

# EXKLUSIV-RESEARCH



## **Klassik Radio AG: Game Changer**

*CEO Ulrich Kubak im Gespräch*

**Haar, 29. Januar 2018 - Die Aktie der Klassik Radio AG könnte vor einer Neubewertung stehen. Das Augsburger Unternehmen, welches mit Klassik Radio Deutschlands größten Klassik-Radiosender betreibt, startete im Dezember 2017 den neuen Streaming-Dienst „Klassik Radio Select“. Mit dem neuen Dienst nimmt Firmenchef Ulrich Kubak das Digitalgeschäft voll ins Visier. Im Fokus stehen Fans von Klassik, Oper, Filmmusik, Jazz und Lounge.**

Anders als bei klassischen Streaming-Diensten, werden alle Sender von Experten kuratiert und bieten so dem Hörer die Möglichkeit, täglich aufs Neue musikalische Abwechslung zu erleben. Jeder Hörer kann je nach Stimmung, Interesse und persönlicher Lebenssituation ein perfekt zugeschnittenes musikalisches Angebot genießen, ohne sich vorher durch hunderte von Titeln durcharbeiten zu müssen. „Bei unserem Dienst muss keiner Titel mühsam suchen, sondern einfach nur finden. Wir stellen das Angebot zusammen und sind damit ein Lieferdienst für den Hörer. Bei Spotify müssen Sie sich unter Millionen von Titeln erst einmal zurechtfinden“, erklärt Kubak im Gespräch mit der Vorstandswoche. Mit allen wichtigen Musikkonzernen wie Universal Music, Sony Music und Warner Music hat Kubak bereits Lizenzverträge vereinbart. „Alle Lizenzgeber waren von unserem Konzept begeistert“. Anders als andere Anbieter wie zum Beispiel Spotify muss Klassik Radio nicht bis zu 70 % der Erlöse für Lizenzen an die Majors abdrücken. „Wir haben eine gute Vereinbarung getroffen, da wir kein On-Demand-Service anbieten, sondern unseren Abonnenten einen Dienst mit Musik bereitstellen“. Das Ziel von Kubak bis Ende 2018 ist einfach: „Wir streben 10 000 zahlende Kunden bis Jahresende an“. Das Abo kostet pro Monat 5.99 Euro. Nur rund 4 Wochen nach der Live-Schaltung

des Streaming-Dienstes haben sich bereits über 70 000 Leute die App heruntergeladen. 10 000 haben sich direkt registriert und 1 000 ihre Kreditkartendaten hinterlegt. Diese dürften bereit sein, das Abo abzuschließen. Normalerweise müssen vergleichbare Unternehmen zig Millionen Euro für Marketing in die Hand nehmen, um das Produkt bekanntzumachen. „Wir werden kein Geld für externe Werbung ausgeben. Klassik Radio ist das zweitgrößte Klassik-Netzwerk auf der Welt und in Deutschland das meistverbreitete Privatrado. Unser Sender erreicht über 4 Mio. Hörer allein in Deutschland. Das ist unsere Zielgruppe für unseren Dienst.“ Somit fallen keinerlei Akquisitionskosten an, da das Marketing nur über die eigenen Kanäle erfolgt. Nach eigenen Angaben ist der neue Service bereits mit 10 000 zahlenden Kunden „hoch profitabel“. Kubak ist sehr zuversichtlich, dass dieses Ziel erreicht wird. „Uns ist es gelungen, rund 500 000 eigens zusammengestellte Klassik Radio CD-Boxen zu verkaufen, die jeweils 50 Euro kosten, während Verbraucher andere Klassik CD-Boxen für weniger als die Hälfte beim Discounter kaufen können.“ Zudem lockt das Unternehmen bereits rund 150 000 Leute zu eigenen Konzerten. „Vor diesem Hintergrund wird es uns wohl gelingen, dieses Jahr 10 000 Abonnenten zu gewinnen.“

Bisher erzielt das Unternehmen im Wesentlichen Umsätze durch Werbung. Der restliche Umsatz entfällt auf eigene Live-Konzerte und den Verkauf von CDs. Im Jahr 2016 erzielte die Gesellschaft einen Umsatz von 13.4 Mio. Euro und ein EBITDA von 1.5 Mio. Euro. Für 2017 hat Kubak ein Umsatzplus in Aussicht gestellt und eine Steigerung des EBITDA. Aufgrund der Investitionen in den neuen Streaming-Dienst ist das EBITDA belastet und wird sich gegenüber 2016 wohl nur leicht steigern. „Wir sind mit dem Verlauf des Jahres 2017 zufrieden und sollten unsere Ziele erreicht haben. Trotz der Investitionen sind wir stolz, dass das Ergebnis nicht eingebrochen ist. Das zeigt: In unserem Kerngeschäft geht es ertragstechnisch deutlich nach oben.“ Netto dürften 2017 zwischen 1.3 und 1.4 Mio. Euro in der Kasse klingeln. Für das Jahr 2018 erwartet Kubak bei Umsatz und Gewinn aus dem bisherigen Kerngeschäft einen „deutlichen Schluck“ nach oben. Das EBITDA wird sich massiv verbessern, da ein Großteil der Investitionen entfallen. Positiv überraschen könnte Klassik Radio, wenn sich der Streaming-Dienst erwartungsgemäß entwickelt.

An der Gesellschaft hält Kubak einen Anteil von rund 68 %. An einen Verkauf von Aktien denkt er nicht. Auch ist bis auf weiteres keine Kapitalerhöhung geplant. Offen ist der Firmenchef allerdings für einen strategischen Partner, der das Unternehmen

nochmals in andere Dimensionen schicken kann. „Ein attraktiver Partner, der sich entsprechend bei uns beteiligt könnte für uns mittelfristig von Vorteil sein. Wir sind allerdings nicht auf der Suche nach einem Partner. Es ist vielmehr so, dass das Interesse von außen kommt“, sagt Kubak.

Bisher ist die Aktie von Klassik Radio nicht wirklich bekannt. Das wird sich ändern. Kubak will verstärkt mit dem Kapitalmarkt kommunizieren und auch auf Roadshows gehen. Ein 2. Research ist bereits in Arbeit. Auch wenn der Vergleich natürlich nicht ganz passt: Die Aktie von Pantaflix hat sich aufgrund eines eigenen Video-on-Demand-Service für Filme vervielfacht. Klassik Radio könnte sich immerhin verdoppeln.

*Hinweis nach WPHG §34b zur Aufklärung über mögliche Interessenskonflikte:*

*Die Aktie der Klassik Radio AG ist in unserem Vorstandswoche Realgeld-Depot enthalten.*