

Ad hoc Meldung

Ebit- und Umsatzerwartungen 2009:

Goldbach Media mit Ebit-Rückgang und zweistelligem Umsatzplus

Ebit-Rückgang rund 15% – Umsatzwachstum über 10% – Einbussen in Osteuropa und Margenreduktion im Online-Geschäft – Ebit- und Umsatzwachstum für 2010 erwartet

Küsnacht, 13. November 2009. Die in der Schweiz in der Werbevermarktung privater elektronischer, interaktiver und mobiler Medien führende Goldbach Media Gruppe erwartet zusammen mit ihren internationalen Gesellschaften in neun Ländern aufgrund schwieriger Marktbedingungen im zweiten Semester in Osteuropa und wachsendem Margendruck im Onlinegeschäft für 2009 einen Ebit-Rückgang von rund 15%. Hingegen rechnet Goldbach Media trotz zunehmend negativen Währungseinflüssen und rezessivem Werbemarkt gegenüber Vorjahr mit einer Umsatzzunahme von mehr als 10%. Der mit dem Online-Geschäft erzielte Umsatzanteil wird etwa 37%, der international erwirtschaftete Anteil am Umsatz rund 20% betragen. Die Goldbach-Gruppe geht 2009 von einem organischen Wachstum von ca. 7% aus. Für 2010 erwartet Goldbach wiederum eine starke Umsatzzunahme und gegenüber 2009 ein deutliches Ebitwachstum.

In einem rückläufigen Gesamtwerbemarkt zeichnen sich im Offline-Bereich der Goldbach Media mit der Vermarktung von privatem TV und Radio im Geschäftsjahr 2009 weitere Marktanteilsgewinne in der Schweiz und Österreich ab. Rückläufig ist der Umsatz in Werbenischen wie Adscreen, der elektronischen Werbung an attraktiven Verkaufsstellen.

Bei insgesamt anhaltendem Umsatzwachstum von rund 40% im Online-Bereich musste Goldbach Media in Polen, Tschechien und Rumänien im dritten Quartal markante Einbussen hinnehmen. Eine Erholung zeichnet sich im laufenden, im Vorjahr umsatzstarken vierten Quartal nicht ab. Zusätzlich stehen im klassischen Bereich der Display- und Banner-Werbung die Margen wegen der zunehmenden Plattform-Eigenvermarktung unter Druck.

Goldbach Media hat 2009 substantiell in die Entwicklung, Organisation und den Ausbau der südost- und osteuropäischen Märkte investiert und ist mit effizienten Vermarktungsorganisationen gut für eine Konjunkturerholung positioniert.

Für 2010 erwartet Goldbach Media wiederum ein starkes Umsatz- und die Rückkehr zum Ebitwachstum.

„Als frühzyklischer Werbelogistiker“, sagt Klaus Kappeler, CEO von Goldbach Media, „dürften wir auf der Grundlage unserer starken Stellung in vielen wichtigen Märkten in Südost- und Osteuropa von einem Wirtschaftsaufschwung profitieren. Mit neuen Vermarktungsmodellen wollen wir im nach wie vor wachsenden Online-Markt höhere Margen erzielen.“

Medienstelle:

Goldbach Media Gruppe
Paul Riesen, Germaine Müller
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