

# cash.medien AG

## Zwischenmitteilung

nach § 37x WpHG

**für das erste Halbjahr 2009**

### **1. Rahmendaten der CASH-Gruppe**

Die cash.medien AG ist die Muttergesellschaft der CASH-Print GmbH (CASH-Print), der Cash.-TV Filmproduktions GmbH (Cash-TV), der 2M Multi Marketing GmbH (2M), der G.U.B. Gesellschaft für Unternehmensanalyse und Beteiligungsmanagement mbH (G.U.B.) und des DFI Deutsches Finanzdienstleistungs-Informationszentrum GmbH (DFI). Mit Ausnahme des DFI sind die Gesellschaften einhundertprozentige Tochtergesellschaften der cash.medien AG (DFI: 60 Prozent) und mittels Ergebnisabführungs- und/oder Beherrschungsverträgen (2M) an die cash.medien AG gebunden.

Alle Unternehmen der CASH-Gruppe befassen sich mit dem Markt der langfristigen Kapitalanlage: Lebensversicherungen, Investmentfonds, Immobilien, geschlossene Fonds und verwandte Themen. Kernzielgruppe sind neben den Entscheidern auf Ebene der Produkthanbieter vor allem Finanzdienstleister. Themen der Anlageberatung und des Vertriebs stellen daher einen weiteren Schwerpunkt dar und bilden die Klammer um das Informationsangebot. Die Erlöse speisen sich zum größten Teil aus Werbeaufwendungen der Produkthanbieter.

### **2. Wirtschaftliches Umfeld und die Auswirkungen für die CASH-Gruppe**

Beherrschendes Thema der allgemeinen wirtschaftlichen Lage ist unverändert die globale Wirtschafts- und Finanzkrise. Davon sind auch die Unternehmen der CASH-Gruppe spürbar betroffen.

Um dem wirkungsvoll zu begegnen, haben Vorstand und Aufsichtsrat für 2009 ein Budget mit einer zum Vorjahr deutlich reduzierten Umsatzerwartung verabschiedet. Begleitet von einem umfassenden Kostensenkungs- und Restrukturierungsprogramm.

### **3. Aktuelle Geschäftsentwicklung und Ertragslage**

Der bisherige Verlauf des Jahres zeigte beim wichtigsten Umsatzträger, dem Anzeigengeschäft, zwar ein vergleichsweise lebhaftes Geschäft. Es wurde aber auch deutlich, dass insbesondere das Wegbrechen der Investmentfondsbranche (mehr als Halbierung zum Vorjahr) nicht aufgefangen werden konnte. Die anderen, ebenfalls unter Druck stehenden Bereiche konnten für keine Entlastung sorgen. Dementsprechend liegt die Umsatzentwicklung in 2009 unter Plan.

Bei Cash.-TV bestehen zwar weiterhin Zusagen renommierter Marktteilnehmer für zwei große Filmprojekte. Angesichts der Marktlage steht die endgültige Auftragsvergabe jedoch immer noch aus. Und da zumindest bei einem der Filme mit weiteren nicht sicher abzuschätzenden Verzögerungen zu rechnen ist, hat der Vorstand seine Umsatzerwartung 2009 auch für Cash.-TV revidiert. Ähnliche Reduzierungen der Umsatzpläne - wenn auch in geringerem Umfang - wurden für die anderen Tochtergesellschaften vorgenommen.

Eine sichere Prognose über den weiteren Verlauf des Jahres 2009 ist bei der derzeit herrschenden Marktlage nicht abzuleiten. Möglich ist ein Verlauf auf Planniveau genauso wie eine Fortschreibung des unterplanmäßigen Verlaufs. Im Sinne einer rechtzeitigen Berücksichtigung möglicher Risikofaktoren und vor dem Hintergrund der bisherigen Erfahrungen hat der Vorstand daher nach einer eingehenden Analyse wie jüngst ad hoc gemeldet eine Rücknahme der Umsatzerwartung für 2009 vorgenommen.

Statt der budgetierten 4,6 Mio. Euro Umsatz wird der tatsächliche Umsatz im Konzern bei knapp unter 4 Mio. Euro prognostiziert. Begleitend wurden weitere kostendämpfende Maßnahmen eingeleitet, so dass der Vorstand derzeit an seiner Prognose eines positiven operativen Konzernergebnisses auf niedrigem Niveau festhält.

## Die Ergebniserwartung für die Gesellschaften im Einzelnen

Trotz der oben skizzierten Umsatzeinbußen ist für die CASH-Print GmbH mit einem stabil guten Ergebnis 2009 zu rechnen. Bei geringerem Umsatz als in 2008 wird dies von zeitgerecht implementierten Einsparungen getragen. Zur weiteren Straffung der Unternehmensstruktur hat der Vorstand zudem beschlossen, die Tochtergesellschaft 2M auf die CASH-Print zu verschmelzen. Bei Cash.-TV ist ein positives Ergebnis nur bei tatsächlicher Abwicklung beider zugesagter Aufträge erreichbar. Umsatz allein aus kleineren Aufträgen wird dafür nicht ausreichen. Die anderen Gesellschaften werden ausgeglichen bis leicht positiv abschließen. Den weitaus größten Verlust wird wiederum die cash.medien AG selbst erzielen. Er wird operativ im mittleren bis oberen sechststelligen Bereich liegen.

### **4. Längerfristige Aussichten**

Bei aller bestehenden Prognoseunsicherheit hält der Vorstand an seiner Einschätzung fest, dass die Krise in der mittel- bis langfristigen Perspektive durchaus auch Chancen für CASH birgt. Denn die am stärksten in Mitleidenschaft gezogenen, eher kurzfristigen Anlageformen waren und sind nicht Thema von CASH. Die Kernzielgruppe von CASH - die Finanzdienstleister - vermittelt ganz überwiegend andere Produkte. Es bleibt abzuwarten, wie schnell das Vertrauen der Anleger in diese Anlageformen wieder gewonnen werden kann. Innovative neue Produkte werden entstehen, die kommunikativ und werblich gefördert werden müssen. Für CASH gilt es, schnell und sehr beweglich auf die Erfordernisse des Markts zu reagieren, wenn eine Erholung einsetzt. Dann allerdings hat ein verschlanktes, kosteneffizientes Unternehmen wie CASH nach der Restrukturierung sehr gute Perspektiven.

### **5. Liquiditätslage**

Die Liquiditätslage der Unternehmen der CASH-Gruppe ist unverändert angespannt, da das operative Geschäft nach wie vor nicht ausreicht, die Altverbindlichkeiten zu bedienen. Deren Abtrag sowie die übliche liquide Unterdeckung des operativen

Geschäfts in den ersten Monaten eines Jahres wurde durch Hereinnahme von Darlehen finanziert.

Die Liquiditätslage stellt weiterhin das größte Risiko für die CASH-Gruppe dar. Der Cash Flow ist zu gering und nicht stabil genug. Vor allem fehlt der CASH-Gruppe eine angemessene Kontokorrentlinie, die temporäre Umsatzenschwankungen ausgleichen könnte.

## **6. Weitere bedeutende Ereignisse**

Eines der bedeutendsten Themen neben dem operativen Geschäft ist nach wie vor die Auseinandersetzung mit dem ehemaligen Vorstandsvorsitzenden Dr. Dieter Jansen. Dieser war im September 2007 aus dem Vorstand der cash.medien AG ausgeschieden, allerdings durch eine Reihe von Verträgen der Gruppe zunächst verbunden geblieben. Zur ausführlichen Darstellung des Sachstandes sei auf den Anfang Juni erscheinenden Geschäftsbericht 2008 verwiesen.

Bereits Anfang des Jahres hat es wichtige Veränderungen im Aktionärskreis der cash.medien AG gegeben. Während der Aktienanteil des ehemaligen Vorstandsvorsitzenden Dr. Jansen von mehr als 20 Prozent auf wenige Hundert Stimmrechte gesunken ist, hat Herr Andreas Lentge einen Anteil von knapp 23 Prozent gemeldet.

Hamburg, 17. Mai 2009

Der Vorstand

Ulrich Faust