

# **Cash.medien AG**

**Zwischenbericht**

**für das**

**1. Halbjahr 2016**

## **Inhaltsverzeichnis**

Vorbemerkung	3
Allgemeine Angaben zur Cash.-Gruppe	3
Wirtschaftliche Rahmendaten	4
Rahmendaten von spezieller Bedeutung für die Cash.-Gruppe	4
Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage	6
Ergänzungen zur Entwicklung der Einzelgesellschaften/Segmente	7
Weitere bedeutende Ereignisse des ersten Halbjahres 2016	7
Aussichten für den weiteren Geschäftsverlauf	8

## Vorbemerkung

Per Ende Oktober 2015 hatte die Cash.Medien AG die Notierung ihrer Aktien im regulierten Markt der Frankfurter Börse aufgegeben. Stattdessen sind die Aktien nun an der „Mittelstandsbörse Deutschland“ gelistet, einem Qualitätssegment des Freiverkehrs an der Hamburger Börse.

Mit der Beendigung der Notierung im regulierten Markt ist auch die Verpflichtung zur Aufstellung einer aufwändigen Zwischen-Berichterstattung entfallen. Die Regeln der Mittelstandsbörse Deutschland

sehen lediglich einen Bericht über die Lage der Gesellschaft, Angaben zu ausgewählten Finanzkennzahlen und kurze Erläuterungen über die Entwicklung von Umsatz und Ertrag sowie über die weiteren Geschäftsaussichten vor.

Die Vereinfachung der Rechnungslegung war das wichtigste mit dem Segmentwechsel verfolgte Ziel.

Weitere Informationen zu dessen Auswirkungen bietet der Geschäftsbericht 2015.

## Allgemeine Angaben zur Cash.-Gruppe

Die Cash.Medien AG ist die Muttergesellschaft der Cash.Print GmbH (Cash.Print) und der Deutsches Finanzdienstleistungs-Institut GmbH (DFI) und hält jeweils sämtliche Geschäftsanteile.

Alle Unternehmen haben ihren Sitz in Hamburg.

Unter dem Dach der Cash.Print GmbH werden die Produkte Print und TV, unter dem Dach der DFI GmbH die Produkte G.U.B. Analyse und DFI vermarktet.

Die Cash.Print GmbH ist per Ergebnisabführungsvertrag an die Cash.Medien AG gebunden.

Die wichtigsten Produkte bzw. Dienstleistungen der Gruppe:

Cash.Medien	Ausrichtung der Cash.Gala, Steuerung der Beteiligungsunternehmen
Cash.Print	Cash.Magazin, www.cash-online.de, Cash.-OnVista-Newsletter
Cash.TV	Filme zur Produkt- und Firmenpräsentation
G.U.B. Analyse	Analysen zu Sachwertanlagen, Fonds-Profile
DFI	Produkt-Profile für Versicherungsprodukte und Investmentfonds, Leistungsbilanz-Analysen zu Anbietern von Sachwertanlagen

Alle Geschäftsbereiche der Cash.-Gruppe beschäftigen sich mit dem Markt der langfristigen Kapitalanlage: Lebensversicherungen, Investmentfonds, Immobilien, Sachwertanlagen und verwandte Themen. Kernzielgruppe sind neben Entscheidern auf Ebene der Produkthanbieter vor allem Finanzdienstleister: Berater, Makler, Verkäufer, Vertriebe, Banken, Vermögensverwalter. Vertriebsspezifische Themen stellen daher den Schwerpunkt dar und bilden die

Klammer um das redaktionelle Informationsangebot. Die Erlöse speisen sich weit überwiegend aus Werbeaufwendungen der Produkthanbieter.

Die Kundenstruktur ist ausgewogen verteilt - mit einem Schwerpunkt bei Versicherungsgesellschaften. Bei der unvermeidlichen Abhängigkeit von der wirtschaftlichen Entwicklung der verschiedenen Teilmärkte der Finanzdienstleistungsbranche bildet

dieser ‚General-Interest‘-Ansatz eine risikoausgleichende Komponente.

Für das mit großem Abstand wichtigste Produkt der Gruppe, das Cash.-Magazin, werden die entschei-

denden Geschäftsabläufe Redaktion, Produktion, Anzeigenakquisition und Vertriebssteuerung vornehmlich mit eigenem Personal durchgeführt. Vorstufe, Druck, Versand und Kioskvertrieb obliegen externen Dienstleistern.

## Wirtschaftliche Rahmendaten

Seit am 23. Juni 2016 - überwiegend unerwartet – die Entscheidung der Briten für einen Austritt aus der Europäischen Union fiel, ist das derzeit beherrschende Thema zur allgemeinen Wirtschaftsentwicklung definiert. Experten und Marktteilnehmer versuchen nunmehr in Anbetracht des Ernstfalls, die Folgen zu prognostizieren.

Der Cash.-Markt der langfristig orientierten Finanzdienstleistungen stellt für derlei Überlegungen keine Schutzzone dar, selbst wenn die in der Öffentlichkeit in Sachen Finanz-Wirtschaft wohl am aufmerksamsten wahrgenommene Fragen, etwa die nach dem Schicksal der Fusionspläne der Frankfurter und Londoner Börsen, die Kern-Branchen von Cash. eher nur am Rande betreffen.

Doch immerhin sind Unternehmen aus Großbritannien auch auf dem Cash.-Markt als Anzeigenkunden aktiv, etwa der Lebensversicherer Standard Life oder die Investmentfonds-Gesellschaft M&G.

Die Vorausbuchungen 2016 der Serienkunden für das Cash.-Magazin (den wichtigsten Umsatzträger der Gruppe) sind zwar überwiegend erfolgt, aber hinsichtlich von Nachbuchungen einzelner Produkte aus aktuellem Anlass heraus – ein stets wichtiger, laufender Umsatz-Baustein der Gruppe – hat bereits allgemeine Zurückhaltung eingesetzt, nicht nur bei Firmen ursprünglich britischer Provenienz.

Überdies ist mittlerweile ein wenig aus dem Blickfeld geraten, dass alle anderen Probleme in der Eurozone mitnichten gelöst sind. Ihnen wird lediglich weniger mediale Aufmerksamkeit gewidmet.

## Rahmendaten von spezieller Bedeutung für die Cash.-Gruppe

Die im Geschäftsbericht 2015 dargestellte Entwicklung ist wie folgt kurz zu aktualisieren:

### Versicherungen

Vor wenigen Wochen konnte der Finanzminister seine erste negativ verzinsten Anleihe problemlos platzieren. Diese Tatsache spiegelt das anhaltende Problem der Lebensversicherer, bei Wiederanlagen der von ihnen investierten Anlegergelder den Garantie-Zins zu erwirtschaften, pointiert wider.

Seitdem die klassischen Versicherungsunternehmen immer stärker mit sogenannten „Fintechs“ in Konkurrenz treten müssen, also Anbietern von internetbasiert-standardisierten Finanzdienstleistungs-Produkten, treibt die Branche die Digitalisierung des eigenen Geschäfts stärker voran. Dieser Prozess bindet erhebliche Ressourcen und Mittel in den Unternehmen.

Das laufende Jahr wird für die Versicherer gewiss nicht einfacher werden als das Vorjahr, prognostizierte unlängst der Branchenverband GDV.

Die Cash.-Gruppe spürt – das wurde bereits berichtet – eine merkliche Zurückhaltung der Lebensversicherer. Der zu erwartende Umsatzrückgang 2016 ist tatsächlich sogar zu einem nennenswerten Teil auf den Wegfall einiger großer Etats aus der Versicherungsbranche zurückzuführen.

### **Investmentfonds**

Die deutsche Investmentbranche fiel mit einem Netto-Mittelaufkommen von lediglich rund 3,8 Milliarden Euro im ersten Halbjahr 2016 auf ein Niveau wie vor vier Jahren zurück. Im Vergleichszeitraum 2015 hatte der Wert bei gut 43 Milliarden Euro gelegen.

Vor allem das Geschäft mit Fonds mit höherem Aktienanteil war vom schwachen Jahresstart an den internationalen Börsenplätzen belastet worden. Multi-Asset-Fonds und offene Immobilienfonds wurden dagegen immer noch vergleichsweise stark nachgefragt. Längerfristig ist wieder mit besserer Stimmung zu rechnen, der Rückstand gegenüber dem Vorjahr wird in 2016 allerdings kaum aufzuholen sein.

### **Sachwertanlagen**

Auch drei Jahre nach Inkrafttreten des Kapitalanlagegesetzbuches (KAGB) am 22. Juli 2013 kommt die Branche der alternativen Investmentfonds (AIF) nicht in Fahrt. Nur 13 geschlossene Publikums-AIF sind im ersten Halbjahr 2016 neu auf den Markt gekommen, einer davon wurde schon kurz nach dem Start wieder zurückgezogen. Auf das Jahr hochgerechnet ist die Zahl der voll regulierten Sachwert-Emissionen damit sogar niedriger als 2015 (insgesamt 33 neue AIF). Diverse Kapitalverwaltungsgesellschaften sind ohne Produkt oder arbeiten noch immer an der Platzierung von Beteiligungen, die schon vor mehr als einem Jahr aufgelegt wurden.

Im semi-regulierten Segment der Emissionen nach dem Vermögensanlagegesetz (VermAnlG) kamen in den ersten sechs Monaten 2016 inklusive diverser Bürgerenergie-Beteiligungen mehr als doppelt so viele Prospekte mit BaFin-Billigung neu auf den Markt.

Anscheinend haben sich viele AIF-Anbieter zu sehr auf nunmehr gesetzlich geregelte Mindeststandards und Formalien verlassen bzw. beschränkt und dabei zu wenig Augenmerk auf Anleger- und Vertriebsfreundlichkeit gelegt. Die Anbieter semi-regulierter Anlagen konnten offenbar oftmals die schlüssigeren und verständlicheren Konzepte vorweisen.

Diese anhaltende Schwäche des AIF-Segments schlägt in unveränderter Weise auf das Geschäft der Cash.-Gruppe durch, besonders deutlich beim DFI.

### **Immobilien**

Die Branche profitiert weiterhin von den immer niedrigeren Zinsen. Deutschland verzeichnet einen anhaltenden Bauboom. Die neue Unsicherheit hinsichtlich britischer Gewerbe-Immobilien dürfte den Markt hierzulande noch weiter stützen.

### **Berater**

Die jüngst veröffentlichte jährliche Markterhebung des Cash.-Magazins zu den Finanzvertrieben bestätigt den Trend zur Konzentration. Die große Mehrheit (93 Prozent) der von Cash. exklusiv befragten Vertriebe geht davon aus, dass es zu weiteren Fusionen kommen wird. Der Anteil der Top Ten an den Gesamt-Provisionserlösen hat sich bereits auf über 96 Prozent erhöht.

## Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Der Umsatz der Cash.-Gruppe lag im ersten Halbjahr 2016 mit rund 1,2 Millionen Euro rund 18 Prozent unter dem entsprechenden Vorjahreswert. Das Ergebnis lag demzufolge mit -157 Tausend Euro ebenfalls deutlich unter dem Vorjahr.

Das entspricht grundsätzlich durchaus den Erwartungen (vgl. auch Geschäftsbericht 2015), wenngleich der Rückgang stärker ausfiel als vorhergesagt, fraglos auch wegen der durch den Brexit befeuerten Verunsicherung.

Insgesamt ist das Geschäft derzeit Verwerfungen und Verschiebungen ausgesetzt, die eine belastbare Aussage über den weiteren Verlauf des Jahres nicht zulassen. Anzeichen einer nachhaltigen Erholung sind jedenfalls nicht zu bemerken.

Die Finanzen der Gruppe sind unverändert stabil. Das Defizit des ersten Halbjahres wurde aus der Liquiditätsreserve finanziert. Alle Verpflichtungen werden pünktlich beglichen.

Da das Vermögen der Gruppe ganz überwiegend in den Firmenwerten bzw. Beteiligungen betreffend die Tochtergesellschaften der Cash.Medien AG besteht, sind dort keine Veränderungen zu melden. Die übrigen Vermögenswerte sind demgegenüber stets von untergeordneter Bedeutung.

Einige Kennzahlen im Vorjahresvergleich:

Kennzahlen (konsolidiert, TEUR)	1. Halbjahr 2016	1. Halbjahr 2015
Umsatz	1.209	1.478
die wichtigsten Kostenpositionen		
- bezogene Leistungen	321	331
- Personalkosten	627	628
- sonstige betriebliche Aufwendungen	506	477
Ergebnis	-157	126

## **Ergänzungen zur Entwicklung der Einzelgesellschaften**

### **Cash.Medien AG**

Neben ihrer Tätigkeit als geschäftsleitende Holding ist die Cash.Medien AG für die Ausrichtung der jährlichen Cash.Gala zuständig, ein zentraler Baustein für das Marketing der gesamten Gruppe.

Die Akquisition für die Cash.-Gala 2016 verlief plangemäß. Sowohl bei den Sponsorings als auch bei den Nominierungen wurden die gesteckten Ziele erreicht. Hinsichtlich des dritten Umsatzbereichs der Gala, der Vermarktung von Nutzungsrechten an den verliehenen Awards, lässt sich erst Anfang Oktober, also etwa eine Woche nach der Veranstaltung, eine Aussage treffen. Auch die Sponsorings werden erst nach der Veranstaltung umsatzwirksam.

Das Halbjahresergebnis der AG in Einzelbetrachtung (rund TEUR -176 im ersten Halbjahr 2016, nach TEUR -227 im Vorjahreszeitraum) liegt im Rahmen des Normalen. Nähere Informationen zum stets üblichen Anfall eines Verlustes bietet der Geschäftsbericht 2015.

### **Cash.Print GmbH**

Das bei weitem wichtigste Produkt der Gruppe ist das Magazin „Cash.“, verlegt von der Cash.Print GmbH. In 2016 wird es zwölf Normalausgaben und vier Specials geben. Die neue Publikation ‚Global Investor‘ wird mit drei Ausgaben an den Markt gehen. Das vormalige Special ‚Investmentfonds‘ ist im Gegenzug entfallen. Außerdem sind erneut diverse „Cash.Extra“ und „Cash.Exklusiv“ zu spezialisierten

Themen wie Pflegeversicherung, Multi Asset oder Fonds- und Index-Policen erschienen oder geplant.

Im ersten Halbjahr 2016 wurde ein Ergebnis von 26 Tausend Euro (2015: 324 Tausend Euro) erzielt. Trotz der insgesamt zurückhaltenden Prognose dürfte das zweite Halbjahr klar positiv abschließen, allein schon, weil dort mehr Publikationen erscheinen werden als in der ersten Jahreshälfte.

Umsätze mit Filmproduktionen spielten im ersten Halbjahr 2016 keine nennenswerte Rolle.

### **Deutsches Finanzdienstleistungs-Institut GmbH**

Der Umsatz des ersten Halbjahres entfiel zu zwei Dritteln auf Aufträge betreffend G.U.B.-Analysen.

Der weiterhin schwache Geschäftsverlauf (Halbjahresergebnis: -7 Tausend Euro, nach -28 Tausend Euro im Vorjahr) folgt der allgemeinen Entwicklung am Markt der Sachwertanlagen; vgl. Passage zu den Rahmenbedingungen.

Derzeit gibt es Überlegungen, Dienstleistungen für den semi-regulierten Markt zu erbringen. Angesichts der zumeist geringeren Emissions-Volumina müssten sich diese unterhalb des Preisniveaus einer G.U.B.-Analyse bewegen.

Der neuen Produktlinie zu Versicherungen und Investmentfonds gelingt es weiterhin allenfalls ansatzweise, Umsatzlücken aufzufangen.

## **Weitere bedeutende Ereignisse des ersten Halbjahres 2016**

Herausragendes Ereignis der ersten Jahreshälfte war der bereits erwähnte Start des neuen Produktes ‚Global Investor‘. Dabei handelt es sich um eine Publikation, die sich bewusst vom üblichen Cash.-

Auftritt unterscheidet und am Markt als vollkommen eigenständiger Titel agiert. Inhaltlich geht es ausschließlich um Investmentfonds.

Kernzielgruppe sind Fondsmanager, institutionelle Anleger und semi-professionelle Privatkunden. Doch auch die investment-affine Cash.-Klientel wird angesprochen. Global Investor soll viermal jährlich erscheinen. Im Rumpfbjahr 2016 werden es drei Ausgaben sein.

Auf der Hauptversammlung der Cash-Medien AG am 27. Juni standen turnusgemäß die Wahlen zum Aufsichtsrat an. Die bisherigen Amtsinhaber Josef Depenbrock und Dr. Heiko A. Giermann wurden

wiedergewählt. Dr. Reimer Beuck hatte nicht wieder kandidiert, an seine Stelle – auch in der Funktion des Aufsichtsrats-Vorsitzenden – trat der Düsseldorfer Kaufmann Klaus Reidegeld.

## **Aussichten für den weiteren Geschäftsverlauf**

Die folgenden zukunftsbezogenen Aussagen enthalten subjektive Einschätzungen der Geschäftsleitung. Sie leiten sich aus Erfahrungen der Vergangenheit ab und beziehen geplante Auswirkungen geschäftspolitischer Entscheidungen sowie abzusehende bilanzielle Effekte ein. Veränderungen bei den Rahmenbedingungen und nicht vorhersehbare Einflussgrößen können sich auf die Eintrittswahrscheinlichkeit auswirken und zu abweichenden Entwicklungen führen.

Insbesondere bestehen im Hinblick auf die derzeitige und zukünftige Markt-Entwicklung immer noch große Unsicherheiten, die durch das Brexit-Votum neue Nahrung erhalten haben und die Cash.-Gruppe als Medienunternehmen für die Kapitalanlagebranche aus zwei Richtungen treffen: Sowohl im Hinblick auf die Art der Umsätze – nämlich Werbeumsätze (an solchen wird traditionell zuerst gesparrt), als auch im Hinblick auf den Kundenkreis – nämlich Unternehmen aus der Finanzbranche.

Obwohl der Vorstand Gegenmaßnahmen in Gang gesetzt hat, konnten die Unternehmen der Cash-Gruppe den Rückgängen noch nicht wirksam begegnen. Neue Geschäftsideen oder auch die Akquisition neuer Kunden mit entsprechenden Mehrumsätzen gleichen oft nur Umsatzzellen zum Beispiel aufgrund von – durchaus üblich im Verlagsgeschäft – Änderungen im Buchungsverhalten

anderer Kunden aus. Wesentliche Kernmärkte der Cash.-Gruppe haben sich nicht erholt und eine Trendwende mit neuen Umsatz-Impulsen ist auch für die planbare Zukunft nicht in Sicht.

Im medialen Wettbewerb ist die Gruppe gut aufgestellt. Allerdings ist erhöhte Kostendisziplin gefordert und wird auch gelebt.

Bereits im Geschäftsbericht 2015 hatte der Vorstand berichtet und erläutert, dass 2016 ein schwieriges Jahr mit geringerem Umsatz und in der Folge einem Ergebnis lediglich im unteren sechsstelligen Bereich werden würde.

Erst die kommenden Monate werden definitiv zeigen, ob auf Cash. ebenfalls nachhaltige, zusätzliche Auswirkungen im Gefolge des Brexit zukommen werden. Nach derzeitigem Stand der Dinge angesichts der ersten Erfahrungen steht das zu befürchten. Damit dürfte sich Cash. einreihen hinsichtlich der allgemeinen negativen Effekte der Entscheidung der Briten.

Im Einzelnen wird erwartet, dass Anzeigenumsatz und Ergebnis der Cash.Print GmbH das Niveau des Jahres 2015 deutlich verfehlen werden; die Gründe wurden soeben geschildert. Der Bereich Filmproduktion (Cash.TV) dürfte lediglich wenig bedeutende Erlöse beisteuern.

Für die Tätigkeit von G.U.B. Analyse und DFI rechnet die Geschäftsleitung mit einem abermals rückläufigen Umsatz, der freilich in absoluten Zahlen und in Bezug auf die ganze Gruppe wenig ins Gewicht fallen wird.

Für die AG selbst sind in Bezug auf Umsatz oder Ergebnis wenig operative Veränderungen zu erwarten. Die Gesellschaft wird auch in den kommenden Jahren einen jährlichen Verlust vor Ergebnisabführung in ähnlicher Höhe wie 2015 erwirtschaften. Die Gründe dafür sind im Geschäftsbericht 2015 dargestellt. Die Einsparungen aus dem Wechsel des Börsensegments bieten einen ausgleichenden Einfluss.

Hamburg, 29. August 2016

Der Vorstand

Die Unterschiede zwischen dem Einzelabschluss der Cash.Medien AG und dem Konzernabschluss sind in operativer Hinsicht gering, da die wichtigste Tochtergesellschaft, die Cash.Print GmbH, per Ergebnisabführungsvertrag an die Cash.Medien AG gebunden ist und die DFI GmbH auch in naher Zukunft keine Ergebnis-Sprünge erwartet.

# **Cash.medienAG**

Cash.Medien AG  
Stresemannstraße 163  
22769 Hamburg  
Telefon: 040/51 444-0  
Telefax: 040/51 444-120  
E-Mail: [info@cash-medienag.de](mailto:info@cash-medienag.de)  
Internet: [www.cash-medienag.de](http://www.cash-medienag.de)