

HV KLASSIK RADIO: Die Aktionäre honorieren die guten Finanzzahlen mit 100-prozentiger Zustimmung, und die Auszeichnung Bayerischer Gründerpreis in der Kategorie „Aufsteiger“ bestätigt das innovative Geschäftsmodell

Leitspruch: „Unsere Leidenschaft ist Radio – Der Name ist Programm“

Zum besseren Verständnis des Geschäftsmodells

Die KLASSIK RADIO AG mit Firmensitz in Augsburg ist im Regulierten Markt der Frankfurter Börse gelistet. Die Ursprünge reichen über 20 Jahre zurück bis zur Gründung von FM Radio Network 1989. KLASSIK RADIO fühlt sich als eine unabhängige Radio-Holding im spannenden Medium Hörfunk zu Hause. Die Liebe zu guter 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. Er zählt bei Kunstbüchern zu den Marktführern im deutschsprachigen Raum. Die Meilensteine von KLASSIK RADIO umfassen vier Stufen: Vermarktung der Radiowerbezeiten – Merchandising – Vertrieb – Direktgeschäfte. Bemerkenswert sind die werbewirksamen Formate, gekennzeichnet durch vier klare Werbeblöcke pro Stunde für klassische Funkspots und zielgruppengenaues Werbeumfeld. Von 06:00 Uhr morgens bis 18:00 Uhr abends fesselt KLASSIK RADIO seine Hörer – „Entscheider-Zielgruppe“ genannt – mit Klassik Hits, von 18:00 bis 20:00 Uhr mit Filmmusik, von 20:00 bis 22:00 Uhr mit New Classics und ab 22:00 Uhr mit Klassik Lounge. Aktuell können 20 Millionen Menschen in Deutschland mit 50 nach zuvor 39 UKW-Frequenzen (11 ganz neue Lizenzen für Thüringen) und bei einer Kabelnetzabdeckung sogar fast doppelt so viele Musikfreunde KLASSIK RADIO empfangen. Der börsennotierte Sender erzielt mit über 100 freien und festen Mitarbeitern einen Jahresumsatz von 15 Mio. Euro. Die um ein Jahr verlängerte Wandelschuldverschreibung über 1,5 Mio. Euro zum 15. März 2011 stieß auf hohe Zustimmung. Sie sorgt für finanziellen Spielraum, auch wenn bestandsgefährdende Risiken nicht erkennbar sind.

KLASSIK RADIO wird mit dem „Bayerischen Gründerpreis 2009“ ausgezeichnet

Die KLASSIK RADIO AG wurde 2009 mit dem „Bayerischen Gründerpreis 2009“ in der Kategorie „Aufsteiger“ geehrt und zählt damit zu den TOP-3-Unternehmen.

Diese Preisverleihung ist ein Beweis für den unternehmerischen Erfolg. Der baye-
rische Gründerpreis wird alljährlich in Nürnberg verliehen und ist eine der begehr-
testen Auszeichnungen. Dazu schreibt das Jurymitglied Dr. Walter Eschle, Stadt-
sparkasse Augsburg: „*Unsere Preisträger geben ein eindrucksvolles Beispiel für
unternehmerisches Engagement und Kompetenz. Zwischen den vielen Nachrich-
ten über die schwache Konjunktur ist das eine mehr als positive Botschaft.*“

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. Ist dies bereits ein Sig-
nal für den Wechsel in den Prime Standard, das wichtigste Börsensegment?

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 Wegberei-
tern und Marktführern. Das Angebot umfasst:

- Eigene Kunstbücher im Hochpreissegment, oft ein mit ausländischen Partnern
abgestimmtes gleichzeitiges Erscheinen in englischer, französischer und ita-
lienischer Sprache
- Kunstwissenschaftliche Bücher, finanziert von Institutionen
- Ausstellungskataloge für Museen und Institutionen
- Finanzierte Künstlermonographien
- Der Akquisitionsschwerpunkt liegt im Geschäftsfeld der Ausstellungskataloge.

Die Entscheider-Zielgruppe von KLASSIK RADIO im Visier

**Das Programm von KLASSIK RADIO ist speziell auf die Wünsche und Be-
dürfnisse einer anspruchsvollen Hörerschaft zugeschnitten.** Der Anteil dieser
Entscheider-Zielgruppe mit einem durchschnittlichen Nettoeinkommen ab 3.000
Euro liegt weit über dem Wettbewerb. Jeder Dritte hat Abitur oder ein abge-
schlossenes Studium – eine Verdoppelung im Vergleich zur Gesamtbevölkerung.

- Laut „ma“ (Media-Analyse) hat sich die Zahl der Klassik Radio-Hörer pro Tag
erhöht. Täglich schalten **über 1,42 Millionen Hörer** den Sender ein. Im
Schnitt geschieht dies jeden Tag **mehr als zwei Stunden** (127 Minuten Ver-
weildauer).

- Interessant und ebenfalls auf Rekordniveau ist die von unabhängiger Seite durchgeführte **Media-Analyse** bezüglich des Bekanntheitsgrades von Klassik Radio. **Mehr als elf Millionen Menschen** haben das Programm von Klassikradio „schon gehört“.
- KLASSIK RADIO ist in über **250 deutschen Städten mithilfe von 39 und künftig weiteren elf neuen UKW-Frequenzen in Thüringen** zu hören, bundesweit im Kabelnetz und europaweit über Satellit zu empfangen.

Die musikalischen Programmelemente von KLASSIK RADIO

Premium Musik-Mix:	Moderne Alternative zu Main Stream
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 hat als einziger privater Radiosender ein eigenes Orchester gegründet: das **Klassik Radio Pops Orchestra**. Live ist das Orchester bei „Die große Welt der Filmmusik“, „Klassik Hits“ und „Christmas Soundtracks“ zu erleben. Bislang besuchten über 80.000 Hörer die Live-Konzerte im hochpreisigen Bereich. Der Durchschnittspreis pro Ticket bewegt sich bei über 60 Euro.

Frequenzaufschaltungen Innsbruck und Hannover

Nach dem „Coup“, als einziger deutscher Radiosender mit dem nationalen Mantelprogramm in Innsbruck ausgestrahlt zu werden, gelang Anfang Oktober 2009 ein weiterer Meilenstein in der Geschichte von KLASSIK RADIO. Ein Zitat aus der Pressemitteilung vom 01. Oktober 2009: *„Mit der Aufschaltung von Hannover gelang KLASSIK RADIO der größte Reichweitzuwachs seit Börsennotierung.“*

Die erste Frequenz in Niedersachsen bedeutet für den bundesweiten Sender einen erheblichen Reichweitzuwachs und für eineinhalb Millionen Menschen ein neues, einzigartiges Premium-Programm. Für KLASSIK RADIO ist die Aufschaltung der Frequenz ungemein wichtig. Die Zuteilung der Frequenz in der niedersächsischen Landeshauptstadt bedeutet für den Sender einen der höchsten Reichweitzuwächse in seiner Geschichte und einen beträchtlichen Ausbau seines Vermarktungspotentials. Davon wird auch die gesamte Region Hannover mit seinem breiten kulturellen Angebot profitieren. Über UKW 107,4 MHz wird KLASSIK RADIO den Menschen in Hannover und der Region sein einzigartiges Programm aus großer Klassik, der schönsten Filmmusik, New Classics und Klassik Lounge präsentieren können.

Weitere Glanzlichter von Oktober 2009 bis Januar 2010

Augsburg, 28. Oktober 2009: KLASSIK RADIO baut durch die strategische Allianz mit der DEAG Classics AG im Konzertbusiness seine einzigartige Positionierung weiter aus.

Augsburg, 12. November 2009: KLASSIK RADIO präsentiert mit „klassik lounge werk 8“ das neue Meisterwerk, „die feinste Lounge-Musik vom Großmeister“.

Augsburg, 09. Dezember 2009: KLASSIK RADIO erhält den Zuschlag für die UKW-Städtekette in Thüringen und setzt sich mit der Zuteilung einer UKW-Lizenz in elf Städten gegen alle Mitbewerber eindrucksvoll durch. Dazu ein Kurzkomentar von CEO Ulrich R. J. Kubak: *„Wir haben einstimmig den Zuschlag für elf neue UKW-Lizenzen in Thüringen erhalten. Das war die bisher schnellste Entscheidung eines Medienrates für KLASSIK RADIO. So werden wir unsere Gesamtreichweite erhöhen und uns neue, regionale Werbegebiete erschließen.“*

Augsburg, 18. Dezember 2009: KLASSIK RADIO baut sein Österreich-Geschäft am Standort Innsbruck mit der ersten Auslandsfrequenz auf.

Augsburg, 19. Januar 2010: KLASSIK RADIO startet eine neue Vermarktungsseite. Die Webseite der Euro Klassik, dem exklusiven Vermarkter von KLASSIK RADIO, präsentiert sich im komplett neuen Look und zeigt zahlreiche Innovationen.

Ein Blick auf die wichtigsten Finanzzahlen im ersten Quartal 2009/2010

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

KLASSIK RADIO blickt in diesen schwierigen Zeiten der weltweiten Rezession und Finanzkrise sowohl auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr als auch ein erfreuliches erstes Quartal zurück.

Die **Umsatzerlöse** bewegen sich im ersten Quartal 2009/10 auf Vorjahresniveau von 4,7 Millionen Euro. Aber das **EBITDA** in Höhe von 504.000 Euro wuchs gegenüber dem Vorjahreszeitraum mit 405.000 Euro um beachtliche 24 %, zurückzuführen auf eine verbesserte Marge bei Radiosender und Verlag. Die Bilanz zeigt eine **Eigenkapitalquote** von 34 % nach 32 % zum 30. September 2009.

Das Merchandising, CD-Geschäft und die Konzertveranstaltungen gingen dagegen in den ersten drei Monaten des neuen Geschäftsjahres im Zuge der noch längst nicht überwundenen globalen Wirtschaftskrise mit wachsenden Arbeitslosenzahlen von 750.000 auf 664.000 Euro zurück. Auch Kunstbücher wurden im Wert von 931.000 gegenüber 1.101.000 Euro weniger verkauft.

Das Zahlenwerk von Klassik Radio: 2009 im Vergleich zu 2008

Aus dem 1. Quartalsbericht 2009/2010 Finanzposition nach IFRS	01.10.2009 bis 31.12.2009	01.10.2008 bis 31.12.2008
Umsatzerlöse	4.719.000 €	4.678.000 €
Sonstige Erträge	123.000 €	280.000 €
EBITDA	504.000 €	405.000 €
EBIT	378.000 €	292.000 €
Finanzergebnis	-90.000 €	-87.000 €
Periodenergebnis	267.000 €	202.000 €
Aus der Bilanz (IFRS)	31. Dez. 2009	30. Sept. 2009
Langfristige Vermögenswerte	8,155 Mio. €	8,287 Mio. €
Kurzfristige Vermögenswerte	12,277 Mio. €	12,433 Mio. €
Langfristige Schulden	1,891 Mio. €	2,161 Mio. €
Kurzfristige Schulden	12,277 Mio. €	12,433 Mio. €
Eigenkapital	4,222 Mio. €	3,955 Mio. €
Eigenkapitalquote	34 %	32 %

Das Hauptversammlungsstenogramm

1. Vorlage des festgestellten Jahresabschlusses der Klassik Radio AG zum 30. September 2009, 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 leitete die Hauptversammlung, die diesmal erst um 14:00 Uhr statt wie sonst um 10:00 Uhr begann, gewohnt souverän und erfreulicherweise unbürokratisch straff. Die HV wurde im März statt Mai und erstmals am Montag statt Mitte der Woche angesetzt. Der Veranstaltungsort blieb gleich. Das Hotel DORINT nahe der Kongresshalle in Augsburg hat sich bestens bewährt. Die Präsenz lag bei 89 %.

Dies gilt auch für das rationelle Abstimmungsverfahren: Auszählung der Neinstimmen und Stimmenenthaltungen; Wahl des praktischen Subtraktionsverfahrens in einem einzigen Arbeitsgang. Die Präsenzliste ergab einen Anwesenheits-Anteil von **hohen 89 %** des Grundkapitals.

Bericht des CEO Ulrich R. J. Kubak

Mit überzeugender Rhetorik, großem Engagement, guten Zahlen und einem positiven Ausblick begeisterte CEO Ulrich Kubak die Aktionäre. Der Firmenchef informierte die Versammlungsteilnehmer – unterstützt von anschaulichen Grafiken sowie geschickt und wirkungsvoll eingestreuten Ausschnitten aus Musik- und Werbesendungen sowie Zugriff auf die eigene Internetplattform – über das Geschäftsmodell, die Finanzdaten und die Prognose. CEO Ulrich Kubak drückte in seiner spannenden Rede auch eine hohe Wertschätzung und Anerkennung für seine tüchtigen Mitarbeiter aus. Das interessante HV-Programm wurde abgerundet durch eine Ausstellung von Neuerscheinungen des Premium-Verlagspartners HIRMER, gut positioniert im Bereich exzellenter hochpreisiger Kunstbücher.

Einige Auszüge aus der bemerkenswerten Vorstandsrede

Finanzzahlen

*„Im **Radiosender** erwirtschafteten wir mit 6,4 Mio. Euro Umsatzerlöse auf Vorjahresniveau und ein Periodenergebnis von 526 TEUR. Im Segment **Vertrieb** konnten wir in der Vermarktung von Radio-Verbundwerbung weitere 2,1 Mio. Euro an Umsätzen dazu addieren. Im **Merchandising** haben wir im CD- und Konzertgeschäft knapp 2,8 Mio. Euro umgesetzt. Der **HIRMER Verlag** steuerte weitere 4 Mio. Euro an Umsatz bei. Mit unseren Umsatzerlösen haben wir einen **positiven Cashflow** aus der betrieblichen Tätigkeit von 535 TEUR erzielt. Er liegt damit deutlich über unserem **EBITDA-Ergebnis**.“*

Skaleneffekte

„Mit unseren bislang 39 UKW-Lizenzen (aktuell zusätzlich elf neue Lizenzen für Thüringen) sind wir mit großem Abstand das meistverbreitete Privatrado in Deutschland. Wir sind in über 250 Städten über UKW zu empfangen und haben dafür nur ein einziges Mal Programmkosten.“

Programmrezeptur

„Wir haben uns erlaubt, aus der Klassik nur einzelne Stücke statt ganzer Werke zu spielen. Und zwar ausgehend und ausgewählt nur nach der wunderbaren Wirkung bestimmter Klassiktitel auf Menschen. Das gab es so noch nie. Dann haben wir die Filmmusiken der schönsten Kinofilme ins Radio gebracht und sie direkt mit den Klassiktiteln zu einem angenehmen, hochemotionalen Gesamtklangbild verwoben.“

Im Kern bieten wir unseren Hörern maßgeschneiderte Infokompetenz. Morgens im 15-Minutentakt, tagsüber alle 30 Minuten Welt- und Börsennachrichten. Wir haben Jens Korte und Markus Koch, die von der Wallstreet berichten, Medianews, Presse-spiegel national und international, um nur einiges zu nennen.“

Dominierende Mission

„Nun wollen wir uns im milliardenschweren deutschen Werbemarkt mit unserem Premium-Werbemedium etablieren, uns ein Stück aus dem großen Werbekuchen herausarbeiten, relevanter Teilnehmer des Werbemarktes werden ... Nationale Werbung wird in Deutschland zu 99 % nicht von den Firmen selbst, sondern über damit beauftragte Media-Agenturen geplant und gebucht.“

Lizenznehmer DEAG-Classic

„Das gesamte wirtschaftliche Risiko der Konzerte ist von uns auf die DEAG übergegangen, und wir erhalten fest pro Jahr eine sechsstellige Lizenzgebühr und eine Beteiligung an allen verkauften Tickets, die bei uns direkt ins Ergebnis fließen.“

HIRMER Verlag

„Mit dem Kauf des HIRMER Verlags haben wir auch ein Warenlager mit einem Verkaufswert von über 10 Mio. Euro erworben. Diese wollen wir vor allem über unseren Onlineshop und durch Sonderaktionen an die kulturinteressierten Klassik Radio-Hörer abverkaufen.“

Das erste Quartal des neuen Geschäftsjahres

„Mit leicht gestiegenen Umsatzerlösen von 4,719 Mio. Euro konnten wir ein zum Vorjahr um knapp 25 % besseres EBITDA in Höhe von 504 TEUR erzielen. Auch unser EBIT mit 378 TEUR und unser Periodenergebnis mit +267 TEUR liegen 25 % über dem Vorjahreswert. Der operativ erzielte Cashflow betrug 333 TEUR, und die Eigenkapitalquote hat sich auf 34 % verbessert. Die Umsätze im Radiosender befinden sich um 17 % im Plus zum Vorjahr. Die Merchandising-Umsätze liegen bei 664 TEUR und der HIRMER Verlag bei 931 TEUR.“

Research First Berlin

„Mit Beginn 2010 haben uns die Analysten von Frist Berlin neu in die regelmäßige Coverage aufgenommen und dazu erstmals einen ausführlichen Research erstellt.“

Zum Inhalt meiner freien Rede mit Anmerkungen und Fragen

KLASSIK RADIO ist Klasse. Wer in der Krise nur über Kostensenkung redet, versäumt die sich bietenden Chancen und wird mit fallenden Aktienkursen abgestraft. KLASSIK RADIO erkennt in der noch längst nicht überwundenen Finanzkrise den Feind und findet die richtigen Antworten. KLASSIK RADIO überzeugt mit einer ordentlichen Umsatz- und Ertragsentwicklung.

Bemerkenswert ist die Verbesserung des operativen Ergebnisses im 1. Quartal 2009/2010 um stolze 24 %. Getragen wird der Erfolg von Radiosender und Ver-

lag. Dies spiegelt auch der Aktienkurs wider. Mussten wir uns bei der letzten HV noch mit fünf Euro pro Aktie begnügen, sind es aktuell 50 % mehr, rund 7,50 Euro. Ein Grund zur Zufriedenheit. Vielleicht fragt sich da mancher Aktionär: Wann wird der Start in eine verlässliche Dividendenpolitik eingeläutet? KLASSIK RADIO imponiert mit der Auszeichnung des Bayerischen Gründerpreises in der Kategorie „Aufsteiger“. Gibt es einen besseren Beweis für den Unternehmenserfolg?

K = Kubak
L = Live-Konzert
A = Authentisch
S = schöne Musik
S = Sinfoniekonzert
I = Innovativ
K = Kunstbücher
R = Reinhard
A = Außergewöhnlich
D = Dominant
I = Innsbruck
O = Orchestermusik

Der Weg aus der Krise führt über: zuversichtlich nach vorn blicken, Ärmel hochkrepeln, Gründermentalität entfalten, sich zu den Grundwerten bekennen, innovative Geschäftsmodelle entwickeln, die Mitarbeiter mit einbinden, Schulden abbauen, leichtverständlich, offen und ehrlich kommunizieren, kein Bilanzversteckspiel betreiben und sich nicht um den Ausblick herumdrücken. Die kaufmännische Vorsicht und das Zusammenhalten des Eigenkapitals sind heute mehr denn je gefragt. Von daher kann eine Dividende derzeit noch kein Thema sein. Ein geschickter Schachzug ist die Verlängerung der Wandelschuldverschreibung über 1,5 Mio. Euro um ein Jahr zum 15. März 2011. Dies sorgt bei unserem innovativen Unternehmen für finanziellen Spielraum, auch wenn seitens des Wirtschaftsprüfers keinerlei bestandsgefährdende Risiken auszumachen sind.

Grundsätzlich gefällt mir eine Einladung zur Hauptversammlung, die auf schwer verständliche Textwüsten verzichtet und nur unbedingt notwendige Erläuterungen vornimmt. Bei Tagesordnungspunkt 6 „**Beschlussfassung über die Vorstandsvergütung**“

hätte ich dagegen schon gern in der HV-Einladung gelesen, worum es exakt geht, ob mit dem heute vielfach angemahnten Augenmaß fix und variabel vergütet wird. Ich bin schon seit einigen Jahren Aktionärin von KLASSIK RADIO und fühle mich mit diesem Unternehmen besonders verbunden. Erfreulich, dass es nun auch beim Aktienkurs deutlich aufwärts geht. Um meine Wertschätzung auszudrücken, buchstabiere ich KLASSIK RADIO etwas anders als üblich (siehe Kasten).

Abstimmungen

Wo gibt es schon eine Hauptversammlung mit einer Anwesenheitsquote von gut 89 % und Mehrheiten in sämtlichen sechs Beschlüssen zwischen von 99,96 % und 100,00 %? Zudem wurde kein einziger Gegenantrag gestellt bzw. Widerspruch eingelegt. KLASSIK RADIO bietet Berufsklägern kein Angriffsfeld.

2. Beschlussfassung über die Verwendung des Bilanzgewinns für das Geschäftsjahr 2008/2009

Der Bilanzgewinn des Geschäftsjahres 2008/2009 in Höhe von 157.504,678 Euro (im Vorjahr waren es lediglich 103.301,80 Euro) wird auf neue Rechnung vorge-tragen.

Ergebnis der Abstimmung: 99,97 % Ja-Stimmen

3. Beschlussfassung über die Entlastung der Mitglieder des Vorstan-des für des Geschäftsjahr 2008/2009

Ergebnis der Abstimmung: 100 % Ja-Stimmen

4. Beschlussfassung über die Entlastung der Mitglieder des Aufsichts-rates für das Geschäftsjahr 2008/2009

Ergebnis der Abstimmung: 99,99 % Ja-Stimmen

**5. Wahl des Abschlussprüfers für das Geschäftsjahr 2009/10:
Röver/Brönnner KG, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Berlin**

Ergebnis der Abstimmung: 100 % Ja-Stimmen

**6. Beschlussfassung über die Billigung des Systems zur Vergütung
des Vorstands**

Ergebnis der Abstimmung: 99,96 % Ja-Stimmen

7. Beschlussfassung über die Änderung der Satzung (ARUG)

Ergebnis der Abstimmung: 99,99 % Ja-Stimmen

Fazit zum Ablauf der HV: Ein Management zum Anfassen

Ob zuvor oder nach Beendigung der Hauptversammlung: Vorstand, Auf-sichtsrat und weitere Führungskräfte suchten die Nähe zu den Aktionä-

ren und waren stets gesprächsbereit. Die straff geführte, harmonisch verlaufende HV dauerte offiziell von 14:00 bis kurz vor 16:00 Uhr.

Vor Beginn der HV wurden die Aktionäre zu einem reichhaltigen und schmackhaften Büfett in gepflegter Atmosphäre mit aufmerksamem Service geladen – zum dritten Male im DORINT Hotel – eine erstklassige Adresse in Augsburg. Nach Beendigung der Versammlung gab es Kuchen, Kaffee und frisches Obst. Eine gute Bewirtung, wie sie Klassik Radio auch schon bei Ankunft bietet, trägt entscheidend zur Aktionärszufriedenheit bei und fordert zum Wiederkommen auf. Eine rund 90-prozentige Anwesenheit und ein hundertprozentiges Abstimmungsergebnis suchen 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 (09. März 2010)

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

Technische Analyse: Nach Abwärtstrend, mit beeinflusst durch Finanzkrise und Börsencrash, seit dem zweiten Halbjahr 2009 Einmündung in einen stabilen, weiter anhaltenden Aufwärtstrend

Börsenlisting: General Standard der Börse Frankfurt

Börsenwert: ca. 37,5 Mio. €

Eigenkapitalquote: 34 %

Streubesitz: 19 %

Aktionärsstruktur: 80,12 % CEO Ulrich R. J. Kubak , Invest AG 5,41%

52-Wochen-Hoch/Tief: 9,15 € / 3,35 €

Kursentwicklung 2009: +90 %

Kursentwicklung 2010: +5 %

Aktueller Kurs (08.03.2010): 7,50 Euro (München und Stuttgart)

Ergebnis je Aktie: 2008: -0,05 €, 2009: -0,13 €, 2010(e): +0,10 € (angehoben)

KGV 2010 (erwartet): 81

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

Zulässige Insider-Transaktionen: keine Insidergeschäfte bekannt

Analysteneinstufungen: positive Einschätzung First Berlin, März 2010

Beate Sander *KREATIVTEXT*

Börsenbuch- und Wirtschaftsbuchautorin, Finanzjournalistin

Lehrbeauftragte der EBZ Business School, Bochum

☎ 0731-265996, Pommernweg 55, 89075 Ulm

E-Mail-Adresse: Beate.S.Sander@t-online.de

Beate Sander: „Stock Picking mit Nebenwerten“

Börsen Medien Verlag, Kulmbach, Sommer 2007, 312 Seiten, 27,50 Euro

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, 27,00 € ; 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 – Richtig handeln in jeder Marktsituation“

FinanzBuch Verlag, komplette Neubearbeitung des klassischen Standard-Bestsellers, ca. 448 S., Erscheinungstermin im Frühjahr 2010, ca. 30 €

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

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

Sander/Fath/Leiner: „Nachhaltig investieren in Sonne – Wind – Wasser – Erdwärme und Desertec“

FinanzBuch Verlag, bereits gedruckt, 496 Seiten, reich bebildert, Erscheinungstermin Mitte März 2010, mit Gastautorbeiträgen internationaler Kapazitäten; aufgenommen in die Edition von BÖRSE ONLINE
