

KLASSIK RADIO beeindruckt auf der SALUTARIS-Präsentation mit guten Geschäftszahlen und ist mit der Zwei-Säulen-Strategie B2B und B2C zukunftsweisend aufgestellt

„Mit KLASSIK RADIO bleiben Sie entspannt. Und der Preis bleibt es auch. Auf Dauer. – KLASSIK RADIO ist jetzt immer und überall mobil dabei. KLASSIK RADIO für iPhone und iPod Touch – KLASSIK RADIO Blog – KLASSIK RADIO live in concert – KLASSIK RADIO Wunschmusik – Klassik lounge nightflight – Neues aus der Klassikwelt – KLASSIK RADIO Hörerreisen – KLASSIK RADIO Gewinnspiele – Klassik für Kinder – Kinder machen Musik – KLASSIK RADIO Lesezeit – Nightbook – KLASSIK RADIO Playlist“.

Die börsennotierte KLASSIK RADIO AG aus der Fuggerstadt Augsburg blickt auch in diesen schwierigen Zeiten einer weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise auf ein erfolgreiches erstes Halbjahr des Geschäftsjahrs 2008/2009 zurück. Im aktuellen Geschäftsbrief schreibt der Vorstand: „Trotz des turbulenten Marktumfeldes in der Werbeindustrie wie auch im privaten Konsum konnte die KLASSIK RADIO AG die Umsatzerlöse im ersten Halbjahr 2008/09 um 16,93 % auf 8.386 TEUR steigern. In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres wurde ein EBITDA von 531 TEUR erwirtschaftet. Nach insbesondere durch Erwerbe bedingten Abschreibungen wurde ein EBIT in Höhe von 307 TEUR (im Vorjahr 179 TEUR) und ein Periodenergebnis von 168 TEUR (im Vorjahr 40 TEUR) erzielt. Das EBIT von 307 TEUR und das Periodenergebnis von 168 TEUR übertrafen aufgrund der letztjährigen Wertberichtigung des FM Firmenwertes die Vorjahreswerte. Der operative Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit in Höhe von 856 TEUR überstieg hierbei das EBITDA.“

Eine spannungsreiche Präsentation mit lebhafter Diskussion

Der Firmengründer und Vorstand Ulrich R. J. Kubak, der 82 % der Aktien an KLASSIK RADIO hält – ein klarer Vertrauensbeweis – begeisterte die persönlich eingeladenen hochkarätigen Finanzexperten. Beeindruckend war der facettenreiche, von Leidenschaft für sein Geschäftsmodell getragene Vortrag. Die von den beiden Vorständen der SALUTARIS Capital Management AG, Frau Dr. Barbara und Herr Michael Kollenda, in ihren Räumlichkeiten in München perfekt ausgerichtete und schon frühzeitig ausgebuchte Präsentationsveranstaltung bildete die Grundlage für eine lebhafte Diskussion in ungezwungener Atmosphäre. Die Botschaft kam an: Die Aktie von KLASSIK RADIO (2009: Kursgewinn +60 %) gilt als chancenreiches Investment für die Zukunft.

Wichtige Highlights:

- Erfolgreicher Launch des neuen Konzertformates „Die besten Klassik Hits“
- Integration HIRMER Verlag erwirtschaftet Umsatzerlöse von 4,4 Mio. Euro seit Erwerb Anfang April 2008
- Mit neuer Sendeautomations-Technik ist KLASSIK RADIO aufgestellt für die Herausforderung der Digitalisierung
- Aufschaltung der Innsbruck Frequenz am 11. November 2008

Zum besseren Verständnis des Geschäftsmodells

Die KLASSIK RADIO AG mit Firmensitz in Augsburg ist im General Standard der Frankfurter Börse gelistet. Die Ursprünge reichen 20 Jahre zurück bis zur Gründung von FM Radio Network 1989. KLASSIK RADIO fühlt sich als eine unabhängige Radio-Holding im spannenden Medium Hörfunk zu Hause. Die Liebe zur guten Musik, der erfolgreiche Ausbau des Konzertbereichs und das etablierte CD-Direktgeschäft haben viel bewegt. Hinzu kommt der erfolgreiche Einstieg in den Büchermarkt mit der Übernahme des Traditionsverlages HIRMER. Er zählt im Segment Kunstbücher zu den Marktführern im deutschsprachigen Raum. Die Meilensteine von KLASSIK RADIO umfassen vier Stufen: Vermarktung der Radiowerbezeiten – Merchandising – Vertrieb – Direktgeschäfte. Bemerkenswert sind die werbewirksamen Formate, gekennzeichnet durch vier klare Werbeblöcke pro Stunde für klassische Funkspots und zielgruppengenaues Werbeumfeld. Von 06:00 Uhr morgens bis 18:00 Uhr abends fesselt KLASSIK RADIO seine Hörer – „Entscheider-Zielgruppe“ genannt – mit Klassik Hits, von 18:00 bis 20:00 Uhr mit Filmmusik, von 20:00 bis 22:00 Uhr mit New Classics und ab 22:00 Uhr mit Klassik Lounge. Heute beschäftigt KLASSIK RADIO 120 Mitarbeiter und erzielt einen Jahresumsatz von rund 15 Millionen Euro. Versierte Fachleute sind wegen der neuen Frequenzen hochwillkommen!

Die KLASSIK RADIO AG wird mit dem Bayerischen Gründerpreis ausgezeichnet

Die KLASSIK RADIO AG wurde am 14. Mai 2009 mit dem „Bayerischen Gründerpreis 2009“ in der Kategorie „Aufsteiger“ geehrt und zählt damit zu den TOP3-Unternehmen. Diese Auszeichnung ist die Anerkennung für die einzige börsennotierte Radio-Holding in Deutschland und ein Beweis für den unternehmerischen Erfolg. Der bayerische Gründerpreis wird alljährlich in Nürnberg verliehen und ist eine der begehrtesten Auszeichnungen für bayerische Unternehmen.

Dazu schreibt das Jurymitglied Dr. Walter Eschle, Stadtparkasse Augsburg: „Unsere Preisträger geben ein eindrucksvolles Beispiel für unternehmerisches Engagement und Kompetenz. Zwischen den vielen Nachrichten über die schwache Konjunktur ist das eine mehr als positive Botschaft.“

Der Geschäftsbericht – ein innovativer Streifzug durch Musik, Kunst und Information

Der erneut anspruchsvoll aufgemachte, mit viel Liebe, Kunstverständnis und schönen Bildern ausgestattete Geschäftsbericht spiegelt die Leidenschaft und Begeisterung des relativ jungen Managements für das Unternehmen wider. Es macht Spaß, darin zu lesen. Weg von staubtrockenen, nackten Zahlen und leblosen Textwüsten hin zu einer ganzheitlichen, leserfreundlichen Sichtweise!

Ein Blick auf den erworbenen Traditionsverlag HIRMER

Was ist das Besondere? Der Verlag zeichnet sich durch hohe inhaltliche und drucktechnische Qualität aus und zählt im Kunstbuch-Bereich zu den Wegbereitern und Marktführern. Das Angebot umfasst:

- Eigene Kunstbücher im Hochpreissegment, oft ein mit ausländischen Partnern abgestimmtes gleichzeitiges Erscheinen in englischer, französischer und italienischer Sprache
- Kunstwissenschaftliche Bücher, finanziert von Institutionen
- Ausstellungskataloge für Museen und Institutionen
- Finanzierte Künstlermonographien
- Der Akquisitionsschwerpunkt liegt im Geschäftsfeld der Ausstellungskataloge.

Das Management erwartet für 2009, dass sich die Konsumschwäche als Folge der Weltwirtschafts- und Finanzkrise auch auf den Büchermarkt spürbar niederschlägt – jedoch wesentlich geringer als in den übrigen Einzelhandelsbranchen.

Die Entscheider-Zielgruppe im Visier: KLASSIK RADIO mit Rekordzahlen

Das Programm von KLASSIK RADIO wurde speziell auf die Wünsche und Bedürfnisse einer anspruchsvollen Hörerschaft maßgeschneidert. Der Anteil dieser Entscheider-Zielgruppe mit einem Nettoeinkommen ab 3.000 Euro liegt weit über dem Wettbewerb. Jeder Dritte hat Abitur oder ein abgeschlossenes Studium – eine Verdoppelung gegenüber der Gesamtbevölkerung. Mehr als jeder dritte Hörer besucht mindestens einmal im Monat eine kulturelle Veranstaltung.

- Wie in der neuesten Ausgabe der „ma“ (Media-Analyse) zu lesen ist, hat sich die Zahl der Klassik Radio-Hörer nochmals pro Tag deutlich erhöht. Täglich schalten **über 1,42 Millionen Hörer** den Sender ein. Im Schnitt geschieht dies **mehr als zwei Stunden** (144 Minuten Verweildauer) täglich.

- Interessant und ebenfalls auf Rekordniveau ist die von unabhängiger Seite durchgeführte **Media-Analyse** bezüglich des Bekanntheitsgrades von Klassik Radio. **Mehr als elf Millionen Menschen** haben das Programm von Klassikradio „schon mal gehört“.
- KLASSIK RADIO ist in rund **100 deutschen Städten über 38 UKW-Frequenzen** zu hören, bundesweit im Kabelnetz und europaweit über Satellit zu empfangen.

Die musikalischen Programmelemente von KLASSIK RADIO

Premium Musik-Mix:	Moderne Alternative zu Main Stream
Die große Klassik:	Klassische Musik wie Bach, Mozart, Tschaikowski
Die schönste Filmmusik:	Film-Soundtracks und Hintergründe aus Hollywood
New Classics:	Klassik von „heute“, Künstler der neuen Zeit
Klassik Lounge:	Sanfte Downbeats zum Ausklang des Tages

KLASSIK RADIO hat als einziger privater Radiosender ein eigenes Orchester gegründet: das **Klassik Radio Pops Orchestra**. Live ist das Orchester bei „Die große Welt der Filmmusik“, „Klassik Hits“ und „Christmas Soundtracks“ zu erleben. Bislang besuchten etwa 70.000 Hörer die hochpreisigen Live-Konzerte. Der Durchschnittspreis pro Billet bewegt sich bei 71 Euro.

Frequenzaufschaltungen Innsbruck und Hannover

Nach dem „Coup“, als einziger deutscher Radiosender mit dem nationalen Mantelprogramm in Innsbruck ausgestrahlt zu werden, gelang Anfang Oktober 2009 ein weiterer Meilenstein in der Geschichte von KLASSIK RADIO. Ein Zitat aus der Pressemitteilung vom 01. Oktober 2009: *„Mit der Aufschaltung von Hannover gelang KLASSIK RADIO der größte Reichweitzuwachs seit Börsennotierung.“*

„Die erste Frequenz in Niedersachsen bedeutet für den bundesweiten Sender einen erheblichen Reichweitzuwachs und für eineinhalb Millionen Menschen ein neues, einzigartiges Premium-Programm. Für KLASSIK RADIO ist die Aufschaltung der Frequenz das bedeutendste Ereignis des Jahres. Die Frequenz in einer Landeshauptstadt bedeutet für den Sender einen der höchsten Reichweitzuwächse in seiner Geschichte und einen beträchtlichen Ausbau seines Vermarktungspotentials. Davon wird auch die gesamte Region Hannover mit seinem breiten kulturellen Angebot profitieren. Über UKW 107,4 MHz wird KLASSIK RADIO den Menschen in Hannover und der Region sein einzigartiges Programm aus großer Klassik, der schönsten Filmmusik, New Classics und klassik lounge präsentieren können.“

Ein Blick auf das Veranstaltungsprogramm ab Herbst 2009 bis Frühjahr 2010

September 2009: Die große Welt der Filmmusik: Unter dem Motto „and the Oscar goes to ...“ spielt das Klassik Radio Pops Orchestra unter Nic Raine und moderiert von Holger Wemhoff oskarnominierte Filmmusiken. Am 04. September in Hamburg, am 06. September in Berlin und am 12. September in München.

Oktober 2009: Die besten Klassik Hits: Große Klassik, große Emotion und ein großartiges Programm – live präsentiert vom Klassik Radio Pops Orchestra unter Agnes Nagorka und moderiert von Sandra Voss: 10. Oktober 2009 in München, 11. Oktober 2009 in Hamburg, 25. Oktober 2009 in Berlin.

08. Oktober 2009: Exklusives Gesprächs-Konzert mit Albrecht Mayer in der Berliner St. Elisabeth Kirche zu Albrecht Mayers neuer CD „Bach: Werke für Oboe, Orchester und Chor“ – live vom Solo-Oboisten der Berliner Philharmoniker gespielt und live von Holger Wemhoff moderiert.

Oktober bis November 2009: Ludovico Einaudi – live in concert: Ludovico Einaudi, der Star der New Classics, gastiert in Deutschland. Ein großes Konzert am 14. Oktober in Hamburg und am 09. November in Berlin.

06. Dezember 2009: Christmas Soundtracks: Zum Nikolaustag 2009 gibt es „Christmas Soundtracks“ live in Berlin – mit den Klassik Radio Pops, Nic Raine und Holger Wemhoff.

April 2010: Die große Welt der Filmmusik: Der erste Teil der Tour ist vorbei. Weiter geht es im April 2010. Die Live-CD ist schon jetzt vorbestellbar.

Wichtige Finanzzahlen im 1. Halbjahr 2008/09 gegenüber 2007/2008

Finanzposition (IFRS)	01.10.08 – 31.03.09	01.10.07 – 31.03.08
Umsatzerlöse (+16,9 %)	8,386 Mio. €	7,172 Mio. €
○ Radiosender	3,693 Mio. €	3,821 Mio. €
○ Vertrieb	1,106 Mio. €	1,294 Mio. €
○ Merchandising	1,242 Mio. €	1,643 Mio. €
○ Hirmer Verlag	2,202 Mio. €	0,0 €
EBITDA	0,531 Mio. €	1,134 Mio. €
EBIT	0,307 Mio. €	0,179 Mio. €
Periodenergebnis	0,168 Mio. €	0,040 Mio. €

Aus der Bilanz (IFRS)	31. März 2009	30. Sept.2008
Gezeichnetes Kapital	4,500 Mio. €	4,500 Mio. €
Aktionärskapital	4,711 Mio. €	4,543 Mio. €
Eigenkapitalquote	32,9 %	32,3 %

Einige Highlights zum 31. März 2009

- Erfolgreicher Launch des neuen Konzertformates „Die besten Klassik-Hits“
- Integration **Hirmer Verlag** erwirtschaftet Umsatzerlöse von 4,4 Mio. Euro seit der Übernahme im Anfang April 2008
- Mit neuer **Sendeautomations-Technik** ist Klassik Radio gut aufgestellt für die Herausforderungen der **Digitalisierung**
- Aufschaltung der **Innsbruck-Frequenz** am 11. November 2008

KLASSIK RADIO in Stichpunkten: Zur Skaleneffekt Verbreitung

- Eine nationale Sendefrequenz
- Programmkosten nur einmal
- Mit Innsbruck, Tirol, erste Auslandsfrequenz in Österreich
- Aufschalten der niedersächsischen Landeshauptstadt Hannover am 1. Oktober 2009

Das wachsende Einnahmepotenzial durch Vermarktung von Werbezeiten, abhängig von Reichweite und Frequenzen

- Der Brutto-Durchschnittspreis bei den Werbezeiten liegt derzeit bei 21,50 Euro pro Sekunde.
- Pro Stunde sind zwölf Minuten Werbung verfügbar (vier Blöcke von jeweils drei Minuten).
- Insgesamt läuft Werbung pro Tag in 19 von 24 Stunden.
- Alle 365 Tage im Jahr wird Werbung geschaltet.
- Mit den neuen Frequenzen in Hannover und Innsbruck steigen die Werbeeinnahmen.
- Bei voller Nutzung der eingeplanten Zeiten sind künftig sind bis zu 100 Millionen Werbeeinnahmen pro Jahr möglich.

Wichtige Kennziffern von KLASSIK RADIO, WKN 785 747, unter Auswertung der Datenkartei BÖRSE ONLINE (15. Oktober 2009)

Branche: Medien, Deutschlands einziger börsennotierter Radiosender, **Schwerpunkte:** Klassik, Filmmusik; **Übernahme HIRMER VERLAG**

Technische Analyse: Nach dem zuvor heftigen Abwärtstrend, mit beeinflusst durch Finanzkrise und Börsencrash, kam es ab Mai 2009 zu einem nachhaltigen und starken Aufwärtstrend mit aktuellem 52-Wochen-Hoch von deutlich über 7 €

Börsenlisting: General Standard der Börse Frankfurt

Börsenwert: ca. 33 Mio. €

Streubesitz: unter 10 %

Aktionärsstruktur: CVO Ulrich Kubak: 82,1 %, Invest Unternehmensbeteiligung AG: 5,4 %, von Stauffenberg, Philippe: 4,6 %, Streubesitz: 7,9 %

52-Wochen-Hoch/Tief: 7,25 €/3,25 €

Kursentwicklung 52 Wochen: ca. +20 %

Kursentwicklung 2009: ca. +60 %

Aktueller Kurs XETRA (14. Oktober 2009): 7,20 €

Ergebnis je Aktie: 2008: -0,05 €, 2009 (e): +0,02 €, 2010(e): +0,06 €

Dividende: 0,0 **Dividendenrendite:** 0,0 %

Eigenkapitalquote: knapp 33 % (1. Halbjahr Geschäftsjahr 2008/09)

Analysteneinstufungen: keine Studien und Empfehlungen 2008/09 bekannt

Einige Fragen an Sabine Reinhard, CEO und Ulrich Kubak, CVO der KLASSIK RADIO AG

1. Beate Sander, zum Wettbewerb: *Wie sieht es mit der Wettbewerbssituation, mit der Eroberung neuer Geschäftsfelder und Märkte aus? BAYERN VIER KLASSIK modernisiert aktuell sein Geschäftsprofil und seinen Auftritt und versucht, vor allem auch das junge Publikum für klassische Musik zu interessieren.*

KLASSIK RADIO: Auch wenn es keinen direkten Wettbewerber für uns gibt, so haben wir immer Augen und Ohren offen, was sich in den Märkten abspielt, in denen wir aktiv sind. Das tun wir, um an der vordersten Front in unseren bestehenden Tätigkeitsfeldern dabei zu sein. Dies geschieht aber auch, um potenzielle Chancen sofort zu erkennen.

Sie haben konkret nach neuen Geschäftsfeldern und Märkten gefragt. Im Merchandising versetzt uns unser neuer Shop in die Lage, das Angebot um weitere Produkte zu erweitern. Wir prüfen stets sorgfältig die Interessenschwerpunkte unserer Klassik Radio Hörer und auch die Margen neuer Geschäfte, bevor wir diesen Schritt tun.

Was neue Märkte angeht, so ist uns mit Innsbruck der Schritt nach Österreich gelungen. Die Aufschaltung der Frequenz der Landeshauptstadt Hannover ist der bedeutendste Reichweitzuwachs mit 1,5 Millionen Hörern. Wir werden auch weiterhin nur in diejenigen Märkte expandieren, in die wir mit kleinen Investitionen und Grenzkosten die Skaleneffekte unseres Unternehmens nutzen können.

2. Zum Urheberrechtsschutz: Wie sieht es mit dem Urheberrechtsschutz bzw. mit Plagiaten im Musikbereich aus? Wie schützen Sie Ihre Rechte? Wie gehen Sie bei Missbrauch vor?

KLASSIK RADIO: Unsere Klassik Radio Eigenprodukte sind derart einzigartig und so eng mit unserem Sender verbunden, dass wir bislang vor **Piraterieprodukten** geschützt sind. Wir sind so aufgestellt, dass wir beim ersten Anzeichen sofort reagieren, und zwar mit internen Mitteln und auch juristischen Schritten.

Wenn Sie mit unseren Rechten die **Ausstrahlungsrechte** meinen, so ist die Regulierung der Medienlandschaft hierbei ein Vorteil für uns. Jeder Verstoß hierbei würde nicht nur von uns, sondern auch von der Regulierungsbehörde und den Landesmedienanstalten sofort bemerkt und auch geahndet werden.

3. Zu Übernahmen und Kapitalerhöhungen: Ihre Eigenkapitalausstattung ist mit 33 % stabil und intakt. Planen Sie eine weitere kleinere Übernahme (erinnert sei an den HIRMER VERLAG) oder Beteiligung zu günstigen Konditionen, nachdem Preise und Aktienkurse abstürzen und viele Unternehmen wegen der Kreditklemme zusammenzubrechen drohen? Denken Sie über eine Kapitalerhöhung nach? Oder lassen Sie bezüglich Akquisitionen kaufmännische Vorsicht walten?

KLASSIK RADIO: Wir haben auch in der Vergangenheit stets kaufmännische Vorsicht walten lassen. Als Schwaben und Mittelständler sind wir dafür bekannt. Sollten wir ein **Übernahmeobjekt** finden, das unser Portfolio ergänzt, so werden wir wiederum zuschlagen. Allerdings müssen die Renditeparameter stimmen. Wir sind anspruchsvoll – wie auch unsere Zielgruppe.

4. Zur Unternehmenskultur: Gibt es Probleme, gewissermaßen einen „Kampf der Kulturen“, zwischen RADIO KLASSIK und dem HIRMER VERLAG? Oft kommt es nicht zu den erwünschten Synergieeffekten, weil die Firmenkulturen nicht zueinander passen. Was tun Sie überhaupt, um HIRMER noch stärker in Ihr Geschäftsmodell mit Ihrer anspruchsvollen „Entscheider-Zielgruppe“ einzubinden?

KLASSIK RADIO: Die Entscheidung, den Hirmer Verlag zu erwerben, war ein Schritt in die Verlagswelt. Wir waren uns bewusst, dass dies ein Schritt in eine andere Produktwelt, in eine andere Kultur ist. Es war wirtschaftlich der richtige Entschluss.

Seit dem Erwerb hat der Hirmer Verlag 6 Millionen Euro Umsatz beigetragen und ist der zweitgrößte Umsatzbringer im Konzern. Dass Direktgeschäfte grundsätzlich und Bücher im Besonderen margenschwächer sind, war uns von Beginn an bekannt.

Wir haben den Erwerb abgestellt auf unsere gemeinsame Premium-Zielgruppe. Hirmer ist einer der bedeutendsten Hersteller von Ausstellungskatalogen in Deutschland. Bei der Ausschreibung und Bewerbung können wir dem Verlag ein zusätzliches Asset an die Hand geben, nämlich Werbezeit bei Klassik Radio. Dies ist für die Museen von hohem Wert, da unsere Hörer bekanntermaßen sehr kulturbegeistert sind. Dies ist ein absolutes Alleinstellungsmerkmal. Kein anderer Verlag kann dies mit in den Entscheidungsprozess einbringen.

5. Zur Aktie und zur Dividende: Die Entwicklung Ihres Aktienkurses macht viel Freude. In diesem Jahr sind es rund 50 %. Unverständlich ist dagegen, dass BÖRSE ONLINE Ihr KGV jenseits von Gut und Böse auf 118 für 2010 ansetzt. Wie kommt es dazu? Momentan kann eine Dividende aus kaufmännischer Vorsicht und um Wachstumschancen nicht abzuwürgen, noch kein Thema sein. *Aber planen Sie grundsätzlich in den nächsten Jahren den Start in eine Dividendenpolitik?*

KLASSIK RADIO: Darauf kann ich Ihnen eine kurze Antwort geben. Unsere AG ist ausschüttungsfähig gestellt und wird auch sofort ausschütten, sobald – und das haben Sie richtigerweise in Ihrer Frage formuliert – es die kaufmännische Vorsicht zulässt. Wachstumschancen werden wir uns davon nicht verbauen lassen.

6. Zum niedrigen Streubesitz: *Ihr Streubesitz liegt mit unter 10 % so extrem niedrig, dass es schwierig wird, überhaupt noch Aktien zu bekommen. Planen Sie irgendeine Abhilfe? Wie sähe diese aus?*

KLASSIK RADIO: Das ist ein Stichwort zur richtigen Zeit. Die **Wandelschuldverschreibung** war bereits vor zwei Jahren die Weichenstellung, um den Streubesitz zu erhöhen. Das haben wir auch weiterhin im Fokus und denken aktuell über eine Strukturierung unserer Passivseite nach. Und dabei ist auch die **Eigenkapitalseite** ein Aspekt unserer Überlegungen.

7. Welche Vision haben Sie für die nächsten drei bis fünf Jahre?

KLASSIK RADIO: Unser Ziel liegt klar. Wir arbeiten daran, ein relevanter Player im nationalen Radio-Werbemarkt zu werden.

Zur SALUTARIS-Präsentation

Die abendliche Präsentation bei der Münchener SALUTARIS AG hebt sich von anderen Veranstaltungen zum einen dadurch ab, dass sich die gesamte Aufmerksamkeit auf ein einziges Unternehmen konzentriert.

Zum anderen gibt es keinen Stress durch Zeitdruck, kein Limit, keine verbindlichen Zeitvorgaben für Vortrag und Diskussionsbeiträge. Fragen sind auch zwischendurch willkommen. Gewöhnlich dauert eine solche Konferenz einschließlich Diskussion gut und gern zwei Stunden, vielleicht auch darüber. Weitere persönliche Gespräche finden statt bei kaltem Büfett mit großer Getränkeauswahl. Die beiden Vorstände von der SALUTARIS Capital Management AG, Frau Dr. Barbara und Herr Michael Kollenda, sorgen stets auf liebevolle und kreative Weise für das leibliche Wohl ihrer Gäste zu Beginn der Veranstaltung und als Ausklang. Keine Frage, dass diese nun schon zur Tradition gewordenen SALUTARIS-Konferenzen bei den Finanzexperten beliebt sind und deshalb die Teilnehmerzahl auf zwölf bis 15 Gäste begrenzt wird.

Beate Sander *KREATIVTEXT*

Börsenbuch- und Wirtschaftsbuchautorin, Finanzjournalistin

☎ 0731-265996, Pommernweg 55, 89075 Ulm

E-Mail-Adresse: Beate.S.Sander@t-online.de

Beate Sander: „Stock Picking mit Nebenwerten“

Börsen Medien Verlag, Kulmbach, Sommer 2007, 312 Seiten, 27,50 Euro

Beate Sander: „BÖRSENERFOLG FAMILIENUNTERNEHMEN – mehr Rendite mit GEX-Werten“

FinanzBuch Verlag, München, 336 S., Mitte Juni 2008, aufwändige Ausstattung, 30 €

Beate Sander: „NICHT NUR BESTIEN – Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheit als Schlüssel zum Unternehmenserfolg“

Volk Verlag, München, 320 S., Zweifarbendruck, aufwändige Ausstattung, 27,00 € ; Akademie E.ON Konzern, Buch des Monats März 2009, Position 1

Beate Sander: „MANAGED FUTURES – Erfolgreich Geld verdienen in steigenden und fallenden Märkten“

FinanzBuch Verlag, vielbeachtete Neuerscheinung 2008, 272 S., 25 Euro

Beate Sander: „NEUE BÖRSENSTRATEGIEN AB DER KRISE – Richtig handeln in jeder Marktsituation“

FinanzBuch Verlag, komplette Neubearbeitung des klassischen Standard-Bestsellers, 430 S., Erscheinungstermin im Frühjahr 2009, ca. 25 €

Beate Sander: „GOLD – SILBER – PLATIN. Mehr Sicherheit für Anleger“

FinanzBuch Verlag, Neuerscheinung, Ende April 2009, 220 S., 25 €
