

Deag Deutsche Entertainment

Voraussetzungen für höheres Kursniveau geschaffen

Im NJ 12/10 merkten wir bei einem Kurs von € 2.15 an, dass die Börse trotz erster sichtbarer Erfolge dem Turn-around bei der Deag nicht über den Weg traute. Schließlich galt die Deag-Aktie im Dezember 2008 bei € 0.29 nur noch als Penny-stock. Wir waren jedoch davon überzeugt, dass bei einer Fortsetzung der positiven Entwicklung den Berlinern gute Jahre ins Haus stehen würden.

Dies sei, so urteilten wir, nach vielen mageren Jahren, über die das NJ seit 1999 berichtet, auch bitter nötig und würde voraussetzen, dass der Ausbau des Klassikgeschäfts weiterhin Gewinne abwirft. Nachdem die Aktie erst im Sommer 2010 von € 1.52 auf 2.30 gesprungen war, konsolidierte der Kurs noch bis Anfang 2011 und bot gemäß unserer Anregung an schwachen Tagen günstige Einstiegsmöglichkeiten. Bis Mai 2011 explodierte der Kurs nach einem Gewinn je Aktie im Jahr 2010 von € 0.11 (0.04) geradezu und erreichte in der Spitze € 3.58. Anschließend setzte sich wieder Skepsis durch, und von Juli bis November 2011 wurden nur noch € 2.- bis 2.30 bezahlt. In der zweiten Hälfte des vorigen Jahres bewegte sich der Kurs zwischen € 2.60 und 2.80 seitwärts, nachdem bei einem Gewinn je Aktie von € 0.21 für 2011 eine Dividende von € 0.04 je Aktie gezahlt worden war. Erst in diesem Jahr begann der Kurs wieder zu klettern und überwand die Marke von € 3.- erneut nachhaltig. Mit € 3.56 ist am 04.02.2013 wieder das Hoch vom Mai 2011 eingestellt worden. Seitdem bröckelte die Notiz wieder auf aktuell € 3.26 ab.

Aufgestellt als Holding

Die Deag Deutsche Entertainment AG hat sich über die Jahre als Holding im Bereich „Live Entertainment“ aufgestellt. Das operative Geschäft diverser Tochtergesellschaften ist in den Bereichen Live Touring (Tourneegeschäft) und Entertainment Services zusammengefasst. Bei zunehmender Fokussierung auf das nationale Geschäft führen die Konzerntöchter in Deutschland, der Schweiz und in Großbritannien jährlich mehr als 1500 Veranstaltungen durch. Das Spektrum umfasst die Bereiche Rock/Pop, Klassik, Schlager/Volksmusik und Family Entertainment. Auf Grund höherer Margen in diesem Bereich begann Deag ab 2008, sich verstärkt auf Klassik-Events zu konzentrieren. Mit Anna Netrebko sorgt zum Beispiel ein absoluter Superstar dieses Genres für sprudelnde Einnahmen. Als Glücksgriff erwies sich auch die Übernahme von 49 % an der Deag Classic AG durch Sony Music Entertainment im Jahr 2009. Live Touring setzte im Jahr 2011 € 54.6 (54.8) Mio. um und erzielte ein EBIT von € 4.95 (3.53) Mio.

Das stationäre Geschäft, zu dem auch eigene Spielstätten in Frankfurt am Main, Stuttgart und Zürich gehören, enthält auch sämtliche Dienstleistungs-Aktivitäten. Der Umsatz belief sich im Jahr 2011 auf € 79 (76.5) Mio., das EBIT auf € 4.62 (8.4) Mio.

Zahlreiche Übernahmen

Zum Wachstum des Konzerns trugen zahlreiche Übernahmen mit unterschiedlichen Beteiligungsquoten bei. U. a. werden an der britischen Raymond Gubbay Ltd. Anteile gehalten, über die der dortige Klassikmarkt erschlossen wurde. Hier zu

Landen ist z. B. die Kooperation mit der Klassik Radio AG zu erwähnen, von der das Tourneegeschäft komplett übernommen wurde. Die jüngste Übernahme zum 01.01.2013, in diesem Fall mit 51 %, betrifft die Handwerker Promotion E. GmbH, einen führenden Konzertveranstalter aus Nordrhein-Westfalen, mit der Deag ihre Präsenz als örtlicher Veranstalter um ein Einzugsgebiet von ca. 18 Mio. Menschen erweitern wird. Gleichzeitig wird das Ticketvolumen kräftig ausgeweitet und die Sparte Ticketing sowie Vertrieb in Kooperation mit Ticketmaster Deutschland gestärkt. Der Vorstand erwartet durch den Zukauf, dessen Preis nicht angegeben wird, bereits im laufenden Jahr „einen zusätzlichen profitablen Umsatzbeitrag im deutlich zweistelligen Mio.-Euro-Bereich“; aktuell liegt der Jahresumsatz bei ca. € 10 Mio. Der Gründer Fred Handwerker wird weiterhin langfristig für das Unternehmen tätig sein und gemeinsam mit der Deag die künftige Strategie entwickeln und umsetzen. Für das laufende Jahr befinden sich bereits zahlreiche Produktionen in Nordrhein-Westfalen mit internationalen Künstlern im Vorverkauf, u. a. handelt es sich um Peter Maffay, David Garrett, Iron Maiden, Leona Lewis, Neil Young, Pur, Justin Bieber, Eric Clapton, Eros Ramazzotti, Meat Loaf und Leonard Cohen.

Erstmals Dividendenzahlung

Im Geschäftsjahr 2011 wies die Deag einen Umsatz von € 128.3 (125.8) Mio. aus. Neben Übernahmen sorgten Erlöse aus den Bereichen Tonträgerlabel und -Verlag, Sponsoring, Produktveredelung und Merchandising für den Anstieg um

Deag Deutsche Entertainment AG, Berlin

Telefon: 030/810750

Internet: www.deag.de

ISIN DE000A0Z23G6,

12.388 Mio. Stückaktien, AK € 12.388 Mio.

Börsenwert: € 40.4 Mio.

Aktionäre: Angermayer, Brumm & Lange

GmbH 5.12 %, Plutus Holdings 2 Limited

10.37 %, Peter Schwenkow 9.68 %, Ifos Internat.

Fondsservice 5.21 %, Streubesitz 49.62 %

Kennzahlen 9M 2012 9M 2011

Umsatz 96.5 Mio. 93.9 Mio.

EBIT 4.2 Mio. 5.8 Mio.

Periodenergebnis 1.8 Mio. 2 Mio.

Ergebnis je Aktie 0.14 0.16

EK-Quote 35.5 % 30.4 %

Kurs am 20.02.2013:

€ 3.26 (Frankfurt), 3.56 H / 2.28 T

KGV 2012e 11, 2013e 8, KBV 1.33 8 (9/12)



Wie schon im Mai 2011 ist der Anstieg über € 3.50 hinaus nicht gelungen.

FAZIT: Die Börse verfügt oftmals über ein „Elefantengedächtnis“ und es kann lange dauern, bis frühere Schieflogen und Schwächen vergessen sind. Diese Anmerkung machten wir schon in unserem Bericht im NJ 12/10 über die Deag Deutsche Entertainment AG. Tatsächlich wurde der Turn-around damals nicht als nachhaltig akzeptiert, wie das folgende Auf und Ab bezeugt. Derzeit kämpfen wieder Optimisten und Pessimisten über die Kurshoheit. Wenn allerdings die Prognosen für 2012 und 2013 zutreffen, befinden sich Unternehmen und Kurs auf einem guten Weg und sollten in einem Jahr deutlich besser dastehen als heute. An der Börse könnten immer wieder, wie jetzt auch, auftretende Rückgänge genutzt werden. **KH**

Chart: Ariva.de AG; Foto: Thomas Lohr

2 %. Das EBIT kam leicht auf € 9 (8.2) Mio. voran. Der Jahresüberschuss konnte auf € 2.54 (1.35) Mio. bzw. € 0.21 (0.11) je Aktie fast verdoppelt werden. Für die Dividende von € 0.04 je Aktie wurden € 0.5 Mio. benötigt. Zum 31.12.2011 nahm das Eigenkapital von € 24 (22.4) Mio. einen Anteil von 24.3 (26.3) % an der Bilanzsumme von € 98.7 (85.1) Mio. ein.

Verheißungsvoller Jahresauftakt

In das Geschäftsjahr 2012 startete Deag, entgegen dem sonst üblichen Trend, mit einem Umsatzanstieg im Q1 um 14 % auf € 27.2 (23.9) Mio. und einem um 20 % höheren Bruttoergebnis von € 6.9 (5.8) Mio. Vorstandschef Peter Schwenkow gab daraufhin einen positiven Ausblick auf das Gesamtjahr. Nach einem über den eigenen Planungen liegenden Q2 konnte nach Ablauf eines halben Jahres das Ergebnis je Aktie von € 0.15 aus dem Vergleichszeitraum des Vorjahres wiederholt werden. Der Umsatz lag mit € 65.8 (64.7) Mio. etwas höher. Das EBIT von € 4 (5.5) Mio. war durch vorlaufende Aufwendungen für kommende Veranstaltungen und Projekte belastet, deren Erfolg jedoch schon zu diesem Zeitpunkt auf Grund der Einnahmen aus Vorverkäufen absehbar war. Der Periodenüberschuss von € 1.8 Mio. entsprach exakt dem Vorjahreswert. Nach einem Anstieg der Erlöse per 30.06.2012 aus Ticketverkäufen um 56 % auf € 33.6 (21.65) Mio. kam die Prognose eines starken zweiten Halbjahres mit einem besonders ergiebigen Schlussquartal nicht überraschend.

Optimistische Prognose für 2012

Die letzten verfügbaren Zahlen stammen aus 9M 2012, in dem ein über den Planungen liegendes Q3 den Vorstand veranlasste, für das Gesamtjahr ein voraussichtlich die Markterwartungen deutlich über-

Paul Kalkbrenner ist einer der bekanntesten und erfolgreichsten deutschen Elektromusik-Produzenten. Er tritt Anfang Juni als Live-Act in München auf.



treffendes Ergebnis anzukündigen. Der Jahresumsatz für 2012 soll bei ca. € 160 (128.3) Mio. landen. Allein auf Q4 sollen vor Konsolidierung auf Grund zahlreicher Aktivitäten € 64 Mio. entfallen. Obwohl Q3 durch die Fußball-Europameisterschaft und die Olympischen Spiele von einer geringen Veranstaltungsdichte geprägt war, legte der Umsatz bis zum 30.09.2012 auf € 96.5 (93.9) Mio. zu, von dem € 30.7 (29.2) Mio. auf Q3 entfielen. Erneut belasteten Vorlaufkosten das EBIT, das auf € 4.2 (5.8) Mio. zurückfiel. Der Periodenüberschuss schwächte sich vergleichsweise moderat auf € 1.8 (2) Mio. bzw. € 0.14 (0.16) je Aktie ab. Ohne konkrete Aussagen des Vorstands zum Ergebnis je Aktie geht der Markt von ca. € 0.30 für 2012 aus, die durchaus eine auf mindestens € 0.08 verdoppelte Dividende ermöglichen sollten. Bei einer Bilanzsumme von € 85.7 (98.7) Mio. beträgt die EK-Quote zum 30.09.2012 bei einem Eigenkapital von € 30.4 (30) Mio. einschließlich der Anteile anderer Gesellschafter 35.5 (30.4) %. Bankkredite stehen nur mit € 4.5 (2.3) Mio. in den Büchern.

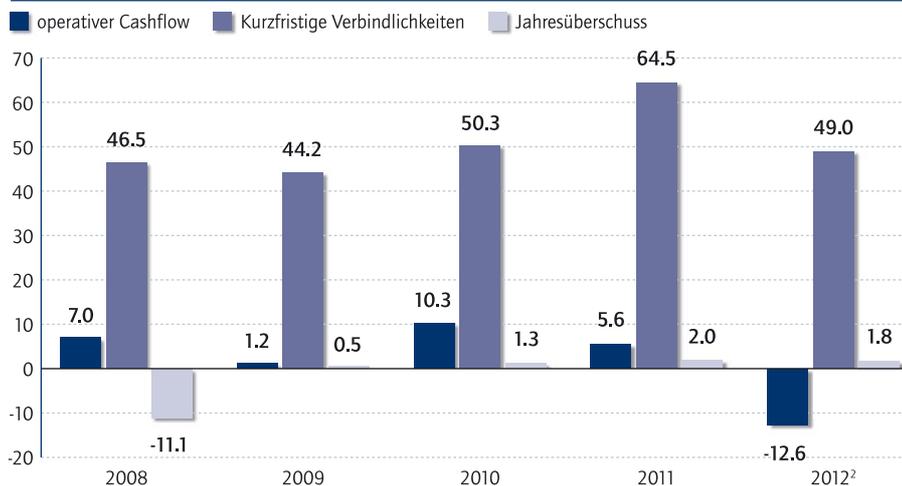
Für das laufende Jahr zeigt sich Vorstandschef Schwenkow optimistisch und

geht von einer Fortsetzung des positiven Trends aus, der zu einem erneut höheren Umsatz und Ergebnis führen soll.

Weiterhin Zuversicht

Für das laufende Jahr zeigt sich Vorstandschef Schwenkow optimistisch und geht von einer Fortsetzung des positiven Trends aus, der zu einem erneut höheren Umsatz und Ergebnis führen soll und den auch Finanzvorstand Christian Diekmann im Interview mit dem Nebenwerte-Journal bestätigt. Wir gehen davon aus, dass die gut gefüllte Kasse das Unternehmen in die Lage versetzt, erneut durch Übernahmen, in welcher Form auch immer, extern zu wachsen. Darüber hinaus hat Deag in den vergangenen Jahren ein gutes Gespür für den Geschmack des Publikums bewiesen. Die Wiederbelebung des im Jahr 2010 eingestellten „Circus Flic Flac“ mit der Show „Exxtrem“ verläuft äußerst erfolgreich und treibt das Geschäft in der Sparte Family Entertainment an, für das die Tochter Grandezza Entertainment zuständig ist. Immerhin begeisterte Flic Flac in den letzten Jahren ca. 8 Mio. Zuschauer und der Vorverkauf gestaltet sich ausgesprochen positiv. Aus der Kooperation erwartet Deag einen zweistelligen Millionenumsatz und einen positive Ergebnisbeitrag. Neben diesen Aktivitäten sieht sich der Vorstand mit dem vorhandenen Potenzial an Künstlern in allen Musikrichtungen sehr gut aufgestellt, so dass es derzeit nicht notwendig ist, mit viel Aufwand und Kosten neue Künstler zu suchen und zu binden. Als Beispiel für die Erschließung neuer Besucherkreise und damit mehr Umsatz nannte Peter Schwenkow jüngst in einem Interview die Produktion von zwei Groß-Opern in der berühmten Londoner Royal Albert Hall. Das Klassik-Geschäft in Großbritannien wächst zur Freude des Vorstand überproportional. Gleichzeitig glaubt Peter Schwenkow an die Renaissance der Operette. Als Nummer eins im europäischen Klassik-Geschäft dürfte das Unternehmen auch diesen Trend aufnehmen und davon profitieren. Klaus Hellwig

Die Gewinnwende spiegelt sich deutlich in den Zahlen wider



¹ Angaben in Mio. €; ² per 30.09. Quelle: Deag Deutsche Entertainment AG

Deag Deutsche Entertainment

Gefragte Kombination aus steigenden Erlösen und anziehenden Margen

Deag-Finanzvorstand Christian Diekmann blickt optimistisch in die Zukunft. Inzwischen ist aus dem Berliner Konzertveranstalter ein Live Entertainment-Konzern geworden. Was er darunter versteht, worin der Charme des Geschäftsmodells liegt, und was dies für künftige Dividenden bedeutet, erläutert er im Gespräch mit dem Nebenwerte-Journal.

NJ: Herr Diekmann, nach den jüngsten Zahlen müsste doch eigentlich Jubelstimmung herrschen. Ist das so?

C. Diekmann: Meinen Sie das Zahlenwerk des Jahres 2012 oder schon das für 2013? Doch um ihre Frage ernsthaft und nicht mit einer Gegenfrage zu beantworten: Wir sind sehr zufrieden mit 2012, der Umsatz im Konzern vor Konsolidierungen liegt über € 160 Mio. Damit haben wir die Markterwartungen übertroffen. Und die positive Entwicklung setzt sich 2013 nahtlos fort. Wir haben im vergangenen Jahr schon etwa 1.6 Mio. Tickets für künftige Konzerte verkauft, was natürlich ein Zeichen dafür ist, dass es uns gelingt, die richtigen Künstler zu präsentieren. Kurzum: Unser operatives Geschäft läuft seit Jahren gut, daran sollte sich auch künftig nichts ändern.

NJ: Warum?

C. Diekmann: Wir haben in den vergangenen vier bis fünf Jahren ein klar fokussiertes, erfolgreiches und kalkulierbares Produkt entwickelt: Nämlich Live Entertainment und entsprechende Auswertungsmodelle. Deag veranstaltet jeden Abend rund fünf Shows irgendwo in Europa und jeden Tag verkaufen wir etwa 10 000 Konzertkarten im Gegenwert von rund € 500 000. Das bildet eine gute Planungsgrundlage.

NJ: Planung ist ein gutes Stichwort: Im Grunde genommen müssten Sie doch heute anhand des Ticketverkaufs schon ziemlich genau den Umsatz und auch den Gewinn planen können?

C. Diekmann: Richtig. Die eben angesprochene Pipeline – für 2013 sind wir z. B. im Verkauf mit Shows von Justin Bieber, Bon Jovi, Roger Waters, Iron Maiden, David Garrett, Peter Maffay, Flic Flac's „Exxtrem“-Show oder auch für die große Opern-Produktion Carmen in der Londoner Royal Albert Hall – und die hohen Vorverkäufe lassen eine sehr belastbare Prognose zu.

NJ: Und Umsatz zu haben ist zwar schön, aber am Ende zählt doch nur der Gewinn?

C. Diekmann: Genauso ist es. Wenn Sie unsere EBITDA-Marge so um 2005 – sie lag bei knapp

über 3 % – mit unserer aktuellen EBITDA-Marge 2011 von knapp 8 % vergleichen, sehen Sie, dass wir auch auf der Gewinnseite einen großen Schritt vorangekommen sind. Die Kombination aus steigenden Erlösen bei gleichzeitig anziehenden Margen mögen Anleger, wie ein Blick auf die Kursentwicklung der Deag-Aktie in den vergangenen Jahren zeigt.

NJ: Sehen Sie z. B. durch den Kauf des Konzertveranstalters Fred Handwerker die Möglichkeit, die Marge weiter zu steigern?

C. Diekmann: Allerdings. Wir wachsen dadurch in unserem Kerngeschäft, profitieren so zunehmend von Volumenvorteilen und geben der neuen Gesellschaft künftig auch das Geschäft in Nordrhein-Westfalen, das wir in der Vergangenheit noch mit anderen Partnern durchführten. Mit Fred Handwerker arbeiten wir seit zehn Jahren eng zusammen. Um Ihnen ein Gefühl dafür zu geben, über welche Größenordnung wir bei den Upsides sprechen, müssen sie sich vor Augen halten, dass wir über ein zusätzliches Ticketvolumen von 300 000 bis 400 000 Karten jährlich reden, das wir künftig mehrheitlich über unseren Kooperationspartner Ticketmaster vertreiben können. Das ist ein Upside, ohne auch nur ein Konzert mehr zu veranstalten. Will heißen, Umsatz und Gewinn steigen, letzterer überproportional. Wenn Sie das konsequent zu Ende denken, trägt unsere Wachstumsstory noch für eine lange Zeit.

NJ: Das wiederum spricht dafür, dass mit steigenden Gewinnen auch die Anlaufdividende von € 0.04 je Aktie zunehmen wird. Stimmen Sie dieser Logik zu?

C. Diekmann: Unser Ziel ist ganz klar Dividendenkontinuität. Zugleich soll sich die positive Entwicklung der Deag auch in der Dividende widerspiegeln. Das gilt auch für das abgelaufene Geschäftsjahr.

NJ: Die DZ Bank prognostiziert € 0.05 je Aktie. Liegen die Analysten damit richtig?

C. Diekmann (lacht): Netter Versuch, aber eine konkrete Zahl möchte ich jetzt nicht nennen.

NJ: Neben Rock/Pop und Klassik wollen Sie noch das Genre Volksmusik/Schlager verstärken. Ist mit Hansi Hinterseer & Co. soviel Geld zu verdienen?

C. Diekmann: Kurz und knapp – ja. Die Margen in diesem Genre sind mehr als auskömmlich. Daher wollen wir das ausbauen, analoges



Deag-Finanzchef Christian Diekmann will die Profitabilität bewahren und nicht um jeden Preis wachsen.

gilt für den Bereich Family Entertainment. Mit der großen Show Exxtrem in Kooperation mit Flic Flac und Starwatch, die gerade ihre Premiere in Hannover feierte und als nächstes in Köln, Berlin und anderen Städten zu sehen sein wird, setzen wir hier Zeichen und verfolgen den Ausbau auch dieses Genres konsequent. Wenn Sie jetzt sehen, dass wir über unsere vier Musikgenres Rock/Pop, Klassik, Volksmusik/Schlager und Family Entertainment hinweg als Veranstalter, Ticketverkäufer, Merchandiser und mit unserem Label Deag Music im Tonträger- und Verlagsbereich auftreten, können Sie sich leicht ausrechnen, dass wir extrem gut aufgestellt sind. Die Deag ist eine integrierte Entertainment Content Company.

NJ: Dann müssten Sie jetzt nur noch Ticketmaster Deutschland kaufen, um diese Marge auch noch in den eigenen Konzern zu holen?

C. Diekmann: Wir haben mit Ticketmaster in Deutschland einen hervorragenden Partner. Weitergehende Überlegungen gibt es nicht, die Kooperation läuft bestens. Wir haben eine Beteiligung der Deag an den durch unsere Tickets generierten Einnahmen bei Ticketmaster vereinbart, die uns mit zunehmendem Volumen immer mehr Spaß macht. Das wird man auch an unseren Zahlen immer besser erkennen.

NJ: Vielen Dank für das Gespräch.

Das Interview führte Carsten Stern.