

Bestätigungsvermerk

Konzernabschluss zum 30. September 2006
und Konzernlagebericht

Klassik Radio AG
Augsburg



Bestätigungsvermerk

Konzernabschluss zum 30. September 2006
und Konzernlagebericht

Klassik Radio AG
Augsburg

Klassik Radio AG, Augsburg

Konzernbilanz zum 30. September 2006

Aktiva

		30.9.2006	30.9.2005
		TEUR	TEUR
Langfristige Vermögenswerte			
Geschäfts- und Firmenwerte	(1)	6.249	5.000
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	(2)	776	133
Sachanlagen	(3)	395	125
Langfristige Liquide Mittel	(9)	89	88
Aktive latente Steuern	(4)	741	293
		8.250	5.639
Kurzfristige Vermögenswerte			
Vorräte	(5)	135	80
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(6)	1.475	941
Übrige Forderungen und sonstige Vermögenswerte	(7)	449	390
Steuererstattungsansprüche	(8)	42	19
Liquide Mittel	(9)	1.076	1.669
		3.177	3.099
		11.427	8.738

Passiva

		30.9.2006	30.9.2005
		TEUR	TEUR
Eigenkapital			
Gezeichnetes Kapital	(10)	4.500	4.500
Kapitalrücklagen		-2.836	-1.671
Gewinnrücklagen		2.654	990
		4.318	3.819
Aktionärseigenkapital			
Minderheitenanteile	(11)	72	0
		4.390	3.819
Langfristige Schulden			
Langfristige Finanzschulden	(12)	881	884
Übrige langfristige Verbindlichkeiten	(13)	256	256
Passive latente Steuern	(4)	222	0
		1.359	1.140
Kurzfristige Schulden			
Kurzfristige Finanzschulden	(12)	708	408
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	(14)	2.520	1.914
Sonstige Rückstellungen	(15)	108	57
Übrige Verbindlichkeiten	(16)	2.059	971
Steuerverbindlichkeiten	(17)	283	429
		5.678	3.779
		11.427	8.738

Klassik Radio AG, Augsburg

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit vom 1. Oktober 2005 bis 30. September 2006

		2005/06	2004/05
		TEUR	TEUR
Umsatzerlöse	(18)	11.012	9.004
Sonstige betriebliche Erträge	(19)	290	637
Aufwendungen für Sendebetrieb und Programmdurchführung, für Honorare und Lizenzen und für verkaufte Produkte	(20)	-4.946	-4.196
Personalaufwand	(21)	-2.929	-2.259
Abschreibungen	(22)	-161	-112
Sonstige betriebliche Aufwendungen	(23)	-3.161	-2.752
EBIT (Ergebnis vor Finanzergebnis und Steuern)		105	322
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	(24)	22	27
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	(25)	-131	-136
Finanzergebnis		-109	-109
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	(26)	435	-13
Konzernjahresüberschuss		431	200
davon entfallen auf:			
Gesellschafter des Mutterunternehmens		430	200
Minderheiten		1	0
		431	200
Ergebnis je Aktie:			
unverwässert		0,10	0,04
verwässert		0,10	0,04

Klassik Radio AG, Augsburg

Konzern-Kapitalflussrechnung

	1.10.2005- 30.9.2006	1.10.2004- 30.9.2005
	TEUR	TEUR
Konzernjahresüberschuss	431	200
Abschreibungen auf Anlagen	161	112
Gewinne/Verluste aus Anlageabgängen	-8	-2
Veränderung der aktiven latenten Steuern	-448	-141
Veränderung der Vorräte	-55	-72
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-480	103
Veränderung der übrigen Aktiva	187	51
Veränderung der passiven latenten Steuern	-12	0
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	474	-423
Veränderung der Rückstellungen	51	57
Veränderung der übrigen Passiva	-6	153
Geleistete Zahlungen für Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-305	-242
Erhaltene Zinszahlungen	20	26
Geleistete Zinszahlungen	-226	-96
Cash Flow aus laufender Geschäftstätigkeit	-216	-274
Einzahlungen aus Abgängen von Anlagen	22	25
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-125	-108
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen	-304	-115
Cash Flow aus der Investitionstätigkeit	-407	-198
Einzahlungen der Gesellschafter	0	1.468
Einzahlungen aus der Aufnahme von Bankdarlehen	700	0
Auszahlung für die Tilgung von kurzfristigen Verbindlichkeiten	-683	-84
Auszahlung für die Tilgung von Bankdarlehen	-450	-758
Einzahlung aus der Aufnahme kurzfristiger Darlehen	298	0
Veränderung der langfristigen liquiden Mittel	-1	0
Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit	-136	626
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestands	-759	154
Zugang aus der Veränderung des Konsolidierungskreises	119	0
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	1.669	1.515
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	1.029	1.669

Klassik Radio AG, Augsburg

Konzern-Eigenkapitalentwicklung

	Aktien im Umlauf	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Gewinnrücklage	Summe	Minderheitsanteile	Eigenkapital gesamt
	Anzahl	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Stand zum 30. September 2004	106	106	1.255	790	2.151	0	2.151
Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln	4.149	4.149	-4.149	0	0	0	0
Ausgabe von auf den Namen lautenden Stückaktien	245	245	1.223	0	1.468	0	1.468
Konzernjahresüberschuss für das Geschäftsjahr 2004/2005	0	0	0	200	200	0	200
Stand zum 30. September 2005	4.500	4.500	-1.671	990	3.819	0	3.819
Aktienoptionen	0	0	69	0	69	0	69
Veränderung des Konsolidierungskreises	0	0	0	0	0	71	71
Verrechnung des Bilanzverlustes mit der Kapitalrücklage der Klassik Radio AG	0	0	-1.234	1.234	0	0	0
Konzernjahresüberschuss für das Geschäftsjahr 2005/2006	0	0	0	430	430	1	431
Stand zum 30. September 2006	4.500	4.500	-2.836	2.654	4.318	72	4.390

Klassik Radio AG

Anhang des Konzernabschlusses

für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2005 bis 30. September 2006

Allgemeine Grundlagen

Die Klassik Radio AG (die Gesellschaft) und ihre Tochtergesellschaften (zusammen der Klassik Radio Konzern) sind fokussiert auf das Medium Hörfunk in Deutschland. Sie sind im Bereich der Produktion, Ausstrahlung und Vermarktung des Senders Klassik Radio, der Vermarktung der Marke Klassik Radio und dem Vertrieb von Sonderwerbformen im Hörfunk und von Unterhaltungsnachrichten tätig. Im Laufe des Geschäftsjahres hat der Konzern den in Deutschland ansässigen Telefon-Radiovermarkter Protone Promotion Werbeagentur GmbH erworben.

Bei Klassik Radio handelt es sich um eine Aktiengesellschaft, gegründet und ansässig in Deutschland. Die Adresse des eingetragenen Sitzes lautet Imhofstraße 12, Augsburg. Das Unternehmen ist seit dem 15. Dezember 2004 an der Frankfurter Wertpapierbörse im Regierten Markt gelistet.

Der Konzernabschluss zum 30. September 2006 wurde erstmalig in Übereinstimmung mit den vom International Accounting Standards Boards (IASB) erlassenen Rechnungslegungsvorschriften International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der Europäischen Union (EU) anzuwenden sind, und den ergänzenden nach § 315 a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften aufgestellt. IFRS 1, „Erstmalige Anwendung der International Financial Reporting Standards“, wurde angewendet. Bezüglich Erläuterungen zur Umstellung der Konzernrechnungslegung auf International Financial Reporting Standards (IFRS) verweisen wir auf das Kapitel „Erläuterungen zur Umstellung der Konzernrechnungslegung auf International Financial Reporting Standards (IFRS)“.

Der Konzernabschluss wird in Euro aufgestellt. Die Beträge werden soweit nicht anderweitig vermerkt in Tausend Euro angegeben.

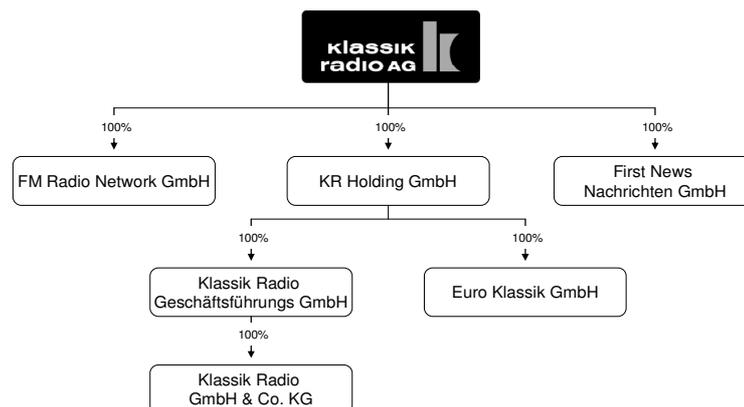
Die Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Gesamtkostenverfahren aufgestellt. Der vorliegende Abschluss umfasst das Geschäftsjahr 2005/06 auf der Basis der Berichtsperiode vom 1. Oktober 2005 bis 30. September 2006 mit einer Vergleichsperiode.

Konsolidierungskreis

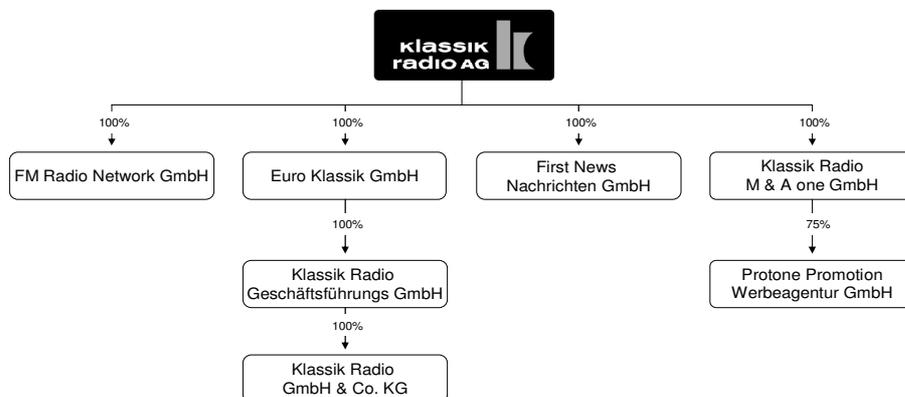
Der Konzernabschluss besteht zum 30.09.2006 aus der Klassik Radio AG sowie sieben deutschen Tochtergesellschaften (2004/05: sechs Tochtergesellschaften). Tochterunternehmen sind alle Unternehmen, bei denen der Konzern die Kontrolle über die Finanz- und Geschäftspolitik inne hat, regelmäßig begleitet von einem Stimmrechtsanteil von mehr als 50%.

Die Veränderung im Konsolidierungskreis ergibt sich zum einen aus der im Geschäftsjahr 2005/06 gegründeten „Klassik Radio M & A one GmbH“ zum anderen aus der Einbeziehung der im Geschäftsjahr 2005/06 erworbenen Gesellschaft „Protone Promotion Werbeagentur GmbH“. Darüber hinaus wurde im Berichtsjahr die Euro Klassik GmbH, Augsburg, auf die KR Holding GmbH, Augsburg, verschmolzen. Am selben Tag wurde die KR Holding GmbH in Euro Klassik GmbH umbenannt.

Die Klassik Radio AG – 2004/05



Die Klassik Radio AG – 2005/06



Der Konsolidierungskreis setzt sich wie folgt zusammen:

Nr.		Anteils-	Beteiligungs-
		eigner	Quote
		lfd. Nr.	%
1	Klassik Radio AG (Muttersgesellschaft)		
<u>(a) unmittelbarer Anteilsbesitz</u>			
2	Euro Klassik GmbH, Augsburg (ehem. KR Holding GmbH)	1	100
3	FM RADIO NETWORK GmbH, Augsburg	1	100
4	FIRST NEWS Nachrichten GmbH, Augsburg	1	100
5	Klassik Radio M & A one GmbH, Augsburg	1	100
<u>(b) mittelbarer Anteilsbesitz</u>			
6	Klassik Radio GmbH & Co. KG, Hamburg	2	100
7	Klassik Radio Geschäftsführung GmbH, Hamburg	2	100
8	Protone Promotion Werbeagentur GmbH, Kiel	5	75

Konsolidierungsgrundsätze

Die in die Konsolidierung einbezogenen Abschlüsse der Tochterunternehmen wurden einheitlich nach den bei der Klassik Radio AG geltenden Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden aufgestellt.

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt nach der Erwerbsmethode. Dabei werden die Anschaffungskosten für Anteile an Tochterunternehmen mit dem nach IFRS bewerteten Buchwert des anteiligen Eigenkapitals des Tochterunternehmens verrechnet. Sich ergebende Unterschiedsbeträge werden auf Vermögenswerte der einbezogenen Unternehmen soweit aktiviert, als sie mit dem Zeitwert bewertet sind. Danach verbleibende Unterschiedsbeträge werden als Geschäfts- und Firmenwert (Goodwill) aktiviert.

Die Klassik Radio AG hat von dem Erleichterungswahlrecht nach IFRS 1 für Unternehmenszusammenschlüsse Gebrauch gemacht und wendet IFRS 3 für Unternehmenszusammenschlüsse nicht retrospektiv an. Die Konsolidierungsergebnisse (Geschäfts- oder Firmenwerte) aus dem Konzernabschluss zum 30.09.2004 nach HGB wurden in die IFRS Eröffnungsbilanz zum 01.10.2004 übernommen.

Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen konsolidierten Unternehmen werden aufgerechnet. Konzerninterne Erträge werden mit den entsprechenden Aufwendungen verrechnet. Zwischenergebnisse werden eliminiert.

Auf Konzernfremde entfallende Anteile am Eigenkapital von Tochterunternehmen werden gesondert innerhalb des Eigenkapitals ausgewiesen. Anteile Konzernfremder am Ergebnis von Tochterunternehmen werden in der Gewinn- und Verlustrechnung gesondert ausgewiesen.

Wesentliche Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Der ausgewiesene Geschäfts- oder Firmenwert ist aus der Kapitalkonsolidierung von Tochterunternehmen entstanden. Die Klassik Radio AG hat von dem Erleichterungswahlrecht nach IFRS 1 für Unternehmenszusammenschlüsse Gebrauch gemacht und den Geschäfts- oder Firmenwert aus dem Konzernabschluss zum 30.09.2004 nach HGB in die IFRS Eröffnungsbilanz zum 01.10.2004 übernommen.

Der Geschäfts- oder Firmenwert stellt den Überschuss der Anschaffungskosten des Unternehmenserwerbs über den beizulegenden Zeitwert der Anteile des Konzerns am Nettovermögen des erworbenen Unternehmens zum Erwerbszeitpunkt dar.

Der Geschäfts- oder Firmenwert wird nicht planmäßig abgeschrieben, sondern einmal jährlich sowie bei Vorliegen von Indikatoren, die auf eine Wertminderung hindeuten, einem Werthaltigkeitstest (Impairment Test) unterzogen und gegebenenfalls auf seinen erzielbaren Betrag abgewertet (Impairment-only-approach). Wertaufholungen sind unzulässig.

Der Geschäfts- oder Firmenwert wird zum Zweck des Werthaltigkeitstests auf Zahlungsmittel generierende Einheiten aufgeteilt. Die Aufteilung erfolgt auf diejenigen Zahlungsmittel-generierenden Einheiten bzw. Gruppen von Zahlungsmittel-generierenden Einheiten, von denen erwartet wird, dass sie aus dem Zusammenschluss, bei dem der Goodwill entstanden ist, Nutzen ziehen.

Die Sonstigen immateriellen Vermögenswerte beinhalten im Wesentlichen erworbene Software und Lizenzen, die zu ihren historischen Anschaffungs-/Herstellungskosten erfasst werden. Sie haben eine bestimmte Nutzungsdauer und werden zu ihren Anschaffungs-/Herstellungskosten abzüglich kumulierter Abschreibungen bewertet. Die Abschreibung erfolgt linear über eine geschätzte Nutzungsdauer von drei bis zwölf Jahren.

Anfallende Kosten, die in direktem Zusammenhang mit der Herstellung identifizierbarer einzelner Softwareprodukte in der Verfügungsmacht des Konzerns stehen, werden als immaterieller Vermögenswert angesetzt, sofern es wahrscheinlich ist, dass dem Unternehmen hieraus über ein Jahr hinaus wirtschaftlicher Nutzen zufließt und dieser die angefallenen Kosten übersteigt. Die direkt zurechenbaren Kosten umfassen unter anderem die Personalkosten für die an der Entwicklung beteiligten Mitarbeiter sowie weitere der Softwareentwicklung direkt zurechenbare Kosten.

Sachanlagen werden zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten bewertet, vermindert um planmäßige Abschreibungen und ggf. auch Wertminderungsaufwendungen. Sachanlagen werden linear über die voraussichtliche Nutzungsdauer abgeschrieben. Fremdkapitalkosten werden nicht als Teil der Anschaffungs- oder Herstellungskosten aktiviert. Wertminderungsaufwendungen auf Sachanlagen werden vorgenommen, wenn der beizulegende Zeitwert des betroffenen Vermögenswertes unter den Buchwert gesunken ist. Steigt der beizulegende Zeitwert für einen zuvor durch Wertminderungsaufwendungen reduzierten Vermögenswert, so

findet eine Wertaufholung auf die um die planmäßigen Abschreibungen fortgeführten Anschaffungs- oder Herstellungskosten statt.

Den planmäßigen Abschreibungen liegen folgende konzerneinheitliche Nutzungsdauern zu Grunde:

Einbauten in fremde Gebäude	5 bis 7 Jahre
Technische Anlagen	5 bis 7 Jahre
Betriebs- und Geschäftsausstattung	3 bis 10 Jahre

Latente Steuern wurden gemäß der Verbindlichkeitsmethode auf sämtliche temporäre Bilanzierungs- und Bewertungsunterschiede zwischen Steuerbilanz und IFRS-Bilanz der einzelnen in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften gebildet. Latente Steuern aus Konsolidierungsvorgängen werden gesondert ermittelt und angesetzt. Die aktiven latenten Steuern umfassen Steuererminderungsansprüche, die sich aus der erwarteten Nutzung bestehender Verlustvorträge in Folgejahren ergeben. Eine Aktivierung erfolgt, wenn deren Realisierung mit ausreichender Sicherheit gewährleistet ist. Die latenten Steuern werden auf der Basis der Steuersätze ermittelt, die zum Realisationszeitpunkt gelten bzw. erwartet werden. Für die Berechnung der latenten Steuern wird ein Steuersatz von 40% herangezogen, der sich aus der Belastung mit Körperschaftsteuer zuzüglich Solidaritätszuschlag (26%) sowie Gewerbeertragsteuer (14%) ergibt.

Vorräte werden zum niedrigeren Wert aus Anschaffungs- oder Herstellungskosten und Nettoveräußerungswert angesetzt.

Forderungen und sonstige Vermögenswerte sind zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet. Erkennbaren Risiken wird durch entsprechende Wertberichtigungen Rechnung getragen.

Liquide Mittel sind zum Nominalwert angesetzt.

Die Zusammensetzung und Entwicklung des Eigenkapitals können der Eigenkapitalveränderungsrechnung bzw. den Erläuterungen zur Bilanz entnommen werden.

Die Sonstigen Rückstellungen berücksichtigen sämtliche am Bilanzstichtag erkennbaren rechtlichen oder faktischen Verpflichtungen gegenüber einer anderen Partei aufgrund von Ereignissen der Vergangenheit, die der Höhe und/oder dem Eintrittszeitpunkt nach unsicher sind. Die Rückstellungen werden mit dem Erfüllungsbetrag angesetzt. Die Bewertung erfolgt mit dem Erwartungswert beziehungsweise mit dem Betrag, der über die höchste Eintrittswahrscheinlichkeit verfügt.

Verbindlichkeiten und Finanzschulden werden bei ihrem erstmaligen Ansatz mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstige finanzielle Verbindlichkeiten werden unter Anwendung der Effektivzinsmethode mit den fortgeführten Anschaffungskosten bewertet. Die Verbindlichkeiten aus dem Erwerb der Protone Werbeagentur GmbH wurden abgezinst.

Umsatzerlöse werden erfasst, wenn ein Vertrag wirksam zustande gekommen ist, die On-Air Leistung oder Dienstleistung erbracht wurde, ein Preis bestimmbar und vereinbart ist und dessen Bezahlung oder Gegenleistung hinreichend wahrscheinlich ist.

Umsatzerlöse werden abzüglich Umsatzsteuer, Rücknahmen, Erlösschmälerungen (Rabatte und Skonti) und Gutschriften ausgewiesen.

Die Behandlung von aktienbasierten Vergütungen (Mitarbeiterbeteiligungsmodellen oder Aktienoptionsplan im weiteren AOP genannt) ist in IFRS 2 (Aktienbasierte Vergütung) geregelt. IFRS 2 ist erstmalig in Berichtsperioden anzuwenden, die am oder nach dem 01. Oktober 2005 beginnen.

Neben sonstigen Anforderungen verlangt der Standard, dass bei anteilsbasierten, d.h. auf Eigenkapitalinstrumenten basierenden, Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen der Verkehrswert der den Mitarbeitern gewährten Vergütungen am Tag der Gewährung bestimmt und über den Zeitraum bis zum Eintritt des Anspruchs der zutreffenden Erfolgsrechnungsposition belastet wird. Gemäß der Konzernrechnungslegung wurden gewährte Vergütungen, die durch Eigenkapitalinstrumente abgegolten wurden, wie der Standard verlangt, in der Erfolgsrechnung entsprechend abgebildet.

Das Ergebnis je Aktie, welches unter der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesen wird, wird ermittelt, indem das Konzernergebnis das den Anteilseignern der Muttergesellschaft zuzurechnen ist, durch die gewichtete durchschnittliche Aktienanzahl des Geschäftsjahres dividiert wird.

Eine Verwässerung dieser Kennzahl kann durch so genannte potentielle Aktien (insbesondere Aktienoptionen und Wandelanleihen) auftreten. Die Optionen des Aktienoptionsprogramms sowie Wandelanleihen der Klassik Radio AG wirken nicht gewinnverwässernd. Damit entsprechen sich das verwässerte und das unverwässerte Ergebnis je Aktie.

Zuwendungen der öffentlichen Hand (im Wesentlichen für Kabeleinspeisung) werden zu ihrem beizulegenden Zeitwert als Ertrag erfasst, wenn mit großer Sicherheit davon auszugehen ist, dass die Zuwendung erfolgen wird und der Konzern die notwendigen Bedingungen für den Erhalt der Zuwendung erfüllt.

Zu einem gewissen Grad müssen im Konzernabschluss Schätzungen vorgenommen und Annahmen getroffen werden. Davon können die Vermögenswerte und Schulden sowie die Eventualverbindlichkeiten am Bilanzstichtag ebenso wie die Aufwendungen und Erträge des

Geschäftsjahres betroffen sein. Diese Schätzungen wurden vom Vorstand und Management unter Berücksichtigung aller bekannten Tatsachen nach bestem Wissen vorgenommen. Dennoch können die tatsächlichen Beträge von diesen Schätzungen abweichen. Sämtliche wesentliche Schätzungen und Beurteilungen werden fortlaufend neu bewertet und basieren auf historischen Erfahrungen und weiteren Faktoren einschließlich Erwartungen hinsichtlich zukünftiger Ereignisse, die unter den gegebenen Umständen vernünftig erscheinen.

Die Schätzungen und Annahmen, die ein signifikantes Risiko in Form einer wesentlichen Anpassung der Buchwerte von Vermögenswerten und Schulden innerhalb des nächsten Geschäftsjahres mit sich bringen können, werden im Folgenden erörtert.

- Wertminderung des Goodwills

Der Konzern untersucht einmal jährlich sowie bei Vorliegen von Indikatoren, die auf eine Wertminderung hindeuten, im Einklang mit der dargestellten Bilanzierungs- und Bewertungsmethode, ob eine Wertminderung des Goodwills vorliegt (Impairment Test). Der erzielbare Betrag von Cash - generierenden Einheiten wurde basierend auf den geschätzten zukünftigen Cash-Zuflüssen ermittelt.

- Aktive latente Steuern

Aktive latente Steuern werden periodisch auf ihre Werthaltigkeit hin überprüft.

- Rückstellungen

Der Konzern ermittelt fortlaufend den Rückstellungsbedarf für erkennbare Verpflichtungen aus einem vergangenen Ereignis gegenüber Dritten. Die Rückstellungen sind in Höhe der bestmöglichen Schätzung des Verpflichtungsumfangs bewertet. Die wesentlichen Schätzungsbereiche betreffen Rückzahlungsverpflichtungen aus Fördergeldern der Landesmedienanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) für die Kabelein- speisung.

- Ertragsteuern

Für die Bestimmung der Guthaben und Verbindlichkeiten aus laufenden und latenten Ertragsteuern müssen weit reichende Einschätzungen vorgenommen werden. Einige dieser Einschätzungen basieren auf der Auslegung der bestehenden Steuergesetze und Verordnungen. Das Management ist der Ansicht, dass die Einschätzungen angemessen sind und die Unsicherheiten bei den Ertragsteuern in den bilanzierten Vermögenswerten und Verbindlichkeiten ausreichend berücksichtigt wurden. Zahlreiche interne und externe Faktoren können günstige und ungünstige Auswirkungen auf die Guthaben und Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern haben. Diese Faktoren umfassen (nicht abschließend) sowohl Änderungen der Steuergesetzgebung und Verordnungen sowie deren Auslegung als auch Änderungen der Steuersätze und des künftigen Gewinns vor Steuern. Solche auftretenden Änderungen können Auswirkungen auf die in den zukünftigen Berichts- perioden bilanzierten Guthaben und Verbindlichkeiten aus laufenden und latenten Ertrag- steuern haben.

Erläuterungen zur Umstellung der Konzernrechnungslegung auf International Financial Reporting Standards (IFRS)

Wesentliche Auswirkungen aus der Umstellung der Rechnungslegung von HGB auf IFRS auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage werden durch nachstehende Überleitungsrechnungen nach IFRS 1 dargestellt.

Eigenkapital-Überleitung

in TEUR	01.10.2004
Eigenkapital nach HGB	1.999
Aktive latente Steuern	152
Eigenkapital nach IFRS	2.151

in TEUR	30.09.2005
Eigenkapital nach HGB	4.747
Rücknahme der Verrechnung mit dem Firmenwert gem. § 309 Abs. 1 Satz 3 HGB	-1.671
Veränderung durch die Rücknahme der Firmenwertabschreibung	450
Aktive latente Steuern	293
Eigenkapital nach IFRS	3.819

Ergebnis-Überleitung

in TEUR	Geschäftsjahr 2004/05
Jahresergebnis nach HGB	-391
Latente Steuern	141
Veränderung durch die Rücknahme der Firmenwertabschreibung	450
Jahresergebnis nach IFRS	200

Standards, Interpretationen und Änderungen zu veröffentlichten Standards, die noch nicht zwingend anwendbar sind

Folgende Standards, Änderungen zu Standards und Interpretationen wurden bereits verabschiedet, sind jedoch verpflichtend erst in Berichtsperioden, die am oder nach dem 01. Januar 2006 beginnen, anzuwenden. Die Anwendung dieser IFRS setzt voraus, dass die zum Teil noch ausstehende Anerkennung durch die EU erfolgt.

Auf die Anwendung des Wahlrechts zur freiwilligen vorzeitigen Anwendung wurde verzichtet.

Änderungen zu IAS 19, Leistungen an Arbeitnehmer (anzuwenden für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Januar 2006 beginnen). Diese Änderungen führen die Möglichkeit einer alternativen Erfassungsmethode für versicherungsmathematische Gewinne und Verluste ein. Durch die Änderungen ist es künftig erlaubt, versicherungsmathematische Gewinne und Verluste erfolgsneutral zu erfassen. Darüber hinaus werden zusätzliche Anhangangaben zu den Pensionsverpflichtungen erforderlich. Dieser Standard kommt im Konzernabschluss der Klassik Radio AG nicht zur Anwendung.

Änderungen des IAS 21, Auswirkungen von Änderungen der Wechselkurse – Nettoinvestition in einen ausländischen Geschäftsbetrieb (anzuwenden für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Januar 2006 beginnen).

Nach dieser Änderung sind monetäre Vermögenswerte und Schulden eines Mutterunternehmens oder eines ihrer Tochterunternehmen im Zusammenhang mit einem ausländischen Geschäftsbetrieb zukünftig unabhängig von der zugrunde liegenden Währung als Bestandteil der Nettoinvestition in einen ausländischen Geschäftsbetrieb einzuordnen. Die hieraus resultierenden Währungsunterschiede sind erfolgsneutral im Eigenkapital zu erfassen. Dieser Standard kommt beim Konzernabschluss der Klassik Radio AG nicht zur Anwendung.

Änderungen zu IAS 39 und IFRS 4, Finanzgarantien (anzuwenden für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Januar 2006 beginnen). Die Änderungen beziehen sich auf die Abbildung konzerninterner Sicherungsbeziehungen und finanzielle Garantien. Diese Änderungen werden voraussichtlich keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss der Klassik Radio AG haben.

IFRS 6, Exploration und Evaluierung von mineralischen Ressourcen (anzuwenden für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Januar 2006 beginnen). Dieser Standard kommt beim Konzernabschluss der Klassik Radio AG nicht zur Anwendung.

IFRS 7, Finanzinstrumente Angaben (anzuwenden für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Januar 2007 beginnen). In IFRS 7 werden die für Finanzinstrumente zu beachtenden Anhangangaben, die bisher in IAS 32 geregelt sind, sowie die bislang nur von Banken und ähnlichen Finanzinstitutionen zu beachtenden Angabepflichten des IAS 30 zusammengeführt

und erweitert; sie sind zukünftig branchenunabhängig anzuwenden. Im Zusammenhang mit der Veröffentlichung von IFRS 7 ist IAS 1 um Angabepflichten zum Kapitalmanagement erweitert worden. Auswirkungen auf den Konzernabschluss der Klassik Radio AG werden durch diesen Standard nicht erwartet.

IFRS 8, Operating Segments (anzuwenden für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Januar 2009 beginnen). Der Standard ist Teil des "short-term convergence project" und entstand aus dem Vergleich zwischen IAS 14 Segmentberichterstattung und dem FASB Statement No. 131 Disclosures about Segments of an Enterprise and Related Information (SFAS 131). IFRS 8 ersetzt nun den IAS 14 und gleicht die Regelungen denen des SFAS 131 an. Wesentliche Auswirkungen auf den Konzernabschluss der Klassik Radio AG werden durch diesen Standard nicht erwartet.

IFRIC 4, Feststellung, ob eine Vereinbarung ein Leasingverhältnis enthält (anzuwenden für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Januar 2006 beginnen). IFRIC 4 erfordert auf der Grundlage des jeweiligen wirtschaftlichen Gehalts einer Vereinbarung die Feststellung, ob diese ein Leasingverhältnis ist oder enthält.

IFRIC 5, Rechte auf Anteile an Fonds für Entsorgung, Wiederherstellung und Umweltsanierung (anzuwenden für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Januar 2006 beginnen).

IFRIC 6, Verbindlichkeiten, die aus der Teilnahme an einem bestimmten Markt resultieren: Elektro- und Elektronik-Altgeräte (anzuwenden für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Dezember 2005 beginnen).

IFRIC 7, Anwendung des „Restatement Approach“ gemäß IAS 29 (anzuwenden für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. März 2006 beginnen). IFRIC 7 enthält Richtlinien zur Anwendung von IAS 29 „Rechnungslegung in Hochinflationländern“, wenn die funktionale Währung eines Unternehmens erstmalig als hyperinflationär eingestuft wird.

IFRIC 8, Anwendungsbereich von IFRS 2 (anzuwenden für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Mai 2006 beginnen). IFRIC 8 legt in Ergänzung zu IFRS 2 fest, dass IFRS 2 auch auf Vereinbarungen anzuwenden ist, bei denen das Unternehmen eigenkapitalbasierte Vergütungen für keine oder eine inadäquate Gegenleistung gewährt.

IFRIC 9, Neubeurteilung eingebetteter Derivate (anzuwenden für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Juni 2006 beginnen). Die Interpretation konkretisiert bestimmte Aspekte der bilanziellen Behandlung eingebetteter Derivate nach IAS 39.

IFRIC 10, Interim Financial Reporting and Impairment (anzuwenden für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. November 2006 beginnen). IFRIC 10 befasst sich mit dem Zusammenspiel der Regelungen des IAS 34 Zwischenberichterstattung und den Regelungen zur Erfassung von Wertminderungen in Bezug auf den Goodwill (in IAS 36) und in Bezug auf bestimmte finanzielle Vermögenswerte (in IAS 39). IAS 34 schreibt vor, dass die Aufstellung von Zwischenabschlüssen das Jahresergebnis nicht beeinflussen darf. Diese Regelung steht im Konflikt mit dem Wertaufholungsverbot, das in Bezug auf erfasste Wertminderungen eines Goodwill oder von bestimmten finanziellen Vermögenswerten gilt. Mit diesem Widerspruch befasst sich IFRIC 10.

IFRIC 10 stellt fest, dass Wertminderungen, die im Zwischenabschluss erfasst wurden und für die gemäß IAS 36 bzw. IAS 39 ein Wertaufholungsverbot gilt, in folgenden Zwischenabschlüssen oder Jahres- bzw. Konzernabschlüssen nicht rückgängig gemacht werden dürfen.

IFRIC 11, IFRS 2 - Group and Treasury Share Transactions (anzuwenden für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. März 2007 beginnen). Die Interpretation beantwortet die Frage, wie IFRS 2 Aktienbasierte Vergütung auf aktienbasierte Zahlungsvereinbarungen anzuwenden ist, die unternehmenseigene Eigenkapitalinstrumente oder Eigenkapitalinstrumente eines anderen Unternehmens des selben Konzerns beinhalten.

IFRIC 12, Service Concession Arrangements (anzuwenden für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 01. Januar 2008 beginnen). Im Mittelpunkt der Interpretation steht die Bilanzierung von Dienstleistungsvereinbarungen bei Unternehmen, die im Auftrag von Gebietskörperschaften öffentliche Leistungen, wie etwa den Bau von Straßen, Flughäfen, Gefängnissen oder Energieversorgungsinfrastruktur, anbieten.

Alle diese Interpretationen werden voraussichtlich keine oder nur in geringem Umfang Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Klassik Radio Konzerns haben.

Erläuterungen zur Bilanz

(1) Geschäfts- und Firmenwerte

Der Klassik Radio Konzern weist innerhalb des Aktivpostens Geschäfts- und Firmenwerte aus, die aus der Kapitalkonsolidierung von Tochterunternehmen entstanden sind, als auch Geschäfts- oder Firmenwerte, die aus Einzelabschlüssen der Tochterunternehmen in den Konzernabschluss übernommen wurden.

Bezüglich der Geschäfts- und Firmenwerte, die vor dem 1. Oktober 2004 entstanden sind, hat die Klassik Radio AG vom Wahlrecht des IFRS 1 Gebrauch gemacht, nach dem beim Übergang auf IFRS Geschäfts- und Firmenwerte übernommen werden können, die nach den zuvor angewandten Rechnungslegungsvorschriften ermittelt wurden. Die Klassik Radio AG hat vor der Umstellung auf IFRS nach HGB Rechnung gelegt.

Der Geschäfts- und Firmenwert repräsentiert für Unternehmenszusammenschlüsse die verbleibende aktivische Differenz, nachdem die Akquisitionskosten der Beteiligung mit dem anteiligen neu bewerteten Eigenkapital verrechnet wurden.

Der zum 30. September 2006 ausgewiesene Goodwill in Höhe von TEUR 6.249 entfällt mit TEUR 787 auf die FM RADIO NETWORK GmbH, mit TEUR 4.213 auf die Klassik Radio GmbH & Co. KG sowie mit TEUR 1.249 auf die neu erworbene Protone Promotion Werbeagentur GmbH.

Die Klassik Radio AG überprüft die Werthaltigkeit ihrer Zahlungsmittel generierenden Einheiten einschließlich der Geschäfts- und Firmenwerte einmal jährlich bzw. bei Eintritt wesentlicher Ereignisse oder veränderter Verhältnisse im Rahmen eines Impairment-Tests. Zu diesem Zweck werden die Geschäfts- und Firmenwerte drei Zahlungsmittel generierenden Einheiten zugeordnet, die analog zur internen Steuerung des Konzerns den Geschäftsbereichen entsprechen. Die Zahlungsmittel generierenden Einheiten sind somit die Geschäftsbereiche Sender, Syndication, Merchandising/Vertrieb.

Der Stichtag zur Überprüfung der Beteiligungsbuchwerte ist der Bilanzstichtag des Klassik Radio AG Konzerns zum 30. September 2006.

Die Werthaltigkeit der Geschäfts- und Firmenwerte ist gegeben, wenn der erzielbare Betrag nicht geringer ist als der Buchwert der Zahlungsmittel generierenden Einheit.

Für den Impairment Test wird der beizulegende Zeitwert abzüglich Verkaufskosten mit dem Buchwert des Geschäfts- und Firmenwertes verglichen. Zur Bestimmung des beizulegenden Zeitwertes abzüglich Verkaufskosten wird eine Cash Flow-Prognose für den Zeitraum bis 2011 erstellt. Die ermittelten Cash Flows werden mit einem risikoadjustierten Zinssatz abgezinst. Wesentliche Einflussgrößen bei der Bestimmung des beizulegenden Zeitwertes abzüglich Verkaufskosten sind der Abzinsungsfaktor, die Reichweitenentwicklung des Senders und die Entwicklung im Werbemarkt, die auf Basis der Erfahrungen der Vergangenheit geschätzt wurden.

(2) Sonstige immaterielle Vermögenswerte

Die sonstigen immateriellen Vermögenswerte beinhalten erworbene Software und Lizenzen. Im Berichtsjahr wurden mit dem Anteilswerb der Protone Promotion Werbeagentur GmbH Kundenbeziehungen in Höhe von TEUR 252, selbst erstellte Software in Höhe von TEUR 247 sowie die Kundenliste im Wert von TEUR 80 aktiviert. Weiterhin wurde in 2005/06 eine Warenwirtschaftssoftware für TEUR 18 angeschafft, die eine schnellere Abwicklung im Merchandising gewährleistet. Bei den Lizenzen handelt es sich mit TEUR 56 vor allem um genehmigte Sendelizenzen für Klassik Radio GmbH & Co. KG.

Zur Entwicklung der immateriellen Vermögenswerte wird auf die Anlage 1 und 2 zum Anhang beiliegenden Anlagespiegel verwiesen.

(3) Sachanlagen

Im Geschäftsjahr 2005/06 wurde der Bürroumbau in der Konzernzentrale mit Investitionskosten in Höhe von TEUR 254 abgeschlossen. Weiterhin wurden Anschaffungen in den Sachanlagen getätigt, um neu geschaffene Arbeitsplätze auszustatten. Die Entwicklung der Sachanlagen ergibt sich aus den als Anlagen 1 und 2 zum Anhang.

(4) Latente Steuern

Die aktiven latenten Steuern betragen TEUR 741 (i.Vj. TEUR 293) und entfallen ausschließlich auf steuerliche Verlustvorträge. Die gesamten latenten Steuerverbindlichkeiten aufgrund von steuerpflichtigen, temporären Differenzen in Höhe von TEUR 222 (i.Vj. TEUR 0) entfallen auf immaterielle Vermögenswerte. Die Erhöhung der latenten Steuerverbindlichkeiten resultiert in Höhe von TEUR 234 aus dem Erwerb von 75% der Anteile der Protone Promotion Werbeagentur GmbH im Geschäftsjahr 2005/06.

Per 30. September 2006 und 30. September 2005 verfügte der Klassik Radio Konzern über körperschaftssteuerliche Verlustvorträge von TEUR 7.087 (i.Vj. TEUR 6.662) und gewerbesteuerliche Verlustvorträge von TEUR 15.412 (i.Vj. TEUR 15.468). Darauf wurden aktive latente Steuern von insgesamt TEUR 741 (i.Vj. TEUR 293), deren Realisierbarkeit als hinreichend wahrscheinlich angesehen wurde, angesetzt.

Latente Steuern auf einbehaltene Gewinne bei Tochtergesellschaften in Höhe von TEUR 1.651 (i.Vj. TEUR 115) wurden nicht berechnet, da nicht vorgesehen ist diese Gewinne in naher Zukunft an die Muttergesellschaft auszuschütten. Von einer Ermittlung der potenziellen steuerlichen Auswirkungen wurde wegen unverhältnismäßig hohen Aufwands abgesehen.

(5) Vorräte

Die Vorräte setzen sich wie folgt zusammen:

in TEUR	30.09.2006	30.09.2005
Vorräte	209	80
Wertberichtigung	74	0
	135	80

Die Vorräte betreffen zur Vermarktung vorgehaltene CD's, DVD's und Bücher. Aufgrund der erwarteten Nachfrage nach diesen Produkten wurde der Lagerbestand aufgestockt. Die Bestände wurden auf Basis der Verkaufseinschätzung um TEUR 74 wertberichtigt.

(6) Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Sämtliche Forderungen sind innerhalb eines Jahres fällig.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen enthalten Forderungen aus Gegengeschäften für geleistete Werbezeiten (on air), für die noch keine Leistung bei den Kooperationspartnern in Anspruch genommen wurde. Die Forderungen aus Gegengeschäften wurden vollständig wertberichtigt.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen enthalten darüber hinaus Forderungen aus Tauschgeschäften, bei denen es sich um Ansprüche auf die Zurverfügungstellung von Werbezeiten handelt. Aufgrund umsatzsteuerrechtlicher Vorschriften wurden diejenigen brutto aktiviert, bei denen die Gegenrechnung auf die Werbezeiten noch ausstand. Im Gegenzug wurde die Verpflichtung hierzu netto bei den Verbindlichkeiten berücksichtigt.

Der Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gegenüber dem Vorjahr begründet sich darin, dass die Umsätze sowohl bei Klassik Radio GmbH & Co. KG als auch bei der Euro Klassik GmbH (Merchandising) in den letzten Monaten des Geschäftsjahres gestiegen sind. Eine Änderung des Zahlungsziels wurde nicht vorgenommen.

(7) Übrige Forderungen und sonstige Vermögenswerte

Die übrigen Forderungen und sonstigen Vermögenswerte setzen sich wie folgt zusammen:

in TEUR	30.09.2006	30.09.2005
geleistete Vorauszahlungen	291	241
Forderungen aus Urheber- und Leistungsschutzrechten	80	80
Sonstige Vermögenswerte	78	69
	449	390

In den Sonstigen Vermögenswerten in Höhe von TEUR 78 sind Forderungen gegen die Wirtschaftsbehörde Hamburg in Höhe von TEUR 15 (i.Vj. TEUR 15) und Kautionen in Höhe von TEUR 21 (i.Vj. TEUR 0) an die Vermieter enthalten. Ebenso beinhaltet dieser Posten Reisekostenvorschüsse an Mitarbeiter in Höhe von TEUR 24 und Forderungen an ein Marktforschungsinstitut in Höhe von TEUR 18.

(8) Steuererstattungsansprüche

Die Steuererstattungsansprüche beziehen sich auf Umsatzsteuererstattungsansprüche in Höhe von TEUR 42 (i.Vj. TEUR 19).

(9) Liquide Mittel

Bei den langfristigen Liquidem Mitteln in Höhe von TEUR 89 (i.Vj. TEUR 88) handelt es sich um eine Mietkaution, welche als Festgeld angelegt ist. Die kurzfristigen liquiden Mittel in Höhe von TEUR 1.076 (i.Vj. TEUR 1.669) betreffen Bankguthaben mit einer ursprünglichen Fälligkeit von bis zu 3 Monaten sowie Kassenbestände.

(10) Eigenkapital

Gezeichnetes Kapital

Das in 4.500.000 auf den Namen lautende Stückaktien eingeteilte Grundkapital der Gesellschaft betrug am 30. September 2006 TEUR 4.500.

Kapitalrücklagen

Die negative Kapitalrücklage beruhte im Vorjahr auf der Rücknahme einer Verrechnung mit dem Firmenwert. Im deutschen handelsrechtlichen Konzernabschluss zum 30. September 2004 hat die Klassik Radio in Ausübung des Wahlrechts nach § 309 Abs. 1 Satz 3 HGB einen Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von TEUR 4.726 mit den Rücklagen verrechnet. Durch eine Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln am 04. November 2004 und unter Berücksichtigung der Aufstockung der Kapitalrücklage aufgrund des Börsengangs stand die Kapitalrücklage nicht mehr im gleichen Umfang wie zum 30. September 2004 zur Verfügung.

Der weitere Anstieg der negativen Kapitalrücklage auf TEUR -2.836 resultiert aus der Verrechnung des Verlustvortrages und des Jahresfehlbetrages der Klassik Radio AG mit diesem Posten.

Nach IFRS werden Kosten, die sich auf die Ausgabe von neuen Aktien sowie die Börsennotierung von bereits ausgegebenen Aktien beziehen, auf die einzelnen Transaktionen aufgeteilt. Diejenigen Transaktionen, die sich auf die Börsennotierung von bereits ausgegebenen Aktien beziehen, werden als Aufwand in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst, während die auf die neuen Aktien entfallenden Transaktionskosten (nach Abzug der damit verbundenen Ertragsteuervorteile) als Minderung der Kapitalrücklage zu erfassen sind.

Die Klassik Radio-Aktie ist seit dem 15. Dezember 2004 an der Börse notiert. Da die dabei entstandenen Kosten nur in unwesentlichem Umfang auf die neuen Aktien entfallen, wurde von einem Abzug dieser Kosten von der Kapitalrücklage abgesehen.

Gewinnrücklagen

Die Gewinnrücklage setzt sich aus den aufgelaufenen Gewinnen und Verlusten einschließlich des Periodenergebnisses zusammen.

Genehmigtes Kapital I/2006

Der Vorstand ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 29. März 2006 ermächtigt, das Grundkapital der Gesellschaft mit Zustimmung des Aufsichtsrates einmalig oder mehrmalig um bis zu TEUR 2.250 gegen Bar- und/oder Sacheinlagen durch Ausgabe von bis zu Stück 2.250.000 neuen auf den Namen lautende Stückaktien zu erhöhen (Genehmigtes Kapital I/2006).

Bedingtes Kapital I/2006 / Aktienoptionen

Das Grundkapital der Gesellschaft ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 29. März 2006 um TEUR 450 bedingt zu erhöhen (bedingtes Kapital I/2006). Das bedingte Kapital dient der Gewährung von Optionsrechten.

Bedingtes Kapital II/2006 / Wandelschuldverschreibungen

Das Grundkapital der Gesellschaft ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 29. März 2006 um TEUR 1.800 bedingt erhöht (bedingtes Kapital II/2006). Das bedingte Kapital dient der Gewährung von Wandlungsrechten an die Inhaber von Wandelschuldverschreibungen.

(11) Den Minderheitsgesellschaftern zuzuordnendes Eigenkapital

Die Minderheitenanteile zeigen den Anteilsbesitz Dritter an Konzerngesellschaften.

(12) Finanzverbindlichkeiten

Die Finanzverbindlichkeiten setzen sich wie folgt zusammen:

Langfristige Finanzschulden Kurzfristige Finanzschulden in TEUR	30.09.2006		30.09.2005	
	Kurzfristig	Langfristig	Kurzfristig	Langfristig
Baden-Württembergische Bank AG, Stuttgart	446	476	408	884
BTV 3 Banken Gruppe, Bank für Tirol und Vorarlberg AG, Augsburg	262	405	0	0
Langfristige Finanzschulden		881		884
Kurzfristige Finanzschulden	708		408	

Die Darlehensverbindlichkeiten gegenüber der Baden-Württembergische Bank AG, Stuttgart bestehen in Höhe von TEUR 884 und werden mit 5% p.a. verzinst. Das ursprüngliche Darlehen in Höhe von TEUR 1.700 wird monatlich seit dem 30. Oktober 2004 zu jeweils TEUR 34 bis zum 30. November 2008 getilgt.

Die Kreditverbindlichkeiten gegenüber der Baden-Württembergische Bank AG Stuttgart sind durch eine Verpflichtungserklärung zur notariellen Verpfändung sämtlicher (nominell DM 4.000.000,00) Kommanditanteile der Euro Klassik GmbH (ehem. KR Holding GmbH) an der Klassik Radio GmbH & Co. KG und Verpfändung sämtlicher (nominell EUR 25.000,00) Geschäftsanteile der Euro Klassik GmbH (ehem. KR Holding GmbH) besichert. Darüber hinaus besteht eine Gleichstellungsvereinbarung.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde bei der BTV 3 Banken Gruppe, Bank für Tirol und Vorarlberg AG, Augsburg, ein neues Darlehen in Höhe von TEUR 700 aufgenommen. Dies ist mit 5,4% p.a. zu verzinsen. Die Kreditverbindlichkeit wird monatlich seit dem 31. Juli 2006 mit TEUR 21 bis zum 30. Juni 2009 getilgt. Sie valutiert am 30. September 2006 mit TEUR 667. Es besteht ebenfalls eine Gleichstellungsvereinbarung. Die Kreditaufnahme wurde notwendig um die Darlehensverpflichtung (fällig zum 30. Juni 2006) gegenüber der RTL Radio

Deutschland GmbH in Höhe von TEUR 692 incl. Zinsen abzulösen. Außerdem bestehen Verbindlichkeiten auf Girokonten in Höhe von TEUR 38.

(13) Übrige langfristige Verbindlichkeiten

Die übrigen langfristigen Verbindlichkeiten enthalten Restkaufpreisverpflichtungen der Euro Klassik GmbH (ehem. KR Holding GmbH) in Höhe von TEUR 256 gegenüber den Altgesellschaftern der Klassik Radio GmbH & Co. KG. Diese Verbindlichkeit ist spätestens am 31. Dezember 2007 fällig. Ein Teilbetrag von TEUR 102 kann als Medialeistung erbracht werden. Zur Sicherung der oben genannten Verbindlichkeit (4. Kaufpreisrate) aus dem Erwerb der Anteile der Klassik Radio GmbH & Co. KG wurden Anteile der Euro Klassik GmbH (ehem. KR Holding GmbH) an die Verkäufer verpfändet.

(14) Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

Die zum Bilanzstichtag ausgewiesenen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen setzen sich wie folgt zusammen:

in TEUR	30.09.2006	30.09.2005
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.188	1.288
Erhaltene Anzahlungen	506	196
Ausstehende Rechnungen für:		
-Sendekostenzuschüsse	176	115
-Rechts- und Beratungskosten	142	32
-Abschluss- und Prüfungskosten	126	100
-Lizenzen	114	27
-Übrige	268	156
	2.520	1.914

(15) Sonstige Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen entwickelten sich wie folgt:

in TEUR	30.09.2005	Inanspruchnahme	Auflösung	Zuführung	30.09.2006
Urlaubs- und Berufsgenossenschaft	42	41	1	68	68
Zuwendung der öffentlichen Hand	0	0	0	25	25
Aufsichtsratsvergütung	15	15	0	15	15
	57	56	1	108	108

(16) Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten

Die übrigen kurzfristigen Verbindlichkeiten setzen sich wie folgt zusammen:

in TEUR	30.09.2006	30.09.2005
Kaufpreisverbindlichkeit	1.327	0
RTL-Verbindlichkeit	0	683
Factoring-Verbindlichkeit	298	0
Sonstige	272	288
Kreditorische Debitoren	162	0
	2.059	971

Die Kaufpreisverbindlichkeit, welche am 30. April 2007 fällig ist, bezieht sich auf den am 27. Juli 2006 unterzeichneten Kaufvertrag zwischen den Gesellschaftern der Protone Promotion Werbeagentur GmbH, Kiel und der Klassik Radio M & A one GmbH. Diese Kaufpreisverbindlichkeit wurde auf ihre Laufzeit abgezinst.

Die Verbindlichkeiten gegenüber RTL Radio Deutschland GmbH in Höhe von TEUR 683 wurden in diesem Geschäftsjahr zurück geführt. Der Factoring-Vereinbarung liegt ein Werbevertrag bei FM RADIO NETWORK GmbH zugrunde. Die Kreditorischen Debitoren beinhalten Überzahlungen aus laufender Geschäftstätigkeit.

(17) Steuerverbindlichkeiten

Die Steuerverbindlichkeiten in Höhe von TEUR 283 (i.Vj. TEUR 429) beinhalten noch nicht bezahlte Umsatzsteuer, Lohnsteuer- und Kirchensteuerverbindlichkeiten sowie Verbindlichkeiten aus Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

(18) Umsatzerlöse

Die Konzernumsatzerlöse mit Dritten setzen sich aus den Segmenten zusammen, welche in der Segmentberichterstattung als Anlage 3 zum Anhang dargestellt sind.

in TEUR	2005/06	2004/05
Sender	5.123	4.153
-davon aus Tauschgeschäften	942	925
Syndication	3.095	3.255
-davon aus Tauschgeschäften	738	605
Merchandising/Vertrieb	2.603	1.431
-davon aus Tauschgeschäften	59	3
Nachrichtenagentur	191	173
-davon aus Tauschgeschäften	0	5
Holding, sonstige Konsolidierung	0	-8
Summe Segmente	11.012	9.004
-davon aus Tauschgeschäften	1.739	1.538

In den Umsätzen sind zu Marktpreisen erfasste Umsätze aus Tauschgeschäften (Barter Transactions) in Höhe von TEUR 1.739 (i.Vj. 1.538) enthalten. Die Gegenposten der Tauschgeschäfte zu diesen Umsätzen verteilen sich innerhalb des Aufwands wie folgt:

in TEUR	2005/06	2004/05
Aufwendungen für Programmdurchführung, für Honorare und Lizenzen und für verkaufte Produkte	902	643
Werbekosten	755	838
Reisekosten	74	29
Miete / Mietnebenkosten	4	23
Verwaltungskosten	4	5
	1.739	1.538

(19) Sonstige betriebliche Erträge

Die Sonstigen betrieblichen Erträge im Berichtsjahr setzen sich folgendermaßen zusammen:

in TEUR	2005/06	2004/05
Erträge aus der Auflösung Wertberichtigungen	83	28
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	51	66
Erträge aus geldwertem Vorteil für Kfz Bezug	31	40
Erträge aus Investitionszulagen	10	42
Erträge aus Anlageverkäufen	8	21
Sonderzahlung VG Media	0	268
Übrige Erträge	107	172
	290	637

(20) Aufwendungen für Sendebetrieb und Programmdurchführung, für Honorare und Lizenzen und für verkaufte Produkte

Diese Aufwendungen setzen sich wie folgt zusammen:

in TEUR	2005/06	2004/05
Produktion und Sendekostenzuschüsse	1.867	1.863
Sendeverbreitung	1.273	1.147
Warenbezug	953	619
Honorare und Lizenzen	519	409
Mediaeinkauf	141	0
Provisionen	125	0
Übrige	68	158
	4.946	4.196

(21) Personalaufwand

Im Geschäftsjahr 2005/06 waren durchschnittlich 51,2 Mitarbeiter (i.Vj. 40,9) beschäftigt. Zusätzlich waren 3 (i.Vj. 2) Vorstände bestellt. Durch die Begebung von Aktienoptionen entstand ein Personalaufwand von TEUR 69.

(22) Abschreibungen

Die Abschreibungen in Höhe von TEUR 161 (i.Vj. TEUR 112) betreffen immaterielle Vermögensgegenstände mit TEUR 87 (i.Vj. TEUR 36) sowie Sachanlagevermögen mit TEUR 74 (i.Vj. TEUR 76).

(23) Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen setzen sich wie folgt zusammen:

in TEUR	2005/06	2004/05
Werbekosten / Aufwendungen aus Gegengeschäften	1.201	1.040
Rechts- und Beratungskosten / Jahresabschlusskosten	814	429
Miete / Mietnebenkosten	428	339
Reisekosten	297	186
Verwaltungskosten	201	180
Börsen- und Hauptversammlungskosten	186	477
Sonstiges	34	101
	3.161	2.752

Die Verwaltungskosten in Höhe von TEUR 201 (i.Vj. TEUR 180) bestehen aus Telekommunikationsaufwendungen, Bürobedarf und Versicherungen.

(24) Zinsen und ähnliche Erträge

Die sonstigen Zinsen und ähnlichen Erträge resultieren nahezu ausschließlich aus Guthabenverzinsung bei Banken.

(25) Zinsen und ähnliche Aufwendungen

Zinsaufwendungen in Höhe von TEUR 131 (i.Vj. TEUR 136) entfallen auf das Darlehen der RTL Radio Deutschland GmbH und TEUR 102 (i.Vj. TEUR 111) auf Verbindlichkeiten gegenüber Banken. Weiterhin entstand bei der Klassik Radio M&A one GmbH ein Zinsaufwand von TEUR 7, durch die Abzinsung des Kaufpreises für Protone Promotion Werbeagentur GmbH. Dieser wird im April 2007 fällig.

(26) Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Der Verlust (i.Vj. Gewinn) vor Steuern vom Einkommen und Ertrag beträgt für die Geschäftsjahre 2005/06 TEUR -4 und 2004/05 TEUR 213.

Die Ertragsteuern für die Geschäftsjahre 2005/06 und 2004/05 gliedern sich wie folgt:

in TEUR	2005/06	2004/05
Aufwand (+) / Ertrag (-)		
Laufende Steuern	25	154
Latente Steuern	-460	-141
	-435	13

Der Berechnung liegen die nach der derzeitigen Rechtslage zum Realisierungszeitpunkt geltenden oder erwarteten Steuersätze zugrunde. Diese basieren grundsätzlich auf den am Bilanzstichtag gültigen bzw. verabschiedeten, gesetzlichen Regelungen. Der Körperschaftsteuersatz in Deutschland beträgt 25% (i.Vj. 25%), der Solidaritätszuschlag hierauf 5,5% (i.Vj. 5,5%). Für die Gewerbesteuer findet bei dem Klassik Radio Konzern ein durchschnittlicher Hebesatz von 455% (i.Vj. 455%) Anwendung. Daraus ermittelt sich ein kombinierter Steuersatz von 40% (i.Vj. 40%).

Die Ursachen für den Unterschied zwischen erwartetem und tatsächlichem Steuerertrag bzw. -aufwand im Konzern ermitteln sich wie folgt:

in TEUR	2005/06	2004/05
Ergebnis vor Ertragsteuern	-4	213
Konzernsteuersatz	40%	40%
Erwarteter Ertragsteuerertrag/-aufwand	-2	85
Nichtabziehbare Betriebsausgaben	15	22
Veränderung der Wertberichtigung auf aktive latente Steuern	-448	-99
Sonstiges	0	5
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-435	13

Berichterstattung zu Finanzinstrumenten

Zu den Finanzinstrumenten zählen originäre und derivative Finanzinstrumente. Die originären Finanzinstrumente umfassen auf der Aktivseite im Wesentlichen die Forderungen, die übrigen finanziellen Vermögenswerte und die flüssigen Mittel. Die übrigen finanziellen Vermögenswerte werden mit den fortgeführten Anschaffungskosten angesetzt. Auf der Passivseite enthalten die originären Finanzinstrumente im Wesentlichen die zu Anschaffungskosten bewerteten Verbindlichkeiten. Der Bestand an originären Finanzinstrumenten wird in der Bilanz ausgewiesen, die Höhe der finanziellen Vermögenswerte gibt das maximale Ausfallrisiko an. Soweit bei den finanziellen Vermögenswerten Ausfallrisiken erkennbar sind, werden diese Risiken durch Wertberichtigungen erfasst. Derivative Finanzinstrumente werden bei der Klassik Radio AG nicht eingesetzt.

Segmentberichterstattung

Die Segmentberichterstattung hat das Ziel, Informationen über die wesentlichen Geschäftsbereiche des Konzerns zur Verfügung zu stellen. Zugleich soll Einblick in die Chancen-Risiko-Struktur gewährt werden. Die Segmentierung der Unternehmensbereiche im Klassik Radio Konzern folgt der internen Steuerung und Berichterstattung. Die Steuerung des Konzerns ist auf vier operative Segmente abgestellt.

Da die Firmengruppe ausschließlich innerhalb Deutschlands tätig ist, wurde auf eine Darstellung nach geographischen Merkmalen verzichtet. Als primäres Berichtsformat werden die Unternehmensbereiche des Klassik Radio Konzerns verwendet.

Die Definition der einzelnen Segmente entspricht der Definition, wie sie auch für die Konzernsteuerung zu Grunde gelegt wird. Die Überleitung zu den entsprechenden Werten der Firmengruppe für die Segmentdaten erfolgt über die Spalte Konsolidierung. Die Umsätze innerhalb des Konzerns werden grundsätzlich nur zu marktüblichen Konditionen, wie sie auch bei Geschäften mit Konzernfremden verwendet werden, abgewickelt.

Das Segmentvermögen stellt das betriebsnotwendige Vermögen jedes Segmentes dar. Es umfasst die Sachanlagen sowie die immateriellen Vermögenswerte einschließlich Firmenwert. Hinzu kommt das Umlaufvermögen mit Ausnahme der liquiden Mittel und der Steuerforderungen und sonstiger nicht betrieblicher Vermögenswerte.

Die Segmentverbindlichkeiten umfassen die betrieblichen Verbindlichkeiten und Rückstellungen.

Ergänzend werden die durchschnittlichen Mitarbeiterzahlen zum Bilanzstichtag für das primäre Berichtsformat angegeben.

Die Segmentdaten wurden in Übereinstimmung mit den Ansatz- und Bewertungsmethoden im Konzernabschluss ermittelt. In den nicht zahlungswirksamen Aufwendungen sind vor allem die Veränderungen der Rückstellungen erfasst.

Kapitalflussrechnung

Die Kapitalflussrechnung stellt anhand von Zahlungsströmen aus laufender Geschäftstätigkeit, welche im abgelaufenen Geschäftsjahr in Höhe von TEUR 216 (i.Vj. TEUR 274) negativ war, sowie aus der Investitions- und Finanzierungstätigkeit die Veränderung der Bilanzposition „Liquide Mittel“ sowie der laufenden Bankverbindlichkeiten dar.

Dabei wird der Cash Flow aus laufender Geschäftstätigkeit indirekt anhand von Veränderungen der Bilanzpositionen ermittelt. Daraus folgt, dass eine Abstimmung der Veränderungen von Bilanzpositionen aus der Konzern-Kapitalflussrechnung, mit der Entwicklung des Konzernanlagevermögens oder mit sonstigen Anhangangaben nur eingeschränkt möglich ist.

Die Zahlungen für Ertragsteuern und Zinsen stellen sich wie folgt dar:

in TEUR	2005/06	2004/05
Geleistete Zahlungen für Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	305	242
Erhaltene Zinszahlungen	20	26
Geleistete Zinszahlungen, vermindert um die aktivierten Beträge	226	96

Der negative Cash Flow aus laufender Geschäftstätigkeit sowie der Finanzbedarf für die Investitions- und Finanzierungstätigkeit konnte den vorhandenen liquiden Mitteln entnommen werden.

Der Finanzmittelfonds beträgt am Ende der Periode TEUR 1.029 (i.Vj. TEUR 1.669).

Unternehmensgründungen und -erwerbe

Klassik Radio M&A one GmbH

Die Klassik Radio M&A one GmbH wurde im Geschäftsjahr 2005/06 gegründet. Gegenstand dieser Gesellschaft ist die Verwaltung eigenen Vermögens. Insbesondere ist es Ziel der Gesellschaft im Inland und Ausland Unternehmen aus dem Branchenumfeld zu errichten, erwerben oder sich an ihnen beteiligen.

Protone Promotion Werbeagentur GmbH

Die Klassik Radio M&A one GmbH hat am 27. Juli 2006 75% der Gesellschaftsanteile an der Protone Promotion Werbeagentur GmbH, Kiel, erworben. Das erworbene Unternehmen trug mit TEUR 477 zum Umsatz und TEUR 4 zum Gewinn des Konzerns im Zeitraum vom 1.10.2005 bis zum 30.09.2006 bei. Der Kaufvertrag enthält eine Option für den Erwerb der restlichen 25%. Die Protone Promotion Werbeagentur GmbH ist in der Vermarktung von Radioverbundwerbung tätig. Sie erwirbt von Radiosendern Werbezeitenblöcke, stückelt diese und bietet die Werbezeiten Gewerbetreibenden unter einem Dachthema zum Kauf an.

Die Angabe des Konzernumsatzes und des Konzernjahresergebnisses unter der Annahme, dass die Protone Promotion Werbeagentur GmbH bereits zu Beginn des Geschäftsjahres erworben wurde ist aus abgrenzungstechnischen Gründen nicht möglich.

Die nachfolgende Tabelle stellt die geschätzten Marktwerte der erworbenen Vermögensgegenstände und Schulden zum Erwerbszeitpunkt dar.

in TEUR	01.08.2006
Immaterielle Vermögenswerte	608
Sachanlagen	51
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	54
Übrige Forderungen und sonstige Vermögenswerte	269
Liquide Mittel	119
insgesamt erworbene Vermögenswerte	1.101
Passive latente Steuern	234
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	132
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	332
Steuerschulden	118
insgesamt übernommene Schulden	816
Minderheitenanteile	71
Erworbenes Reinvermögen	214

Die Anschaffungskosten für die 75% der Gesellschaftsanteile betragen abgezinst insgesamt TEUR 1.463. Davon entfallen TEUR 1.320 auf den Kaufpreis (abgezinst) und TEUR 143 auf direkt zurechenbare Anschaffungsnebenkosten. Da der Kaufpreis von nominal TEUR 1.350 erst am 30. April 2007 fällig ist, wurde er auf den Erwerbszeitpunkt abgezinst.

Die folgenden immateriellen Vermögenswerte, mit einer linearen Abschreibungsdauer zwischen 4 und 10 Jahren, wurden im Rahmen des Unternehmenszusammenschlusses bei der Protone Promotion Werbeagentur GmbH identifiziert und bewertet: Kundenliste, Software, Auftragsbestand und Kundenbeziehungen. Der Wert der Kundenliste wurde nach einem Marktorientierten Verfahren bewertet, die Software nach einem Kostenorientierten Verfahren, da Markt- und Einkommensorientierte Verfahren nicht angewandt werden konnten. Der Wert des Auftragsbestandes und der Kundenbeziehungen wurde jeweils nach der Residualwertmethode durch Cash Flow Bestimmung und Abzug der relevanten Capital Asset Charges bestimmt. Da in die Bewertung der Kundenbeziehungen nur Kunden einbezogen wurden, die bereits mehrmals Werbezeiten bei der Protone GmbH erworben haben, auf der anderen Seite aber ein großer Teil der Umsatzerlöse der Protone GmbH mit Kunden getätigt wird, die nicht als Stammkunden klassifiziert werden können, verbleibt ein Goodwill. Dieser beinhaltet im Wesentlichen erwartete Ergebnisbeiträge von Nicht-Stammkunden und möglichen Neukunden.

Sonstige Angaben

Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie wird in der folgenden Tabelle hergeleitet:

	30.09.2006		30.09.2005	
	unverwässert	verwässert	unverwässert	verwässert
Gesellschaftern der Klassik Radio AG zurechenbarer Jahresüberschuss in TEUR	431	431	200	200
Gewichtete Aktienzahl in Tausend	4.500	4.500	4.459	4.459
Ergebnis je Stückaktie in EUR	0,10	0,10	0,04	0,04

Das unverwässerte Ergebnis je Aktie ergibt sich aus dem den Aktionären der Klassik Radio AG zuzurechnenden Anteil am Ergebnis, dividiert durch die gewichtete durchschnittliche Anzahl der ausstehenden Aktien.

Eine Verwässerung dieser Kennzahl durch die im Geschäftsjahr ausgegebenen Aktienoptionen und genehmigtem Kapital ergibt sich nicht, weil bei den ausgegebenen Aktienoptionen die vereinbarten Erfolgsziele zum Abschlussstichtag noch nicht erfüllt sind und beim genehmigten Kapital keine Ansprüche Dritter bestehen. Damit entsprechen sich das verwässerte und das unverwässerte Ergebnis je Aktie.

Eventualschulden und finanzielle Verpflichtungen

Haftung aus der Bestellung von Sicherheiten für fremde Verbindlichkeiten

Die zum 31.12.2003 bestehenden Kreditverbindlichkeiten waren durch eine Verpflichtungserklärung zur notariellen Verpfändung sämtlicher (nominell DM 4.000.000,00) Kommanditanteile der KR Holding GmbH (ehem. Klassik AG) an der Klassik Radio GmbH & Co. KG und Verpfändung sämtlicher (nominell EUR 25.000,00) Geschäftsanteile der KR Holding GmbH (ehem. Klassik AG) an der Euro Klassik GmbH besichert. Nach Ablösung der Kredite und Übertragung auf die Muttergesellschaft Klassik Radio AG besteht dieses Haftungsverhältnis fort.

Zur Sicherung der 4. Kaufpreisrate aus dem Erwerb der Anteile der Klassik Radio GmbH & Co. KG, die zum Bilanzstichtag mit TEUR 256 valutiert, wurden Anteile der KR Holding an die Verkäufer verpfändet.

Die finanziellen Verpflichtungen aus Mietverträgen, Sendekosten, Programm-/ und Produktionskosten, sowie anderen Verpflichtungen zum 30. September 2006 sind in nachstehender Übersicht dargestellt:

in TEUR	< 1 Jahr	1-5 Jahre	> 5 Jahre
Sendekosten	929	3.414	857
Raummiete	236	613	426
Programmkosten u. Produktionen	220	0	0
Mieten BGA	21	0	0
Leasing (Operating Leasing)	13	0	0
Versicherung	10	13	0
Instandhaltung	3	5	1
	1.432	4.045	1.284

Geschäftsbeziehungen zu nahe stehenden Unternehmen und Personen

Nach IAS 24 müssen Beziehungen zu nahe stehenden Unternehmen und Personen, die den Klassik Radio Konzern beherrschen oder maßgeblich beeinflussen sowie Beziehungen zu Unternehmen, die vom Klassik Radio Konzern beherrscht oder maßgeblich beeinflusst werden, angegeben werden. Dabei ist nur über diejenigen Beziehungen und Geschäftsvorfälle zu berichten, die nicht konsolidiert sind.

Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder sind als nahe stehende Personen im Sinne des IAS 24 anzusehen.

Die Vorsitzende des Aufsichtsrates Frau Dr. Dorothee Hallerbach ist bei der Kanzlei Epple, Dr. Hörmann & Kollegen, Steuerberater, Rechtsanwälte, angestellt, welche für Klassik Radio Steuer- und Rechtsberatung erbringt. Die Geschäftsbeziehungen mit der genannten Kanzlei sind zu marktüblichen Konditionen abgeschlossen worden und unterscheiden sich nicht von den Leistungsbeziehungen mit anderen Unternehmen. Sie beliefen sich im Geschäftsjahr auf TEUR 221. Die noch zu bezahlenden Rechnungen an die Kanzlei belaufen sich zum Stichtag 30.09.2006 auf TEUR 30 und sind innerhalb eines Monats fällig.

Darüber hinaus haben mit nahe stehenden Unternehmen und Personen keine Transaktionen stattgefunden.

Organe

Der Vorstand setzte sich im Geschäftsjahr 2005/06 wie folgt zusammen:

Herr Ulrich R.J. Kubak, Kaufmann, Augsburg (Vorsitzender)

Herr Christian Erhard, Kaufmann, Königstein i.T.

Herr Wolfgang Maennel, Kaufmann, Bad Soden a.T. (seit 01. Juni 2006)

Der Aufsichtsrat setzte sich im Geschäftsjahr 2005/06 gemäß § 9 der Satzung aus drei Mitgliedern zusammen:

Frau Dr. Dorothee Hallerbach, Rechtsanwältin (Vorsitzende)

Herr Philippe von Stauffenberg, Kaufmann (stellvertretender Vorsitzender)

Herr Dr. Reinhold Schorer, Rechtsanwalt

Herr Philippe von Stauffenberg ist auch Mitglied im Board of Directors bei:

- Mood Media SA (L)

- Salford (UK)

Angabe von Bezügen

Für die Wahrnehmung der Aufgaben des Vorstandsvorsitzenden im Mutterunternehmen und den Tochterunternehmen erhielt Herr Ulrich R.J. Kubak ein Fixum in Höhe von TEUR 252 (i.Vj. TEUR 252) und Nebenleistungen in Höhe von TEUR 10 (i.Vj. TEUR 10).

Herr Christian Erhard erhielt für die Wahrnehmung seiner Vorstandsaufgaben ein Fixum von TEUR 120 (i.Vj. TEUR 85), eine variable Vergütung in Höhe von 71 (i.Vj. TEUR 11) sowie Nebenleistungen in Höhe von TEUR 18 (i.Vj. TEUR 13). Darüber hinaus wird Herrn Christian Erhard ein Bezugsrecht innerhalb des Aktienoptionsprogramms, nach den unten ausgeführten Bedingungen, auf 50.000 Stückaktien gewährt.

Seit der Bestellung am 01. Juni 2006 erhielt der Vorstand Herr Wolfgang Maennel für die Wahrnehmung der Aufgaben im Mutterunternehmen und Tochterunternehmen ein Fixum in Höhe von TEUR 50 und Nebenleistungen in Höhe von TEUR 3. Weiterhin wurde ein Bezugsrecht innerhalb des Aktienoptionsprogramms, nach den unten ausgeführten Bedingungen, auf 50.000 Stückaktien gewährt.

Für den Aufsichtsrat wurden für das Geschäftsjahr 2005/06 Bezüge in Höhe von TEUR 15 zurückgestellt.

Mit nahe stehenden natürlichen Personen des Managements in Schlüsselpositionen sowie deren nächsten Familienangehörigen haben keine Transaktionen stattgefunden.

Aktienoptionsplan

Um den Führungskräften des Konzerns und sonstigen Leistungsträgern mit Mitbewerbern vergleichbare attraktive Rahmenbedingungen und zielorientierte Motivationsanreize bieten zu können, hat die Klassik Radio AG im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Aktienoptionsplan 2006 (AOP) aufgelegt, dessen Bezugsrechte zum Bezug von bis zu 450.000 auf den Namen lautenden nennwertlosen Stückaktien berechtigen.

Die Bezugsrechte können nach Ablauf der Wartezeit von 2 Jahren nur ausgeübt werden, wenn das arithmetische Mittel der Schlusskurse der Klassik Radio AG im XETRA - Handel an der Frankfurter Wertpapierbörse an den letzten fünf Handelstagen vor dem Tag der Ausübung den Ausübungspreis, der dem arithmetische Mittel der Schlusskurse im XETRA - Handel an den letzten fünf Börsentagen vor Ausgabe der jeweiligen Option entspricht, um mindestens 25% übersteigt. Im Geschäftsjahr 2005/06 wurden drei Tranchen des Aktienoptionsplans (171.400 Bezugsrechte) an Vorstand, Geschäftsführer und Mitarbeiter ausgegeben.

Die Bezugsrechte der drei Tranchen wurden mit einem Binomialmodell bewertet. Im Modell wurde frühzeitige Ausübung in allen Fällen angenommen, in denen der Aktienkurs zum Ausübungszeitpunkt mindestens 200% des Ausübungspreises entspricht. Ferner wurde eine Fluktuationsrate von 3% p.a. berücksichtigt. Folgende Parameter sind in die jeweilige Bewertung der Bezugsrechte eingeflossen:

Tranche	2006/I	2006/II	2006/III
Grant Date	01.06.2006	09.06.2006	07.09.2006
Ausübungspreis	6,50	6,60	6,99
Schlusskurs Klassik Radio	6,95	6,30	6,95
Dividendenrendite	0,00%	0,00%	0,00%
Zinssatz	3,68%	3,61%	3,64%
Volatilität Klassik Radio	45,32%	45,36%	45,84%
Fair Value	2,92	2,44	2,79

	2005/06	
	Anzahl Optionen	gewichteter durchschnittlicher Ausübungspreis in EUR
Ausstehend zum Beginn des Geschäftsjahrs	0	-
Im Geschäftsjahr gewährt	171.400	6,61
Im Geschäftsjahr entzogen	0	-
Ausgeübt während des Geschäftsjahrs	0	-
Im Geschäftsjahr verfallen	0	-
Ausstehend zum Ende des Geschäftsjahrs	171.400	6,61
Ausübbar zum Ende des Geschäftsjahrs	0	-

Die Schätzungen für die erwartete Volatilität wurden aus der historischen Aktienkursentwicklung der Klassik Radio AG vom Tag der Erstnotierung bis zum jeweiligen Grant Date abgeleitet. Im Geschäftsjahr 2005/06 ergab sich ein Personalaufwand aus Aktienoptionen in Höhe von TEUR 69.

Angabe gemäß § 160 Abs. 1 Nr. 8 AktG

Meldung nach § 15a sowie 25 WpHG	Stand September 2006		Stand September 2005	
	EUR	%	EUR	%
Ulrich Kubak	3.013.600	66,97%	3.003.600	66,75%
ABSOLUTE RETURN EUROPE FUND, Cayman Islands	keine Angabe	> 10%	593.363	13,19%
EUROPEAN CATALYST FUND LIMITED, Cayman Islands	keine Angabe	> 5%	296.637	6,59%
INVEST Unternehmensbeteiligungs AG, Linz	keine Angabe	< 5%	255.320	5,67%
Philippe Graf von Stauffenberg	keine Angabe	< 5%	106.400	2,36%
Streubesitz	Keine Angabe	> 5%	244.680	5,44%
Grundkapital	4.500.000	100,00%	4.500.000	100,00%

Honorar des Abschlussprüfers

Die Honorare für die Abschlussprüfung belaufen sich auf TEUR 93 (i.Vj. TEUR 167). Sonstige Bestätigungs- und Bewertungsleistungen wurden mit TEUR 2 (i.Vj. TEUR 14) und sonstige Leistungen mit TEUR 108 (i.Vj. TEUR 27) in Rechnung gestellt.

Corporate Governance

Auf Grundlage der Empfehlungen der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex und den geltenden gesetzlichen Bestimmungen gemäß § 161 AktG haben der Vorstand und der Aufsichtsrat im Januar 2006 eine Entsprechenserklärung abgegeben und im Internet (www.klassikradioag.de) dauerhaft zugänglich gemacht.

Chancen- und Risikomanagement

Im Rahmen seiner Geschäftstätigkeit ist der Klassik Radio Konzern verschiedenen Risiken ausgesetzt. Das konzernübergreifende Chancen- und Risikomanagement ist auf die Veränderungen des Marktumfeldes, im besonderen Werbemarkt und Handel, fokussiert. Es zielt darauf ab, potenziell negative Auswirkungen auf die Finanzlage des Konzerns zu minimieren und gleichzeitig Chancen aufzugreifen.

Ergebnisse nach dem Bilanzstichtag

Nach Ablauf des Geschäftsjahres 2005/06 haben sich keine Vorgänge von besonderer Bedeutung ereignet, die für den Konzernabschluss von wesentlicher Bedeutung sind und zu einer veränderten Beurteilung des Konzerns führen könnten.

Augsburg, 30. November 2006

Ulrich R.J. Kubak
Vorstandsvorsitzender

Christian Erhard
Vorstand

Wolfgang Maennel
Vorstand

Entwicklung des Konzernanlagevermögens
für die Zeit vom 1. Oktober 2005 bis 30. September 2006

	Anschaffungs- und Herstellungskosten						Kumulierte Abschreibung			Buchwert	
	Zugänge aus		Umbuchung	Abgänge	30.09.2006	01.10.2005	Alfa des Gj	Abgänge	30.09.2006	30.09.2006	30.09.2005
	01.10.2005	Zukauf									
I. Immaterielle Vermögenswerte											
1. Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	367	608	125	0	24	1.076	234	90	24	300	776
2. Firmenwert	5.000	1.249	0	0	0	6.249	0	0	0	0	6.249
	5.367	1.857	125	0	24	7.325	234	90	24	300	7.025
											5.133
II. Sachanlagen											
1. Einbauten in fremde Gebäude	4	0	125	13	0	142	3	9	0	12	130
2. Technische Anlagen	98	0	0	0	0	98	98	0	0	98	0
3. Betriebs- und Geschäftsausstattung	620	51	179	0	78	772	509	62	64	507	265
4. Anlagen im Bau	13	0	0	-13	0	0	0	0	0	0	0
	735	51	304	0	78	1.012	610	71	64	617	395
	6.102	1.908	429	0	102	8.337	844	161	88	917	7.420
											5.258

Entwicklung des Konzernanlagevermögens
für die Zeit vom 1. Oktober 2004 bis 30. September 2005

	Anschaffungs- und Herstellungskosten			Kumulierte Abschreibung			Buchwert	
	1.10.2004 TEUR	Zugänge TEUR	Abgänge TEUR	30.09.2005 TEUR	01.10.2004 TEUR	Abgänge TEUR	30.09.2005 TEUR	30.09.2004 TEUR
I. Immaterielle Vermögenswerte								
1. Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	733	107	473	367	668	36	133	65
2. Firmenwert	5.000	0	0	5.000	0	0	5.000	5.000
	5.733	107	473	5.367	668	36	5.133	5.065
II. Sachanlagen								
1. Einbauten in fremde Gebäude	2	2	0	4	2	1	1	0
2. Technische Anlagen	98	0	0	98	96	2	0	2
3. Betriebs- und Geschäftsausstattung	565	100	45	620	461	73	111	104
4. Anlagen im Bau	0	13	0	13	0	0	13	0
	665	115	45	735	559	76	125	106
	6.398	222	518	6.102	1.227	112	5.258	5.171

Segmentberichterstattung Klassik Radio Konzern per 30. September 2006

	Radiosender		Syndication		Merchandising/ Vertrieb		Nachrichten-agentur		Summe Segmente		Holding, Sonstige Konsolidierung		Konzern	
	2005/06 TEUR	2004/05 * TEUR	2005/06 TEUR	2004/05 TEUR	2005/06 TEUR	2004/05 TEUR	2005/06 TEUR	2004/05 TEUR	2005/06 TEUR	2004/05 TEUR	2005/06 TEUR	2004/05 TEUR	2005/06 TEUR	2004/05 TEUR
Umsatzerlöse	5.791	4.227	3.214	3.274	4.156	2.720	196	189	13.357	10.410	-2.345	-1.406	11.012	9.004
- davon mit Dritten	5.123	4.153	3.095	3.255	2.603	1.431	191	173	11.012	9.012	-2.345	-8	11.012	9.004
- davon mit anderen Segmenten	668	74	119	19	1.553	1.289	5	16	2.345	1.398	-13	-1.398		
Sonstige Erträge	228	549	26	83	47	24	2	1	303	657	68	-20	290	637
- davon mit Dritten	157	484	22	71	58	13	1	1	238	569	-79	-86	306	549
- davon mit anderen Segmenten	71	65	4	12	3	11	1		79					
Aufw. für Sendebetr./Programm und verkaufte Produkte	-2.956	-1.699	-2.254	-2.274	-1.202	-669	-24	-33	-6.436	-4.675	1.490	479	-4.946	-4.196
Personalaufwand	-492	-516	-304	-492	-934	-627	-92	-85	-1.822	-1.571	-1.107	-688	-2.929	-2.259
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-2.066	-2.603	-601	-585	-2.111	-885	-55	-50	-4.833	-4.123	1.672	1.371	-3.161	-2.752
- davon nicht zahlungswirksame Aufwendungen	-311	-123	-437	-220	-194	-60	-11	-10	-953	-413	-353	-154	-1.306	-567
EBITDA	505	-42	81	155	-44	563	27	22	569	698	-303	-264	266	434
Abschreibungen	-51	-60	-6	-10	-52	-7	-3	-8	-112	-85	-49	-27	-161	-112
Operatives Ergebnis (EBIT)	454	-102	75	145	-96	556	24	14	457	613	-352	-291	105	322
Finanzergebnis	-1	-17	20	52	39	37	1	1	59	73	-168	-182	-109	-109
Steuern	344	196	-20	-86	123	-113	-10	-6	437	-9	-2	-4	435	-13
Jahresüberschuss/-fehlbetrag	797	77	75	111	66	480	15	9	953	677	-522	-477	431	200
Investitionen (ohne Finanzanlagen)	110	69	21	3	669	35	10	3	830	110	258	114	1.088	224
Bruttovermögen = Bilanzsumme	2.226	1.093	1.614	1.924	9.436	1.475	107	73	13.383	4.565	-1.956	4.173	11.427	8.738
- Übrige langfristige finanzielle Vermögenswerte	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	89	88	89	88
- Aktive latente Steuern	541	196	87	89	111	0	0	4	739	289	2	4	741	293
- Finanzforderungen/liquide Mittel	123	8	100	739	399	103	85	41	707	891	369	778	1.076	1.669
- Steuererstattungsansprüche	0	0	0	0	19	0	0	0	19	0	23	19	42	19
Segmentvermögen	1.562	889	1.427	1.096	8.907	1.372	22	28	11.918	3.385	-2.439	3.284	9.479	6.669
Gesamtschulden = Bilanzsumme abzüglich Eigenkapital	1.163	827	1.159	1.544	1.961	383	45	26	4.328	2.780	2.709	2.139	7.037	4.919
- Kurz- und langfristige Finanzverbindlichkeiten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.589	1.292	1.589	1.292
- Passive latente Steuern	0	0	0	0	222	0	0	0	222	0	0	0	222	0
- Steuerverbindlichkeiten	27	39	66	132	149	229	18	6	262	406	21	23	283	429
Segmentsschulden	1.136	788	1.091	1.412	1.590	154	27	20	3.844	2.374	1.099	824	4.943	3.198
durchschnittliche Mitarbeiterzahl	11,6	10,9	5,3	6,2	19,0	11,2	3,9	3,6	39,9	31,9	11,4	9,0	51,2	40,9

* Imweilte sonstigen betrieblichen Aufwendungen waren Provisionen in Höhe von TEUR 604 ausgewiesen welche im Geschäftsjahr 2005/06 unter den Aufwendungen für Sendebetr./Programm und verkaufte Produkte ausgewiesen werden

Lagebericht und Konzernlagebericht der Klassik Radio AG für das Geschäftsjahr 2005/06

Highlights 2005/06

- Umsatzerlöse um 22,3% auf TEUR 11.012 gestiegen
- Konzernjahresüberschuss um 115,5% auf TEUR 431 gesteigert
- Reichweite im Radiosender um 29,4% auf knapp 1,3 Millionen Hörer pro Tag gestiegen
- Starkes Wachstum bei Radiosender und Merchandising
- Erste Akquisition: Radiovermarkter
- Gewinnung von vier neuen UKW-Frequenzen im Radiosender
- Erfolgreicher Start der Konzertreihe „Klassik Radio in concert – Die große Welt der Filmmusik“

Die Konzerttournee 2006 - Impressionen

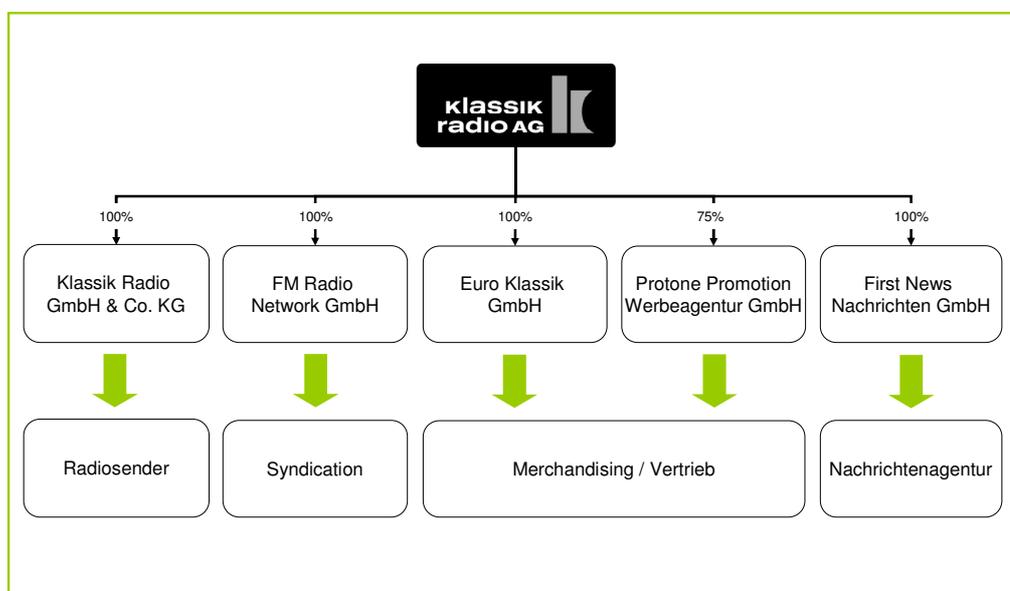


I. Geschäftstätigkeit

Die Klassik Radio AG ist Deutschlands einzige börsennotierte Radio-Holding. Sie ist seit dem 15. Dezember 2004 an der Börse notiert und wird im geregelten Markt in Frankfurt (General Standard) sowie im Freiverkehr in Berlin-Bremen, München und Stuttgart gehandelt.

Mit dem Fokus auf das Medium Hörfunk befinden sich unter ihrem Dach der größte deutsche nationale Sender Klassik Radio, der Vermarktungsbereich Euro Klassik, der Anbieter für Sonderwerbeformen im Hörfunk FM RADIO NETWORK, die Unterhaltungsnachrichtenagentur FIRST NEWS sowie der Verbundwerbungsspezialist Protone.

Die Klassik Radio AG



Die Tochtergesellschaften bilden jeweils ein Segment der Geschäftstätigkeit der Klassik Radio AG ab. Die Segmente umfassen: Radiosender, Syndication, Merchandising/Vertrieb und Nachrichtenagentur. Ergänzt wird das Segment Vertrieb seit dem 01. August 2006 um eine weitere Tochtergesellschaft, Protone Promotion Werbeagentur GmbH, tätig in der telefongestützten Vermarktung von Radioverbundwerbung. Diese ist im Segment Merchandising/Vertrieb abgebildet. Der Erwerb von zunächst 75% wurde am 27. Juli vertraglich fixiert, die Konsolidierung erfolgt seit dem 01. August 2006.

Klassik Radio AG – Fokus auf das Medium Hörfunk



Radiosender: Der Sender Klassik Radio erreicht mit seinem einzigartigen Premiumformat bestehend aus den großen Hits der Klassik, einem Mix aus Filmmusik, abendlichen „New Classics“ und Lounge Musik, eine für die Werbewirtschaft sehr attraktive, einkommensstarke Zielgruppe von täglich 1,26 Millionen Hörern. Klassik Radio verfügt bundesweit über 37 terrestrische UKW Frequenzen in den Ballungsräumen und ist deutschlandweit per Kabel, europaweit über Satellit und weltweit im Internet zu empfangen. Allein in den letzten 12 Monaten konnte die Hörerschaft um 29,4% gesteigert werden.

Syndication: FM RADIO NETWORK bietet außergewöhnliche Sonderwerbformen auf bundesweiten Netzen von führenden Hörfunk-Stationen an. Das sind Radioprogramme, die mehr bewegen als herkömmliche Funk-Kombis, außerhalb der Werbeblöcke laufen und von FM RADIO NETWORK produziert werden. Bekannte Beispiele sind das „Bundesliga Radio mit Franz Beckenbauer“, „Die wahre Geschichte“ und die „Hollywood Affairs“. Täglich bis zu 100 Radiostationen im gesamten deutschsprachigen Europa werden mit hochwertigen und sendefertigen Radioprogrammen beliefert. Allein in Deutschland hören jede Woche mehr als sechs Millionen Menschen FM RADIO NETWORK Programme.

Merchandising/Vertrieb: Die Vermarktung von Klassik Radio unter der Firmierung Euro Klassik nutzt die Kraft der Marke „Klassik Radio“ und baut sie weiter aus. Die eigene Vermarktungsgesellschaft sichert den direkten Kundenzugang und vermarktet im Key Account-Ansatz erfolgreich die Werbeflächen des Senders Klassik Radio und FM RADIO NETWORK. Die neu im August 2006 hinzugekommene Protone Promotion Werbeagentur mit Sitz in Kiel ist der größte deutsche Anbieter von Verbundwerbung im Radio. Gegründet 1987, arbeitet Protone mit einer Vielzahl von Radiosendern zusammen. Dabei entwickelt und vermarktet Protone

Verbundwerbeflächen für kleine Unternehmen und bietet ihnen eine preisgünstige Möglichkeit des Einstiegs in die Radiowerbung.

Neben der klassischen Vermarktung von Werbezeiten eröffnet die Euro Klassik über ihr Merchandising neue Erlösquellen in den Bereichen Musik, Konzertveranstaltungen und Touristik. Der im abgelaufenen Geschäftsjahr neu kreierte Shopbereich deckt heute bereits über 60% des Bestellvolumens ab. Mit dem Start einer Filmmusikreihe im September 2006 wurde vor ausverkauften Häusern in Hamburg und Berlin die Veranstaltungsreihe von insgesamt 12 Konzerten erfolgreich gelauncht.

Nachrichtenagentur: FIRST NEWS ist die größte und leistungsfähigste Unterhaltungsnachrichtenagentur im deutschsprachigen Raum, die täglich über 75 Radiostationen, Fernsehsender und Online-Dienste mit topaktuellen News in Text, Ton und Bild beliefert. FIRST NEWS wurde 1993 gegründet, um aus einer Hand und in verlässlicher Qualität den immer größer werdenden Bedarf vieler Radiostationen und Medienhäuser an Unterhaltungsinhalt zu decken.

II. Geschäfts- und Rahmenbedingungen im abgelaufenen Geschäftsjahr

Die Klassik Radio AG ist hinsichtlich ihrer Entwicklung von der wirtschaftlichen Entwicklung im allgemeinen und der Entwicklung des Radio- und Werbemarktes sowie des Handels im besonderen abhängig.

Wirtschaftliches Umfeld

Die deutsche Wirtschaft ist 2006 auf den Wachstumspfad zurückgekehrt. Das reale Bruttoinlandsprodukt steigt, das Vertrauen der Verbraucher wächst, die Konsumneigung nimmt zu und die Zuversicht der Unternehmen ist so groß wie seit den frühen neunziger Jahren nicht mehr. Die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2006 sorgte für einen Umschwung in der Wirtschaft und das gute Abschneiden der deutschen Mannschaft für einen Stimmungswandel in der Bevölkerung. Für die nächsten Jahre wird zwar kein schnelles wirtschaftliches Wachstum erwartet, aber es wird von einer Steigerung des realen Bruttoinlandsproduktes von jährlich über einem Prozent ausgegangen.

(Hörfunk-)Werbemarkt

In der Regel reagiert die Unterhaltungs- und Medienbranche auf konjunkturelle Schwankungen volatiler als die Gesamtwirtschaft. In Phasen des Aufschwungs wächst die Unterhaltungs- und Medienbranche stärker als die Gesamtwirtschaft, während ihre Wachstumsrate in Phasen des Abschwungs stärker abnimmt als die der Gesamtwirtschaft. (Quelle: German Entertainment and Media Outlook 2006-2010).

Im Gesamtwerbemarkt spiegelt sich in 2006 diese Entwicklung bislang wider. Das Wachstum der klassischen Medien zeigte 5,1% in den ersten drei Quartalen (Quelle: Nielsen Media Research), nach 4,7% im Vorjahresvergleichszeitraum. Nach dem Boom des effizienten und preiswerten Impulsmediums Radio in 2005 mit einem Zuwachs von 19,7% und 6,3% Anteil am Gesamtwerbemarkt kann Radio in den ersten drei Quartalen 2006 immer noch 6,0% des Werbemarktes für sich vereinnahmen. Das hohe Vorjahresniveau wurde nochmals um 0,7% übertroffen, wenngleich die anderen Mediengattungen Print, TV und Plakat den Vorsprung des letzten Jahres aufgeholt haben. Die Werbeeinnahmen, welche von den Radiosendern erzielt wurden, stiegen in den ersten neun Monaten des Jahres 2006 auf 840 Millionen Euro (Quelle: Nielsen Media Research).

Vom Internet abgesehen war der Hörfunk in den vergangenen zwei Jahren das am schnellsten wachsende Werbemedium in Deutschland. 2004 und 2005 expandierten die gesamten Ausgaben für Hörfunkwerbung um 14,7%. 2005 nahmen sie um 7,4% gegenüber dem Vorjahr zu und zwar auf 664 Millionen Euro – dem höchstem Stand seit 2001. Der neuerliche Aufschwung ist zum einen darauf zurückzuführen, dass Werbung im Hörfunk weniger kostet als in anderen Medien.

Zum anderen hat der Hörfunk eine höhere Empfängerichte. Beide Faktoren ermöglichen potenziellen Kunden eine relativ kostengünstige Verbreitung ihrer Werbebotschaften. Außerdem zeigte die gesamtwirtschaftliche Entwicklung in den vergangenen zwei Jahren Anzeichen eines Aufschwungs, welcher der Hörfunkwerbung weiteren Auftrieb gab (Quelle: German Entertainment and Media Outlook: 2006-2010).

Die durchschnittliche Radiohördauer pro Tag ist nach einem Spitzenwert von 205 Minuten im Jahr 2001 kontinuierlich bis auf 196 Minuten im Jahr in 2005 gefallen. Trotz dieses Rückgangs verbringt der Mediennutzer immer noch mehr Zeit mit Radiohören als mit jedem anderen Medium. Denn als mobiles Medium erlaubt das Radio eine Parallelnutzung, etwa beim Autofahren. Diese Spitzenposition macht Hörfunk für die Werbekunden weiterhin attraktiv.

Handel

Der Einzelhandel erwartet 2006 ein nominales Umsatzplus von 0,75% (Quelle: Hauptverband des Deutschen Einzelhandels). Das ist real betrachtet nichts anderes als Nullwachstum. Die reinen Internet-pure-player hingegen legten 19,8% zu. Wachstumsmotor für alle Versender ist nach wie vor der Bereich E-Commerce. In 2006 wird der Internethandel 26,3 Milliarden Euro erwirtschaften. Trotz seines Wachstums liegt der Umsatzanteil des E-Commerce am gesamten Einzelhandelsumsatz nur bei etwa drei Prozent.

Das Internet ist aus den Bestellprozessen des deutschen Handels nicht mehr wegzudenken. Der enorme Boom aus den letzten Jahren wird sich auch in 2006 und 2007 fortsetzen. Haben im Jahr 2001 erst 12,5 Mio. Menschen Waren über das Internet bestellt, waren es im Jahre 2005 bereits 24,8 Mio. Menschen. Dieser Trend schreibt sich auch für das Jahr 2006 fort. Nach einer Studie des Bundesverbandes des deutschen Versandhandels werden 2006 (und anzunehmen auch in 2007) knapp 40% aller Bestellungen in Deutschland über das Internet erfolgen (Quelle: Hauptverband des Deutschen Versandhandels).

Entwicklung bei den Tochtergesellschaften der Klassik Radio AG

Radiosender: Das Geschäftsjahr 2005/06 der **Klassik Radio GmbH & Co. KG** verdeutlicht in vielen Bereichen das große Potential und die einzigartige Positionierung der Marke Klassik Radio. So konnte auf der einen Seite die Reichweite des Senders um fast 30% ausgebaut werden und gleichzeitig eine Reihe von renommierten Werbepartnern neu für Klassik Radio gewonnen werden. Die äußerst positive Programmarbeit mit der Aufnahme der „Schönsten Filmmusik“ von Montag bis Sonntag zwischen 18h und 20h brachte auch viele etwas weniger klassik-affine Hörer an Klassik Radio heran. Die Filmmusik erweist sich als idealer Einstieg in die klassische Musik und unterstützt die Verbreiterung der für die Werbeindustrie sehr attraktiven und einkommensstarken Hörserschaft.

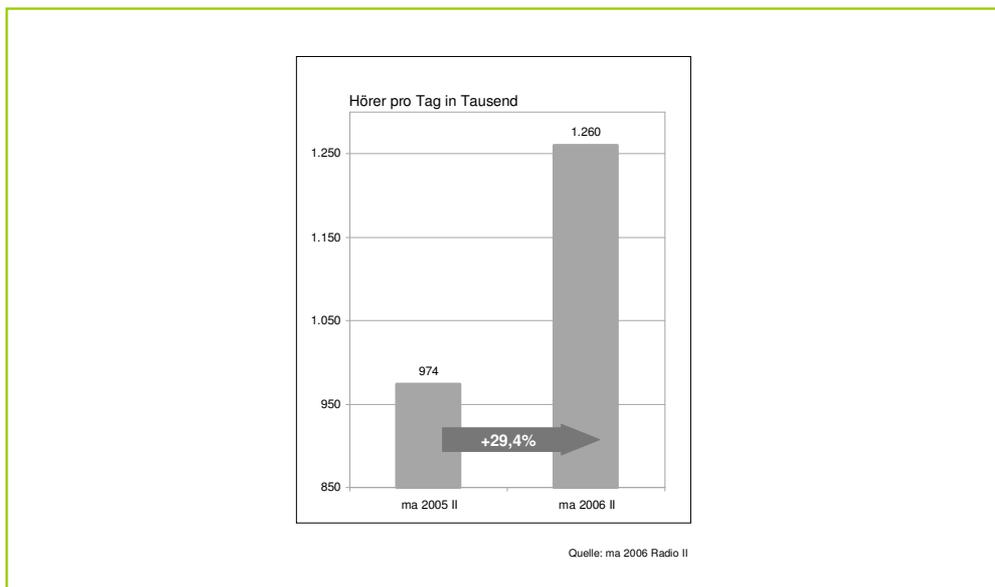
Um 40,8% konnte Klassik Radio 2005/06 die Anzahl der Kunden steigern



Stand: 30.09.2006

Gemäß der media-analyse 2006 Radio II hat sich die Tagesreichweite von Klassik Radio mit 29,4% im Vergleich zum Vorjahr deutlich erhöht. Die Zahl der Hörer pro Tag liegt für den Sender in Deutschland nun bei 1.260.000 (i. Vj. 974.000); in der durchschnittlichen Stunde (Montag bis Samstag 6-18 Uhr) schalten 170.000 den Sender ein (i. Vj. 143.000). Der weiteste Hörerkreis (alle Personen, die innerhalb der letzten 14 Tage Klassik Radio gehört haben) liegt damit jetzt bei eindrucksvollen 3.298.000 Personen. Bemerkenswert ist auch, dass dieses Ergebnis ohne die sonst eingesetzten aufwendigen off-air Werbeaktionen erreicht werden konnte, sondern nur mit Hilfe eines überzeugenden Programmes.

29,4% mehr Einschaltquote konnte Klassik Radio alleine in den letzten 12 Monaten erzielen



Die Regionalisierung des nationalen Mantelprogrammes in den Metropolen Berlin und Hamburg wurde durch eine weitere Genehmigung der Landesmedienanstalt in Bayern erweitert. Die daraufhin begonnene Vermarktung hat 2005/06 bereits sehr positiv zum Jahresergebnis beigetragen.

Darüber hinaus wurden Klassik Radio in Hessen drei neue UKW Frequenzen zugesprochen, die sich derzeit in der technischen Aufschaltung befinden. Auch erteilte die niedersächsische Landesmedienanstalt in Hannover dem Sender eine UKW Frequenz. Dieses Urteil ist jedoch durch den Einspruch zweier Mitbewerber vorläufig ausgesetzt. Sobald das Urteil jedoch Rechtskraft erlangt hat, werden wir auch dort mit der Regionalvermarktung beginnen. Klassik Radio verfügt weiterhin über die größte nationale Abdeckung aller privaten Radiostationen.

Syndication: Im Markt der klassischen Hörfunk-Syndication bewegt sich FM RADIO NETWORK mit den reichweitenstarken Produkten wie „Bundesliga Radio“ und „Hollywood Affairs“ noch immer nahezu alleine. Einen Vorstoß in diesen Bereich hat 2006 die RTL Radiovermarktung in Berlin unternommen, indem sie zur Fußball-WM bundesweit Radiostationen für die Übertragungsrechte lizenziert und im Rahmen dessen auf diesen Netzen Contents als Vermarktungsplattformen geschaffen hat. RTL nutzt in diesem Zuge den Zugang zu den Stationen, an denen die RTL Group beteiligt ist und kann sich daher nicht ganz so frei im Privatfunk-Markt bewegen wie FM RADIO NETWORK GmbH, was letztere deutlich flexibler gegenüber Werbekunden macht.

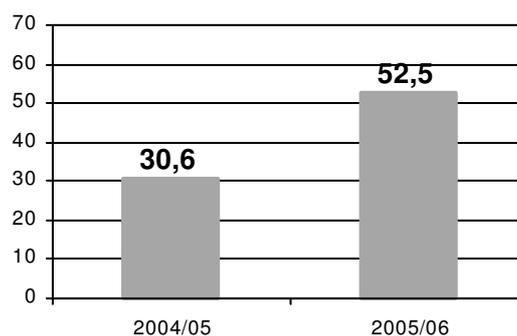
Im Vordergrund des Geschäftsjahres 2005/06 stand bei FM RADIO NETWORK die Umsetzung des Formats "Täglich Beckenbauer!" zur Fußball-Weltmeisterschaft und leistete gleichzeitig den höchsten Umsatzbeitrag. Für „Hollywood Affairs“ konnte mit dem TV-Sender Tele 5 ein neuer

zusätzlicher Werbepartner gewonnen werden. Maßgeschneiderte Lösungen für Werbetreibende im Bereich Promotion konnten beispielsweise mit ebay umgesetzt werden. Um diesem weiter wachsenden Anspruch im Markt für individuelle Maßnahmen in Zukunft gerecht zu werden, ist der Vertrieb in diese Richtung ausgebaut und noch stärker ausgerichtet worden. Das Angebot konnte sich im laufenden Geschäftsjahr noch nicht so deutlich wie geplant durchsetzen, für 2006/07 gibt es allerdings bereits positive Signale. Zum Ende des Geschäftsjahres ist es außerdem gelungen, eine Kooperations-Vereinbarung mit der ProSiebenSAT.1-Gruppe in Höhe von 9 Mio. Euro zu schließen, die eine wichtige Grundlage für das kommende Geschäftsjahr bildet. Damit ergeben sich für 2006/07 drei Säulen: Das klassische Syndication-Geschäft mit Produkten wie Personalities und „Hollywood Affairs“, der Bereich Promotion für individuelle Werbelösungen sowie die Vermarktung der TV-Werbezeiten an Kooperations-Partner sowie der damit verbundene Einkauf der Radiowerbezeiten für die Sender der ProSiebenSAT.1-Gruppe.

Merchandising: Die Euro Klassik GmbH bewegt sich mit dem Geschäftsfeld „Merchandising“ grundsätzlich im stagnierenden Handelsumfeld. Allerdings ist es im abgelaufenen Geschäftsjahr erfolgreich gelungen, die Internet-Plattform zu etablieren. Bereits über 60% des Bestellvolumens werden über diesen Kanal abgedeckt.

Die Klassik Radio-programmnahmen CD-Eigenprodukte wie Zeit zum Entspannen, Filmmusik und Lounge sind weiterhin die stärksten Umsatzträger des Bereiches. Neu aufgenommen wurde im Buchbereich „Die wahre Geschichte“, welche im Abo-Modell ein seit Jahren erfolgreiches Radioformat von FM RADIO NETWORK aufgreift. Band I-III wurden bereits in 2005/06 veröffentlicht, die Reihe wird auch im folgenden Jahr fortgesetzt.

Anzahl verkaufte Einheiten in Tsd.



Eine weitere Umsatz- und Ertragssäule wurde in 2005/06 mit Events im Premiumsegment in 2005/06 neu aufgebaut. Im September 2006 startete erfolgreich die Konzertreihe „Klassik Radio in concert – Die große Welt der Filmmusik“ mit Konzerten in Hamburg und Berlin. In der Konzertreihe sind insgesamt 12 Konzerte bis April 2007 in 9 deutschen Städten geplant. Die Hamburger Symphoniker unter Leitung von Dirigent Frank Strobel konnten für die Tournee

gewonnen werden. Mit dem Schritt in die Konzertveranstaltung wird konsequent und logisch die Wertschöpfung der Marke Klassik Radio erweitert.

Vertrieb: Ein wesentlicher Fortschritt wurde bei der Umsetzung der Vertriebsstrategie erzielt. So konnte die Selbstvermarktungskapazität durch zusätzliche regionale und nationale Verkäufer weiter gestärkt werden. Das Vertriebssteuerungssystem erlaubt nun zielgenaue Marketingaktionen, um Entscheider und Beeinflusser bei Werbetreibenden und Mediaagenturen individuell zu betreuen. Regelmäßige Verkäuferschulungen und eine bessere Organisation dieses Bereiches erhöhen zusätzlich die Effizienz über den reinen numerischen Anstieg der Verkäufer hinaus. Die regelmäßige Betreuung der Top-Entscheider trägt Früchte.

Die Klassik Radio AG hat über die Klassik M & A one GmbH Ende Juli 2006 zunächst 75% der Anteile, mit einer Option auf weitere 25% der Protone Promotion Werbeagentur GmbH, erworben. Die Protone Promotion Werbeagentur GmbH, gegründet 1987, mit Büros in Kiel und Dresden, hat sich erfolgreich auf den telefongestützten Vertrieb von Radioverbundwerbung spezialisiert. Der Erwerb ist die konsequente Umsetzung der Wachstums- und Vertriebsstrategie der Klassik Radio AG. Mit dem Zugang zu dem Segment kleinerer Werbekunden wird in vertikaler Wertschöpfung die Kundenbasis und damit das Vertriebspotential erweitert.

Nachrichtenagentur: Die kleine, aber feine Tochtergesellschaft konnte in 2005/06 weitere 21 Kunden gewinnen und hatte mit Ablauf des Geschäftsjahres 2005/06 einen Kundenstamm von 75 Radiostationen, TV-Stationen und Online-Diensten. FIRST NEWS GmbH hat sich als Nachrichten-Provider im deutschen Markt weiter erfolgreich etabliert.

III. Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Konzerns

Ertragslage des Klassik Radio Konzerns

	1.10.2005- 30.9.2006	1.10.2004- 30.9.2005	Ergebnis- veränderung
	TEUR	TEUR	TEUR
Umsatzerlöse	11.012	9.004	2.008
Sonstige betriebliche Erträge	290	637	-347
Aufwendungen für Sendebetrieb und Programmdurchführung, für Honorare und Lizenzen und für verkaufte Produkte	-4.946	-4.196	-750
Personalaufwand	-2.929	-2.259	-670
Abschreibungen	-161	-112	-49
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-3.161	-2.752	-409
Zinsergebnis	-109	-109	0
Ergebnis vor Ertragsteuern	-4	213	-217
Steuern vom Einkommen und Ertrag	435	-13	448
- davon latente Steuern	460	141	319
Jahresüberschuss	431	200	231

Mit Umsatzerlösen in Höhe von TEUR 11.012 übertrifft der Klassik Radio Konzern den Vorjahreswert um 22%. Die positive Entwicklung gegenüber Vorjahr resultiert insbesondere aus den Bereichen Radio und Merchandising sowie der Erstkonsolidierung der Umsätze der Protone Promotion Werbeagentur GmbH mit TEUR 477 für die Monate August und September 2006. Die sonstigen betrieblichen Erträge von TEUR 290 enthalten Wertberichtigungs- und Rückstellungsaufhebungen, der Vorjahreswert enthielt im Wesentlichen einmalige Erträge aus periodenfremden VG Media Erstattungen in Höhe von TEUR 268. Kostenseitig schlägt sich die Erstkonsolidierung der Protone in allen Positionen erstmalig mit dem Zwei-Monatswert nieder. Neu hinzugekommene Frequenzen sowie erhöhter Wareneinsatz aufgrund des gestiegenen Merchandising-Umsatzes erhöhen die Aufwendungen für Sendebetrieb und Programmdurchführung, für Honorare und Lizenzen und für verkaufte Produkte. Daneben sind erhöhte Personalaufwendungen im Vertriebsbereich und die erstmalige Verbuchung des Aktienoptionsprogramms (AOP 2006) im Personalaufwand in Höhe von TEUR 69 angefallen. In den Abschreibungen schlägt die Protone GmbH erstmalig mit laufenden Abschreibungen aus akquirierten Vermögenswerten in Höhe von TEUR 31 zu Buche. Die Steuern vom Einkommen und Ertrag enthalten einen Ertrag an latenten Steuern in Höhe von TEUR 460 (Vorjahreswert TEUR 141), im Wesentlichen aufgrund der erwarteten Nutzbarkeit bestehender steuerlicher Verlustvorträge.

Umsatzerlöse mit Dritten nach Segmenten	1.10.2005- 30.9.2006		1.10.2004- 30.9.2005		Veränderung TEUR
	TEUR	%	TEUR	%	
Radiosender	5.123	46,5	4.153	46,1	970
Syndication	3.095	28,1	3.255	36,2	-160
Merchandising/Vertrieb	2.603	23,7	1.431	15,9	1.172
- davon Merchandising	2.126		1.431		695
Nachrichtenagentur	191	1,7	173	1,9	18
Sonstige	0	0,0	-8	-0,1	8
Umsatzerlöse mit Dritten	11.012	100,0	9.004	100,0	2.008

Radiosender: Die Umsatzerlöse im Radiosender konnten im Vorjahresvergleich um 23,4% zulegen. Der Sender profitierte dabei im Wesentlichen von dem weiteren Ausbau der Vertriebskapazität und der zunehmenden Markenstärke von Klassik Radio. Die Anzahl der Werbekunden konnte um über 40% gesteigert werden.

Syndication: Die Umsatzerlöse von FM RADIO NETWORK verliefen in 2005/06 knapp unter Vorjahresniveau. Das Beckenbauer WM-Format trug hierzu über eine Million Euro bei, das „Bundesliga Radio“ lief ebenso in 2005/06 weiter. Ebenfalls fortgeführt wurde das Syndication Produkt „Hollywood Affairs“. Ebay war ein Beispiel für die Vermarktung im Bereich Promotion. Noch nicht im anvisierten Umfang konnten Neuprodukte im Markt platziert werden.

Merchandising: Die Umsätze im Merchandising haben sich auf TEUR 2.126 gegenüber Vorjahr um 48,5% erhöht Grund hierfür waren neben einer erneut gestiegenen Nachfrage nach CDs, DVDs und Büchern die Konzerteinnahmen aus zwei Konzertterminen im September 2006, die zu einem Umsatz in Höhe von TEUR 274 führten.

Vermögenslage des Klassik Radio Konzerns

	30.9.2006		30.9.2005		Veränderung
	TEUR	%	TEUR	%	TEUR
Langfristige Vermögenswerte	8.250	72,2	5.639	64,5	2.611
Kurzfristige Vermögenswerte	3.177	27,8	3.099	35,5	78
Gesamtvermögen	11.427	100,0	8.738	100,0	2.689
Eigenkapital	4.318	37,8	3.819	43,7	499
Minderheitenanteile	72	0,6	0	0,0	72
Langfristige Schulden	1.359	11,9	1.140	13,0	219
Kurzfristige Schulden	5.678	49,7	3.779	43,3	1.899
Gesamtkapital	11.427	100,0	8.738	100,0	2.689

Die langfristigen Vermögenswerte beinhalten im Wesentlichen den Geschäfts- und Firmenwert in Höhe von TEUR 6.249 (i. Vj. TEUR 5.000) sowie Aktive latente Steuern in Höhe von TEUR 741 (i. Vj. TEUR 293). Die Veränderung des Geschäfts- und Firmenwertes zum Vorjahr ist auf den Erwerb der Protone Promotion Werbeagentur GmbH zurückzuführen, deren Goodwill TEUR 1.249 beträgt. Ebenfalls auf den Neuerwerb zurückzuführen sind die in den langfristigen Vermögenswerten enthaltenen immateriellen Vermögenswerte in Höhe von TEUR 576.

Die kurzfristigen Vermögenswerte sind im Vergleich zum Vorjahr nahezu unverändert, der darin enthaltene Anteil der liquiden Mittel beträgt TEUR 1.076.

Die Erhöhung des Konzern Eigenkapitals resultiert aus der Ergebniszuführung 2005/06 und der Rücklagenerhöhung durch die ausgegebenen Aktienoptionen. Aufgrund des 25%-Minderheiten-Anteils bei der Protone Promotion Werbeagentur GmbH werden Minderheitenanteil in Höhe von TEUR 72 ausgewiesen.

Die langfristigen Schulden beinhalten die Darlehen bei der Baden-Württembergische Bank AG, Stuttgart, und BTV 3 Banken Gruppe, Bank für Tirol und Vorarlberg AG, Augsburg, mit dem über einem Jahr laufenden Anteil, daneben die Darlehen gegenüber Altgesellchaftern in Höhe von TEUR 256 und passive latente Steuern in Höhe von TEUR 222.

In den kurzfristigen Schulden in Höhe von TEUR 5.678 sind die obigen Darlehen mit dem Anteil der nächsten 12 Monate enthalten. Die Veränderung zum Vorjahr ist bedingt durch das Ansteigen der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen von TEUR 1.971 im Vorjahr auf TEUR 2.628 sowie der Sonstigen Verbindlichkeiten von TEUR 971 im Vorjahr auf TEUR 2.059.

Letzteres resultiert im Wesentlichen aus der Kaufpreisverbindlichkeit für die Protone Promotion Werbeagentur GmbH.

Finanzlage des Klassik Radio Konzerns

	1.10.2005- 30.9.2006	1.10.2004- 30.9.2005	Veränderung
	TEUR	TEUR	TEUR
Cash Flow aus laufender Geschäftstätigkeit	-216	-274	58
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-407	-198	-209
Mittelzufluss aus der Finanzierungstätigkeit	-136	626	-762
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes	-759	154	-913
Zugang aus Veränderung des Konsolidierungskreises	119	0	119
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	1.669	1.515	154
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	1.029	1.669	-640

Der Cash Flow aus laufender Geschäftstätigkeit unterscheidet sich mit TEUR -216 nur unwesentlich vom Vorjahr, da die um 1,8 Mio. Euro höheren Cashwirksamen Umsätze mit Ausgaben einhergingen, die überwiegend durch den weiteren Vertriebsaufbau bedingt sind. Der hieraus resultierende Finanzbedarf zusammen mit den benötigten Mitteln für die Investitions- und Finanzierungstätigkeit wurde den vorhandenen liquiden Mitteln entnommen. Der Zugang aus Veränderung des Konsolidierungskreises ist bedingt durch den Zukauf der Protone Promotion Werbeagentur GmbH.

Der Finanzmittelbestand am Ende der Periode beinhaltet kurzfristige Bankguthaben in Höhe von TEUR 1.076 und Bankschulden in Höhe von TEUR -47.

IV. Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage der Klassik Radio AG (nach HGB)

Ertragslage der Klassik Radio AG

	1.10.2005- 30.9.2006	1.10.2004- 30.9.2005	Ergebnis- veränderung
	TEUR	TEUR	TEUR
Umsatzerlöse	2.183	1.527	656
Sonstige betriebliche Erträge	111	17	94
Aufwendungen für bezogene Leistungen	-3	-4	1
Personalaufwand	-1.039	-651	-388
Abschreibungen	-50	-22	-28
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-1.466	-1.212	-254
Zinsergebnis	-167	-181	14
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-431	-526	95
Steuern vom Einkommen und Ertrag	0	0	0
Jahresfehlbetrag	-431	-526	95

Die Klassik Radio AG erzielte die Umsatzerlöse im Wesentlichen aus Leistungsabrechnungen innerhalb der Firmengruppe. Diese Leistungsabrechnung basiert auf einer Kostendeckung zuzüglich eines Gewinnaufschlages. In 2005/06 wurde die Verrechnungsmodalität den zugrunde liegenden Tatbeständen angepasst. Dies führte zu einem Anstieg der Umsatzerlöse um TEUR 656 auf TEUR 2.183. Da noch keine Beteiligungserträge vereinnahmt werden konnten, resultiert das negative Geschäftsergebnis aus der Nicht-Weiterverrechnung von Abschreibungen, Zinsergebnis und Börsenkosten.

Vermögens- und Finanzlage der Klassik Radio AG

	30.9.2006		30.9.2005		Veränderung TEUR
	TEUR	%	TEUR	%	
Anlagevermögen	9.862	93,5	9.630	91,2	232
Umlaufvermögen	683	6,5	931	8,8	-248
Gesamtvermögen	10.545	100,0	10.561	100,0	-16
Eigenkapital	6.320	59,9	6.751	63,9	-431
Fremdkapital	4.225	40,1	3.810	36,1	415
Gesamtkapital	10.545	100,0	10.561	100,0	-16

Die Aktiva sind bestimmt durch den Wertansatz der von der Klassik Radio AG gehaltenen Beteiligungen in Höhe von TEUR 9.559. Die Beteiligungen bestehen mit Ausnahme der mittelbaren Beteiligung an der Protone Promotion Werbeagentur GmbH (75%) alle zu 100%. Die größte Position des Umlaufvermögens sind liquide Mittel in Höhe von TEUR 453.

Der Rückgang im Eigenkapital ist bedingt durch den Jahresfehlbetrag. Entsprechend stieg das Fremdkapital bei einer nahezu unveränderten Bilanzsumme an.

Die im Geschäftsjahr benötigten liquiden Mittel wurden dem vorhandenen Finanzmittelbestand entnommen.

V. Mitarbeiter

Die Zahl der Mitarbeiter hat sich im Geschäftsjahr 2005/06 erhöht. Am 30. September 2006 beschäftigte der Klassik Radio AG Konzern 82 Mitarbeiter (30.09.2005: 47). Der Anstieg um 74,5% ist auf den Ausbau der Vertriebsbasis sowie die Erstkonsolidierung der Protone Promotion Werbeagentur GmbH per 01. August 2006 mit 28 Mitarbeitern zurückzuführen. Der Personalaufwand erhöhte sich auf TEUR 2.929. Seit Juli 2006 wurden aus dem in der Hauptversammlung 2006 beschlossenen Aktienoptionsplan (AOP 2006) bereits drei Tranchen ausgegeben. Insgesamt schlossen sich im abgelaufenen Geschäftsjahr 25 Mitarbeiter dem mit einer Wartezeit von mindestens zwei Jahren ausgestatteten Incentive-Scheme an. 171.400 Optionen wurden für Mitarbeiter, Geschäftsführer und Vorstände begeben. Im Geschäftsjahr 2005/06 schlägt sich dies im Konzernabschluß in Höhe von TEUR 69 im Personalaufwand nieder.

VI. Chancen und Risiken für die zukünftige Entwicklung

Das Risikomanagementsystem bei Klassik Radio

Der Klassik Radio Konzern ist durch sein unternehmerisches Handeln mit seinen verschiedenen Segmenten unterschiedlichen Risiken ausgesetzt. Es ist die Aufgabe des implementierten Risikomanagementsystems, verantwortungsvoll mit den Unsicherheiten des Umfeldes umzugehen, Risiken rechtzeitig zu erkennen, zu systematisieren und dem Management zu kommunizieren. Damit wird die Entscheidungsgrundlage für Maßnahmen zur Abwendung von bzw. Minimierung der Risiken geschaffen.

Ausgehend von der jährlich überarbeiteten Planung erfolgt das Controlling auf Ebene der Geschäftsbereiche, Gesellschaften und des Konzerns mit einem monatlichen Berichtswesen. Daneben unterstützen wöchentliche Controlling-Auswertungen des Auftragseinganges, Disposition und Liquidität, kurzfristige Maßnahmen und Entscheidungen. Die konzernweit abgestimmten Planungs-, Reporting- und Controllingsysteme unterstützen eine ganzheitliche Risikoanalyse und Steuerung. Das Risikomanagement bildet einen entscheidenden Bestandteil der Steuerungssysteme. Die operativen Geschäftsfelder steuern die in ihrem Verantwortungsbereich auftretenden Risiken eigenständig. Risiken der Geschäftsfelder, die sich im Konzernverbund möglicherweise addieren, werden zentral erfasst und gesteuert.

Die eingerichteten Systeme sichern den Informationsfluss zu den Prozessverantwortlichen, dem Vorstand und dem Aufsichtsrat, die Auswertungen sind Basis regelmäßiger und intensiver Diskussionen.

Marktrisiken

Konjunkturelle Entwicklung im Werbemarkt und Handel

Der Klassik Radio Konzern bewegt sich mit Klassik Radio und FM RADIO NETWORK im starken konjunkturellen Schwankungen unterworfenen Werbemarkt und mit Merchandising im kaufkraftabhängigen Handelsumfeld. Beide Markteinheiten sind von der gesamtwirtschaftlichen Lage abhängig. Das Risiko der Konjunkturschwäche bedeutet für den Klassik Radio Konzern, dass der Markt kein ausreichendes Potenzial für die nachhaltige Erlöserzielung generiert. Gleichzeitig profitiert das Unternehmen von positiven Entwicklungen in diesen Bereichen.

Die derzeitig sich abzeichnende Erholung im Werbemarkt gilt insbesondere für die Werbegattung Radio. Klassik Radio und FM RADIO NETWORK versuchen durch Alleinstellungsmerkmale, Branding, Hörerbindung und Zielgruppenorientierung ihre erfolgreiche Nischenposition auszubauen. Mit dem zweiten Standbein des Internet-Handels steuert Merchandising fokussiert dem rückläufigen Handelstrend entgegen. Neue Produkte wie die Konzertreihe erhöhen die Wertschöpfungstiefe der Marke Klassik Radio.

Intensiver Wettbewerb im Radiowerbemarkt

Der Radiowerbemarkt ist dominiert von den nationalen Vermarktern Radio Marketing Services GmbH & Co. KG und ARD Sales & Services. Anbieterseitig prägen öffentlich-rechtliche Regionalsender und überwiegend privatrechtlich organisierte Regionalsender den deutschen Radiomarkt. Im anteilmäßig kleinen Radio-Werbemarkt (6,0% Marktanteil Januar – September 2006, Quelle: Nielsen Media Research) herrscht intensiver Wettbewerb. Insbesondere da Privatsender ohne die Einkommensquelle aus Gebühren auskommen müssen, birgt dies kontinuierlich das Risiko schrumpfender Erträge.

Branchen- und unternehmensspezifische Risiken

Vermarktungsfähigkeit

Der Klassik Radio Konzern hat mit der Etablierung einer eigenen Vertriebsorganisation für Klassik Radio und FM RADIO NETWORK bewusst einen eigenständigen Vermarktungsweg unabhängig von den großen Vermarktungsgesellschaften beschritten. Im wettbewerbsintensiven und konjunkturell schwankenden Werbemarkt birgt dies trotzdem das Risiko von Umsatzrückgängen und Ertragseinbußen. Klassik Radio steuert dem mit Produktinnovationen und dem quantitativen und qualitativen Ausbau der Vertriebsorganisation entgegen.

Marktsättigung und Kaufkraft im Merchandising

Beim Merchandising besteht grundsätzlich das Risiko der Marktsättigung und konjunktureller Konsumschwäche. Aktives Kundenmanagement, Produktinnovationen und Aufbau weiterer Vertriebswege wie Internet-Handel sollen dem proaktiv entgegenwirken.

Personalunion von Hauptaktionär und Vorstandsvorsitz

Herr Ulrich R.J. Kubak prägt als Gründer, Vorstand und Hauptaktionär (66,97%) die Geschäfte der Unternehmensgruppe in wesentlicher Weise. In dieser starken Position bestimmt Herr Kubak im Innen- wie auch Aussenverhältnis die wesentliche Ausrichtung des Konzerns. In der operativen Geschäftsführung sind Geschäftsführer und Bereichsleiter in der Verantwortung, zwei weitere Vorstände sind berufen. Ein operatives Restrisiko und die Rolle als Hauptkapitalgeber bleibt.

Zahlenmäßig geringe Kundenbasis des Segments Syndication

FM RADIO NETWORK GmbH verfügt, bedingt durch das Geschäftsmodell, nur über eine geringe Anzahl Kunden. Mit den relativ großen Auftragsvolumina geht eine hohe Schwankung und Abhängigkeit hinsichtlich Umsatz, aber auch Liquiditätszufluß einher. Dies zeigt sich auch im Ausbau des Neugeschäftes. Mit der Unterzeichnung eines Kooperationsvertrages in Höhe von 9 Mio. Euro mit der ProSiebenSAT1-Gruppe für 2006/07 sowie der Gewinnung neuer Personalities sind Maßnahmen zur Vergrößerung der Vertriebsbasis getroffen. Die Unternehmensentwicklung ist von der erfolgreichen Vermarktung abhängig.

Rechtliche Risiken

Rundfunkrechtliche Auflagen

Die rundfunkrechtlichen Genehmigungen („Sendelizenzen“) sind in Deutschland zeitlich befristet erteilt. Klassik Radio GmbH & Co. KG hält eine entsprechende Sendelizenz der Hamburgischen Anstalt für neue Medien zur Verbreitung über Satellit, welche bis 31. Mai 2009 befristet ist. Daneben verfügt der Sender über terrestrische UKW-Stützfrequenzen, die gestaffelt zwischen 2006 und 2011 befristet sind. Eine Verlängerung der Fristen wird in der Regel gewährt, jedoch ohne Garantie. Die Lizenzen und Genehmigungen beinhalten zum Teil auch Auflagen, deren Nichtbefolgung die Landesmedienanstalten auch während der Laufzeit zu einem Widerruf berechtigen. 4 weitere neue UKW-Lizenzen wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr erfolgreich in Ausschreibungsverfahren gewonnen. Reichweiten- und Frequenzmarketing sind in einer Stabsstelle mit direkter Berichtsverantwortung an den Vorstandsvorsitz gebündelt.

Technische Risiken

Sende- und Ablaufsteuerung

Die Hard- und Software im Klassik Radio Sender entspricht nicht mehr dem neuesten Stand der Technik. Zwar ist die Verfügbarkeit und die Stabilität der Sende- und Ablaufsteuerung heute noch hoch, aber ein Ersatz der heutigen Technologiebasis wird notwendig und befindet sich derzeit bereits in der konkreten Planungsphase für das Geschäftsjahr 2006/07. Auch verbleibt ein Technikrisiko aufgrund der fehlenden Redundanz der Studio Hard- und Software.

Chancen

Markenstärke von Klassik Radio

Der zunehmende Bekanntheitsgrad von Klassik Radio erleichtert die Vermarktung deutlich. Auch wenn das Altersargument bei den Mediaagenturen weiterhin im Vordergrund steht, wächst doch die Erkenntnis, dass die Qualität und das Profil der Hörerschaft wichtiger ist. Hier kann Klassik Radio in fast allen Disziplinen gegenüber den Funkkombis von AS&S und RMS punkten. Je mehr es gelingt, die Einzigartigkeit der Zielgruppe zu kommunizieren, desto erfolgreicher wird Klassik Radio als einzigartige Werbeplattform wahrgenommen werden. Außerdem ist mit der Entwicklung der Alterspyramide in Deutschland der Trend der Werbeindustrie auch demographisch vorgegeben.

Digitalisierung

Die kommende Digitalisierung des UKW Radios ist zwar weiterhin nebulös, aber sie wird im Laufe des nächsten Jahrzehnts kommen. Dies wird zu einer deutlichen Zunahme der Senderlandschaft führen. Klassik Radio als nationales, etabliertes Programmformat hat dabei die Möglichkeit, eine flächendeckende, bundesweite UKW Reichweite zu erreichen, ähnlich wie das durch den DAB Standard *classic fm* in Großbritannien gelang. Das wiederum würde die Hörerschaft mehr als verdoppeln und ganz neue Dimensionen in der Vermarktung erlauben.

Gesamtrisiko

Im Klassik Radio Konzern wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr keine bestandsgefährdenden Risiken identifiziert. Risiken, die den Fortbestand des Unternehmens gefährden könnten, sind nicht erkennbar.

VII. Besondere Ereignisse nach Schluss des Geschäftsjahres

- Gewinnung von Boris Becker als neue FM-Personality für die bundesweite, wöchentliche Society-Sendung „Becker Backstage“
- Abschluß der Konzertreihe für das Kalenderjahr 2006 vor einem ausverkauften Haus in Stuttgart. Die Bilanz bis dato über 12.000 verkaufte Tickets.
- Zuteilung der Frequenz Stralsund und damit Erhöhung der Reichweite und Erschließung eines zusätzlichen Regionalisierungsfensters.

VIII. Ausblick

Es ist nicht zu übersehen: Gegenwärtig wandelt sich die Stimmung in der deutschen Wirtschaft zum Positiven. Für 2007 und 2008 wird ein Wachstum des realen Bruttoinlandsprodukts von jeweils 1,6 und 1,5% prognostiziert. Dadurch ergibt sich für die Jahre 2006-2010 ein durchschnittliches Wachstum des realen Bruttoinlandsprodukts von jährlich 1,6%. Verglichen mit den letzten fünf Jahren, in denen sich das reale Bruttoinlandsprodukt im Jahresdurchschnitt um 0,6% erhöhte, bedeutet das für Deutschland eine erhebliche Verbesserung der wirtschaftlichen Aussichten.

Im Radio-Werbemarkt werden die Werbeerlöse in den nächsten vier Jahren vermutlich moderater steigen als 2004 und 2005, da das verbesserte wirtschaftliche Umfeld es Werbekunden ermöglichen wird, auch in vergleichsweise kostspieligen Werbemedien zu investieren. Dennoch ist für die Radiowerbung ein anhaltendes Wachstum abzusehen (Quelle: German Entertainment and Media Outlook 2006-2010).

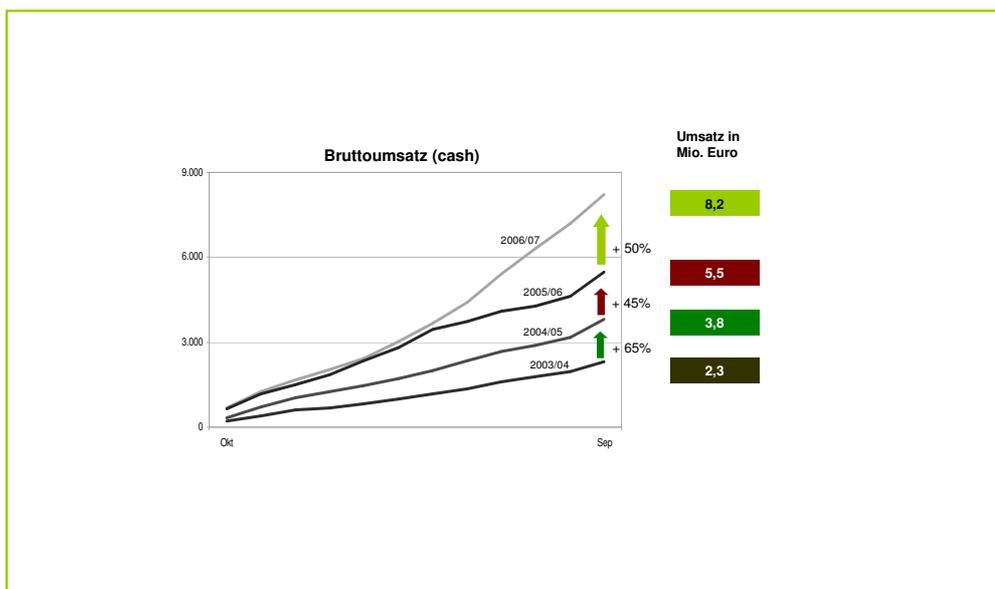
Radiosender: Die steigende Hörerzahl und die zunehmende Integration von Klassik Radio in die Werbepläne großer Firmen, lassen optimistisch in die Zukunft blicken. Die Eigenvermarktung erlaubt Klassik Radio zudem eine eigene Verkaufsdynamik aufzubauen und sich von den schwerfälligen Radio-Vermarktungsorganisationen abzuheben.

Klassik Radio verfügt bald über 5 getrennt verkaufbare Werbeträger und hat 2 eigene Sales-Spezialunternehmen



Die Begeisterung der Zuschauer der Klassik Radio Filmkonzerte hat auch den vielen eingeladenen Werbekunden vor Augen geführt, wie stark die Marke über die Jahre geworden ist und von welcher Premium Zielgruppe sie getragen wird. Ziel ist es, diese positiven Effekte zu nutzen und mit einer personell gestärkten Vertriebsmannschaft wiederum ein Wachstum von 50% zu erzielen.

Klassik Radio legte wieder um über 45% im Bruttoumsatz zu.



Bis 2015 soll der Rundfunk in ein digitales Medium umgewandelt werden. Digitales Radio bietet höherwertige Funksignale und damit ein besseres Hörerlebnis. Gleichzeitig können neue Programme in den Äther gebracht werden. Digitalisierung wird erst gegen Ende dieses Jahrzehnts einen wesentlichen Einfluss auf den Markt nehmen. Die Chance der Digitalisierung, nämlich zielgruppengenaue Ansprache, hat Klassik Radio als Zielgruppenformat bereits umgesetzt. Klassik Radio hat bereits bewiesen, dass es in der individuellen und zielgruppenspezifischen Kundenansprache, Stichwort: ‚Communities‘ bereits erfolgreich etabliert ist. Der Trend bewegt sich weg vom „Einheitsbrei“ der AC (Adult-Contemporary)-Stationen. Das Programmformat von Klassik Radio ist hierfür bestens gerüstet.

Syndication: Das zentrale Projekt der FM RADIO NETWORK GmbH im Geschäftsjahr 2006/07 wird die Umsetzung der Kooperationsvereinbarung mit der ProSiebenSAT.1 Media AG und deren Sendern sein. Die Grundlage hierfür ist ein bereits vorliegender Vertrag mit einem Umfang von 9 Mio. Euro. Für diese TV-Kampagnen akquirieren FM RADIO NETWORK und Klassik Radio Werbekunden, die in den Kampagnen als Partner mittransportiert werden. Alternativ kann FM RADIO NETWORK die TV-Volumen im Rahmen der Syndication-Vermarktung - bspw. für die Bewerbung der Radioformate - anbieten (Cross-Media).

Neben diesem wichtigen und priorisierten Projekt hat FM RADIO NETWORK Boris Becker für ein neues Personality-Format gewinnen können. Mit ihm wird ein neues Syndication-Produkt im Entertainment-Sportbereich entstehen, das dann umgehend in die Werbepartner-Vermarktung geht. Gespräche mit einer zweiten Personality für ein weiteres Syndication-Programm laufen.

Das Format „Hollywood Affairs“ läuft aus einem Vertrag aus 2005/06 noch 14-tägig mit der Programmzeitschrift TV Spielfilm im Gegengeschäft. Zur Fortsetzung dieser inzwischen langjährigen Partnerschaft in 2007 steht FM RADIO NETWORK bereits in Gesprächen. Zudem ist es gelungen, für die übrigen Episoden ab Ende Oktober bis Ende des Jahres Tele 5 als Werbepartner zu gewinnen. Der TV-Sender steht einer weiteren Zusammenarbeit in 2007 ebenfalls sehr offen und positiv gegenüber.

Darüber hinaus wird der Bereich Hörfunk-Promotion stärker auf- und ausgebaut. Dieser erlaubt Werbetreibenden, eher punktuelle, individuelle Aktionen im redaktionellen Programm der Radiostationen zu platzieren. Aus den Kunden- und Agenturgesprächen der vergangenen Monate geht hervor, dass die Nachfrage für solche Maßnahmen im Markt aufgrund von tendenziell aktionistischem Werbeverhalten der Unternehmen steigt. FM RADIO NETWORK ist mit Promotions künftig in der Lage, neben dem klassischen Syndicationgeschäft auch diesem Bedarf gerecht zu werden.

FM RADIO NETWORK bietet damit in Zukunft auf unterschiedlichsten Ebenen individuelle Werbelösungen jenseits der klassischen Möglichkeiten und Flächen und damit spezialisiert auf alles, was Sonderwerbformen im Hörfunk betrifft. Mit Boris Becker bekommt FM RADIO NETWORK ein neues prominentes Gesicht, das – neben der Vermarktung und der Ausstrahlung auf Radiostationen – auch als Aushängeschild und Werbefigur für FM RADIO NETWORK im B2B-Marketing genutzt werden wird. Ähnlich wie im TV steigt die Begehrlichkeit der Unternehmen an Lösungen außerhalb der Werbeblöcke, da die Aufmerksamkeit der Hörer hier deutlich höher ist. Syndication-Lösungen wie auch intelligente Spezial-Maßnahmen, wie sie FM RADIO NETWORK anbieten kann, werden daher in Zukunft stärker gefragt sein.

Merchandising Die Hauptumsatzquelle liegt voraussichtlich mit über 80% nach wie vor bei CDs. „Die wahre Geschichte“ als Buchprojekt ist ein neues Produkt unter der Marke Klassik Radio und wird mit 4 Bänden im Einzelverkauf, aber auch Abonnement angeboten. Um das Produkt insbesondere zum Weihnachtsgeschäft zu promoten wurde eine Box entwickelt, so dass die Produkte (Band 1-4) als Geschenkbox bestellt werden können. Was das Hörbuch anbelangt - erste Tests haben gezeigt, dass der Produktbereich ausbaufähig erscheint. In der laufenden Filmmusik-Konzertreihe sind 10 Konzerte bereits vertraglich fixiert, ein weiterer Ausbau der Konzertveranstaltungen und auch eine Erweiterung um andere Themenwelten wie Reisen, Kulturveranstaltungen, Genuß etc. ist geplant.

Um diesen positiven Trend für Klassik Radio nutzbar zu machen wird der Online-Shop seitens Produktinhalt und redaktionellem Inhalt weiter ausgebaut. Als neues Produkt ist geplant, einen Klassik Radio Ticketshop zu installieren, um neben den eigenen Klassik Radio Konzerten, die auf Klassik Radio beworbenen Konzerte und andere zielgruppenrelevanten Konzerte buchbar zu machen.



Nachrichtenagentur: Auf kontinuierlich erfolgreicher Basis wird das Nachrichtengeschäft gesehen. Als Provider von bereits mehr als 75 Radiostationen ist die **FIRST NEWS Nachrichten GmbH** eine vom Markt nicht mehr wegzudenkende Größe.

Für die Klassik Radio AG wird ein ausgeglichenes Ergebnis angestrebt.

Angesichts der Umsatz- und Ertragspotenziale der einzelnen Segmente ist im Konzern von einer Fortsetzung des Wachstumskurses auszugehen. Der Vorstand des Klassik Radio Konzerns erwartet für das neue Geschäftsjahr 2006/07 eine deutliche Umsatz- und Ergebnissteigerung aus organischem Wachstum wie auch durch die Integration des Zukaufs. Ganz klarer Fokus liegt auf der Ausnutzung der immanenten Skaleneffekte sowie der Ergebnispotentiale durch die Verbreiterung der Vertriebsbasis. Die Steigerung des Unternehmenswertes bleibt die oberste Maxime.

Augsburg, den 30. November 2006

Ulrich R.J. Kubak
Vorstandsvorsitzender

Christian Erhard
Vorstand

Wolfgang Maennel
Vorstand

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den von der Klassik Radio AG, Augsburg, aufgestellten Konzernabschluss --bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang-- sowie ihren Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2005 bis 30. September 2006 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den Konzernlagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.



Nach unserer Beurteilung auf Grund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

München, den 22. Dezember 2006

KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft
Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Wolfs
Wirtschaftsprüfer

Velten
Wirtschaftsprüfer