monat eine kulturelle Veranstaltung. Auf die Gesamtbevölkerung bezogen trifft dies nur zu 15 % zu.

Während es bei der Süddeutschen Zeitung 1,19 Millionen Leser pro Ausgabe gibt, hören täglich 1,23 Millionen Musikfreunde Klassik Radio.

Unter dem Label Klassik Radio records erschienen im Geschäftsjahr 2007/2008 folgende neuen Produkte: „*Die große Welt der Filmmusik 2007*“ und „*Live-CD 2008*“. Als Fremdlizenzprodukte sind zu nennen: *Edition Flora – Klassik für Babys – Der Herr der Ringe – Ludovico Einaudi*.

Die musikalischen Programmelemente von Klassik Radio

Die große Klassik:	Klassische Musik wie Bach, Mozart, Tschaikowski
Die schönste Filmmusik:	Film-Soundtracks und Hintergründe aus Hollywood
New Classics:	Klassik von „heute“, Künstler der neuen Zeit
Klassik Lounge:	Sanfte Downbeats zum Ausklang des Tages

Klassik Radio Shop in Stichpunkten

- 45 erfolgreiche Eigenprodukte
- ca. 97.000 Kunden
- ca. 30.000 Newsletter-Abonnenten
- ca. 120.000 Bestellungen
- 4,8 Mio. Euro Umsatzerlöse
- ca. 270.000 verkaufte Einheiten

Klassik Radio live in concert in Stichpunkten

- über 70.000 Besucher
- 14 Termine
- 12 Veranstaltungsorte
- drei große Konzertthemen
- knapp 4 Mio. Euro Umsatzerlöse

Erfreuliche Finanzzahlen für das Geschäftsjahr 2007/2008: bestes operative Ergebnis in der Unternehmensgeschichte

Die Umsatzerlöse erhöhten sich gegenüber der Vorjahresperiode um 12,5 % von 13,3 auf 14,9 Mio. Euro.

Noch mehr verbesserte sich das EBITDA, das Ergebnis vor Abschreibungen, Finanzergebnis und Steuern. Es wuchs um stolze 66 % von zuvor 0,7 auf nunmehr 1,2 Mio. Euro. Auf etwa gleichem Niveau, nämlich bei 1,1 Mio. Euro, liegt der operative Cashflow.

Die gestiegenen operativen Ergebnisse beruhen auf den beiden Ertragssäulen: Radiovermarktung und Direktgeschäfte. Dazu ein Kurzkomentar der CEO Sabine Reinhard: *„Die Klassik Radio AG hat durch die Konzentration auf die Kerngeschäfte im Geschäftsjahr 2007/08 zum dritten Male in Folge eine deutliche Ergebnissteigerung erzielt. Das EBITDA, unsere operative Steuerungsgröße, zeigt mit einem Plus von über 65 %, dass margenstarkes Wachstum unsere Zielsetzung ist. Und dies gilt auch für die Integration neuer Tochtergesellschaften.“*

Ein Blick auf das Zahlenwerk von Klassik Radio: 2007 und 2008

Finanzposition nach IFRS	30.09.2008	30.09.2007
Umsatzerlöse (+12 %)	14,917 Mio. €	13,261 Mio. €
Operativer Cashflow	1,127 Mio. €	-0,330 Mio. €
EBITDA (+66 %)	1,162 Mio. €	0,702 Mio. €
EBIT	-0,028 Mio. €	0,411 Mio. €
Finanzergebnis	-0,287 Mio. €	-0,198 Mio. €
Periodenergebnis	-0,229 Mio. €	0,159 Mio. €
Langfristige Vermögenswerte	8,553 Mio. €	8,026 Mio. €
Kurzfristige Vermögenswerte	5,529 Mio. €	3,585 Mio. €
Langfristige Schulden (Hirmer Verlag!)	4,183 Mio. €	2,670 Mio. €
Kurzfristige Schulden	5,356 Mio. €	4,287 Mio. €
Eigenkapital	4,543 Mio. €	4,654 Mio. €
Eigenkapitalquote	32 %	40 %
Ergebnis je Aktie	-0,05 €	0,03 €
Mitarbeiterzahl	87	84
Bilanzsumme	14,082 Mio. €	11,611 Mio. €

Zur Finanzlage und den Highlights im ersten Quartal 2008/09

Trotz globaler Finanz- und Wirtschaftskrise blickt Klassik Radio bei gemischt ausfallenden Finanzzahlen recht zuversichtlich in die Zukunft:

Gegenüber dem Vorjahreszeitraum von 4,2 Mio. Euro meldet das Management für das erste Quartal 2008/09 höhere **Umsatzerlöse** von 4,7 Mio. Euro.

Das **EBITDA** entwickelte sich zwar mit 0,41 Mio. Euro positiv, kann aber an die Ertragssituation der Vorjahresperiode von 0,81 Mio. Euro nicht anknüpfen.

Die **Eigenkapitalquote** liegt nun bei recht ansehnlichen 34 %, während sie ein Jahr zuvor mit 32 % um zwei Prozentpunkte niedriger ausfiel.

Die Kapitalflussrechnung zeigt einen **positiven Cashflow** aus der laufenden Geschäftstätigkeit der ersten drei Monate über 0,33 Mio. Euro.

Der im April 2008 erworbene Traditionsverlag HIRMER trug erstmalig 1,1 Mio. Euro zum Umsatz bei.

Wichtige Finanzzahlen im 1. Halbjahr 2008/09 gegenüber 2007/08

Finanzposition (IFRS)	01.10.08 – 31.03.09	01.10.07 – 31.03.08
Umsatzerlöse	8,386 Mio. €	7,172 Mio. €
EBITDA	0,531 Mio. €	1,134 Mio. €
EBIT	0,307 Mio. €	0,179 Mio. €
Periodenergebnis	0,168 Mio. €	0,040 Mio. €

Das Hauptversammlungsstenogramm

Vorlage des festgestellten Jahresabschlusses der Klassik Radio AG zum 30. September 2008, des vom Aufsichtsrat gebilligten Konzernabschlusses, des gemeinsamen Lageberichts für die Klassik Radio AG und den Konzern und des Bericht des Aufsichtsrates und des erläuternden Berichts des Vorstands

Bericht der Aufsichtsratsvorsitzenden Dr. Dorothee Hallerbach

Die Aufsichtsratschefin Dr. Dorothee Hallerbach führte die Hauptversammlung wie gewohnt sehr souverän und erfreulicherweise unbürokratisch straff.

Pünktlicher HV-Beginn um 10 Uhr im Hotel DORINT an der Kongresshalle in Augsburg, Abklärung aller Formalien mit Hinweis auf das Abstimmungsverfahren: Auszählung der Neinstimmen und Stimmenenthaltungen. Ende des offiziellen Teils: 12 Uhr.

Wahl des praktischen Subtraktionsverfahrens in einem einzigen Arbeitsgang.

Feststellung der Präsenz: Die HV-Präsenzliste ergab einen Anwesenheits-Anteil von **ungewöhnlich hohen 93 %** des Grundkapitals.

Bericht der CEO Sabine Reinhard

Mit überzeugender Rhetorik, großem Engagement, guten Zahlen und einem positiven Ausblick begeisterte CEO Sabine Reinhard erneut die Aktionäre. Die Firmenchefin informierte die Versammlungsteilnehmer – unterstützt von anschaulichen Grafiken sowie geschickt und wirkungsvoll eingestreuten Ausschnitten aus Musik- und Werbesendungen sowie Buchvorstellungen vom übernommenen Premium-Verlagspartner HIRMER – über das Geschäftsmodell, die Finanzdaten und die Prognose. CEO Frau Reinhard drückte in ihrer spannenden Rede auch eine hohe Wertschätzung und Anerkennung für ihre tüchtigen Mitarbeiter aus.

Einige Auszüge aus der spannenden Vorstandsrede

Zur Konzernstruktur

„Unsere Klassik Radio AG hat sich in der Gesamtstruktur zum vergangenen Jahr nicht verändert. Inhaltlich ist vieles passiert. Sie sehen unter dem Dach der Klassik Radio AG unseren Syndicator FM, unsere Nachrichtenagentur First News, unseren Sender Klassik Radio, den HIRMER Verlag, das Merchandising in der Euro Klassik und zwei starke Vertriebseinheiten mit der Euro Klassik und Protone.“

Zum ersten Unternehmensstandbein Werbeflächenvermarktung

„Wir vermarkten unsere Werbeflächen national, regionalisiert in Hamburg, Berlin und Bayern sowie ganz aktuell in Innsbruck und Schwerin. Dies überlassen wir keinem Fremden, sondern haben eigene Vermarktungseinheiten. Seit Anbeginn haben wir unser wertvollstes Gut, unsere Kunden, nicht aus der Hand gegeben.“

Zum zweiten Unternehmensstandbein Direktvertrieb

„Unser zweites Standbein sind die Direktgeschäfte. Darunter verstehen wir die Umsätze mit CDs und Büchern in unserem Klassik Radio Shop, die Konzertveranstaltungen unter dem Titel Klassik Radio live in concert und unseren Kunstbuchverlag HIRMER.

Die Konzerte von Klassik Radio sind ein wesentlicher Bestandteil der Wachstumsgeschichte unserer Direktgeschäfte. Über 71.000 Besucher, 54 Konzerttermine, zwölf Veranstaltungsorte und drei große Konzertthemen stehen dafür und in der Bilanz stolze 4 Mio. Euro Umsatzerlöse, die wir seit Beginn erwirtschaftet haben.“

Ausblick 2009

„Ein weiterer Launch steht Ende Mai bevor: Der Klassik Radio Shop tritt in neuem Design und mit wesentlich erweitertem Inhalt auf. Ein umfangreiches Fremdproduktsortiment und state-of-the-art online Funktionalitäten bereiten wir vor. – Ab Herbst gehen wir wieder mit dem Klassik Radio Pops Orchestra auf Tournee. Neben unseren Themen des Vorjahres – Filmmusik und Klassik-Hits – werden wir erstmals mit weihnachtlicher Filmmusik, unseren Christmas Soundtracks auf die Bühne gehen. Das besondere Datum der Premiere: 06. Dezember, Nikolaustag in Berlin.“

Inhalte meiner freien Rede mit Anmerkungen und Fragen

Klassik Radio blickt beim operativen Ergebnis auf das beste Geschäftsjahr in seiner Unternehmensgeschichte zurück. Allerdings dürfte die schwere Weltwirtschafts- und Finanzkrise im laufenden Geschäftsjahr einige Kratzer bei Umsatz und Ertrag hinterlassen, aber das innovative Medienunternehmen weniger als die meisten mittelständischen Unternehmen aus dem Industriebereich treffen. Der Rückzug in die häusliche Umwelt ist dem Musikhören und Lesen von Büchern förderlich. Der Aktienkurs spiegelt diese differenzierte Sichtweise nicht wider. Er hat gegenüber seinem Höchststand im Jahr 2008 rund die Hälfte eingebüßt, legte aber 2009 immerhin zehn Prozent zu und notiert bei fünf Euro. Die Wirtschaft dürfte in Deutschland um fünf bis sieben Prozent schrumpfen, schlimmer als noch Ende 2008 vorhergesagt. Doch es hilft nicht weiter, im Schwarzsehen und in Weltuntergangsszenarien ein Wettrennen zu veranstalten. Damit lässt sich die hohe Hürde Vertrauensverlust und Investitionsstopp nicht niederreißen. Was nützt, sind Eigenschaften und Handlungsweisen, wie sie unser junges, innovatives Management von Klassik Radio zeigt und was sich deckt mit den Einschätzungen von Finanzexperten. Ob Podiumsdiskussion bei der Messeeröffnung zur Invest 2009 in Stuttgart, ob die dreitägige Kapitalmarktkonferenz der Deutschen Börse vom 4. bis 6.

Mai 2009 in Frankfurt: Der Weg aus der Krise führt über: zuversichtlich nach vorn blicken, Ärmel hochkrempeln, Gründermentalität entfalten, sich zu den Grundwerten bekennen, innovative Geschäftsmodelle entwickeln, die Mitarbeiter mit einbinden und bei deren Opfern als Vorstand einen Solidarbeitrag leisten, leichtverständlich, offen und ehrlich kommunizieren, kein Bilanzversteckspiel betreiben und sich nicht um die Zukunftseinschätzung herumdrücken. Die kaufmännische Vorsicht und das Zusammenhalten des Eigenkapitals sind heute mehr denn je gefragt. Von der sich seuchenartig ausbreitenden „**Industriekrankheit Textverhau**“ mit den Symptomen winzige Schrift – enger Satz – unverständlicher, hochkomplizierter Satzbau – Zusammenballung von Fremdwörtern und Fachausdrücken ist Klassik Radio nicht infiziert, sondern immun. Was mich für Klassik Radio zuversichtlich stimmt, ist in den Zeiten von Sparsamkeit die Rückbesinnung auf die häusliche Umwelt: gute Musik hören, gute und schöne Bücher lesen statt teurer Vergnügen und weiter Reisen. Es ergeben sich Fragen zur „Entscheider-Gruppe“, zur Einschätzung von BÖRSE ONLINE, zur Eingliederung des HIRMER Verlages, zu innovativen Herausforderungen, zum Wettbewerb, zur Eroberung neuer Märkte und Geschäftsfelder, zum Urheberrechtsschutz bzw. zu Vorgehensweisen bei Missbrauch und Plagiat.

Abstimmungen

Wo gibt es schon eine Hauptversammlung mit einer Anwesenheitsquote von gut 93 % und Mehrheiten in sämtlichen Beschlüssen zwischen von 99,90 % und 99,99 %? Zudem wurde kein einziger Gegenantrag gestellt bzw. Widerspruch eingelegt. Klassik Radio bietet Berufsklägern kein Angriffsfeld.

1. Beschlussfassung über die Verwendung des Bilanzgewinns für das Geschäftsjahr 2007/2008

Der Bilanzgewinn des Geschäftsjahres 2007/08 in Höhe von **103.301,80 Euro** (im Vorjahr waren es lediglich 31.565,64 Euro) wird auf neue Rechnung vorgetragen.

Ergebnis der Abstimmung: 99,96 % Ja-Stimmen

2. Beschlussfassung über die Entlastung der Mitglieder des Vorstandes für des Geschäftsjahr 2007/2008

Ergebnis der Abstimmung: 99,55 % Ja-Stimmen

4. Beschlussfassung über die Entlastung der Mitglieder des Aufsichtsrates für das Geschäftsjahr 2007/2008

Ergebnis der Abstimmung: 99,94 % Ja-Stimmen

5. Beschlussfassung über ein „Opting-Out“ bezüglich der Mitteilungspflicht über Erwerbsziele nach § 27 a WpHG

Ergebnis der Abstimmung: 99,90 % Ja-Stimmen

**6. Wahl des Abschlussprüfers für das Geschäftsjahr 2008/2009:
Röver/Brönner KG, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Berlin**

Ergebnis der Abstimmung: 99,93 % Ja-Stimmen

Fazit zum Ablauf der Hauptversammlung

Die straff geführte, sehr harmonisch verlaufende HV dauerte offiziell von 10 bis 12 Uhr. Anschließend wurden die Aktionäre zu einem reichhaltigen und schmackhaften Büfett in gepflegter Atmosphäre mit aufmerksamem Service geladen – zum zweiten Male im DORINT Hotel – eine erstklassige Adresse in Augsburg. Eine gute Bewirtung, wie sie Klassik Radio auch schon zum Frühstück bietet, trägt entscheidend zur Aktionärszufriedenheit bei und fordert zum Wiederkommen auf. Eine 93-prozentige Beteiligung sucht ihresgleichen. Entspannung und Wohlfühlen, Markenzeichen von Klassik Radio, kommen auch in der mit großem Engagement durchgeführten Hauptversammlung voll zum Tragen.

Wichtige Kennziffern von Klassik Radio, WKN 785 747, unter Auswertung der Datenkartei BÖRSE ONLINE (12. Mai 2009)

Branche: Medien, Deutschlands einziger börsennotierter Radiosender, **Schwerpunkte:** Klassik, Filmmusik; **Übernahme HIRMER VERLAGES**

Technische Analyse: Nach Abwärtstrend, mit beeinflusst durch Finanzkrise und Börsencrash, Einmündung in Seitwärtstrend

Börsenlisting: General Standard der Börse Frankfurt

Börsenwert: ca. 22 Mio. €

Streubesitz: unter 10 %

Aktionärsstruktur: 81 % CVO Ulrich R. J. Kubak, Aktienfonds: knapp 0 %, Invest Unternehmensbeteiligung AG: knapp 4 %

52-Wochen-Hoch/Tief: 7,20 € / 3,35 €

Kursentwicklung 2009: +10 %

Aktueller Kurs (13. Mai 2009): 5,00 €

Ergebnis je Aktie: 2007: 0,03 €, 2008 (e): -0,05 €, 2009 (e): +0,07 €, 2010(e): +0,09 €

KGV 2010 (erwartet): 53,6

Dividende: 0,0 **Dividendenrendite:** 0,0 %

Eigenkapitalquote: 34 % (1. Quartal Geschäftsjahr 2008/09)

Zulässige Insider-Transaktionen: keine Insidergeschäfte bekannt

Analysteneinstufungen: keine Studien und Empfehlungen 2008/09 bekannt

Beate Sander

Börsenbuch- und Wirtschaftsbuchautorin, Finanzjournalistin

☎ 0731-265996, Pommernweg 55, 89075 Ulm

E-Mail-Adressen: Beate.Sander@gmx.de und Beate.S.Sander@t-online.de

Sommer 2008: **Beate Sander: „BÖRSENERFOLG
FAMILIENUNTERNEHMEN – mehr Rendite mit GEX-Werten“**

FinanzBuch Verlag, München, 336 S., Mitte Juni 2008, aufwändige Ausstattung, 30 €

Beate Sander: „NICHT NUR BESTIEN – Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheit als Schlüssel zum Unternehmenserfolg“

Volk Verlag, München, 320 S., Zweifarbendruck, aufwändige Ausstattung, 27 € ; Akademie E.ON Konzern, Buch des Monats März 2009, Position 1

Beate Sander: „MANAGED FUTURES – Erfolgreich Geld verdienen in steigenden und fallenden Märkten“

FinanzBuch Verlag, vielbeachtete Neuerscheinung 2008, 272 S., 25 Euro

Beate Sander: „NEUE BÖRSENSTRATEGIEN AB DER KRISE“

FinanzBuch Verlag, komplette Neubearbeitung des klassischen Standard-Bestsellers, 430 S., Erscheinungstermin Mai 2009, ca. 25 €

Beate Sander: „GOLD – SILBER – PLATIN. Mehr Sicherheit für Anleger“

FinanzBuch Verlag, Neuerscheinung, Termin April 2009, 220 S., 25 €