

## Ad hoc Meldung

Geschäftsergebnis 2008:

# Goldbach Media auf Kurs mit zweistelligem Umsatz- und Ebit-Wachstum

Umsatzwachstum 11.8% – Ebit-Steigerung 13.7% – Gewinn 10.33 Mio. CHF – Dividende von 0.57 CHF beantragt – Positiver Jahresauftakt – Anhaltende Wachstumsdynamik 2009

**Küsnacht, 5. März 2009.** Die in der Schweiz mit den Gesellschaften IP Multimedia, AdLINK, OnEmotion und orange8 interactive in der Werbevermarktung privater elektronischer, interaktiver und mobiler Medien führende Goldbach Media Gruppe hat zusammen mit ihren internationalen Gesellschaften (Deutschland, Österreich, Kroatien, Slowenien, Polen, Tschechien, Rumänien und Russland) im Jahr 2008 den Umsatz um 11.8% auf CHF 264.91 Mio. CHF und den Ebit um 13.7 % auf 20.28 Mio. CHF (Vorjahr 17.84 Mio. CHF) gesteigert. Der Jahresgewinn nach Minderheiten beträgt 10.33 Mio. CHF (VJ inkl. Erlöse aus Verkauf Radio Z und Radio Ri 18.78 Mio. CHF, bereinigt um diese Sondereffekte 6.74 Mio. CHF). Der Ebitda stieg um 13.5 % auf 22.89 Mio. CHF (VJ 20.17 Mio. CHF). Im Online-Segment nahm der Ebit um 21.6% und im Offline-Segment um 10.8%. zu. Der Generalversammlung wird die Ausschüttung einer Dividende von 33% des Jahresgewinnes oder von 0.57 CHF pro Aktie beantragt.

### Wachstum im Online-Bereich 48.8% – bereits über 30% Umsatzanteil

Bereits am 20. Januar hat die Goldbach Media Gruppe die provisorischen Umsatzzahlen für das Geschäftsjahr 2008 veröffentlicht. Im Online-Bereich verzeichnete der Werbelogistiker in der Schweiz, Österreich und Deutschland zusammen mit den im März 2008 akquirierten Online-Vermarktungs-Gesellschaften in Kroatien und Slowenien sowie dem mit der Akquisition der ARBOmedia im September 2008 erworbenen Onlinegeschäft in Polen, Tschechien, Rumänien und Russland einen Umsatz von 80.23 Mio. CHF und damit ein markantes Umsatzwachstum von 48.8 %. Bereinigt um die 2008 getätigten Akquisitionen beträgt die organische Umsatzzunahme im Online-Bereich 15.2 %. Die Verunsicherung der Online-Märkte in der Schweiz, Österreich und Deutschland im 2. Semester 2008 drosselte die Wachstumsdynamik vorübergehend. Der mit dem Online-Segment erzielte Ebit-Beitrag wuchs um 21.6%. Mit dem Online-Segment, das neben

Internetwerbung auch Zielgruppenmarketing über das Internet, Suchmaschinen, mobile Devices, Werbung in interaktiven Spielen und Performance Marketing umfasst, erzielt Goldbach Media bereits 30.3 % des Gesamtumsatzes (VJ 22.7 %).

### **Stabiler Offline-Bereich: Zunahme der TV-Erträge**

Im Offline-Bereich, der Vermarktung von privatem TV, Teletext, Radio und AdScreen - vor allem in der Schweiz - erzielte Goldbach einen Umsatz von 185.86 Mio. CHF (VJ 184.05 Mio. CHF). Der Verkauf von Werbung in privatem Fernsehen entwickelte sich dabei deutlich über dem Branchentrend und nahm um 5.9% auf 148.21 Mio. CHF zu (VJ 139.98 Mio. CHF). Auch im vierten Quartal des Jahres 2008 zeigte der Verkauf von TV-Werbung Konstanz und bestätigte damit seine Eigenschaft als stabile Ertragsquelle für Goldbach Media. Rund 56% (VJ 59%) des Gesamtumsatzes von Goldbach Media stammten 2008 aus dem TV-Vermarktungsgeschäft. Nach dem Verkauf und Wegfall von Radio Z AG erzielte Goldbach Media mit der Vermarktung von Radiowerbung im Jahr 2008 noch 32.61 Mio. CHF Umsatz (VJ 39.26 Mio. CHF). Das entspricht einem Rückgang von 16.9%. Bereinigt um das veräusserte Geschäft hat Goldbach Media gegenüber Vorjahr jedoch 4% mehr nationale Radiowerbung verkauft, obgleich der Gesamtmarkt rezessive Tendenzen aufzeigt. Der Anteil des Radiogeschäfts am Gesamtumsatz betrug 2008 rund 12.3% (VJ 16.6%). Die Vermarktung elektronischer Werbung an attraktiven Verkaufsstellen (AdScreen) konnte im Berichtsjahr um 4.7% auf 5.04 Mio. CHF gesteigert werden (VJ 4.81 Mio. CHF). Der im Offline-Segment erzielte Ebit verbesserte sich insgesamt um 10.8%.

### **Markantes Wachstum des internationalen Geschäfts**

Markant wuchs im Jahr 2008 mit 79.3% das internationale Geschäft der Goldbach Media. 13.7% des Gesamtertrages werden inzwischen im Ausland erzielt. Erfreulich entwickelten sich insbesondere die im März 2008 akquirierten Online-Vermarktungsgesellschaften in Kroatien und die Aktivitäten im adriatischen Raum. Für die ARBOedia sind ausschliesslich die Erträge der Online-Gesellschaften im 4. Quartal berücksichtigt.

### **Ausblick: Umsatz- und Ebitwachstum erwartet**

Goldbach Media ist erfreulich ins neue Jahr 2009 gestartet. Die Umsätze im Offline-Segment, vor allem der Verkauf der TV-Werbung, liegen über den entsprechenden Werten des Vorjahres. Das Radiogeschäft wird es auch 2009 schwer haben. Der Auftragsbestand im Online-Segment entwickelt sich erwartungsgemäss positiv, doch muss mit negativen Währungseinflüssen vor allem im osteuropäischen Auslandgeschäft gerechnet werden. Im deutschsprachigen (Schweiz, Österreich, Deutschland) und im adriatischen Raum (Kroatien, Slowenien, Serbien) sowie in Polen und auch Tschechien profitiert das Online-Segment von der anhaltenden Wachstumsdynamik der Onlinewerbung und des Performancemarketings in interaktiven Medien, während in Rumänien und Russland die Konjunkturabkühlung seit dem 4. Quartal 2008 deutlich zu spüren ist. Goldbach Media will im laufenden Jahr mit einem Schwerpunkt im Online-Geschäft

organisch und bei sich bietender Gelegenheit auch akquisitorisch weiter wachsen und den Anteil des Online- und internationalen Geschäfts 2009 abermals erhöhen. Goldbach Media rechnet mit einem Anteil des Online-Segments zwischen 35% und 40% und des internationalen Geschäfts zwischen 20% bis 25%. Gesamthaft erwartet Goldbach Media aufgrund der Markteinschätzungen des Jahresauftakts für das Geschäftsjahr 2009 ein Umsatzwachstum und eine weitere Ebit-Zunahme von 10%.

„Goldbach Media ist als führender Vermarkter digitaler, interaktiver und mobiler Medien in einem Wachstumsmarkt tätig und konnte im Berichtsjahr ihre Marktposition weiter stärken“, sagt Klaus Kappeler, CEO von Goldbach Media. „Auch bei allgemein sinkenden Werbeausgaben erwarten wir wegen der Messbarkeit des Werbeerfolgs in digitalen interaktiven Medien und im Online-Segment eine anhaltende Wachstumsdynamik. Das Performancemarketing hat weltweit einen Siegeszug angetreten. Goldbach Media will als spezialisierter und führender Werbevermarkter in digitalen Medien gerade in wirtschaftlich rezessiven Zeiten weiter Marktanteile gewinnen.“

Fotos der Bilanzmedienkonferenz können heute ab 14 Uhr hier heruntergeladen werden:

[http://www.fotodienst.at/browse.mc?album\\_id=2646](http://www.fotodienst.at/browse.mc?album_id=2646)

**Medienstelle:**

Goldbach Media Gruppe  
Paul Riesen  
Seestrasse 39  
Postfach  
CH-8700 Küsnacht-Zürich  
Phone +41 (44) 914 91 00  
Mobile +41 (79) 688 24 74  
Fax +41 (44) 914 93 60  
[www.goldbachmedia.com](http://www.goldbachmedia.com)

**Das Unternehmensprofil der Goldbach Media-Gruppe**

Goldbach Media ist das Kompetenz- und Logistikzentrum für die Vermarktung privater elektronischer, mobiler und interaktiver Medien in den Bereichen TV, Teletext, Radio, adScreen, Internet, InGame Advertising und Suchmaschinen- und Mobile-Marketing mit einem Schwerpunkt in der Schweiz und wachsenden Aktivitäten in Österreich, Deutschland sowie osteuropäischen Ländern. Zum Kerngeschäft der Unternehmensgruppe mit Sitz in Küsnacht (ZH) gehören Planung, Konzeption, Einkauf und die Abwicklung bis hin zur Prüfung des Mediaeinsatzes der elektronischen Off- und Onlinemedien und Crossmedia-Kampagnen. Seit dem 15. Juni 2007 ist die Goldbach Media am Hauptsegment der SIX Swiss Exchange kotiert (Valor 487094, ISIN CH0004870942, Ticker-Symbol: GBMN) Goldbach Media will im dynamischen Onlinemarkt rasch wachsen und ausgewählte osteuropäische Märkte erschliessen.

Weitere Infos: [www.goldbachmedia.com](http://www.goldbachmedia.com) und [www.goldbachmedia.at](http://www.goldbachmedia.at)

## Kennzahlen Goldbach Media 2008

|  |                       |                            | 2008              | 2007              | 2006              | 2005              | 2004              |
|--|-----------------------|----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
|  | CAGR 2004 - 2008 in % | Veränderung 2007/2008 in % | TCHF              | TCHF              | TCHF              | TCHF              | TCHF              |
| Nettoumsatz  | 12.9%                 | 11.8%                      | 264'905           | 237'047           | 199'533           | 181'697           | 162'786           |
| <i>davon Online</i>  | 48.9%                 | 48.8%                      | 80'233            | 53'910            | 34'223            | 21'197            | 16'316            |
| <i>davon Offline</i>   | 6.1%                  | 1.0%                       | 185'859           | 184'046           | 166'336           | 161'066           | 146'742           |
| Bruttogewinn   | 10.4%                 | 10.8%                      | 63'935            | 57'722            | 52'752            | 49'202            | 43'087            |
| EBITDA   | 15.4%                 | 13.5%                      | 22'886            | 20'170            | 16'895            | 16'214            | 12'906            |
| <i>davon Online</i>  | 68.0%                 | 20.3%                      | 6'674             | 5'547             | 2'632             | 1'237             | 838               |
| <i>davon Offline</i>   | 11.2%                 | 8.5%                       | 19'695            | 18'145            | 16'826            | 16'201            | 12'896            |
| EBIT   | 16.6%                 | 13.7%                      | 20'283            | 17'840            | 15'155            | 14'248            | 10'957            |
| <i>davon Online</i>  | 71.7%                 | 21.6%                      | 5'985             | 4'921             | 2'598             | 1'205             | 688               |
| <i>davon Offline</i>   | 13.0%                 | 10.8%                      | 18'872            | 17'035            | 15'606            | 14'685            | 11'590            |
| Jahresgewinn   | 17.7%                 | -30.5%                     | 17'636            | 25'386            | 12'568            | 12'988            | 9'174             |
| Jahresgewinn (Anteil Goldbach Media Aktionäre)                           | 29.8%                 | -45.0%                     | 10'331            | 18'776            | 5'090             | 6'044             | 3'636             |
| Bereinigter Jahresgewinn (Anteil Goldbach Media Aktionäre) <sup>5)</sup> | 29.8%                 | 53.4%                      | 10'331            | 6'736             | 5'090             | 6'044             | 3'636             |
| Betrieblicher Cash Flow  | -9.4%                 | -63.8%                     | 8'580             | 23'729            | 12'934            | 6'000             | 12'739            |
| Gewinn je Aktie unverwässert (in CHF) <sup>1)</sup>                      | 13.6%                 | -52.9%                     | 1.78              | 3.77              | 1.42              | 1.76              | 1.07              |
| Gewinn je Aktie verwässert (in CHF) <sup>1)</sup>                        | 12.7%                 | -52.9%                     | 1.72              | 3.66              | 1.31              | 1.76              | 1.07              |
| Ordentliche Dividende je Aktie (in CHF) <sup>3)</sup>                    | -                     | 50.0%                      | 0.57              | 0.38              | -                 | -                 | -                 |
| Sonderdividende je Aktie (in CHF) <sup>3)</sup>                          | -                     | -                          | -                 | 1.00              | -                 | -                 | -                 |
| Total Ausschüttung je Aktie (in CHF) <sup>3)</sup>                       | -                     | -58.7%                     | 0.57              | 1.38              | -                 | -                 | -                 |
|  |                       |                            | <b>31.12.2008</b> | <b>31.12.2007</b> | <b>31.12.2006</b> | <b>31.12.2005</b> | <b>31.12.2004</b> |
| Umlaufvermögen   | 25.4%                 | -17.2%                     | 122'678           | 148'213           | 74'050            | 64'417            | 49'578            |
| Anlagevermögen   | 52.5%                 | 297.2%                     | 79'481            | 20'009            | 16'145            | 15'060            | 14'690            |
| Total Aktiven  | 33.2%                 | 20.2%                      | 202'159           | 168'222           | 90'195            | 79'477            | 64'268            |
| Fremdkapital   | 21.9%                 | 76.2%                      | 119'682           | 67'912            | 62'894            | 58'927            | 54'217            |
| Eigenkapital   | 69.3%                 | -17.8%                     | 82'477            | 100'310           | 27'301            | 20'550            | 10'051            |
| Total Passiven   | 33.2%                 | 20.2%                      | 202'159           | 168'222           | 90'195            | 79'477            | 64'268            |
| Eigenkapitalquote  | -                     | -                          | 40.8%             | 59.6%             | 30.3%             | 25.9%             | 15.6%             |
| Anzahl Aktien <sup>1)</sup>  | -                     | -                          | 5'998'470         | 5'998'470         | 3'734'880         | 373'488           | 354'760           |
| Jahresendkurs in CHF (SWX) <sup>2)</sup>                                 | -                     | -62.5%                     | 19.90             | 53.00             | -                 | -                 | -                 |
| Anzahl Voll- und Teilzeitstellen (FTE's) <sup>4)</sup>                   | 27.9%                 | 111.4%                     | 361               | 171               | 172               | 150               | 135               |
| Anzahl Headcounts (HC's) <sup>4)</sup>                                   | 28.0%                 | 104.2%                     | 386               | 189               | 187               | 163               | 144               |
| - <i>davon CH</i>  | 11.8%                 | 38.9%                      | 200               | 144               | 165               | 147               | 128               |
| - <i>davon International</i>   | 84.6%                 | 313.3%                     | 186               | 45                | 22                | 16                | 16                |

<sup>1)</sup> 2006 und früher ist der Aktiensplit im Verhältnis 1:10 berücksichtigt (Restatement).

<sup>2)</sup> Seit dem 15. Juni 2007 werden die Aktien der Goldbach Media AG im Hauptsegment der SWX Swiss Exchange gehandelt. Der Emissionspreis betrug CHF 42.00 je Aktie.

<sup>3)</sup> Im 2008 Antrag des Verwaltungsrats, davor ausbezahlte Dividende.

<sup>4)</sup> Bestandeswerte per 31. Dezember, nur fortgeführte Geschäftsbereiche.

<sup>5)</sup> Der Jahresgewinn in 2007 ist um Einmaleffekte bereinigt (im Wesentlichen Erlöse aus Verkauf Radio Z und Radio Ri).