

Cash. Medien AG

**Zwischenbericht
für das
1. Halbjahr 2023**

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Angaben zur Cash. Gruppe	3
Wirtschaftliche Rahmendaten	3
Rahmendaten von spezieller Bedeutung für die Cash. Gruppe	4
Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage	6
Ergänzungen zur Entwicklung der Einzelgesellschaften/Segmente	7
Weitere bedeutende Ereignisse des ersten Halbjahres 2021	8
Aussichten für den weiteren Geschäftsverlauf	9

Allgemeine Angaben zur Cash. Gruppe

Die Cash. Medien AG ist die Muttergesellschaft der Cash. Media Group GmbH und der G.U.B. Analyse Finanzresearch GmbH und hält jeweils sämtliche Geschäftsanteile. Alle Unternehmen haben ihren Sitz in Hamburg.

Unter dem Dach der Cash. Media Group GmbH werden die Produkte Print und Online, unter dem Dach der G.U.B. GmbH die Produkte von G.U.B. Analyse vermarktet. Die Cash. Media Group GmbH ist per Ergebnisabführungsvertrag an die Cash. Medien AG gebunden.

Die wichtigsten Produkte bzw. Dienstleistungen der Gruppe:

Cash. Medien	Ausrichtung der Cash. Gala, Steuerung der Beteiligungsunternehmen
Cash. Media Group	Cash.-Magazin, cash-online.de, Newsletter „Cash.OnVista“ und „Cash. 5vor5“, Cash. auf Facebook, Instagram, LinkedIn, XING, TikTok und Twitter, Podcast auf eigenen Kanälen sowie bei Spotify und Apple, Greenscreen-Studio
G.U.B. Analyse	Analysen zu Anlageprodukten: Sachwertanlagen, Versicherungen, Investmentfonds

Alle Geschäftsbereiche der Cash. Gruppe beschäftigen sich mit dem Markt der langfristigen Kapitalanlage: Versicherungen, Investmentfonds, Immobilien, Sachwertanlagen und verwandte Themen. Kernzielgruppe sind neben Entscheidern auf Ebene der Produktanbieter vor allem Finanzdienstleister im weitesten Sinne: Berater, Makler, Verkäufer, Vertriebe, Banken, Vermögensverwalter, Fondsmanager, Investment-Profis und (semi)-institutionelle Anleger. Vertriebsspezifische Themen bilden die Klammer um das redaktionelle Informationsangebot. Die Erlöse der Gruppe speisen sich weit überwiegend aus Werbeaufwendungen der Produktanbieter.

Die Kundenstruktur ist ausgewogen – mit einem Schwerpunkt bei Versicherungsgesellschaften. Bei

der unvermeidlichen Abhängigkeit von der wirtschaftlichen Entwicklung der Teilmärkte der Finanzdienstleistungsbranche wirkt dieser ‚General-Interest‘-Ansatz risikoausgleichend.

Für die wichtigsten Produkt der Gruppe, das Cash.-Magazin und die Online-Angebote www.cash-online.de sowie die beiden Newsletter Cash. 5vor5 und Cash.OnVista, werden die entscheidenden Geschäftsabläufe Redaktion, Gestaltung, Akquisition und Steuerung der Verbreitung weitestgehend mit eigenem Personal durchgeführt. Vorstufe, Druck, Versand und Vertrieb des Magazins obliegen externen Dienstleistern; für die Online-Angebote wird auf externe Expertise zur Optimierung zurückgegriffen.

Wirtschaftliche Rahmendaten

Das Jahr 2023 ist einerseits weiterhin geprägt durch die wirtschaftlichen Folgen von Russlands Angriffskrieg gegen die Ukraine, namentlich eine nach wie vor hohe Inflation verbunden mit hohen Energie- und Rohstoffpreisen sowie eine leichte Rezession der deutschen Wirtschaft. Andererseits stehen die Märkte im Zeichen von Zinserhöhungszyklen von

FED und EZB, um die Inflation auf das definierte Ziel von zwei Prozent zurückzuführen. Bis Ende Juni stieg der Leitzins im Euroraum auf vier Prozent. Weitere Zinsschritte wurden angekündigt und mittlerweile auch umgesetzt. Insgesamt erhöhte die EZB die Leitzinsen seit Beginn 2022 zehn Mal in Folge bis auf zuletzt 4,5 Prozent.

Rahmendaten von spezieller Bedeutung für die Cash.-Gruppe

Die im Geschäftsbericht 2022 dargestellte Entwicklung ist wie folgt kurz zu aktualisieren:

Versicherungen

Nach Einschätzung des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) haben sich die großen Trends im Vergleich zur letzten Prognose im März 2023 kaum verändert: Nach wie vor belasten reale Einkommensrückgänge vor allem das Geschäft der Lebensversicherer, während die Beitragszuwächse in den Sparten der Schaden- und Unfallversicherung und der Privaten Krankenversicherung vor allem inflationsbedingt sind. Die deutschen Versicherer rechnen für das laufende Jahr trotz schwieriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen mit einem spartenübergreifenden Beitragswachstum von immerhin 1,3 Prozent und im Jahr 2024 einem Zuwachs im Bereich von 2,9 bis 4,8 Prozent.

Für die Lebensversicherung insgesamt (einschließlich Pensionskassen und Pensionsfonds) geht der GDV im Jahr 2023 nun von einem Beitragsrückgang um 4,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr aus. Im Frühjahr waren es noch 5,5 Prozent gewesen.

Für die Private Krankenversicherung prognostiziert der GDV für das laufende Jahr 2023 einen Anstieg des Beitragsaufkommens von 3,9 Prozent. Damit liegen die Erwartungen höher als bei der Frühjahrsprognose. Hier hatte der Verband das erwartete Wachstum noch mit 3,5 Prozent beziffert.

In der Sachversicherung treibt die allgemeine Inflation die Kosten für die Schäden in die Höhe. Dadurch steigen die Beiträge. So rechnet der GDV für 2023 mit einem Beitragswachstum in der Schaden- und Unfallversicherung von 6,6 Prozent. Im Frühjahr waren es noch 5,7 Prozent gewesen.

Investmentfonds

Der Fondsbranche flossen im ersten Halbjahr netto 38 Milliarden Euro zu. Während sich der Absatz von Publikumsfonds gegenüber dem Vorjahreszeitraum

von 8,3 auf 10,9 Milliarden Euro erhöhte, hielten sich institutionelle Anleger mit Neuanlagen in Spezialfonds zurück. Diesen Fonds flossen von Anfang Januar bis Ende Juni 18,5 Milliarden Euro (1. Halbjahr 2022: 47,1 Milliarden Euro) zu. Die Fondsbranche verwaltete zur Jahresmitte insgesamt 4.001 Milliarden Euro für institutionelle und private Anleger. Das sind fünf Prozent mehr als zu Jahresbeginn (3.805 Milliarden Euro).

Die Absatzliste der offenen Publikumsfonds führen Aktienfonds an. Ihnen flossen im ersten Halbjahr 9,4 Milliarden Euro zu. Davon entfallen 5,3 Milliarden Euro auf aktiv gemanagte Fonds und 4,1 Milliarden Euro auf ETFs. Geldmarktfonds sind mit 3,0 Milliarden Euro die zweitstärkste Gruppe. Ihr Neugeschäft schwankt im Vergleich zu anderen Fonds üblicherweise stark. So erhielten sie allein im zweiten Quartal rund 5 Milliarden Euro neue Mittel, nachdem im ersten Quartal knapp 2 Milliarden Euro abgeflossen waren. Rentenfonds verzeichneten in diesem Jahr Zuflüsse von 2,9 Milliarden Euro.

Das Neugeschäft dominierten Fonds mit Schwerpunkt auf Unternehmensanleihen. Sie erhielten 2,7 Milliarden Euro. Immobilienfonds flossen von Anfang Januar bis Ende Juni netto 1,1 Milliarden Euro zu. Mischfonds verzeichneten im ersten Halbjahr Abflüsse von 4,3 Milliarden Euro.

Immobilien

Die seit Beginn 2022 stark gestiegenen Bauzinsen – sie lagen im Juni bei um die vier Prozent – setzen dem Immobilienmarkt zu. Vielfach sind Immobilienfinanzierungen für Bauwillige kaum noch zu stemmen. Viele Projektentwickler und Bauunternehmen haben ihre Tätigkeit vollständig eingestellt. Geplante oder bereits in Bau befindliche Objekte wurden gestoppt, um eine Verbesserung der Rahmenbedingungen abzuwarten.

Zudem brach die Zahl der Baugenehmigungen für Wohnungen in Deutschland im ersten Halbjahr 2023

ein. Rund 74.900 Baugenehmigungen für Wohnungen in neu zu errichtenden Wohngebäuden wurden hierzulande von Januar bis April 2023 erteilt – das entspricht einem Rückgang von 30,3 Prozent, wie das Statistische Bundesamt (Destatis) mitteilt.

Laut Destatis ging die Zahl der Baugenehmigungen für Einfamilienhäuser um gut ein Drittel (-33,5 Prozent beziehungsweise -9.200 Wohnungen) auf 18.300 zurück. Bei den Zweifamilienhäusern sank die Zahl genehmigter Wohnungen sogar um mehr als die Hälfte (-52,1 Prozent beziehungsweise -5.800) auf 5.300. Auch bei der zahlenmäßig stärksten Gebäudeart, den Mehrfamilienhäusern, verringerte sich die Zahl der genehmigten Wohnungen nach der Analyse deutlich, und zwar um mehr als ein Viertel (-27,1 Prozent bzw. -17.900) auf 48.200.

Sachwertanlagen

Das Segment der Sachwertanlagen, also alternative Investmentfonds (AIFs) für Privatanleger und Emissionen nach dem Vermögenanlagegesetz, war auch im ersten Halbjahr 2023 durch die abrupten Änderungen der Rahmenbedingungen seit Beginn des Ukraine-Kriegs im Februar 2022 beeinträchtigt. Dazu zählen an erster Stelle die stark und schnell gestiegenen Fremdkapitalzinsen sowie – im wichtigen Bereich der Immobilienfonds – deutliche Baukostensteigerungen.

Das erhöhte Zinsniveau schränkt auch den Finanzierungsspielraum potenzieller Käufer von Häusern oder Wohnungen ein und erhöht zudem den Anspruch an die Renditeaussichten von Sachwertanlagen etwa im Wettbewerb mit nun wieder positiven Guthabenzinsen oder der deutlich verbesserten Rendite von Zinspapieren.

In den ersten sieben Monaten 2023 wurden von der BaFin lediglich neun neue Publikums-AIFs für den Vertrieb zugelassen. Neue Vermögensanlagen mit Marktbedeutung sind in dem Zeitraum laut Bundesanzeiger gar nicht auf den Markt gekommen, wobei in diesem Fall der Grund wahrscheinlich weniger die Veränderung des generellen wirtschaftlichen Umfelds ist, sondern vielmehr das Verbot von neuen Blindpool-Vermögensanlagen seit August 2021.

Die anhaltend hohe Inflation und entsprechender Anlagedruck der Kunden sowie der enorme Investitionsbedarf unter anderem im Wohnungsbau, bei der energetischen Sanierung von Gebäuden und beim Ausbau von Erneuerbaren Energien lassen weiterhin grundsätzlich eine Renaissance von Sachwertanlagen erwarten.

Berater

Die jährliche Markterhebung von Cash. zu den Geschäftsergebnissen der Finanzvertriebe zeigt 2022 bei der Mehrheit der Gesellschaften eine negative Entwicklung. Während die Vertriebe noch relativ glimpflich durch die Coronakrise gekommen waren, hat sie der Krieg in der Ukraine mitsamt seinen wirtschaftlichen Folgen empfindlich getroffen. In der Pandemie wuchsen die Provisionserlöse weiter, wenn auch gebremst. Nun schrumpfen sie bei vielen Vertrieben.

Insgesamt konnten nur 36 Prozent der Unternehmen ihre Provisionserlöse steigern (Vorjahr: 86 Prozent). 15 Allfinanzvertriebe und sechs Spezialvertriebe (64 Prozent) mussten im Vergleich zum Vorjahr Verluste hinnehmen – häufig zwar noch in einem moderaten Umfang, aufgrund der Häufigkeit aber doch gravierend. Bei den Maklerpools konnten 53 Prozent der Unternehmen ihren Rohertrag steigern, 47 Prozent mussten rückläufige Zahlen hinnehmen.

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Der Umsatz der Cash.-Gruppe lag im ersten Halbjahr 2023 mit 715 Tausend Euro weit unter dem des vergleichbaren Vorjahreszeitraums (TEUR 987). Dies fügt sich in das bereits berichtete Bild, dass die Cash.-Gruppe in den ersten Monaten des Jahres 2022 trotz des Ukraine-Krieges zunächst recht erfolgreich hatte verkaufen können, ehe im Sommer mit einiger Verspätung die Umsätze im Zuge der allgemeinen Verschlechterung der Lage ebenfalls einbrachen. Die Situation hat sich – wie allenthalben in der Wirtschaft zu beobachten – bisher nicht erholt.

Zu Beginn des zweiten Halbjahres brachte zwar die sehr erfolgreiche Vermarktung des 40-jährigen Jubiläums von „Cash.“ sowie des 50-jährigen Bestehens der G.U.B. mit einem Umsatz von insgesamt rund 146 Tausend Euro in den Cash.-Ausgaben 8 und 9 einen gewissen Ausgleich, dennoch musste der Vorstand die Umsatzprognose für das Gesamtjahr 2023 anpassen und hat am 16. August eine Gewinnwarnung dergestalt herausgegeben, dass für 2023 insgesamt ein Fehlbetrag im Konzernabschluss in unterer sechsstelliger Höhe zu erwarten ist. Denn die verbleibenden Monate des Jahres werden – obwohl das zweite Halbjahr eines Jahres stets umsatzstärker ist als das erste – den unterplanmäßigen Verlauf des ersten Halbjahres nicht mehr in voller Höhe ausgleichen können.

Zwar zeigt der aktuelle Konjunkturtest Versicherungen des Münchener ifo-Instituts auch für das zweite Quartal 2023 eine Verbesserung der Stimmungslage, nämlich einen „stark gestiegenen Zukunftsoptimismus“, dieser drückt sich allerdings in der für die Cash.-Gruppe wichtigsten Branche noch nicht in entsprechend ansteigenden Werbeausgaben aus.

Die fehlenden Umsätze werden auch nicht durch sinkende Kosten ausgeglichen werden können. Zum einen handelt es sich bei den im Vorjahresvergleich gesunkenen Kosten für bezogene Leistungen und sonstige betriebliche Aufwendungen zum Teil um umsatzabhängige Kosten, die also mit dem dortigen

Rückgang korrespondieren, zum anderen bot und bietet das Kostengerüst nicht mehr hinreichend viel Spielraum, in einer dem Umsatzrückgang entsprechenden Höhe zu agieren.

Gleichwohl konnten vor allem im Bereich der Druckkosten durch Wechsel zu einer kostengünstigeren Druckerei, im Bereich der Mietkosten durch Umzug in kleinere Verlagsräume und durch geringere Beratungskosten noch rund 50 Tausend Euro an echten Einsparungen generiert werden.

Das Ergebnis im 1. Halbjahr 2023 liegt insofern mit einem Fehlbetrag von 240 Tausend Euro deutlich unter dem des ersten Halbjahres 2022 (-51 Tausend Euro). Die erfolgreiche Vermarktung der Jubiläen und der Gala schlugen erst im zweiten Halbjahr zu Buche.

Allerdings müssen unverändert alle prognostischen Aussagen leider weiterhin unter den enormen Vorbehalt der Entwicklung der allgemeinen Wirtschaftslage im Zusammenhang mit dem Kriegsgeschehen sowie der Zins-, Inflations- und Energiepreisentwicklung und allgemeinen weiteren Problemen wie Liefer-schwierigkeiten etc. gestellt werden.

Die Liquidität blieb über das erste Halbjahr hinweg insofern einigermaßen stabil, als trotz der schwierigen Umsatzlage der Dispositionskredit nur punktuell und in übersichtlichem Umfang genutzt werden musste.

Das Vermögen der Gruppe besteht ganz überwiegend in den Firmenwerten bzw. Beteiligungen betreffend die Tochtergesellschaften der Cash. Medien AG. Daneben sind noch der Internet-Auftritt der Cash. Media Group GmbH (www.cash-online.de) sowie die CRM-Software „Verlagsmanager“ zu nennen; vgl. Geschäftsbericht 2022. Die übrigen Vermögenswerte sind demgegenüber von untergeordneter Bedeutung.

Einige Kennzahlen im Vorjahresvergleich:

(konsolidiert, TEUR)	1. Halbjahr 2023	1. Halbjahr 2022
Umsatz	715	987
die wichtigsten Kostenpositionen		
- bezogene Leistungen	172	217
- Personalkosten	498	463
- sonstige betriebliche Aufwendungen	283	364
Ergebnis	-240	-51

Ergänzungen zur Entwicklung der Einzelgesellschaften

Cash. Medien AG

Die Cash. Medien AG ist rechtlich und wirtschaftlich eng mit den übrigen Gesellschaften und deren Produkten verzahnt. Neben ihrer Tätigkeit als geschäftsleitende Holding richtet sie jährlich die Cash. Gala aus, ein Treffpunkt für Führungskräfte aus der Finanzdienstleistungsbranche.

Auf der Veranstaltung werden die „Cash. Financial Advisors Awards“ verliehen, die nach Prüfung durch eine Fach-Jury besonders hochwertigen Finanzprodukten zuerkannt werden. Außerdem wird eine herausragende Persönlichkeit der Branche als „Head of the Year“ geehrt. Die Cash. Gala als renommierte Branchenveranstaltung ist ein zentraler Baustein für das Marketing der gesamten Gruppe. Die Gala des Jahres 2023 wird auf dem langjährig etablierten Veranstaltungsort Süllberg in Blankenese stattfinden.

Die Finanzierung erfolgt durch die Vermarktung von Medien-Paketen, mit deren Abnahme Unternehmen zu „Partnern der Cash. Gala“ werden, sowie durch Gebühren im Zusammenhang mit den Financial Advisors Awards. Die Vermarktung der Sponsorings lief besser als geplant. Sämtliche Umsätze im Zusammenhang mit der Gala werden aber erst im zweiten Halbjahr erfolgswirksam.

Das Halbjahresergebnis der AG in Einzelbetrachtung liegt mit rund -110 Tausend Euro operativ grundsätzlich im üblichen Rahmen; es ist etwas besser als Vorjahr, weil in 2022 einige Kosten für Rechtsberatung

aufgewendet worden waren, die in 2023 so nicht anfielen.

Cash. Media Group GmbH

Das bei weitem wichtigste Produkt der Gruppe ist das Magazin „Cash.“, verlegt von der Cash. Media Group GmbH. In 2023 wird es zwölf Stammausgaben und ein als eigenständige Ausgabe erscheinendes Special geben. Weitere vier Specials erscheinen innerhalb der Stammausgaben. Außerdem sind erneut diverse „Cash. Extra“ und „Cash. Exklusiv“ zu spezialisierten Themen wie Arbeitskraftabsicherung, Altersvorsorge, Baufinanzierung, Private Sachversicherung, und Gewerbeversicherungen geplant oder bereits veröffentlicht.

Sowohl das Print- wie auch das Online-Geschäft sind allerdings deutlich hinter dem Vorjahr zurückgeblieben. Die Gründe dafür liegen auf der Hand: In 2022 hatte Cash. trotz des Kriegsbeginns in den ersten Monaten des Jahres noch sehr erfolgreich akquirieren können (vgl. Geschäftsbericht 2022), ehe im Sommer die Umsätze, der allgemeinen Wirtschaftsentwicklung folgend, eingebrochen waren. Und die Lage hat sich bis heute nicht erholt, obwohl die schlimmsten Befürchtungen für den Winter 2022/23 nicht eingetreten sind.

Die Mediaentscheidungen unserer Kunden für 2023 wurden im Gegensatz zu denen des Vorjahres in voller Kenntnis der ökonomischen Auswirkungen des Krieges in der Ukraine getroffen. Cash. verzeichnete

im Zuge zurückgefahrener Werbebudgets für 2023 erheblich geringere Werbeeinnahmen. Gleiches berichten unsere Mitbewerber.

Im ersten Halbjahr des laufenden Jahres erzielte die Cash. Media Group GmbH daher einen Fehlbetrag von rund 130 Tausend Euro, nach einem positiven Vorjahreswert von 90 Tausend Euro. Die Verschlechterung im Konzern ist also ausschließlich auf das Geschäft des Verlages zurückzuführen.

Für das zweite Halbjahr ist zwar, dem üblichen Geschäftsgang folgend, mit einer Steigerung zu rechnen, allerdings wird der Rückstand trotz erfolgreicher Jubiläumsvermarktung (s. o.) nicht mehr gänzlich aufgeholt werden können.

G.U.B. Analyse Finanzresearch GmbH

Die Gesellschaft zeigt zum Halbjahr ein ausgeglichenes Ergebnis nach 10 Tausend Euro im Vorjahr. Grund ist das weiterhin insgesamt geringvolumige, sehr einzelteilige und daher kaum planbare Geschäft der G.U.B. Die Zahl der für eine (vermarktbar) G.U.B.-Analyse in Frage kommenden Beteiligungsangebote ist unverändert klein und auch der neue Geschäftszweig Cash. Analyse Top-Versicherungen (bzw. Investmentfonds) powered by G.U.B. besteht aus einzeln zu akquirierenden Umsätzen, die überdies ebenfalls unter der Werbezurückhaltung der Versicherungs- und Investmentfondsgesellschaften leiden.

Zweiter Geschäftszweig ist die Tätigkeit des G.U.B.-Geschäftsführers als Redakteur für Sachwertanlagen für das Cash.-Magazin. Dafür erfolgt eine angemessene Weiterberechnung.

Weitere bedeutende Ereignisse des ersten Halbjahres 2023

Seit Januar wird das Cash.-Magazin nicht mehr in Deutschland, sondern in Tschechien gedruckt. Größere Probleme bei der Umstellung gab es nicht. Durch diese Maßnahme konnten die Kosten deutlich gesenkt werden (vgl. Ertragslage).

Im März ist der Umzug der Gruppe von der Friedensallee in die Kleine Seilerstraße erfolgt, das neue Büro liegt in unmittelbarer Nähe der Tanzenden Türme. Die neuen Flächen sind kostengünstiger und kleiner und damit dem im Vergleich zu vor fünf Jahren geringeren Mitarbeiterstamm angemessen, bieten gleichwohl hinreichend Raum für die für den Umsatz sehr wichtigen Roundtable-Gespräche.

Außerdem wurde für Film-Aufzeichnungen ein eigenes Greenscreen-Studio eingerichtet. Modernste

Technik ermöglicht die einfache Bedienung sogar durch nur eine Person. Die filmische Präsentation oder zumindest Begleitung redaktioneller und werblicher Inhalte ist damit zum Standard geworden. Die professionellen Filmaufnahmen werden auf allen digitalen Kanälen von Cash. sowie auf denen des jeweiligen Kunden ausgespielt.

Außerdem wurde im März beschlossen, dass ab Mitte 2023 ein erfahrener Kollege aus der Redaktion die Rolle eines stellvertretenden Chefredakteurs einnehmen soll. Der Kollege hat in den vergangenen Jahren die redaktionelle Transformation von Cash. in Richtung Online maßgeblich mitgestaltet und zeichnet für die aufmerksamkeitsstarken Audio- bzw. Film-Formate „Cash. Podcast - Die Zwei & Dein Geld“ und „Cash. - 300 Sekunden mit...“ verantwortlich.

Aussichten für den weiteren Geschäftsverlauf

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

Die Entwicklung der Cash.-Gruppe ist eng verknüpft mit derjenigen der einzelnen Teilbranchen am Markt für Anlageprodukte.

Die Unterschiede zwischen dem Einzelabschluss der Cash. Medien AG und dem Konzernabschluss sind aus operativer Sicht gering, da die wichtigste Tochtergesellschaft, die Cash. Media Group GmbH, per Ergebnisabführungsvertrag an die AG gebunden ist.

Was das Jahr 2023 betrifft, sind die Erwartungen des Vorstands bereits in den Ausführungen zur Ertragslage (s. o.) dargestellt. Sie sind gleichwohl, wie dort ebenfalls bereits gesagt, in unsicheren Zeiten wie den jetzigen stets unter Vorbehalt zu verstehen. Damit ist nicht allein die weitere Entwicklung in der Ukraine gemeint, sondern auch die diversen anderen Themen mit derzeit unkalkulierbaren Auswirkungen. Beispiele (vgl. auch die obigen Ausführungen zu den Rahmendaten):

- Die weitere Entwicklung der Immobilienpreise und Baukosten sorgt im Verein mit dem Zinsanstieg für Verunsicherung und Probleme in der Baubranche und bei den Projektentwicklern. Jüngst ist es zu zwei Insolvenzen größerer Marktteilnehmer gekommen.
- Auf privater Seite sorgt das Heizungsgesetz für Zurückhaltung.
- Nur vorläufig abgeschmettert ist das Thema Provisionsverbot für Versicherungsvermittler. Auf

EU-Ebene ist dieses ideologisch getriebene Vorhaben keineswegs final von der Agenda.

Sie alle münden in Verunsicherung entweder für die Anlagebranche direkt oder sogar auf gesamtwirtschaftlicher Ebene und sind ursächlich für die schwache Wirtschaftsentwicklung.

Und erfahrungsgemäß gehören Werbeaufwendungen in Krisenzeiten zu den ersten Positionen, an denen gespart wird. Die Unternehmen der Cash. Gruppe erzielen ihren Umsatz bekanntlich ganz überwiegend mit Werbung.

Licht am Ende des Tunnels deuten die letzten beiden Untersuchungen des ifo-Instituts zum Versicherungsmarkt an. Der „ifo-Konjunkturtest Versicherungswirtschaft“ zeigte in seinen letzten beiden Ausgaben eine Verbesserung der Stimmung in der Versicherungsbranche im Vergleich zum Vorjahr, die allerdings nach den Einbrüchen der letzten Jahre (Corona, Ukraine) von einem sehr niedrigen Niveau ausgehend zu verstehen ist. Gefragt wurde nach den Ertragserwartungen für die kommenden drei Jahre. Es ist derzeit aber ungewiss, in welchem zeitlichen Rahmen eine Erholung des für die Cash.-Gruppe wichtigsten Teils der Finanzdienstleistungsbranche konkret erwartet werden kann.

Die Planung für 2024 wird daher von großer Vorsicht bei der Umsatzplanung geprägt sein müssen. Kostenseitig wird es zwar noch gewisse Senkungen geben, bedingt etwa durch das Ausscheiden einer Mitarbeiterin, eine geringere Taktung bei der laufenden Überarbeitung der Webseite oder durch die niedrigeren Mietaufwendungen infolge der Flächenreduzierung, was erstmals ab 2024 in voller Höhe wirksam wird. Insgesamt ist der Spielraum für Kostenreduzierung aber naturgemäß immer geringer geworden. Kostendisziplin auch in kleineren Positionen ist daher unabdingbar.

Für die Angabe von Umsatzszenarien oder Ergebnisaussichten für 2024 ist es noch zu früh. Nennenswerte Umsatzsteigerungen sind allerdings nach jetzigem Stand keinesfalls zu erwarten. Da sich überdies die Etatfreigaben bei den Marktteilnehmern in den vergangenen Jahren immer weiter verzögert haben, teils bis weit in das betroffene Jahr hinein, sind verlässliche Aussagen über den Umsatz wohl erst im Frühjahr 2024 möglich.

Der Vorstand arbeitet weiter mit Hochdruck an der crossmedialen Vernetzung und Digitalisierung der Produktpalette. Jüngster Baustein ist die Einrichtung eines eigenen Greenscreen-Studios gewesen (s. o.), um dem redaktionellen wie werblichen Angebot das Medium Bewegtbild mit möglichst wenig organisatorischem Aufwand hinzufügen zu können und auf diesem Weg neues Umsatzpotential zu erschließen.

Das neue Angebot wird rege in Anspruch genommen, sowohl durch die Produktion von rein redaktionellen als auch von werblichen Filmen. Diese Einschätzung hat sich also als zutreffend erwiesen, ungeachtet der Tatsache, dass das Umsatzniveau insgesamt unbefriedigend ist. Die Investition für das Studio von knapp 30 Tausend Euro im April 2023 hat sich allerdings bereits jetzt durch den Verkauf von

Filmproduktionen bzw. crossmedialen Paketen amortisiert.

Die Resonanz unserer Gäste auf die Cash.-Gala 2023 war ausgesprochen gut und auch wirtschaftlich war die Gala ein voller Erfolg; die Zahl der Produktanmeldungen bei den Financial Advisors Awards lag ebenfalls über Plan. Dennoch können die überplanmäßigen Umsätze aus der Vermarktung der Gala nur zu einem geringen Anteil die fehlenden Online- und Printumsätze kompensieren.

Um bis Ende 2023 weiteren Umsatz zu generieren, wurden erste Erfolge mit neuen Ideen in Print und Online erzielt. Die ersten Türchen eines Online-Weihnachtskalenders, die inklusive einer Filmproduktion angeboten werden, sind verkauft. Ebenso sind erste Umsätze bei zwei neuen Specials und Extras erzielt worden, die sich einerseits mit dem Thema Gold und seltene Erden sowie andererseits mit Maklersoftware und digitalen Services auseinandersetzen.

Cash. ist innovationsgetrieben und versucht durch stets neue Ideen und Angebote die zunehmend wegbrechenden Umsätze aus klassischen Printbuchungen zu kompensieren.

Hamburg, 9. Oktober 2023

Der Vorstand

Cash. Medien AG

Cash. Medien AG
Kleine Seilerstraße 1
20359 Hamburg
Telefon: 040/51 444-0
Telefax: 040/51 444-120
E-Mail: info@cash-medienag.de
Internet: www.cash-medienag.de