

## Ad hoc Meldung

Geschäftsergebnis 2013:

### Goldbach Group wächst in schwierigem Markt- umfeld

**Umsatz CHF 459 Mio. – Umsatzzunahme 2.9% – Bereinigte EBIT-Steigerung 6.2% – Verlust CHF 16.1 Mio. nach Portfoliobereinigung – Stabile Entwicklung erwartet – Dividende von CHF 0.80 beantragt**

Küsnacht-Zürich, 6. März 2014. Die in der DACH-Region (Deutschland, Österreich und Schweiz), in Osteuropa (Polen, Rumänien und Russland) sowie im adriatischen Raum (Kroatien, Slowenien und Serbien) mit der Vermarktung von privaten elektronischen, mobilen und interaktiven Medien sowie im Online-Marketing führende Werbelogistikerin hat im Geschäftsjahr 2013 mit CHF 459 Mio. einen um 2.9% gesteigerten Nettoumsatz (VJ CHF 445 Mio.) erzielt. Die im Dezember 2013 kommunizierten Goodwill-Abschreibungen zur Portfoliobereinigung und weitere Einmaleffekte führen zu einem EBIT von CHF 7.7 Mio. (VJ CHF 32.3 Mio.) und einem Verlust von CHF 16.1 Mio. Der um diese Sondereffekte bereinigte EBIT nahm hingegen um 6.2% auf CHF 32.0 Mio. (VJ bereinigt CHF 30.2 Mio.) und das bereinigte Ergebnis um 32.6% auf CHF 9.4 Mio. (VJ bereinigt CHF 7.1 Mio.) zu. Positiv entwickelten sich die DACH-Region (+4.2%) und der adriatische Raum (+64.5%), während der Umsatz in Osteuropa um 28.7% zurückging. Für das laufende Jahr 2014 erwartet die Goldbach Group eine stabile Entwicklung. Der Generalversammlung wird die Ausschüttung einer Dividende von CHF 0.80 beantragt.

Kennzahlen der Goldbach Group						
	2013 (IFRS)	2012 (IFRS, Restated <sup>1</sup> )	Veränderung in %	2013 (bereinigt um Sonder- effekte <sup>2</sup> )	2012 (bereinigt um Sonder- effekte <sup>3</sup> )	Veränderung in %
	TCHF	TCHF		TCHF	TCHF	
<b>Nettoumsatz</b>	<b>458 569</b>	<b>445 448</b>	<b>2.9%</b>	<b>458 569</b>	<b>445 448</b>	<b>2.9%</b>
<i>davon DACH</i>	435 337	417 884	4.2%	435 337	417 884	4.2%
<i>davon Osteuropa</i>	17 001	23 844	-28.7%	17 001	23 844	-28.7%
<i>davon Adriatischer Raum</i>	10 201	6 202	64.5%	10 201	6 202	64.5%
<i>davon Corporate / Übrige / Eliminationen</i>	(3 970)	(2 482)	60.0%	(3 970)	(2 482)	60.0%
<b>Bruttogewinn</b>	<b>99 816</b>	<b>98 924</b>	<b>0.9%</b>	<b>99 816</b>	<b>98 924</b>	<b>0.9%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>31 301</b>	<b>35 874</b>	<b>-12.7%</b>	<b>34 895</b>	<b>32 703</b>	<b>6.7%</b>
<i>davon DACH</i>	40 314	43 278	-6.8%	40 314	43 278	-6.8%
<i>davon Osteuropa</i>	( 406)	2 756	-114.7%	( 406)	( 415)	-2.2%
<i>davon Adriatischer Raum</i>	1 051	282	272.7%	1 051	282	272.7%
<i>davon Corporate / Übrige / Eliminationen</i>	(9 658)	(10 442)	-7.5%	(6 064)	(10 442)	-41.9%
<b>EBIT</b>	<b>7 696</b>	<b>32 305</b>	<b>-76.2%</b>	<b>32 033</b>	<b>30 170</b>	<b>6.2%</b>
<i>davon DACH</i>	37 739	42 430	-11.1%	39 529	42 430	-6.8%
<i>davon Osteuropa</i>	(19 024)	1 194	-1693.3%	( 908)	( 941)	-3.5%
<i>davon Adriatischer Raum</i>	951	206	361.7%	951	206	361.7%
<i>davon Corporate / Übrige / Eliminationen</i>	(11 970)	(11 525)	3.9%	(7 539)	(11 525)	-34.6%
<b>Reingewinn/-verlust (Anteil Goldbach Group Aktionäre)</b>	<b>(16 072)</b>	<b>9 209</b>	<b>-274.5%</b>	<b>9 377</b>	<b>7 074</b>	<b>32.6%</b>

1 Rückwirkende Anpassung aufgrund erstmaliger Anwendung von IAS 19 (Revised) - Leistungen an Arbeitnehmer  
2 Sondereffekte 2013: Abschreibungen auf Goodwill und andere immaterielle Aktiven (Effekt auf Stufe Reingewinn: CHF -20.3m)  
Wertberichtigung Wilmaa Digital TV (Effekt auf Stufe Reingewinn: CHF -4.7m)  
Übrige Sondereffekte (Effekt auf Stufe Reingewinn: CHF -0.5m)  
3 Sondereffekt 2012: Ertrag aus Beendigung Kooperations- und Lizenzvereinbarung (Effekt auf Stufe Reingewinn: CHF +2.1m)

Die Goldbach Group hat im Geschäftsjahr 2013 in rückläufigen Werbemärkten wiederum Marktanteile gewonnen und mit einem Umsatz von CHF 459 Mio. ein Wachstum von 2.9% erzielt. Das TV-Geschäft wuchs abermals mit 3.9% und kompensierte den Einbruch der Produktlinie Radio (-15.7%). Als Wachstumstreiber erwiesen sich besonders Video (+28.1%) und Digital out of Home (+57%). Stark wuchs, wenn auch auf noch tiefem Niveau, der Bereich Mobile mit 102.5%.

Erstmals seit der Neuorganisation Mitte 2013 wird der Jahresabschluss nach Regionen und nicht mehr nach Business Lines ausgewiesen.

### **Starkes TV-Geschäft in der DACH-Region – wachsende Bedeutung von Video**

In der DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz) nahm der Umsatz um 4.2% auf CHF 435.3 Mio. (VJ CHF 417.9 Mio.) zu. Der EBIT in der DACH-Region reduzierte sich vor allem aufgrund der rückläufigen Radiowerbung und wegen Sondereffekten im Suchmaschinengeschäft um 11.1% auf CHF 37.7 Mio. In der DACH-Region werden 94% des gesamten Goldbach-Umsatzes erzielt. In der Schweiz nahmen Marktanteil und Profitabilität im TV-Geschäft trotz anhaltenden Unsicherheiten der Reichweitenmessung abermals zu. Hingegen war die Radiowerbung nach zwei Jahren mit zweistelligen Wachstumszahlen erstmals rückläufig. Im Online-Bereich entwickelte sich das Video-Geschäft erfreulich und wächst bedeutend stärker als die klassische Display-Werbung. Mit der Fokussierung auf das Performancemarketing auch in der Schweiz soll der Online-Bereich weiter gestärkt werden. Das Wachstum in Österreich wurde vor allem durch die starke Nachfrage nach Performance-Beratung und das Audience-Geschäft getrieben. In Deutschland zeigt der mit Goodwill-Abschreibungen verbundene Umbau des Suchmaschinengeschäfts zur Performance-Agentur bereits im letzten Quartal 2013 einen positiven Effekt.

### **Erfreuliche Entwicklung in Adriatic**

Das Geschäft im adriatischen Raum mit Slowenien, Kroatien und Serbien entwickelte sich nach der Übernahme einer Mehrheitsbeteiligung an der führenden Digitalagentur Renderspace in 2012 und aufgrund des boomenden Tourismus in Kroatien in einem nach wie vor schwierigen Marktumfeld erfreulich und wuchs um 64.5% auf CHF 10.2 Mio. (VJ CHF 6.2 Mio.). Der EBIT im adriatischen Raum nahm um 362% zu und beträgt CHF 0.9 Mio.

### **Wachsende Bedeutung von Radio- und TV-Vermarktung in Osteuropa (CEE)**

Der Umsatz in der Region Osteuropa (CEE) ging aufgrund der schleppenden Entwicklung in Polen, Rumänien und Russland und nach dem Rückzug aus Tschechien um 28.7% auf CHF 17.0 Mio. zurück (VJ CHF 23.8 Mio.). Das unrentable interaktive Geschäft in Polen wurde im Geschäftsjahr 2013 restrukturiert. Auch aufgrund substantieller Abschreibungen (CHF 18.1 Mio.) von Goodwill und sonstigen immateriellen Werten resultiert in der Region Osteuropa auf Stufe EBIT ein Verlust von CHF -19.0 Mio. (VJ CHF +1.2 Mio.). In Rumänien zeigt der Ende 2012 in die Wege geleitete Aufbau des TV- und Radiovermarktungsgeschäfts erste Erfolge. In Polen, wo bisher ausschliesslich Online-Werbung vermarktet wurde, plant die Goldbach Group, das Angebot für den Verkauf von digitalem TV kontinuierlich auszubauen. Im laufenden Geschäftsjahr 2014 erwartet die Goldbach Group in Osteuropa ein positives Ergebnis.

### **Kerngeschäft digitales TV**

Im September 2013 hat sich die Goldbach Group im Rahmen der Fokussierung auf die Kernkompetenzen entschieden, aus der technologieorientierten Entwicklung der Wilmaa-Box für den digitalen TV-Empfang auszusteigen und die Mehrheit an der Wilmaa Digital World AG abzugeben. Die Investitionen wurden entsprechend im Wert berichtigt und belasten das Nettoergebnis mit CHF 4.7 Mio. Der Verkauf von digitaler TV-Werbung gehört hingegen zum Kerngeschäft der Goldbach Group. Entsprechend bleibt die Goldbach Group an der Wilmaa GmbH, der Internet-Plattform für digitales TV, mit einer Mehrheit beteiligt.

### **Gewinn und Eigenkapitalquote**

Aufgrund von Sondereffekten in der Höhe von rund CHF 25 Mio. entsteht ein Verlust von CHF -16.1 Mio. (VJ CHF 9.2 Mio.). Bereinigt um die Sondereffekte resultiert ein um 32.6% gesteigerter operativer Gewinn von CHF 9.3 Mio. (VJ bereinigt CHF 7.1 Mio.). Die Eigenkapitalquote per Ende 2013 beträgt 24.4% (VJ 32.0%). Der erarbeitete operative Cash Flow beträgt CHF +25.3 Mio., die Flüssigen Mittel per Ende des Geschäftsjahres CHF 85.7 Mio.

## **Ausblick und Dividende**

Die Goldbach Group betrachtet 2014 als Übergangsjahr und erwartet bei einer Konsolidierung des Umsatzes auf hohem Niveau auf Stufe Reingewinn ein solides Ergebnis im Rahmen des Geschäftsjahres 2012.

Der Verwaltungsrat wird der Generalversammlung in Abhängigkeit des um Sondereffekte bereinigten Gewinns die Ausschüttung einer Dividende in der Höhe von CHF 0.80 beantragen.

„Mit der personell verstärkten Gruppengeschäftsleitung und der Reorganisation in Osteuropa“, sagt Michi Frank, CEO Goldbach Group AG, „wollen wir unser über die Jahre gewachsenes Know-how weiter ausbauen und die Goldbach Group in unseren Kernmärkten DACH, Adriatic und Osteuropa (CEE) als führende Kraft für Digital Sales positionieren“.

## **Hinweis an Analysten, Investoren und Medienvertreter:**

Eine persönliche Orientierung durch Michi Frank, CEO, Lukas Leuenberger, CFO, Alexander Duphorn, CEO Goldbach Media (Switzerland) AG sowie Alexander Horrolt, Managing Director Goldbach Audience (Switzerland) AG, findet am Donnerstag, 6. März 2014, 9.30 Uhr in Zürich, statt. Informationen und Anmeldung via: [germaine.mueller@goldbachgroup.com](mailto:germaine.mueller@goldbachgroup.com) oder [corinne.laverriere@goldbachgroup.com](mailto:corinne.laverriere@goldbachgroup.com).

Den Geschäftsbericht 2013 der Goldbach Group AG finden Sie auf unserer Website:  
<http://www.goldbachgroup.com/investor-relations/geschaeftsberichte/geschaeftsbericht-2013>

## **Weitere Informationen:**

### **Investor Relations:**

Goldbach Group AG  
Germaine Müller  
Project Manager Investor Relations  
T +41 (44) 914 93 41  
[germaine.mueller@goldbachgroup.com](mailto:germaine.mueller@goldbachgroup.com)

### **Public Relations:**

Goldbach Group AG  
Corinne Laverrière  
Public Relations Manager  
T +41 (44) 914 92 55  
[corinne.laverriere@goldbachgroup.com](mailto:corinne.laverriere@goldbachgroup.com)

## **Das Unternehmensprofil der Goldbach Group**

Die Goldbach Group ist das führende Netzwerk für elektronische Kommunikationslösungen und Logistikzentrum für die Vermarktung privater elektronischer, mobiler und interaktiver Medien in den Bereichen TV, Internet TV, Digital out of Home, Online, In Game, Suchmaschinen- und Mobilemarketing. Die Goldbach Group hat ihren Sitz in der Schweiz (Küsnacht-Zürich) und ist in der gesamten DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz), in Osteuropa (Polen, Rumänien, Russland) und im adriatischen Raum (Slowenien, Kroatien, Serbien) aktiv. Zum Kerngeschäft der Unternehmensgruppe gehören Planung, Beratung, Kreation, Konzeption, Einkauf und die Abwicklung bis hin zur Prüfung des Media-Einsatzes von elektronischen Off- und Onlinemedien sowie Crossmedia-Kampagnen.

Seit dem 15. Juni 2007 ist die Goldbach Group am Hauptsegment der SIX Swiss Exchange kotiert (Valor 487094, ISIN CH0004870942, Ticker-Symbol: GBMN).

Weitere Informationen: [www.goldbachgroup.com](http://www.goldbachgroup.com)