

BILANZ  
PRESSEKONFERENZ  
GESCHÄFTSJAHR  
2021 / 2022



# Bilanzpressekonferenz 12. Juli 2022

## Geschäftsjahr 2021/2022

1. Unser Geschäftsjahr im Überblick
2. Finanzkennzahlen und Ausblick
3. Marketing und Vertrieb
4. Programm
5. Unser Weg



UNSER  
GESCHÄFTSJAHR  
IM ÜBERBLICK

# Unsere Überschriften des Geschäftsjahres 2021/22

- Leichte Umsatzsteigerung bei deutlicher Ergebnisverbesserung
- Digitaler Umsatzanteil verstetigt sich trotz All Time High im Vorjahr
- LÜBBE Audio wächst weiter auf hohem Niveau
- Community-getriebene Geschäftsmodelle sind performant und zeigen weiteres Potential
- Akquisition von Community Editions im Rahmen unserer Community-Strategie
- Deutliche Steigerung des Aktienkurses sowie des Dividendenvorschlages

# Kursentwicklung von € 4,47 auf € 6,82 / Dividendenvorschlag von 40 Cent je Aktie

## Aktienkurs Bastei Lübbe AG



# Kennzahlen Geschäftsjahr 2021/22

Finanzkennzahlen (IFRS) in Mio. Euro	GJ20/21 VJ	GJ21/22 Ist	Veränderung
Umsatzerlöse	92,7	<b>94,5</b>	2,0%
EBIT	10,9	<b>14,7</b>	34,8%
EBIT-Marge in Prozent	11,7%	<b>15,5%</b>	3,8 Pp
Periodenergebnis aus fortgeführten Geschäftsbereichen	7,2	11,0	52,0%
Periodenergebnis aus nicht- fortgeführten Geschäftsbereichen	0,6	–	–
Konzernergebnis	7,9	11,0	40,0%
Bilanzsumme zum 31.3.	90,1	104,3	15,7%
Eigenkapital* zum 31.3.	42,6	56,3	32,1%
Eigenkapitalquote in Prozent zum 31.3.	47,3%	54,0%	6,7 Pp
Nettofinanzvermögen zum 31.3.	9,7	14,2	46,3%
Free-Cashflow	12,3	10,1	-17,8%
<b>Sonstige Kennzahlen</b>			
Ergebnis je Aktie** in Euro	0,57	0,83	45,6%
Geschäftsjahresschlusskurs Aktie in Euro	4,46	6,94	55,6%
Mitarbeiterzahl zum 31.3.	247	280	13,4%

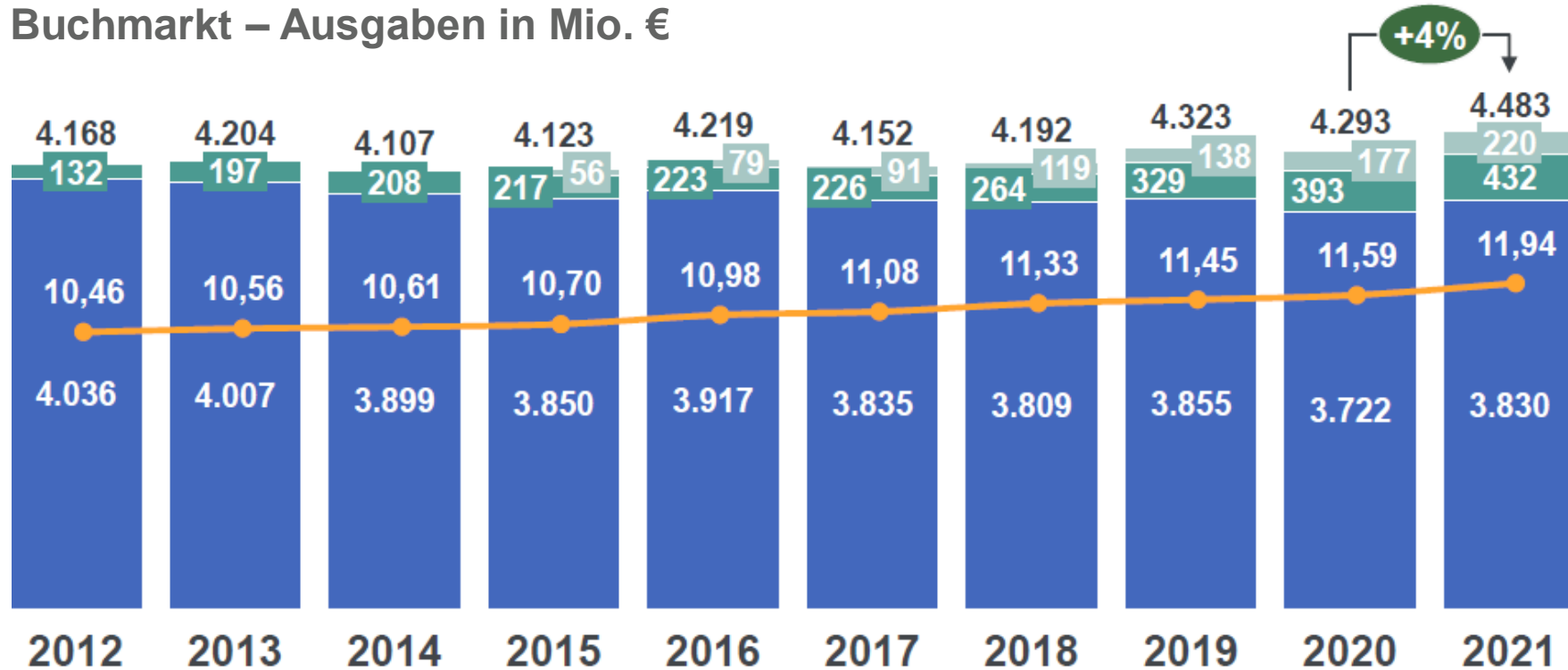
\*inkl. Eigenkapitalanteile nicht-beherrschender Gesellschafter

# Bestätigung unseres Weges

- Der Buchmarkt ist die Konstante der Medienunterhaltung und wir wollen sein progressiver Treiber in der digital geprägten Welt sein, der Menschen persönlich erreicht, mit populären Inhalten begeistert und so an sich bindet
- Als Vollverlag in einem breit differenziertem Markt reüssieren wir durch Agilität, Ideenreichtum und stetige Segmenterweiterung unserer Verlagsmarken
- Wir setzen auf ein kräftiges Kerngeschäft, hohen digitalen Umsatzanteil sowie auf nachhaltiges Wachstum mit community-getriebenen Geschäftsmodellen
- Die Kollaboration mit unseren Endkunden im Rahmen unserer wachsenden Communities führt zu stetiger Aktivierung und einem nachhaltigen Nachfrageeffekt

# Gesunder Kern mit anhaltendem Digitalwachstum

Buchmarkt – Ausgaben in Mio. €



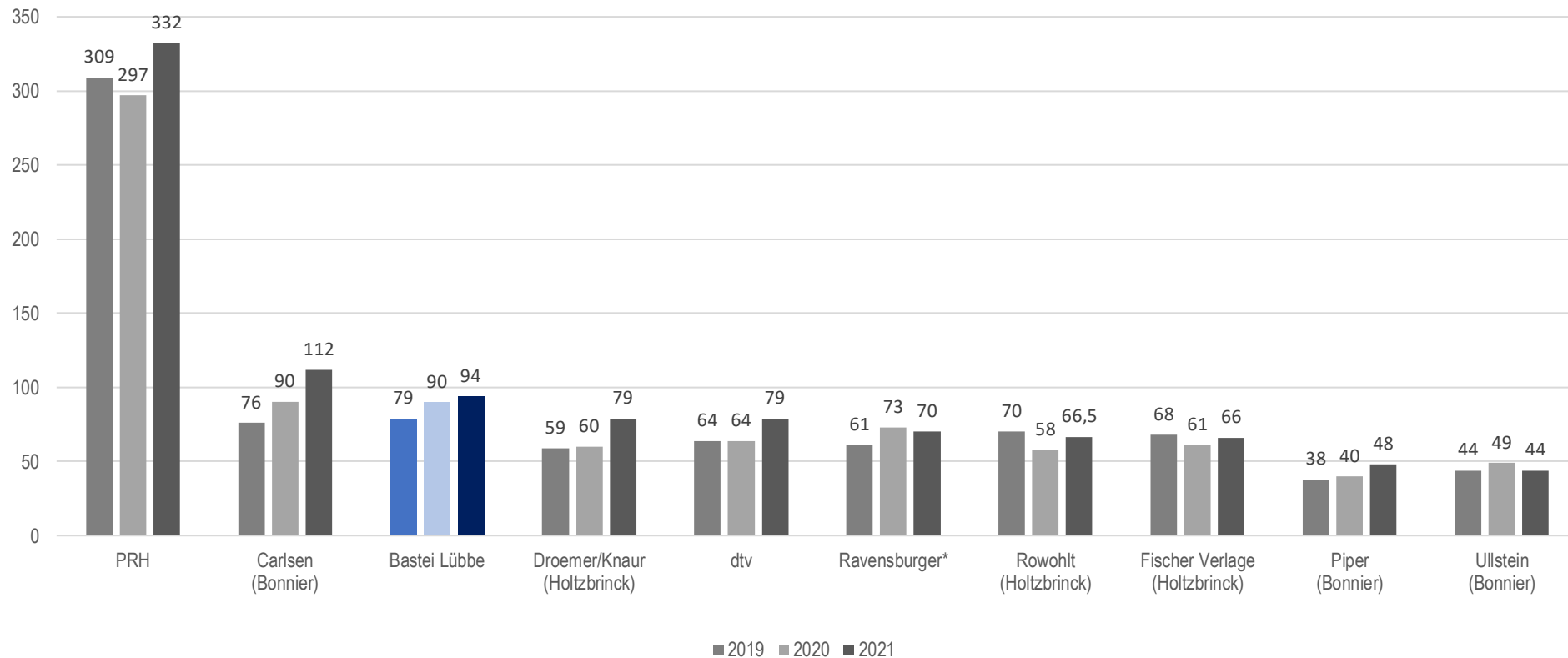
Quelle: gfk – Der Buchmarkt 2021. Buchmarkt inkl. Hörbücher (physisch + Download) + E-Books + Abonnenten

- Abonnement
- Downloads
- Buchmarkt physisch



# Auch 2021 umsatzstärkster Publikumsverlag ohne Konzernanbindung

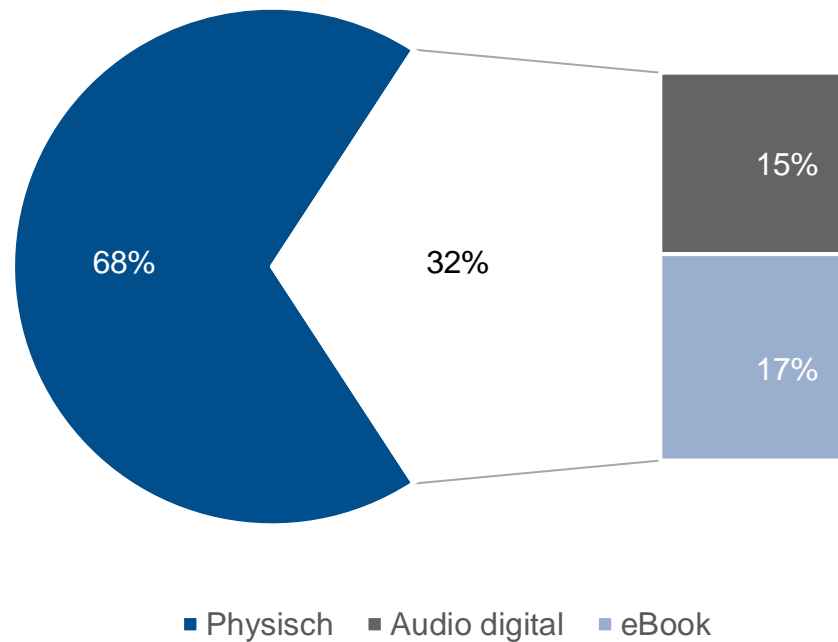
## Publikumsverlage nach Umsatz in Mio. €



Quelle: Die 25 größten Publikumsverlage 2021 (Buchreport April 2022), Bastei Lübbe inkl. Romanhefte und Liz  
 Basis: Umsätze (physisch und digital) nach Selbstausskunft der Verlage; \* Vom Buchreport geschätzte Umsatzwerte  
 Bastei Lübbe: 2021 inklusive smarticular und Community Editions (ab 08/2021)

# Überdurchschnittlicher Digitalanteil von 32 %

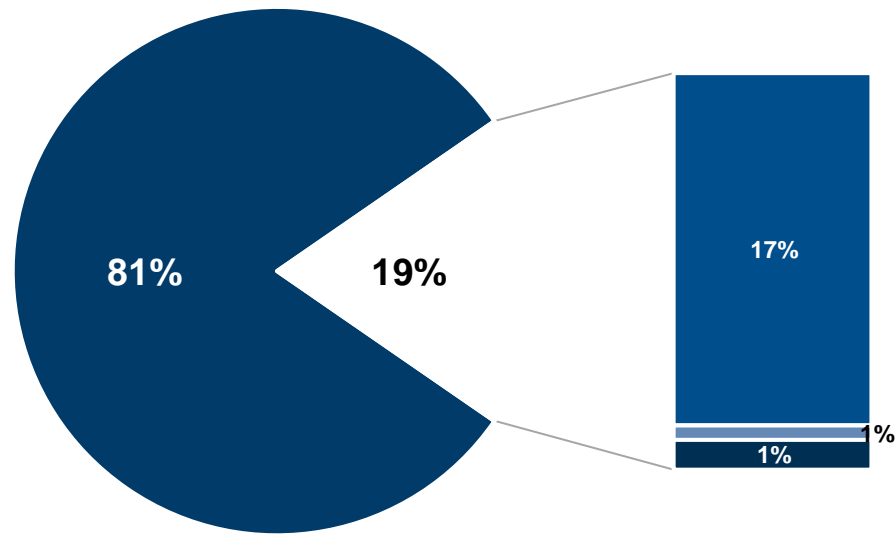
Umsatzverteilung GJ 21/22



# Umsatzanteil aus Community-Modellen steigt auf 27 %

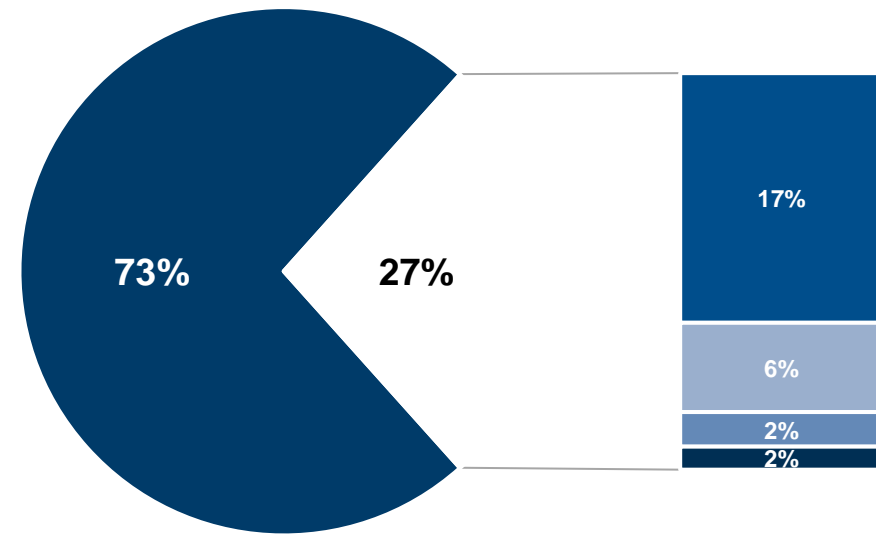
## Umsatzverteilung

GJ 20/21



■ LYX ■ smarticular\* ■ ONE ■ restl. Imprints

GJ 21/22



■ LYX ■ CE\*\* ■ smarticular\* ■ ONE ■ restl. Imprints

\*) Ab 01/2021; \*\*) ab 08/2021

# Bestätigung unseres Weges

- Der Buchmarkt ist die Konstante der Medienunterhaltung und wir wollen sein progressiver Treiber in der digital geprägten Welt sein, der Menschen persönlich erreicht, mit populären Inhalten begeistert und so an sich bindet
- Als Vollverlag in einem breit differenziertem Markt reüssieren wir durch Agilität, Ideenreichtum und stetige Segmenterweiterung unserer Verlagsmarken
- Wir setzen auf ein kräftiges Kerngeschäft, hohen digitalen Umsatzanteil sowie auf nachhaltiges Wachstum mit community-getriebenen Geschäftsmodellen
- Die Kollaboration mit unseren Endkunden im Rahmen unserer wachsenden Communities führt zu stetiger Aktivierung und einem nachhaltigen Nachfrageeffekt



FINANZ  
KENNZAHLEN  
UND AUSBLICK

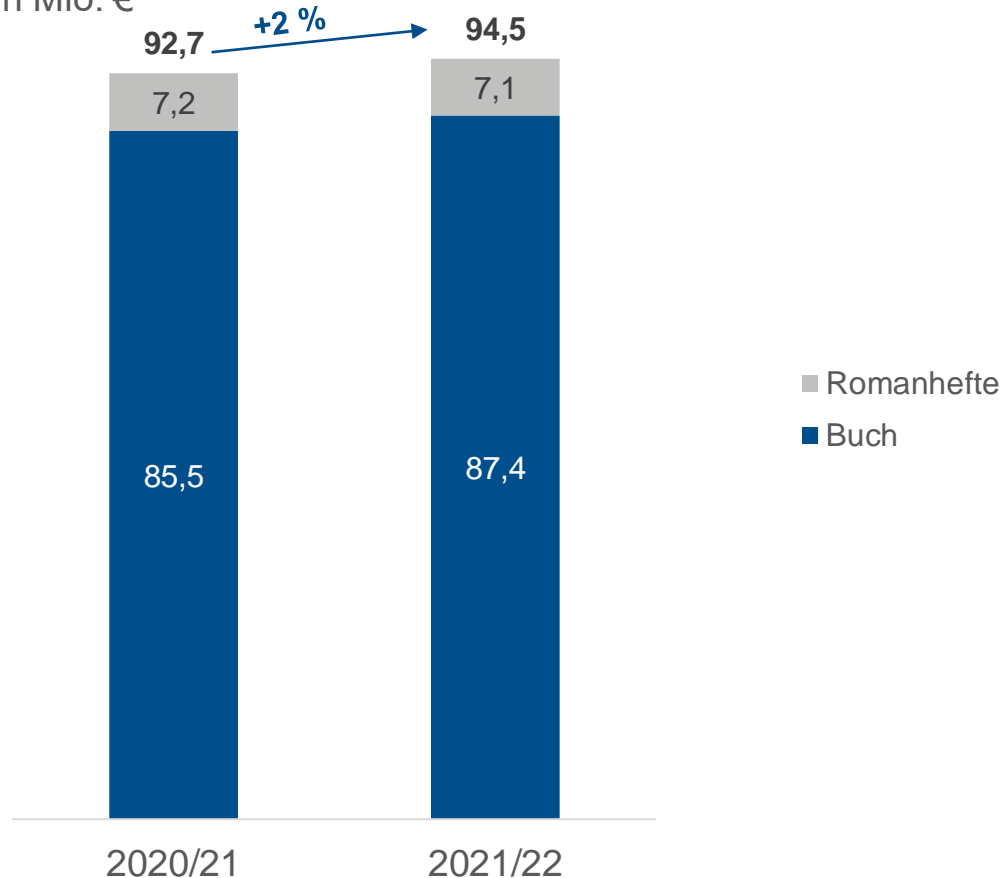
# Deutlicher Ergebnisanstieg im Geschäftsjahr 2021/22 gegenüber Vorjahr

- Umsatzerlöse erhöhen sich um 2 %, EBIT steigt um 35 % von 10,9 Mio. € auf 14,7 Mio. €
- Auch ohne Berücksichtigung der Sondereffekte ergibt sich eine erfreuliche Ergebnissteigerung gegenüber Vorjahr
- Operatives Geschäft zeigt sich stabil und ertragsstark
- Die Bereiche Lübbe Audio und LYX im Vergleich zu den übrigen Bereichen im Segment Buch mit überdurchschnittlichen EBIT-Margen
- erfreuliche Entwicklung des Umsatzmix durch weitere Steigerung des Anteils an community-getriebenen Umsätzen

# Umsatzsteigerung um 2 % gegenüber Vorjahr

## Umsatzerlöse

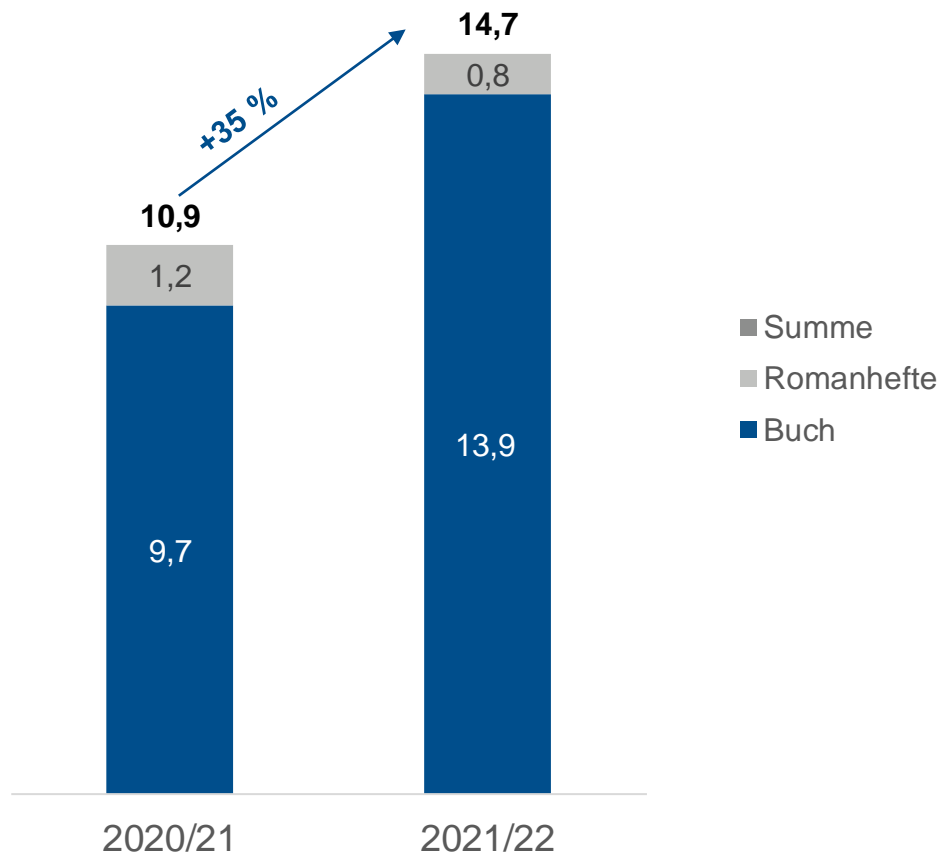
in Mio. €



- Vollkonsolidierung CE von 08/21 bis 03/22 trägt 5,7 Mio. € zum Konzernumsatz bei
- Netto-Umsatz der Bastei Lübbe AG erwartungsgemäß v.a. aufgrund „Belletristik“ leicht unter Vorjahr. smarticular im VJ nur 3 Monate konsolidiert, ca. 1,6 Mio. € über Vorjahr
- Lübbe Audio mit 15,8 Mio. € über Plan und Vorjahr, trotz eines Rückgangs im CD-Geschäft um 1,2 Mio. €.
- Romanhefte trotz weiterer Reduzierung der Verkaufsstellen annähernd auf Vorjahresniveau
- Im 4. Quartal des Geschäftsjahres zeigten sich sowohl im Gesamtmarkt als auch im Konzern bereits Auswirkungen der Konsumzurückhaltung in den Umsatzwerten

# Anstieg Gesamt-EBIT um 35 % auf 14,7 Mio. €

EBIT  
in Mio. €



- Segment Buch mit 13,9 Mio. € um 43 % über dem VJ-Wert
- Im „Buch“-EBIT sind Sonderträge i.H.v. 2,6 Mio. € enthalten: Ausschüttung der Räder GmbH in Höhe von 1,2 Mio. € und Rückzahlung eines wertberichtigten Darlehens in Höhe von 1,4 Mio. €
- Im Vorjahr wesentliche Vorratsbereinigungen. Ceteris paribus dadurch materielle Ergebnisverbesserungen im Berichtsjahr
- Ergebnisverbesserung zum Vorjahr v.a. im Bereich Lübbe Audio. Der Bereich Kinder- und Jugendbuch zeigt ebenfalls Ergebnissteigerung bei nahezu stabilen Umsätzen aufgrund sehr erfolgreichem Lizenzgeschäft
- EBIT im Segment Romanhefte aufgrund Investitionen in eCommerce-Infrastruktur, Aboverwaltung und höherer Papier- und Druckkosten unter Vorjahr

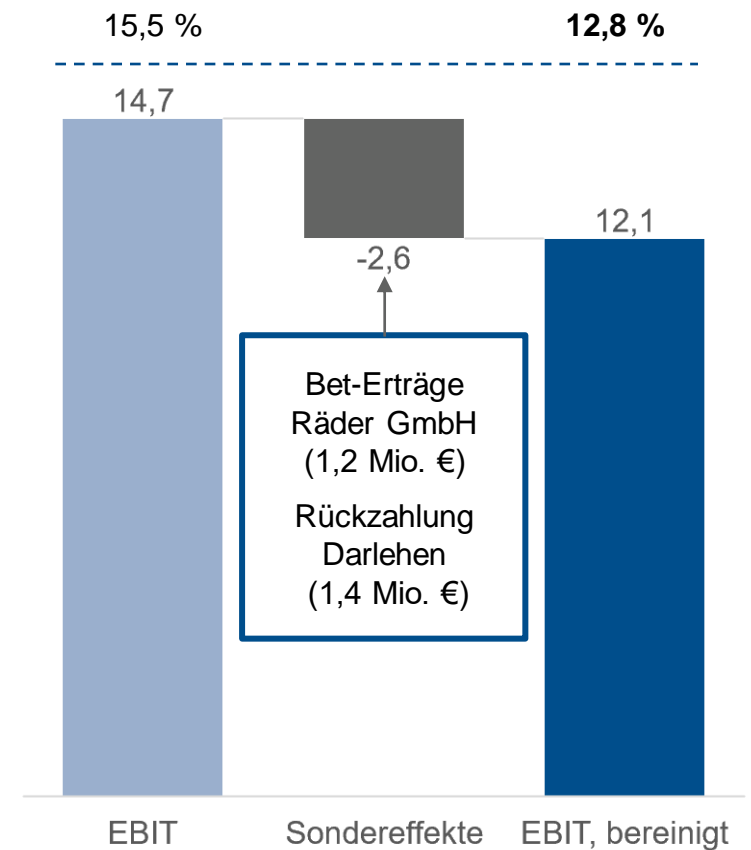
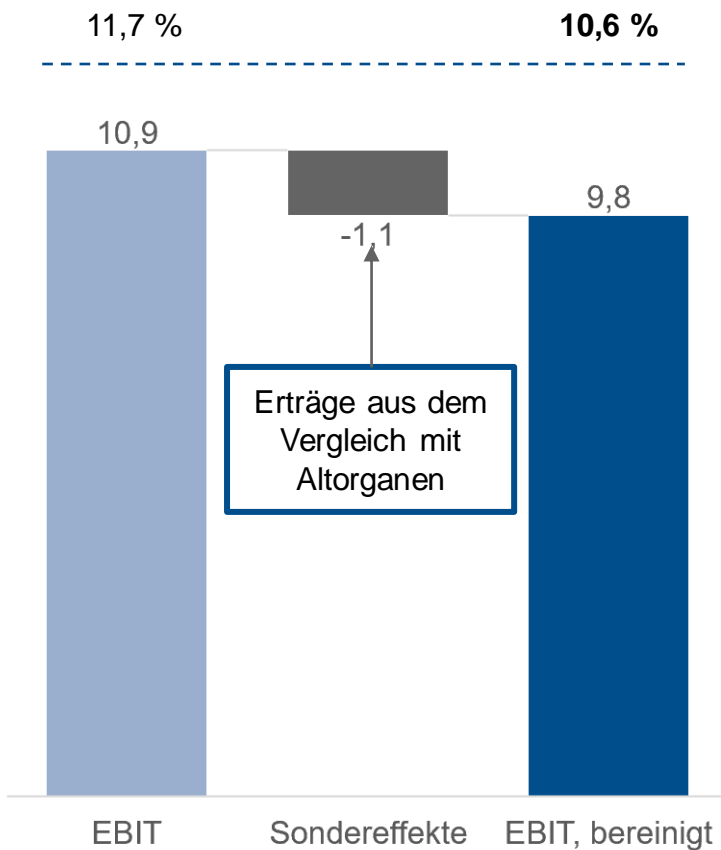


# EBIT-Marge, um Sondereffekte bereinigt, steigt von 10,6 % auf 12,8 %

Bereinigtes EBIT, GJ 20/21  
in Mio. €

Bereinigtes EBIT, GJ 21/22  
in Mio. €

*EBIT-Marge*



# Veränderung der Bilanzstrukturen bei weiterhin positiver Cashflow-Entwicklung

- **Konzern-Eigenkapital** erhöhte sich um 13,7 Mio. € auf 56,3 Mio. €, EK-Quote wuchs um 6,7 Prozentpunkte auf 54,0 % (VJ: 47,3 %)
- Vollständiger **Erwerb CE** bedingt Geschäfts- und Firmenwert in Höhe von 3,9 Mio. €, Neubewertung Titel- und Markenrechte im Rahmen der PPA in Höhe von zusammen 1,6 Mio. €
- Aufgrund der positiven Geschäftsentwicklung der **Räder GmbH** erhöhte sich der beizulegende Zeitwert der 20 %-Beteiligung ergebnisneutral um 6,3 Mio. € auf 15,1 Mio. €
- Im Berichtsjahr wurden die **langfristigen Kaufpreisverbindlichkeiten** smarticular um 2,5 Mio. € reduziert, davon 2,3 Mio. € gegen den Firmenwert der Beteiligung
- **Cashflow** aus laufender Geschäftstätigkeit lag bei 12,8 Mio. € nach 17,5 Mio. € im Vorjahr

# Weiterhin deutlich positiver operativer Cashflow

in Mio. €	2020/21	2021/22
<b>Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit</b>	<b>17,5</b>	<b>12,8</b>
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-5,2	-2,8
<b>Free Cash Flow</b>	<b>12,3</b>	<b>10,1</b>
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	-0,7	-6,6
<b>Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestandes</b>	<b>11,6</b>	<b>3,4</b>
<b>Finanzmittelbestand am Ende der Periode</b>	<b>14,5</b>	<b>17,9</b>

- Profitabilität bestätigte sich im operativen Cashflow
- Rückgang trotz höherem Periodenergebnis aufgrund im Vorjahr deutlich höheren zahlungsunwirksamen Aufwendungen wie
  - Abschreibungen auf Autorenhonorare
  - Veränderung der Rückstellungen
- Im Cashflow aus der Investitionstätigkeit bildet sich v.a. der Kauf von Community Editions sowie die Rückführung des Darlehens von Daedalic ab
- Der Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit beinhaltet in 21/22 die Dividendenzahlung von 3,8 Mio. € sowie Leasingzahlungen (-1,5 Mio. €) und Tilgungsleistungen (-1,0 Mio. €)
- Das Nettofinanzvermögen erhöhte sich von 9,7 Mio. € auf 14,2 Mio. €

# Prognose – verhaltener Start in das neue Geschäftsjahr

- Der Gesamtmarkt Buch zeigte sich bereits in den ersten drei Monaten des Jahres 2022 zurückhaltend, diese Entwicklung setzte sich von April bis Juni (Q 1 des neuen Geschäftsjahres) fort – entsprechend sind unsere Umsätze im Q 1 voraussichtlich unter Plan und unter Vorjahr
- Aufgrund der Vielzahl an makroökonomischen Risiken und der daraus drohenden Konsumzurückhaltung sieht der Vorstand nicht mehr das Umsatzziel von 100 Mio. €. Stattdessen streben wir für das laufende Jahr **Umsätze in Höhe von 90 bis 95 Mio. €** an
- Für das laufende Geschäftsjahr erwarten wir ein **EBIT zwischen 9,5 und 10,5 Mio. €** (VJ 14,7; bereinigt 12,1 Mio. €) bei einer EBIT-Marge von ca. 10 % bis 11 % (VJ 15,5 %, bereinigt 12,8 %). Dafür verantwortlich sind steigende Druck- und Papierkosten sowie steigende Personalkosten
- Für 2023/24 erwarten wir einen neuen Blockbuster von Dan Brown



MARKETING   
 UND  
VERTRIEB 

# Content-Marketing stärkt Markenbindung: Buchstabenbande

**Content-Marketing**

**Kanal-Vielfalt**

**BuchstabenBande**

**BuchstabenBande**

# Crossmediale Community-Effekte der Social Media-Künstler:innen: Community Editions



**PALUTEN**

4,54 Mio. Abonnent\*innen

1,9 Mio. Follower\*innen

Minecraft-Romane der Freedom-Reihe



**PAMELA REIF**

8,8 Mio. Follower

8,9 Mio. Abonnenten

Einfache & natürliche Rezepte kreiert vom international erfolgreichen Fitness-Phänomen.



**ARAZHUL**

arazhul: 2,43 Mio. Abonnent\*innen

arazhulino: 421 Tsd. Abonnent\*innen

309k Follower\*innen

Comic Adventure Erfolgsreihe



**VIKTORIASARINA**

1,88 Mio. Abonnent\*innen

springineinepfuetze: 251 Tsd. Follower\*innen

viktoriaivs: 1 Mio. Follower\*innen

sarinavs\_ 988 Tsd. Follower\*innen

1,8 Mio. Follower\*innen

Mitmachbücher,  
Schülerkalender &  
Stationery



**PIETRO LOMBARDI**

2 Mio. Follower

Kinderbuchreihe um Dino Tino  
& Musikalbum



# Offline Community-Bindung: LYX-Pop Up Tour



**LYX  
POP UP  
TOUR**

19.07. KÖLN    26.07. HAMBURG  
28.07. BERLIN    02.08. WÜRZBURG  
04.08. MÜNCHEN

**TRIFF UNSERE  
BESTSELLER-AUTOR:INNEN  
UND ERLEBE  
LYX-MOMENTE LIVE!**



© Oliver Favre



© Oliver Favre



© Ava Reed



© Fotografin Lisa



© Sarah Sprinz



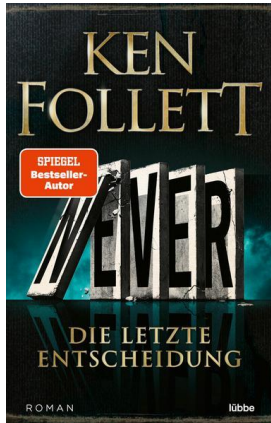
PRO  
GRAMM



# Lübbe Belletristik: Große Bestseller

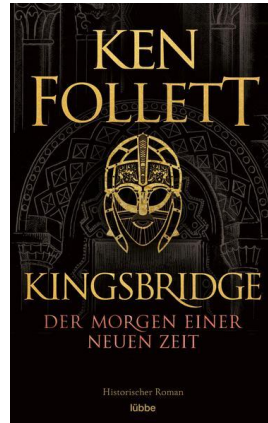
Hardcover

# 2



Taschenbuch

# 5



**SPIEGEL** Bestseller

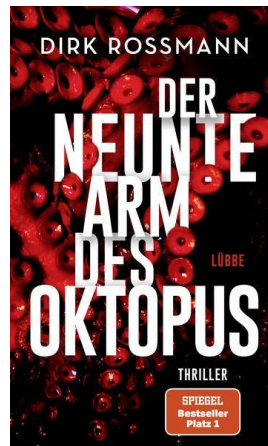


© Barbara Follett

# 1



# 4



n © Amin Akhtar

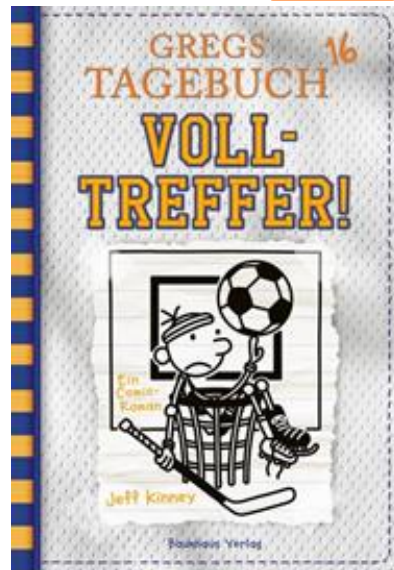
# Kinderbuch: Toperfolge mit starken Charakteren

**SPIEGEL** Bestseller

# 1



# 1



# 1



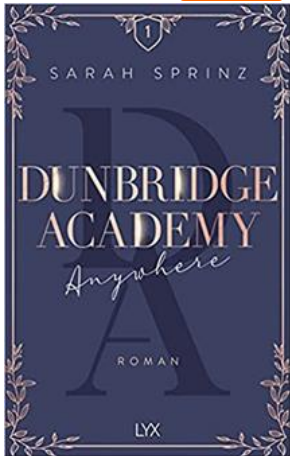
# 1



# LYX: DER Verlag für New Adults

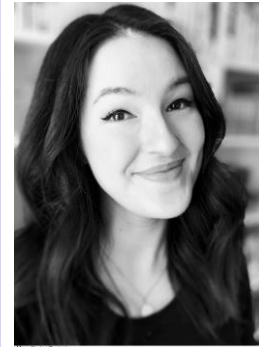
**SPIEGEL** Bestseller

# 1



Sarah Sprinz © Sarah Sprinz

# 2



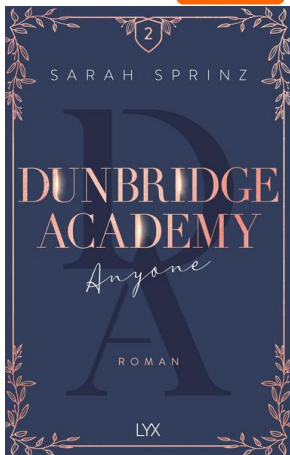
Mona Kasten © J. J. J.

# 3



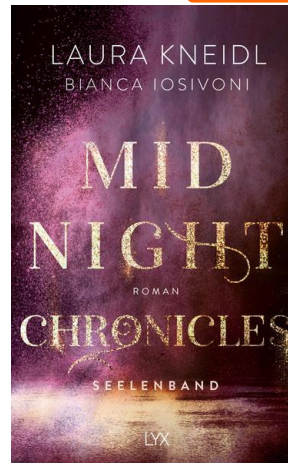
Ava Reed © Ava Reed

# 1



Sarah Sprinz © Sarah Sprinz

# 3



Laura Kneidl © Oliver Farné

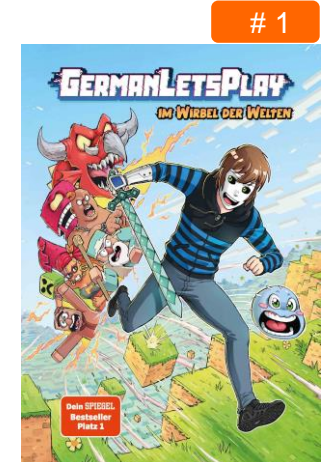
# 3



Lena Kiefer © Fotografin Lisa

# Community Editions: Social-Media-Stars als Erfolgsgaranten

**SPIEGEL** Bestseller



ViktoriaSarina © Hannes Loske



Arazhul © Richard Wesner



Pamela Reif © Pamela Reif



Paluten © Boris Lehfeld

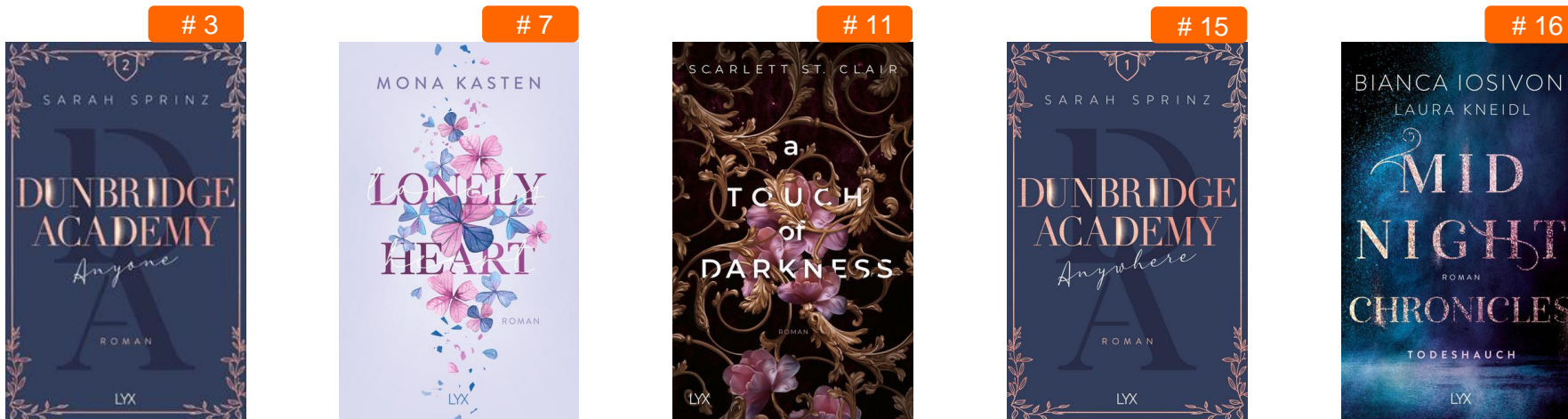


Coupleontour © Theresa Sophie

# Der digitale Wachstumsmarkt erschließt neue Zielgruppen für das Hörbuch

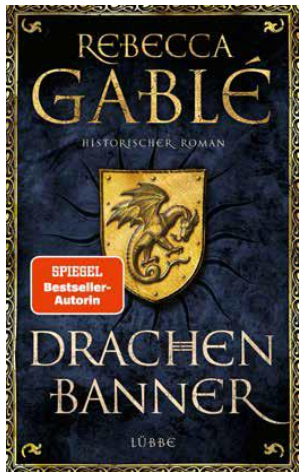
Audiobook <sup>mediacontrol</sup> Streaming by BookBeat

Juni 2022, gehörte Hörbuch-Stunden, alle Kategorien, Copyright Media Control und BookBeat GmbH

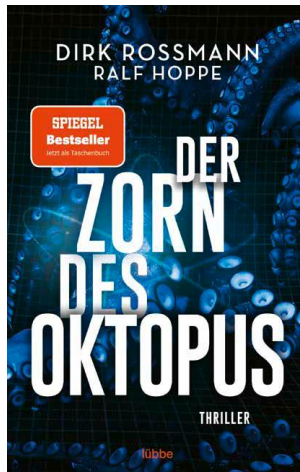


# Ausblick Herbst 2022

Lübbe HC



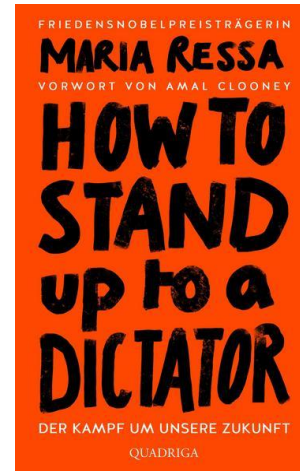
Lübbe TB



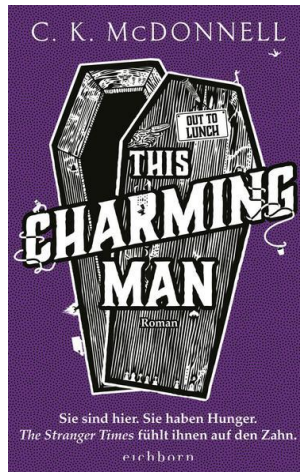
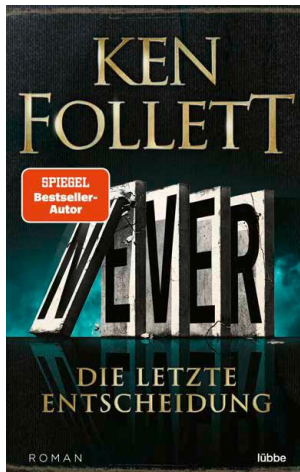
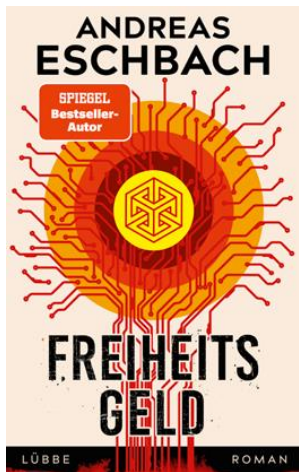
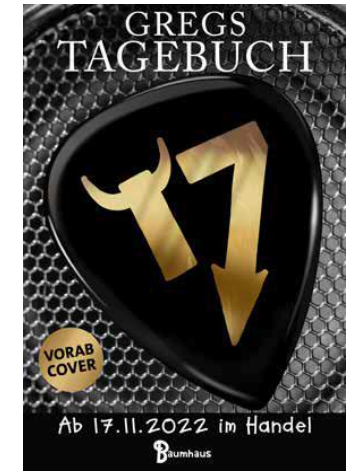
Eichborn



Sachbuch



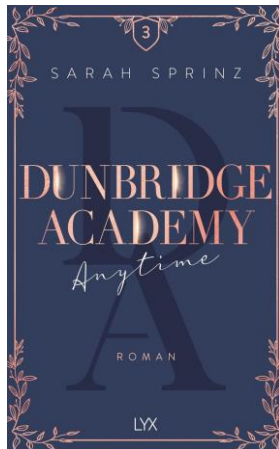
Baumhaus/Boje



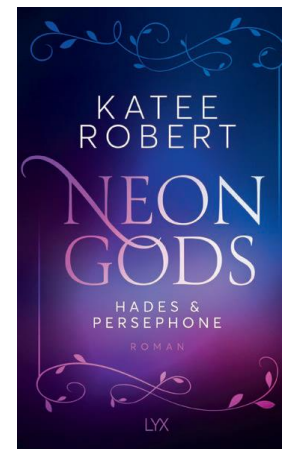
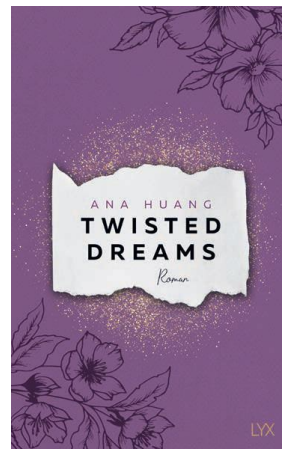
BAS TEI LÜBBE

# LYX: Ausblick Herbst 2022

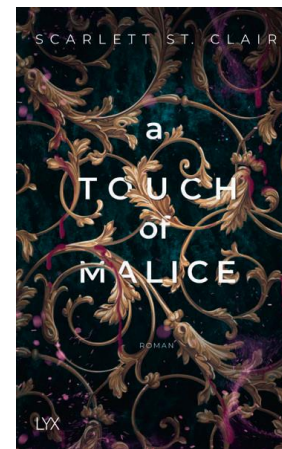
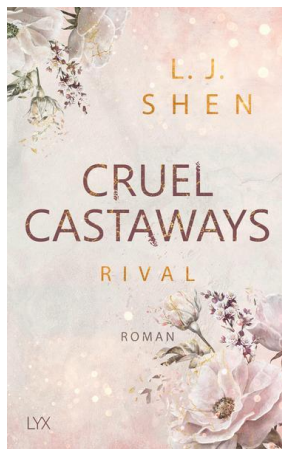
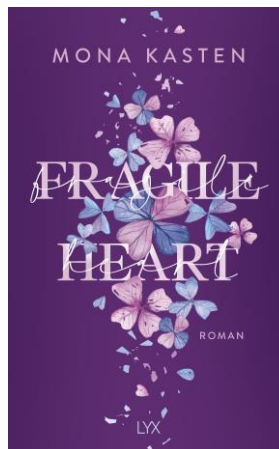
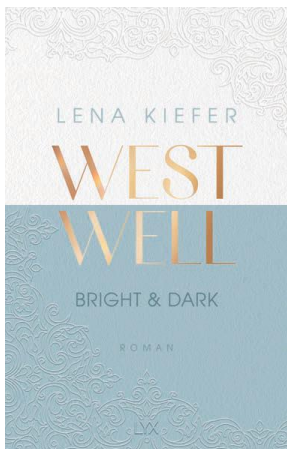
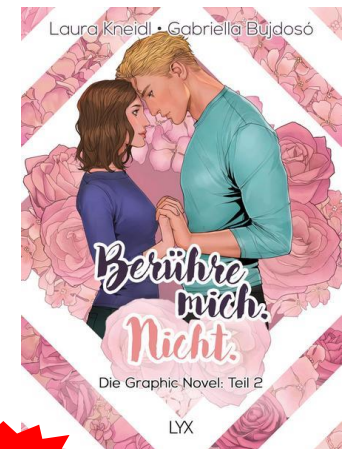
## Topautoren



## BookTok-Trends



## Graphic Novels



NEU



# Ausblick Herbst 2022: Community Editions



ViktoriaSarina © Hannes Loske



DoctorBenx © David Henrichs

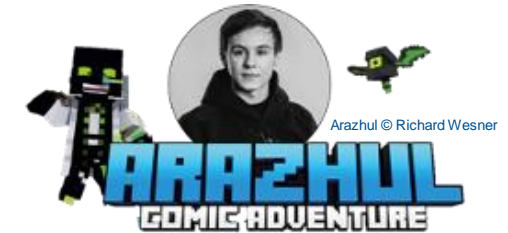
## KINDERBUCHHERBST

bei

# Community EDITIONS



Maximilian Pollux © Carolin Auer



Arazhul © Richard Wesner

## RUTHE



Ralph Ruthe © Ralph Ruthe

PIETRO LOMBARDI

## DINO TIÑO



Pietro Lombardi © Jonas Klimaschewski



Paluten © Boris Lehfeld



UNSER   
 WEG  


# Unseren Weg weitergehen

- Insbesondere bei erschwertem konjunkturellen Rahmenbedingungen zeigt sich die Notwendigkeit der zukunftsgetriebenen, digitalen Weiterentwicklung unserer Geschäftsmodelle
- Demnach werden wir unsere internen Abläufe und Prozesse weiter digitalisieren, Social Listening zur frühen Themenfindung etablieren und unsere Audio-Produktionskapazitäten weiter ausbauen
- Wir werden neue Teil-Segmente besetzen, unseren Novitätenanteil hoch halten und erneut eigene Autoren am Markt durchsetzen
- Unser organisches Community-Wachstum werden wir weiter optimieren und vor allem ONE und smarticular als Communities weiterentwickeln
- Nicht zuletzt werden wir das Erscheinungsbild unseres Verlages grundlegend überarbeiten und dabei unsere Employer Branding-Aktivitäten ausweiten

BAS   
 TEI  
LÜBBE 

VIELEN DANK  
FÜR IHRE  
AUFMERKSAMKEIT

