

Cash.medienAG

Zwischenmitteilung

nach § 37x WpHG

für das erste Halbjahr 2015

1. Rahmendaten der 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. Mit der Cash.Print GmbH besteht ein Ergebnisabführungs- und Beherrschungsvertrag. Alle Gesellschaften haben ihren Sitz in Hamburg.

Die Unternehmen bzw. Segmente der Cash.-Gruppe beschäftigen sich mit dem Markt der langfristigen Kapitalanlage: Lebensversicherungen, Investmentfonds, Immobilien, Sachwertanlagen bzw. Alternative Investmentfonds (vormals geschlossene Fonds) und verwandte Themen. Kernzielgruppe sind neben den Entscheidern auf Ebene der Produkthanbieter vor allem Finanzdienstleister: Berater, Makler, Verkäufer, Vertriebe. 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.

2. Wirtschaftliches Umfeld der Cash.-Gruppe

Hinsichtlich der allgemeinen Konjunktorentwicklung gibt es gegenüber der unlängst erfolgten Berichterstattung im Geschäftsbericht 2014 nichts nennenswertes Neues festzustellen. Von besonderer Bedeutung für den Markt der Cash.-Gruppe ist weiterhin die kompromisslose Niedrigzinspolitik der Europäischen Zentralbank. Die größten Auswirkungen hat dies auf die Lebensversicherer und die Immobilienbranche:

Da die Lebensversicherer zunehmend Mühe haben, den Garantiezins zu erwirtschaften, geraten die ersten Gesellschaften inzwischen unter Druck, wie eine jüngst erschienene Studie der MainFirst Bank aufzeigt. Die Autoren prognostizieren der Branche sogar anhaltende Verluste und wachsenden Kapitalisierungsbedarf.

Eine aktuelle Untersuchung der Beratungsgesellschaft BearingPoint warnt jedoch davor, auf diese Entwicklung lediglich mit kurzfristigen Kosteneinsparungen zu reagieren. Dies erleichtere den Online-Anbietern eine Ausweitung ihrer Geschäftstätigkeit. Wichtiger sei eine langfristig orientierte Anpassung der Geschäftsmodelle. Die Aufgabe von Cash. wird sein, die Branche bei der entsprechenden Neu-Positionierung zu begleiten.

Die Immobilienbranche hingegen profitiert unverändert von der Niedrigzins-Phase. Das Online-Portal Immobilienscout24 verzeichnete im ersten Quartal 2015 mehr Nutzer als je zuvor.

Die vor wenigen Tagen vom BVI, Verband der Investmentfondsbranche, vorgelegten Zahlen per Ende März zeigen ein hervorragendes erstes Quartal 2015. Der Verband selbst spricht von einem Rekordergebnis bei den Publikumsfonds angesichts eines Nettomittelaufkommens von 27,7 Milliarden Euro. Der entsprechende Vorjahreswert hatte bei gut sechs Milliarden Euro gelegen. Besonders gefragt waren Mischfonds mit allein 13,5 Milliarden Euro, gefolgt von Aktienfonds (6,8 Milliarden Euro) und Rentenfonds (5,4 Milliarden Euro).

Die Branche Sachwertanlagen scheint allmählich wieder Tritt zu fassen. Brancheninformationen zufolge sind Publikumsfonds mit einem Eigenkapital von 1,9 Milliarden Euro und einem Investitionsvolumen von 3,4 Milliarden Euro in Planung. Sollte ein nennenswerter Teil davon tatsächlich noch in 2015 realisiert werden, wäre das die lange erwartete Trendwende. Gleichwohl bleibt die Branche in jedem Fall gefordert, sich gegenüber der Konkurrenz insbesondere durch offene Investment-Angebote zu behaupten.

3. Ertragslage

Von entscheidender Bedeutung für den Geschäftserfolg der Cash.-Gruppe ist unverändert das Anzeigengeschäft. Nach Einschätzung des Vorstandes bleibt Print auf absehbare Sicht von zentraler Bedeutung für Umsätze und Erlöse der Gruppe.

Daneben darf eine wettbewerbsfähige Online-Präsenz keinesfalls vernachlässigt werden. Allerdings ist der Knoten zu tragfähigen Erlös Konzepten in der Medienlandschaft insgesamt noch nicht durchschlagen.

In der Vermarktung der Werbeangebote hält die Entwicklung hin zu eher redaktionell geprägte Werbeformen, insbesondere Cash.-Extras, unverändert an. Neu eingeführt in dieser Kategorie wurde das Produkt Titel-Booklets, das bereits erste Akquisitionserfolge zu verzeichnen hat. Aus dem Geschäft mit den klassischen Formatanzeigen kommen dagegen weiterhin keine nennenswerten Impulse.

Zwar haben vereinzelt Hefte im ersten Halbjahr unterhalb der Erwartungen abgeschnitten, demgegenüber ist allerdings der Akquisitionsstand für das zweite Halbjahr überwiegend auf Kurs, so dass es insgesamt zu früh wäre, die Planungen grundsätzlich anzupassen. Da der Werbemarkt insgesamt keine Wachstumsimpulse ausstrahlt, wird die Cash.-Gruppe auch weiterhin einen Teil ihrer Überschüsse nur mittels strikter Kostenkontrolle sichern können.

Das Online-Geschäft (www.cash-online.de, Cash.-OnVista-Newsletter) sollte sich im laufenden Jahr in einem Umsatz-Korridor zwischen 220 und 250 Tausend Euro bewegen. Möglicherweise könnte es also den Vorjahresumsatz geringfügig überschreiten. Im Filmgeschäft wurde im laufenden Jahr ein Projekt erfolgswirksam; es war zwar schon im Vorjahr größtenteils abgewickelt, wurde aber aus bilanziellen Grund erst im laufenden Jahr abgerechnet. Ein weiteres Projekt ist in Planung. Derzeit entsteht außerdem mit vertretbarem Aufwand innerhalb der Cash.-Räumlichkeiten ein eigenes Filmstudio. Auf dieser Basis sollen in Zukunft Interviews, Diskussionsrunden oder Produktvorstellungen vermarktet und qualitativer Bewegt-Content für Cash.Online generiert werden.

Per saldo liegt das Ergebnis der Gruppe per Ende April 2015 zwar ein wenig unter Plan, einen Anlass vom grundsätzlichen Abrücken von den Planungen bietet dies jedoch noch nicht.

4. Liquiditätslage

Die Liquiditätslage ist weiterhin stabil. Die Ratenvereinbarung wird vertragsgemäß bedient, alle Lieferantenverpflichtungen werden zeitnah beglichen. Bankschulden bestehen nicht.

5. Längerfristige Aussichten

Die vergleichsweise guten Geschäftsergebnisse der Gruppe mit Umsatzrenditen von mehr als zehn Prozent können unverändert nicht darüber hinwegtäuschen, dass sich das Geschäft seit Jahren seitwärts bewegt, mit einem gelegentlichen Auf und Ab einzelner Teilbranchen.

Um in einem derartigen Marktumfeld stabil aufgestellt zu sein, ist es weiterhin erforderlich, strikt am bewährten General-Interest-Ansatz für die Branche festzuhalten. Dazu gehört auch, dass Cash. die Berichterstattung über den Markt der Sachwertanlagen trotz der jahrelangen Krise in nahezu unverändertem Umfang fortgeführt hat. So ist etwa das Special unter dem neuen Titel 'Rendite+' und in neuer Aufmachung gut vermarktet worden.

Der redaktionelle Ansatz bleibt klar dem Qualitätsjournalismus verpflichtet. Nur mit entsprechender Kompetenz kann die aus Fachleuten bestehende Leserschaft des Magazins auf Augenhöhe begleitet werden.

Grundsätzlich hält der Vorstand die Gruppe für weiterhin gut positioniert. Bei der Gestaltung der medialen Angebote kann auf veränderte Marktbedingungen rasch reagiert werden.

6. Sonstiges

Bereits im Geschäftsbericht war ein Wechsel des Börsensegments vom geregelten Markt der Börse Frankfurt in ein Qualitätssegment des Freiverkehrs berichtet worden. Inzwischen ist die Bestätigung aus Frankfurt eingetroffen, dass die Notierung dort mit Ablauf des 29. Oktober 2015 eingestellt wird. Die Notierung an der Mittelstandsbörse Deutschland (Börse Hamburg) wurde bereits aufgenommen. Die Handelbarkeit der Aktien bleibt damit gewährleistet.

Hamburg, 19. Mai 2015

Der Vorstand

Ulrich Faust