

Cash.medien AG

Zwischenmitteilung

nach § 37x WpHG

für das erste Halbjahr 2011

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 G.U.B. Gesellschaft für Unternehmensanalyse und Beteiligungsmanagement mbH (G.U.B.) und der DFI Deutsches Finanzdienstleistungs-Informationszentrum GmbH (DFI). Alle Gesellschaften sind einhundertprozentige Tochtergesellschaften der Cash.Medien AG und mit Ausnahme des DFI mittels Ergebnisabführungsverträgen an die Cash.Medien AG gebunden.

Die 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 Geschäftsentwicklung der Cash-Gruppe

Die führenden Wirtschaftsforschungsinstitute erwarten für 2011 ein stabiles Wirtschaftswachstum. Auf dem für die Unternehmen der Cash-Gruppe entscheidenden Sektor der Finanzprodukte stellt sich die Lage zwar etwas

verhaltener dar, allerdings gibt es auch dort Besserungstendenzen, wenn auch nicht für alle Produktbereiche.

Für Cash. besonders bedeutsam sind Geschlossene Fonds und Lebensversicherungen:

Der VGF Verband Geschlossene Fonds weist in seinen jüngst veröffentlichten Platzierungszahlen für das erste Quartal 2011 einen Rückgang von acht Prozent gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum aus. Der für Cash. in erster Linie besonders wichtige Absatz im Segment Privatanleger stieg zwar um rund zehn Prozent, von einer Wiederbelebung kann allerdings noch keine Rede sein. Immerhin erwartet der Verband Besserung im Laufe des Jahres.

Eine gesteigerte Nachfrage im laufenden Jahr erwarten viele Versicherungsmakler angesichts des zum Januar 2012 erneut sinkenden Garantiezinses auf Lebensversicherungen.

Erfreulich ist es, dass die Cash.Gruppe in den ersten vier Monaten 2011 ihren Umsatz gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum spürbar steigern konnte. Dennoch liegt das Umsatzniveau weiterhin noch deutlich unter dem der Jahre vor der Krise.

Auch für das Gesamtjahr 2011 erwartet der Vorstand derzeit eine Steigerung der Umsätze gegenüber dem Vorjahr. Verfrüht wäre allerdings eine genauere Prognose.

Das Anzeigengeschäft der Cash.Print als wichtigster Erlösbringer der Gruppe liegt etwa auf Plan, der Stand der bereits akquirierten Anzeigenbuchungen für das Gesamtjahr 2011 liegt über dem vergleichbaren Vorjahreswert.

Das Geschäft der kleineren Gesellschaften Cash.-TV und DFI verläuft plangemäß, eine positive Abweichung vermeldet die G.U.B..

3. Ertragslage

Vor dem Hintergrund der gesteigerten Umsätze bei unverändert straffem Kostenmanagement hat sich auch das bisher erwirtschaftete Ergebnis der Gruppe gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum verbessert. Das Konzernergebnis per Ende April ist also ebenfalls bereits positiv, das war erstmals im

Vorjahr der Fall gewesen. Der Vorstand erwartet derzeit, im Gesamtjahr 2011 ein Konzernergebnis in mindestens gleicher Höhe wie in 2010 erzielen zu können. Nennenswerte negative Effekte aus dem nicht-operativen Bereich sind zurzeit nicht absehbar.

4. Liquiditätslage

Seit Anfang 2011 konnten wiederum (Alt-)Verbindlichkeiten sowohl in puncto Darlehen als auch im Bereich Lieferungen und Leistungen zurückgeführt werden. Der Vorstand erwartet eine Fortsetzung dieser Tendenz. Neuerliche Darlehensaufnahmen sind nicht vorgesehen.

Der Entwicklung bei der Ertragslage folgend stabilisierte sich also auch die Liquiditätslage weiter.

Ein Liquiditätsrisiko besteht weiterhin, weil das operative Geschäft unverändert noch nicht zur Rückführung aller Altverbindlichkeiten ausreicht. Cash. ist demnach auch in 2011 darauf angewiesen, Verbindlichkeiten ratierlich begleichen zu können. Für die größten Positionen ist Prolongation mindestens bis in das kommende Jahr hinein vereinbart. Der Vorstand hat derzeit keinen Anlass, an fortgesetzter Kooperationsbereitschaft der Gläubiger zu zweifeln. Bankschulden bestehen nicht.

5. Längerfristige Aussichten

Obwohl die Verbesserung der Aussichten in der Finanzbranche noch echte Dynamik vermissen lässt, sieht der Vorstand keinen Grund, von seiner Einschätzung grundsätzlich guter Perspektiven für die Cash.Gruppe abzurücken. Bereits auf dem aktuellen, vergleichsweise niedrigen Umsatzniveau wurde im Abschluss 2010 eine Umsatzrendite von gut zehn Prozent erzielt. Mindestens dieser Wert darf momentan auch für 2011 erwartet werden und ist für ein Medienhaus unter den heutigen Umständen durchaus akzeptabel. Eine Belebung der Umsätze würde nur maßvolle und die zusätzlichen Umsätze bei weitem unterschreitende Kostensteigerungen erfordern.

Denkbar ist, dass insbesondere durch gesetzgeberische Maßnahmen einzelne Teile der Finanzdienstleistungsbranche erneut eine negative Entwicklung nehmen werden. Da alle gesetzgeberischen Regelungen jedoch in Richtung einer Steigerung der Qualifikation der Anlageberater und einer Erweiterung der Informationspflichten weisen, dürfte das qualifizierte mediale Informationsangebot der Gruppe auch zukünftig auf Bedarf treffen.

6. Weitere bedeutende Ereignisse

Nach der umfassenden Erneuerung der Website www.cash-online.de wurde inzwischen auch ein Relaunch von www.gub-analyse.de durchgeführt. Das Informationsangebot wurde erweitert und schließt nun auch - zum Teil innerhalb eines geschlossenen Bereichs - externe Inhalte ein. Dies sind insbesondere Zusatzinformationen zu einzelnen Beteiligungen, die von den Anbietern zur Verfügung gestellt werden. Umsätze erzielt die G.U.B. aus Gebühren für diesen Service sowie aus der Vermarktung von Werbeflächen. Für Prognosen zu nachhaltig erzielbaren Umsätzen ist es zwar noch zu früh, die ersten Anzeichen sind jedoch positiv.

Die Cash.Gala 2011 wird erstmals von der Cash.Medien AG ausgerichtet werden. Die bisherige Ausrichtung durch die Cash.Print GmbH wird dem Stellenwert der Veranstaltung als inzwischen unverzichtbarem Werbeträger für alle Unternehmen der Gruppe nicht mehr gerecht.

Hamburg, 16. Mai 2011

Der Vorstand

Ulrich Faust