

Ad hoc Meldung

Geschäftsergebnis erstes Halbjahr 2011:

Goldbach Group mit kräftigem Wachstum

Umsatzsteigerung 38% – Ebit-Wachstum 104% – Boom im TV- und Radiogeschäft – Währungseffekte belasten Online-Vermarktung – Online-Marketing wächst dynamisch – Portfolioerweiterung nach Osteuropa

Küsnacht, 12. August 2011. Die im deutschsprachigen Raum und Osteuropa in der Vermarktung von privaten elektronischen, mobilen und interaktiven Medien sowie im Online-Marketing führende Goldbach Group hat in den ersten sechs Monaten des Jahres 2011 den Umsatz um 37.8% auf CHF 210 Mio. (Vorjahr CHF 152 Mio.) gesteigert. Bereinigt um die negativen Fremdwährungseinflüsse beträgt das Umsatzwachstum 40.4%. Der Ebit wuchs um 104% auf CHF 14.5 Mio. (Vorjahr CHF 7.1 Mio.) und der im Kerngeschäft erzielte Reingewinn erhöhte sich um 27% auf CHF 3.8 Mio. Die Veräusserung des nicht zum Kerngeschäft gehörenden Printbereichs in Rumänien beeinflusst das Ergebnis mit CHF -0.7 Mio. Der nach IFRS ausgewiesene Reingewinn beträgt somit CHF 3.1 Mio. (+1% gegenüber Vorjahr). Für das Gesamtjahr 2011 rechnet die Goldbach Group trotz nachlassender Wachstumsdynamik und Fremdwährungsunsicherheiten bei sich nicht verstärkt abkühlender Konjunktur mit einer zweistelligen Umsatz- und Ebitsteigerung.

Seit dem 1. Januar 2011 berichtet die Goldbach Group in drei Business Lines. Die Business Line Media umfasst das ehemalige Segment Offline, die Business Line Audience und die Business Line Interactive waren früher im Segment Online zusammengefasst.

Die Business Line Media wächst markant, auch mit langjährigem Portfolio

Die Umsätze der Business Line Media, in der die Goldbach Group die Vermarktung von privatem TV, Radio, Teletext und elektronischer Werbung an attraktiven Verkaufsstellen (out-of-home) vor allem in der Schweiz und Österreich zusammenfasst, zogen im ersten Halbjahr 2011 mit 65.3% (währungsbereinigt 65.6%) kräftig an und betrugen CHF 154.1 Mio. (Vorjahr CHF 93.2 Mio.). Die Umsatzzunahme stammt schwergewichtig aus dem TV-Geschäft (+75.4%; Vorjahr +11.3%) und aus dem Verkauf von Radiowerbung (+24.2%; Vorjahr -2.1%). Die Business Line Media hatte im Jahr 2010 bedeutende Mandatsgewinne erzielt, die in diesem Jahr umsatz- und ertragswirksam werden. Ein substantieller Anteil des Umsatzwachstums stammt aus dem langjährigen Goldbach-Portfolio. Das TV-Geschäft profitiert von der anhaltenden Umlagerung der Werbeausgaben in elektronische Medien und erlebt in der Schweiz einen regelrechten Boom. Das Geschäft mit Radiowerbung hat sich erholt und dürfte auch im zweiten Semester wachsen. Mit der Gründung und Vermarktung eines Verbundes von lokalen privaten TV-Stationen in Rumänien wird die Business Line Media erstmals in Osteuropa aktiv. Die Business Line Media trug im ersten Halbjahr 2011 74% (Vorjahr 62%) zum Gesamtumsatz der Goldbach Group bei. Der Ebit der Business Line Media nahm im ersten Semester 2011 um 128% zu und beträgt CHF 16.6 Mio. (Vorjahr CHF 7.3 Mio.). Damit steuert das Segment 85% zum Gruppen-Ebit bei (Vorjahr 77%). Die Ebit-Marge erhöhte sich signifikant auf 10.8% (Vorjahr 7.8%).

Konsequente Margenstärkung in der Business Line Audience

In der Business Line Audience, welche die zielgerichtete Platzierung von Online-Werbung und neuartige Angebote für das Performance Marketing ermöglicht, ging der Umsatz im ersten Halbjahr 2011 um 10.2% zurück (währungsbereinigt -3.7%). Der Umsatz beträgt CHF 38.4 Mio. (Vorjahr CHF 42.7 Mio.). Dabei ist vor allem der Markt in der Schweiz rückläufig, in dem die Business Line Audience konsequent auf margenschwaches Geschäft verzichtet und das margenintensivere Netzwerkmarketing fördert. Mit der Einführung von TAO, eines von Goldbach Group entwickelten Online-Reportingsystems zur aktuellen Auswertung des Marketingerfolgs in digitalen Medien für Mediaagenturen, konnte der Kontakt zu dieser wichtigen Kundengruppe weiter vertieft werden. Zur Business Line Audience gehört auch das Schweizer Internet-Fernsehen Wilmaa, an dem Goldbach eine Mehrheit hält und das sich in den ersten Monaten des Jahres 2011 rasant und profitabel entwickelte. Das Ebitwachstum der Business Line Audience betrug 28%; der Ebit CHF 1.6 Mio. (Vorjahr CHF 1.3 Mio.). Die Ebitmarge nahm auf 4.2% zu (Vorjahr 2.9%). Das Geschäft der Business Line Audience in Osteuropa zeigt nach wie vor hohe Volatilitäten, die südadratischen Märkte haben sich leicht erholt. Insgesamt trug die Business Line Audience 16% (Vorjahr 28%) zum Gesamtumsatz und 8% (Vorjahr 13%) zum Ebit der Gruppe bei.

Hohe Nachfrage nach Online-Marketing beschleunigt Wachstum der Business Line Interactive

Der Umsatz der Business Line Interactive, in der die konzeptionellen, gestalterischen und technologischen Goldbach-Angebote rund um interaktive Kommunikations- und Marketinglösungen für das Internet und mobile Computer gebündelt werden, nahm um 25.8% und währungsbereinigt um 32.3% auf CHF 20.1 Mio. zu (Vorjahr CHF 16.0 Mio.). Mit den margenstarken Angeboten der Business Line Interactive will die Goldbach Group einerseits die Wertschöpfungskette verlängern und andererseits den direkten Kontakt mit Werbeauftraggebern vertiefen. Vor wenigen Wochen hat die Business Line Interactive mit der Gründung von Goldbach Interactive Austria in Österreich ihr Angebot nach der Schweiz und Deutschland auf den gesamten deutschsprachigen Raum erweitert. Das in die Business Line Interactive integrierte Kompetenzzentrum Goldbach Mobile hat im ersten Semester 2011 mit seinen Dienstleistungen und Entwicklungen von Applikationen für iPhone, iPad und andere Smartphones stark zugelegt. Im Kompetenzzentrum Social Media werden Strategien und Kampagnen für Plattformen wie Facebook und Twitter entwickelt, der Content erarbeitet und für Unternehmen der Dialog mit den Communities bewirtschaftet. Auch Social Media ist im ersten Semester 2011 kräftig gewachsen. Zum Gesamtumsatz der Goldbach Group steuerte die Business Line Interactive 10% (Vorjahr 10%), zum Gruppen-Ebit 7% (Vorjahr 10%) bei. Die Ebitmarge wuchs auf 7.1% (Vorjahr 5.5%).

Damit stammen im ersten Halbjahr 2011 74% (Vorjahr 62%) des Gesamtumsatzes von der Business Line Media sowie 16% von der Business Line Audience (Vorjahr 28%) und 10% von der Business Line Interactive (Vorjahr 10%). Aufgrund des starken Wachstums von der Business Line Media vor allem in der Schweiz und den Fremdwährungseffekten nahm der Anteil des internationalen Geschäfts in den ersten sechs Monaten auf 14% (Vorjahr 23%) ab.

Verkauf des Printgeschäfts und Abschluss des Squeeze-outs bei ARBOmedia

Ende Juni 2011 hat die Goldbach Group einen weiteren Teil des mit der Akquisition der ARBOmedia übernommenen und nicht mehr zum Kerngeschäft gehörenden Printbereichs in Rumänien veräussert. Über den noch verbleibenden Zeitungsverlag in Rumänien sind die Verkaufsgespräche weit fortgeschritten. Die Entkonsolidierung der beiden Gesellschaften erfolgt im zweiten Semester 2011. Zudem hat die Hauptversammlung der ARBOmedia im Juni mit wenigen Gegenstimmen dem Squeeze-out-Verfahren zugestimmt. Mit der Eintragung ins Handelsregister beim Amtsgericht München am 1. August 2011 hat die Goldbach Ost GmbH alle Aktien der Minderheitsaktionäre der ARBOmedia übernommen und somit das Squeeze-out-Verfahren abgeschlossen. Die Goldbach Group beabsichtigt, ARBOmedia noch im dritten Quartal zu dekotieren.

Gewinn und Eigenkapitalquote

Der im Kerngeschäft erzielte Reingewinn beträgt CHF 3.8 Mio. (Vorjahr CHF 3.0 Mio.) und nahm damit gegenüber der Vorjahresperiode um 27% zu. Der nach IFRS ausgewiesene Reingewinn wird durch die Veräusserung des Printgeschäfts um CHF 0.7 Mio. belastet, beläuft sich auf CHF 3.1 Mio. und liegt leicht über Vorjahres-Niveau. Per Ende Juni 2011 beträgt die Eigenkapitalquote 28.9% (per 31.12.2010: 28.8%). Im ersten Halbjahr 2011 wurde ein operativer Cash Flow von CHF 7.3 Mio. erarbeitet (Vorjahr CHF -3.2 Mio.).

Ausblick

Für das Jahr 2011 bestätigt die Goldbach Group bei sich nicht verstärkt abkühlender Konjunktur insgesamt ihre Prognose von Anfang Jahr und rechnet aufgrund des kräftigen Wachstums im ersten Semester trotz nachlassender Wachstumsdynamik und höheren Fremdwährungsunsicherheiten beim Jahresergebnis mit einer zweistelligen Umsatz- und Ebitsteigerung.

„Die Goldbach Group ist mit ihrem innovativem und umfassenden Dienstleistungs- und Produkteportfolio für elektronische Medien in Zentral- und Osteuropa einzigartig aufgestellt, um zukünftige Marktentwicklungen zu antizipieren und Marktvolatilitäten abzufedern“, sagt Klaus Kappeler, CEO der Goldbach Group. „Die mobile und interaktive Kommunikation nimmt stetig zu, TV und Video werden interaktiv. Goldbach Group verfügt wie kaum ein anderes Unternehmen über die Fähigkeit, die Werbewirtschaft und die rasant wachsende Anzahl von Online-Konsumenten zu verknüpfen.“

Hinweis an Analysten, Investoren und Medienvertreter:

Eine persönliche Orientierung durch Klaus Kappeler, CEO, findet am Freitag, 12. August 2011, 9.30 Uhr, in Zürich statt. Nähere Informationen und Anmeldung via germaine.mueller@goldbachgroup.com.

Den Halbjahresbericht 2011 der Goldbach Group AG finden Sie auf unserer website unter:
<http://www.goldbachgroup.com/investor-relations/halbjahresbericht-2011>

Weitere Informationen:

Goldbach Group AG
Paul Riesen, Germaine Müller
Seestrasse 39
CH-8700 Küsnacht-Zürich
Phone +41 (44) 914 91 00
Mobile +41 (79) 688 24 74
Fax +41 (44) 914 93 60
www.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, Radio, Out-of-Home, Online, In Game, Social Media, Suchmaschinen- und Mobile-Marketing. Die Goldbach Group hat ihren Sitz in der Schweiz (Küsnacht-Zürich) und ist in Österreich, Deutschland, Südost- und Osteuropa sowie in Russland aktiv. Zum Kerngeschäft der Unternehmensgruppe gehören Planung, Beratung, Kreation, Konzeption, Einkauf und die Abwicklung bis hin zur Prüfung des Mediaeinsatzes 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 Infos: www.goldbachgroup.com oder www.goldbach.com