

Cash. Medien AG

**Zwischenbericht
für das
1. Halbjahr 2024**

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
Aussichten für den weiteren Geschäftsverlauf	8

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, LinkedIn, Twitter, Xing, Instagram und TikTok, Podcast auf eigenen Kanälen sowie bei Spotify und Apple
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.

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

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

Für die wichtigsten Produkte der Gruppe – das Cash.-Magazin, die Online-Angebote auf 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

Im Juni hatte die Europäische Zentralbank (EZB) erstmals seit 2019 die Leitzinsen gesenkt. Von 4,5 Prozent ging es um 0,25 Prozentpunkte runter auf 4,25 Prozent. Um eine deutliche positive Reaktion an den Märkten, insbesondere beim deutschen Leitindex DAX, auszulösen, war der Zinsschritt allerdings noch zu gering. In den ersten sechs Monaten des Jahres hat sich die Inflationsrate von 2,9 Prozent im

Januar auf 2,2 Prozent im Juni verringert. Geopolitisch stand das erste Halbjahr weiter unter dem Eindruck des Krieges in der Ukraine und des Israel-Hamas-Konflikts. Nicht zuletzt deshalb stieg auch der Goldpreis auf neue Höhen und notierte im Juni bei 2.326 US-Dollar je Feinunze. Zu Beginn des Jahres lag der Wert noch bei 2.063 US-Dollar.

Rahmendaten von spezieller Bedeutung für die Cash.-Gruppe

Die im Geschäftsbericht 2023 dargestellte Entwicklung ist wie folgt kurz zu aktualisieren:

Versicherungen

Das schleppende Einmalbeitragsgeschäft wird voraussichtlich auch 2024 die Umsätze der deutschen Lebensversicherer bremsen. Der Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) erwartet, dass die Schaden- und Unfallversicherung bei den Beitragseinnahmen die Lebensversicherung überholen wird. Für 2024 wird ein Beitragsplus von 2,8 Prozent über alle Sparten hinweg prognostiziert, während für 2025 ein Anstieg der Beitragseinnahmen auf 3,1 bis 5,5 Prozent erwartet wird.

Erstmals seit 1996 werden in diesem Jahr die Bruttobeitragseinnahmen in der Schaden- und Unfallversicherung die der Lebensversicherung übertreffen. Dieser Trend dürfte sich bis 2025 fortsetzen. Der GDV hat seine Branchenprognose für 2024 aufgrund eines schwächelnden Einmalbeitragsgeschäfts um einen Prozentpunkt gesenkt.

Für die Lebensversicherung, einschließlich Pensionskassen und Pensionsfonds, wird 2024 ein Beitragsrückgang von 2,6 Prozent erwartet. Im Jahr 2025 könnte das Beitragswachstum auf -0,3 bis 2,5 Prozent steigen.

In der Schaden- und Unfallversicherung treibt die Inflation 2024 das Beitragswachstum an. Besonders die Kraftfahrtversicherung profitiert von Nachholeffekten, mit einem erwarteten Beitragsplus von 7,8 Prozent. Für 2025 prognostiziert der GDV ein Beitragswachstum zwischen 4,9 und 7,2 Prozent.

In der privaten Krankenversicherung wird 2024 ein Plus von 4,5 Prozent erwartet, während es 2025 aufgrund steigender Leistungen auf 6,0 bis 8,0 Prozent steigen könnte.

Investmentfonds

Im ersten Halbjahr flossen den Gesellschaften bei Publikumsfonds 11,7 Milliarden Euro zu. Die Absatzliste führen Rentenfonds mit 10,9 Milliarden Euro an. Hierbei dominieren Fonds, die in Anleihen mit bis zu drei Jahren Restlaufzeit investieren (8,2 Milliarden Euro). Es folgen Aktienfonds mit 6,8 Milliarden Euro. Aktien-ETFs erhielten 9,5 Milliarden Euro, aus aktiv gemanagten Fonds flossen 2,7 Milliarden Euro ab. Mischfonds verbuchten einen Abfluss von 6,4 Milliarden Euro. Immobilienfonds verzeichneten in den letzten elf Monaten jeweils Rückgaben, in der Summe waren es 3,1 Milliarden Euro. Allein im ersten Halbjahr 2024 flossen 2,1 Milliarden Euro ab. Das Nettofondsvermögen ist seit Jahresbeginn – auch aufgrund von Abwertungen im Immobilienbestand einiger Fonds – von 131 auf 127 Milliarden Euro gesunken. Ihr Anteil am Vermögen der Publikumsfonds beträgt acht Prozent. Aktienfonds haben mit 697 Milliarden Euro einen Anteil von 47 Prozent. Ihr Volumen ist seit Jahresbeginn (624 Milliarden Euro) um knapp zwölf Prozent gestiegen. Es folgen Mischfonds mit 354 Milliarden Euro (Jahresbeginn: 338 Milliarden Euro) und Rentenfonds mit 221 Milliarden Euro (211 Milliarden Euro).

Die Fondsgesellschaften verwalteten für Anleger in Deutschland insgesamt 4.311 Milliarden Euro per 30. Juni 2024. Damit erreichte die Branche genau die Rekordmarke vom Jahresende 2021. In den letzten zehn Jahren hat sich das Vermögen nahezu verdoppelt (30. Juni 2014: 2.239 Milliarden Euro). Das entspricht einer Steigerung von im Schnitt knapp sieben Prozent pro Jahr. Der Großteil des Vermögens entfällt mit 2.133 Milliarden Euro auf offene Spezialfonds. In offenen Publikumsfonds verwalten die Fondsgesellschaften 1.490 Milliarden Euro, in Mandaten 630 Milliarden Euro und in geschlossenen Fonds 58 Milliarden Euro.

Immobilien

Der Immobilienmarkt in Deutschland war auch im ersten Halbjahr 2024 durch das gegenüber Anfang 2022 deutlich gestiegene Zinsniveau und die daraus resultierende Kaufzurückhaltung sowie in vielen Bereichen spürbar gesunkene Immobilienpreise gekennzeichnet. Zudem ist die Zahl der Baugenehmigungen für neue Wohnungen weiter zurückgegangen. Im ersten Halbjahr 2024 wurden laut Statistischem Bundesamt lediglich 106.700 Wohnungen genehmigt. Das waren nochmals 21,1 Prozent oder 28.500 Wohnungen weniger als im schon schwachen Vorjahreszeitraum.

Ab etwa Beginn des zweiten Quartals wurde generell von einer wieder etwas zunehmenden Transaktionsaktivität und im Wohnungsmarkt von einer Stabilisierung sowie teilweise sogar wieder etwas ansteigenden Preisen berichtet. Dazu beigetragen haben dürfte auch die Erwartung einer ersten Zinssenkung der EZB, die dann Anfang Juni auch vorgenommen wurde. Ob damit schon eine Wende im Immobilienmarkt erreicht worden ist, wird unterschiedlich beurteilt. Es mehren sich jedoch die Anzeichen, dass zumindest in einigen Bereichen der Tiefpunkt der Krise inzwischen durchschritten sein könnte.

Sachwertanlagen

Im Bereich der Sachwertanlagen war das Emissionsgeschehen im ersten Halbjahr 2024 weiterhin sehr verhalten. Lediglich zehn alternative Investmentfonds (AIFs) für Privatanleger sind nach Beobachtung der G.U.B. auf Basis der BaFin-Datenbank und weiterer Quellen in den ersten sechs Monaten des Jahres für den Vertrieb zugelassen worden. Das ist ein Fonds mehr als im Vorjahreszeitraum. Davon waren im ersten Halbjahr 2024 vier Private-Equity-, drei US-Immobilien-, ein Erneuerbare-Energien- und nur zwei deutsche Immobilienfonds.

Im Segment der Vermögensanlagen, also Emissionen im Rahmen des Vermögensanlagengesetzes, wirkt weiterhin das seit August 2021 geltende Blindpoolverbot für Angebote an Kleinanleger, das von der BaFin sehr restriktiv gehandhabt wird und dieses Segment im Publikumsgeschäft weitgehend zum

Erliegen gebracht hat. Im März 2024 ist eine Vermögensanlage mit überregionaler Marktbedeutung auf den Markt gekommen, ansonsten ist in diesem Segment keine Bewegung ersichtlich.

Große Erwartungen werden hingegen an die Reform der EU-Verordnung zu European Long Term Investment Funds (ELTIF) geknüpft, die am 10. Januar 2024 in Kraft getreten ist. Sie eröffnet Anbietern sowohl aus dem Bereich der offenen Investmentfonds als auch der geschlossenen AIFs neue konzeptionelle Möglichkeiten, um (unter anderem) Sachwerte und Private-Equity-Konzepte einem breiteren Publikum zugänglich zu machen.

Für Cash- und G.U.B. sind ELTIF auch deshalb relevant, weil diese Fonds auch über Finanzdienstleister mit Erlaubnis nach 34f GewO vermittelt werden dürfen (je nach Ausgestaltung des Fonds mit Nummer 1 oder Nummer 2). Im ersten Halbjahr sind noch nur vereinzelt Fonds der neuen ELTIF-Generation, auch bekannt als „ELTIF 2.0“, aufgelegt worden und in den Publikumsvertrieb gegangen, es wird jedoch auf Basis von Ankündigungen und bekannt gewordenen Planungen mit einer erheblich steigenden Zahl gerechnet. Wie sich dieses Segment weiterentwickelt, bleibt allerdings abzuwarten.

Berater

Alles andere als einfach waren 2023 die Rahmenbedingungen für den Finanz- und Versicherungsvertrieb in Deutschland. Dennoch verzeichnete mehr als die Hälfte der Unternehmen ein Umsatz-Plus. Das zeigen die Ergebnisse der Finanz- und Versicherungsvertriebe, die von der Cash.-Redaktion jedes Jahr nach den Erlösen des Vorjahres befragt werden. Insgesamt 32 Unternehmen haben ihre Zahlen offengelegt, davon 27 Allfinanzvertriebe und fünf Spezialvertriebe. Ergebnis: Gut die Hälfte der Unternehmen hat es geschafft, das Geschäft gegenüber dem – ebenfalls schon schwierigen – Vorjahr zu steigern oder zumindest stabil zu halten. So weisen 17 der 32 Vertriebe ein zum Teil deutliches Plus der Provisionserlöse gegenüber 2022 aus. Auch fast alle der befragten Maklerpools haben ihr Geschäft 2023

gegenüber dem Vorjahr gesteigert. Bei 40 Prozent der Unternehmen legte der Rohertrag gar zweistellig zu.

Auf regulatorischer Ebene liegt seit 2023 der Entwurf der EU-Kommission zur Kleinanlegerstrategie vor. Lange umstritten war dabei, ob unabhängige Vermittler künftig noch Provisionen für die Vermittlung von Versicherungsanlageprodukten erhalten dürfen.

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Der Umsatz der Cash.-Gruppe lag im ersten Halbjahr 2024 mit 815 Tausend Euro um rund 14 Prozent über dem des vergleichbaren Vorjahreszeitraums (TEUR 715). Und das, obwohl die Ausgaben 5, 6 und 7 (Ausgabe 7 erscheint stets bereits im Juni) vergleichsweise schwach abgeschlossen haben. Im Gegenzug lief allerdings das Online-Geschäft besser als Plan und auch insgesamt hat die Cash. Gruppe in der Akquisition weiterhin einen Vorsprung gegenüber Vorjahr.

Ohnehin ist das erste Halbjahr eines Jahres stets umsatzschwächer als das zweite und der Akquisitionsstand der Ausgaben des zweiten Halbjahres ist überwiegend positiv zu sehen. Besonders erfreulich ist, dass der Buchungsstand für Online derzeit bereits elf Prozent über dem im gesamten Jahr 2023 erreichten Niveau liegt.

Der aktuelle Buchungsstand für Print und Online für 2024 gesamt liegt mehr als 100 Tausend Euro über Vorjahr. Trotz der erfolgreichen Vermarktung der Jubiläen von „Cash.“ und „G.U.B.“ in 2023, ein Sonder-effekt, der dem Printbereich zugeordnet wurde und im laufenden Jahr natürlich fehlt, liegt Cash. in der Akquisition also weiterhin vorne, das ist ein wichtiger Punkt beim Blick aufs Gesamtjahr, vgl. auch die detaillierten Ausführungen dazu im Geschäftsbericht 2023. Das aktuelle Umsatzplus ist dem Online-Bereich zu verdanken, da der Printbereich sich auf Vorjahresniveau bewegt. Der Vorstand geht davon aus, dass seine Umsatz-Forecasts für Print und Online erreicht werden.

Mittlerweile sprach sich aber der EU-Rat, ebenso wie zuvor das EU-Parlament, gegen allgemeine Provisionsverbote aus. Nach der Entscheidung des EU-Rates können die Trilogverhandlungen zwischen der EU-Kommission, dem EU-Rat und dem Europaparlament (EP) beginnen. Bei den Branchenverbänden wird vermutet, dass dies voraussichtlich im Herbst der Fall sein wird.

Die Kosten sind im ersten Halbjahr 2024 gegenüber Vorjahr gesunken, vor allem, weil sowohl der Verkauf als auch die Redaktion jeweils um eine Stelle reduziert wurden.

Das Ergebnis im 1. Halbjahr 2024 liegt folglich mit einem Fehlbetrag von 128 Tausend Euro deutlich über dem des ersten Halbjahres 2023 (-240 Tausend Euro). Die bislang erfolgreiche Vermarktung der Gala schlägt erst im zweiten Halbjahr zu Buche. Mithin sieht der Vorstand heute keinen Anlass, von seiner bereits im Geschäftsbericht 2023 abgegebenen vorsichtigen Prognose eines Ergebnisses etwa im fünfstelligen Bereich für das Gesamtjahr 2024 abzurücken

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

Die Liquidität blieb über das erste Halbjahr hinweg insofern einigermaßen stabil, als trotz der im ersten Halbjahr stets geringeren Umsätze der Dispositionskredit nur phasenweise und in übersichtlichem Umfang genutzt werden musste. Das zweite Halbjahr ist stets liquiditätsstärker als das erste.

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), das Greenscreen-Studio sowie die CRM-Software

„Verlagsmanager“ zu nennen; vgl. Geschäftsbericht 2023. Die übrigen Vermögenswerte sind demgegenüber von untergeordneter Bedeutung.

Einige Kennzahlen im Vorjahresvergleich:

(konsolidiert, TEUR)	1. Halbjahr 2024	1. Halbjahr 2023
Umsatz	815	715
die wichtigsten Kostenpositionen		
- bezogene Leistungen	154	172
- Personalkosten	456	498
- sonstige betriebliche Aufwendungen	301	283
Ergebnis	-128	-240

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 die Cash. Medien AG 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 geehrt. Die Cash. Gala als renommierte Branchenveranstaltung ist ein zentraler Baustein für das Marketing der gesamten Gruppe.

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 Vorjahr und über Plan. Sämtliche Umsätze im Zusammenhang mit der Gala werden aber erst im zweiten Halbjahr erfolgswirksam.

Die Cash. Gala wird seit mehreren Jahren auch filmisch in Szene gesetzt. Die Gala-Filme werden sowohl über die digitalen Kanäle von Cash. als auch über die digitalen Netzwerke der Cash.-Gala-Partnerunternehmen verbreitet.

Das Halbjahresergebnis der AG in Einzelbetrachtung liegt mit rund -112 Tausend Euro operativ im üblichen Rahmen und fast genau auf Vorjahresniveau.

Cash. Media Group GmbH

Das bei weitem wichtigste Produkt der Gruppe ist das Magazin „Cash.“, verlegt von der Cash. Media Group GmbH. In 2024 wird es zwölf Stammausgaben und ein als eigenständige Ausgabe erscheinendes Special geben. Weitere vier Specials erschienen bereits innerhalb der Stammausgaben. Außerdem sind erneut diverse „Cash. Extra“ und „Cash. Exklusiv“ zu spezialisierten Themen wie betriebliche Vorsorge, Sachwertanlagen und Arbeitskraftabsicherung oder Gold geplant oder bereits veröffentlicht.

Während das Print-Geschäft derzeit etwa Vorjahresniveau aufweist (was in Anbetracht der allenthalben rückläufigen Print-Umsätze bereits positiv zu werten ist), zeigt sich das Online-Geschäft deutlich besser als im Vorjahr.

Diese insgesamt gute Entwicklung deckt sich mit der bereits seit einiger Zeit zu beobachtenden allmählichen Verbesserung der Stimmung in der Versicherungsbranche, die durch Corona und den Ausbruch des Ukraine-Krieges stark eingebrochen war. Eigene Auswertungen zu diesem Thema haben gezeigt, dass der Umsatz der Cash. Gruppe mit gewisser Verzögerung dieser Entwicklung folgt. In Anbetracht der Bedeutung der Versicherungsbranche für Cash. ist das auch nicht überraschend.

Im ersten Halbjahr des laufenden Jahres erzielte die Cash. Media Group GmbH einen Fehlbetrag von rund 23 Tausend Euro, nach -130 Tausend im Vorjahr. Für das zweite Halbjahr ist, dem üblichen Geschäftsgang folgend, mit einer Steigerung zu rechnen, zumal einige Ausgaben im Herbst bereits jetzt überdurchschnittlich gut gebucht sind.

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

G.U.B. Analyse Finanzresearch GmbH

Die Gesellschaft zeigt zum Halbjahr ein leicht positives Ergebnis (TEUR 6) nach einem ausgeglichenen Vorjahr. An diesem Bild wird sich auch in Zukunft wenig ändern. 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 Geschäftszweig Cash. Analyse Top-Versicherungen (bzw. Investmentfonds) powered by G.U.B. besteht aus einzeln zu akquirierenden Umsätzen.

In Anbetracht der gewachsenen Bedeutung der Tätigkeit des G.U.B.-Geschäftsführers als Redakteur für Sachwertanlagen und mittlerweile auch Beraterthemen für das Cash.-Magazin wurde entschieden, ihn personell beim Verlag zu führen. An den Aufgaben als Analyst bei G.U.B. ändert das nichts, dafür erhält nun die Cash. Media Group eine angemessene Weiterberechnung.

Tochtergesellschaft, die Cash. Media Group GmbH, per Ergebnisabführungsvertrag an die AG gebunden ist.

Der derzeit relativ stabile Geschäftsverlauf darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Zeiten insgesamt weiterhin unsicher sind.

Was das Jahr 2024 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. Neben der allgemeinen Antriebslosigkeit der Bundesregierung betreffend die dringend anzugehenden

Probleme des Landes sind weitere branchenspezifische Beispiele (vgl. auch die obigen Ausführungen zu den Rahmendaten):

- Die weitere Entwicklung der Immobilienpreise und Baukosten sorgt im Wechselspiel mit der Zinsentwicklung für Verunsicherung und Probleme in der Baubranche und bei den Projektentwicklern bzw. Sachwertanlagen.
- Nur vorläufig abgewehrt 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 weiterhin relativ 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 mit Werbung.

Erfreulich ist die Entwicklung der Stimmung in der Versicherungsbranche, bereits erwähnt in den Ausführungen zur Ertragslage. Die letzten Untersuchungen des ifo-Instituts zum Versicherungsmarkt, der „ifo-Konjunkturtest Versicherungswirtschaft“, zeigten eine Verbesserung der Stimmung in der Versicherungsbranche im Vergleich zum Vorjahr. Dieser Anstieg ist allerdings nach den Einbrüchen der letzten Jahre aufgrund von Corona und Ukraine-Krieg von einem sehr niedrigen Niveau ausgehend zu verstehen, zudem sind die aktuellen Zahlen in der Versicherungsbranche noch nicht zufriedenstellend, vgl. Ausführungen zum Markt oben.

Die derzeitige Entwicklung des Werbe-Geschäfts mit Versicherungen, der mit Abstand für Cash. wichtigsten Branche, sowie im Bereich Investmentfonds ist durchaus relativ gut zu nennen. Hingegen sind die Werbeumsätze in den Bereichen Immobilien, Sachwertanlagen und Vertriebe rückläufig im Vergleich zum Vorjahr. Über alle Segmente hinweg

verzeichnet Cash. jedoch ein Umsatzplus von mehr als 100 Tausend Euro bzw. 9 Prozent für Print und Online versus Vorjahr. In Anbetracht der Gesamtlage ist aber völlig ungewiss, ob nicht neuerliche gesamtwirtschaftliche oder branchenspezifische Störungen oder Resultate kriegerischer Auseinandersetzungen (Ukraine, Nahost- und Taiwan-Konflikt) die Stimmung und damit den Umsatz plötzlich wieder eintrüben.

Auf der anderen Seite können auch zu erwartende Leitzinssenkungen der Notenbanken wie Fed und EZB, bedingt durch sinkende Inflationsraten, oder die anstehenden Präsidentschaftswahlen in den USA das makroökonomische Umfeld positiv stimulieren und folglich die Werbebudgets in den für Cash. relevanten Branchen ansteigen lassen.

Die Planung für 2025 wird daher abermals von Vorsicht bei der Umsatzprognose geprägt sein. Kostenseitig besteht nur noch wenig Spielraum, Kostendisziplin auch in kleineren Positionen ist daher unabdingbar.

Für die Angabe von Umsatzszenarien oder Ergebnisaussichten für 2025 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 des kommenden Jahres wohl erst ab Frühjahr 2025 möglich.

Der bisherige Geschäftsverlauf bei Cash. für 2024 ist insgesamt positiv zu bewerten. Hervorzuheben ist das Print-Umsatzplus von einem Viertel bzw. von über 100 Tausend Euro mit den Cash. Extras und Exklusivs, die im Leistungspaket um eine Filmproduktion in unserem neuen Greenscreen-Studio ergänzt wurden, sowie das Umsatzwachstum im Online-Bereich von aktuell ebenfalls über 100 Tausend Euro. Klassische Print-Anzeigen und -Advertorials sowie Beilagen und Beihefter sind hingegen mit über 100 Tausend Euro weiterhin rückläufig.

Die Vermarktung der Cash. Gala verläuft bislang erfolgreich und wird den Forecast in Höhe von 300 Tausend Euro gemäß der Prognose des Vorstands erreichen.

Cash. greift stets neue Themen und Produkte frühzeitig auf, wie etwa ELTIF 2.0 (European Long-Term Investment Funds), die in den Bereichen Sachwertanlagen, Investmentfonds und Versicherungen nunmehr angeboten werden, oder KI im Fondsmanagement, Maklersoftware oder das Trendthema Gold,

veröffentlicht darüber einerseits rein redaktionelle Artikel und vermarktet andererseits mit diesen Themen crossmediale Produkte (Print, Webseite, Newsletter, Social Media) Extras, Exklusivs und Titelkooperationen sowie die reinen Online-Formate inklusive Film- und Podcast-Produktionen.

Cash. bleibt innovationsgetrieben, um der seit Jahren zu beobachtenden Umsatzerosion im Bereich klassischer Printbuchungen entgegenzuwirken, und ist damit erfolgreich.

Hamburg, 30. August 2024

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