

Ad hoc Meldung

Umsatz- und Ebit-Zahlen 1. Halbjahr 2009:

Goldbach Media wächst in rezessivem Marktumfeld

Umsatzwachstum über 20% – Ebit-Zunahme 10.5% – Marktanteils Gewinne und 6.6% organisches Wachstum – Umsatzanteil des Onlinegeschäfts 38.5% und International 20.3% – Zweistelliges Umsatz- und einstelliges Ebit-Wachstum für 2009 erwartet

Küsnacht, 13. August 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, Serbien, Polen, Tschechien, Rumänien und Russland) im ersten Halbjahr 2009 den Umsatz um 20.2% auf 139.4 Mio. CHF (Vorjahr 116.0 Mio. CHF), den Ebit um 10.5% auf 6.1 Mio. CHF (Vorjahr 5.5 Mio. CHF) und den Gewinn aus fortgeführten Geschäftstätigkeiten um 44.6% auf rund 8 Mio. CHF (Vorjahr 5.5 Mio. CHF) gesteigert. Die Eigenkapitalquote nahm auf 44.6% zu (Vorjahr 40.8%). Der mit dem Online-Geschäft erzielte Umsatzanteil beträgt inzwischen 38.5%. Das organische Wachstum der Gruppe beträgt 6.6%. Trotz weiterhin schwierigen Bedingungen im Werbemarkt und zunehmenden negativen Währungseinflüssen durch das osteuropäische Geschäft erwartet Goldbach Media für 2009 ein Umsatzwachstum im zweistelligen und ein Ebit-Wachstum im einstelligen Prozentbereich.

Marktanteils Gewinne im Offline-Bereich

Mit der Vermarktung von privatem TV, Teletext, Radio und AdScreen des Offline-Bereiches konnte Goldbach ihren Marktanteil im ersten Halbjahr 2009 weiter ausbauen und erzielte in einem insgesamt rückläufigen Werbemarkt (Schweiz: brutto minus 8.0%, Quelle Mediafocus) einen gegenüber der Vorjahresperiode um 1.4% höheren Nettoumsatz von 85.9 Mio. CHF (VJ 84.7 Mio. CHF). Dazu trugen vor allem der Verkauf von Werbung für das private Radio in der Schweiz und die Vermarktung privaten Fernsehens in der Schweiz und Österreich bei. Insgesamt nahm der Verkauf von Radiowerbung um 10.8% und von Fernsehwerbung um 2.6% zu. Die Vermarktung elektronischer Werbung an attraktiven Verkaufsstellen (AdScreen) hingegen war rückläufig. Der im Offline-Segment erzielte Ebit verbesserte sich gegenüber der Vorjahresperiode um 8.9% auf 6.0 Mio. CHF (Vorjahr 5.5 Mio. CHF).

Performance-Marketing als Wachstumstreiber im Online-Bereich

Im Online-Bereich der Goldbach Media, der neben Internetwerbung sowie Werbung in Mobiles und interaktiven Spielen auch die Konzeption, Kreation, Planung und Effizienzsteuerung von Performance-Marketing umfasst, erzielte der Werbelogistiker im ersten Halbjahr 2009 einen um 69.9% gesteigerten Umsatz von 53.8 Mio. CHF (Vorjahr 31.7 Mio. CHF) und einen Ebit von 1.4 Mio. CHF (Vorjahr 2.5 Mio. CHF). Das organische Umsatzwachstum im Online-Bereich beträgt über 20%. Besonders erfreulich entwickelten sich die Märkte in der Schweiz, Österreich und Deutschland. In der Schweiz konnte Goldbach Media unter anderem mit der Erweiterung ihres Angebotes für Performance-Marketing und im Displaygeschäft ihre Marktstellung weiter festigen,

und in Österreich zahlt sich die nachhaltige Aufbauarbeit aus. In Deutschland konnte der Umsatz durch Neukundengewinne in einem insgesamt rückläufigen Online-Markt mehr als verdoppelt werden. In den osteuropäischen Märkten entwickelte sich das Geschäft unterschiedlich. In Polen erzielte Goldbach trotz schwierigem Umfeld markant mehr Umsatz. Das Geschäft in Tschechien stagnierte jedoch, und der Umsatz in dem von einer tiefen Rezession gebeutelten Rumänien war rückläufig. Die beiden Goldbach-Gesellschaften in Russland entwickeln sich auf kleinem Niveau planmässig. Auch die Gesellschaften im adriatischen Raum spürten im ersten Semester 2009 die schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, vor allem in Kroatien. Gesamthaft konnte Goldbach mit ihren wichtigsten südost- und osteuropäischen Gesellschaften im ersten Halbjahr 2009 Angebot und Marktpräsenz erhöhen. Damit will sich Goldbach Media als Werbelogistikerin und etablierte Online-Spezialistin in diesen Ökonomien für eine sich abzeichnende Wirtschaftserholung eine optimale Ausgangslage schaffen. Der Ebit im Online-Bereich nahm gegenüber der Vorjahresperiode aufgrund höherer Markterschliessungskosten im wirtschaftlich rezessiven Umfeld sowie tendenziell tieferer Margen um 43.5% ab und beträgt 1.4 Mio. CHF (Vorjahr 2.5 Mio. CHF). Das Online-Segment leistete im ersten Halbjahr einen Beitrag von 38.5% an den Gesamtumsatz (Vorjahr 27%).

Beteiligung an Internet-TV – Bereinigung im rumänischen Print-Geschäft

Mit der Beteiligung am schweizerischen Internet-TV Wilmaa hat Goldbach Media im ersten Halbjahr 2009 ihre Technologiekompetenz im Bereich des stark wachsenden interaktiven und mobilen Marketings weiter gestärkt.

Im Juli konnte sich Goldbach Media durch einen Management Buyout von vier Verlust schreibenden Print-Medien in Rumänien trennen. Diese erwarb Goldbach Media im Rahmen der Akquisition der ARBOMedia Gruppe, zusammen mit drei weiteren Print-Produkten und dem osteuropäischen Onlinegeschäft. Mit der Akquisition hatte Goldbach Media angekündigt, sich im Rahmen der Fokussierung auf die Vermarktung elektronischer Medien vom Print-Geschäft bei sich bietender Gelegenheit zu trennen. Im Halbjahresabschluss wurde aufgrund der schlechten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Rumänien sowie einer Neubewertung des zur Veräusserung gehaltenen Geschäftsbereichs Print (Discontinued Operations: Verlagsgeschäft und die Vermarktung von Printmedien) ein Verlust von 4.3 Mio. CHF ausgewiesen.

Der betriebliche Cash-flow der Goldbach Media nahm im ersten Halbjahr 2009 um 47.6% auf 6.3 Mio. CHF (Vorjahr 4.3 Mio CHF) zu. Der Gewinn aus fortzuführenden Geschäftstätigkeiten konnte um 44.6% auf 8.0 Mio. CHF gesteigert werden (Vorjahr 5.5 Mio. CHF). Die ausserordentlichen Verluste durch Bereinigung des Geschäftsportfolios führten zu einem um 33.4% tieferen Periodengewinn vor Minderheiten von 3.7 Mio. CHF (Vorjahr 5.5 Mio. CHF). Die Eigenkapitalquote nahm auf 44.6% zu (Vorjahr 40.8%).

Ausblick 2009: Zweistelliges Umsatzwachstum und einstellige Ebit-Steigerung

Die im März 2009 von Goldbach kommunizierten Erwartungen werden durch die Entwicklung im ersten Halbjahr 2009 weitgehend bestätigt, doch beeinflussen die höheren Markterschliessungskosten im Online-Bereich das Ebit-Wachstum. Im Offline-Bereich wird für 2009 ein einstelliges Umsatzwachstum erwartet, im Online-Bereich setzt sich die Wachstumsdynamik mit zweistelligen Umsatzsteigerungen fort, allerdings verlangsamt durch die schlechte ökonomische Verfassung einiger südost- und osteuropäischer Märkte. Negative Währungseinflüsse aus diesen Ländern werden ihre Spuren vor allem im Ebit hinterlassen. Trotz dieser negativen Einflüsse erwartet Goldbach Media gesamthaft bei gleich bleibenden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für das Geschäftsjahr 2009 ein zweistelliges Umsatzwachstum und ein einstelliges Ebit-Wachstum.

„Goldbach Media hat sich als Vermarkter digitaler, interaktiver und mobiler Medien nicht nur in der Schweiz, Österreich und Deutschland, sondern auch in den wichtigsten südost- und osteuropäischen Märkten hervorragend aufgestellt, Marktanteile dazugewonnen und ist für den Aufschwung bereit. Als frühzyklischer Werbelogistiker wollen wir an der von einigen Instituten bereits für 2010 prognostizierten Erholung unserer osteuropäischen Zielmärkte überproportional partizipieren,“ sagt Klaus Kappeler, CEO von Goldbach Media. „Als spezialisierter und führender Werbevermarkter für digitale Medien kann Goldbach Media die Marketingleistung ihrer Kunden bei einer sich abzeichnenden Wirtschaftserholung mit neuer, und zum Teil selbst entwickelter Software zur Effizienzsteigerung des Performance-Marketings gezielt unterstützen.“

Der Halbjahresbericht mit den Kennzahlen kann mit diesem Link zu unserer Website, Publikationen, heruntergeladen werden: [Halbjahresbericht 2009](#)

Hinweis an Investoren, Analysten und Medienvertreter

Telefonkonferenz, heute 13. August um 09.00 Uhr.

Der CEO von Goldbach Media, Klaus Kappeler, und der CFO Mario Hrastnig, beantworten Ihre Fragen. Die Einwahlnummer für die Telefonkonferenz lautet +41 91 610 56 00. Bitte 08.45 bis 08.50 einwählen.

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

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 und www.goldbachmedia.at