

Ad hoc Meldung

Adconion und Goldbach Media kooperieren: Goldbach Media baut Performance-Marketing aus

Kooperationsvereinbarung mit Adconion Media Group – Exklusive Nutzung und gemeinsame Entwicklung proprietärer Technologie – Neue Online-Vermarktungsmodelle mit hohen Margen – Anhaltend starkes Wachstum der Online-Werbung – Investitionen in allen Goldbach-Märkten - Zweistelliges Ebitwachstum ab 2011 erwartet

Küsnacht, 19. November 2009. Die in der Schweiz in der Werbevermarktung privater elektronischer, interaktiver und mobiler Medien führende und in zehn Ländern aktive Goldbach Media Gruppe hat mit der Adconion Media Group, dem weltweit grössten unabhängigen Online-Werbenetzwerk, eine Kooperations- und Lizenzvereinbarung geschlossen. Die Kooperation ermöglicht Goldbach Media die exklusive Nutzung proprietärer Targeting- und Optimierungstechnologie für das Performancemarketing und damit die Einführung von netzwerkzentrischen Online-Vermarktungsmodellen in der Schweiz, Österreich und im gesamten osteuropäischen Raum. Die Kooperationsvereinbarung ist strategisch und langfristig, eine Kapitalbeteiligung ist nicht vorgesehen. Goldbach Media will mit einer Dualstrategie die klassische Plattform-Vermarktung für Display- und Bannerwerbung mit dem weiteren Ausbau von performanceorientierten netzwerkzentrischen Vermarktungsmodellen im kontinuierlich wachsenden Markt für Online-Marketing mit höheren Margen ergänzen.

Die amerikanisch-europäische Adconion Media Group (www.adconion.com) ist mit 16 Niederlassungen in den USA, Australien und fünf weiteren europäischen Ländern das grösste unabhängige globale Werbe-Onlinenetzwerk. Adconion erreicht mit ihrer im firmeneigenen Technologiezentrum in Kalifornien entwickelten Targeting- und Optimierungstechnologie weltweit monatlich über 300 Millionen oder einen Drittel aller globalen Internet-Nutzer. Damit verfügt Adconion gemäss comScore weltweit über die grösste Reichweite hinter Google. Durch die Partnerschaft entsteht ein Vermarktungsnetzwerk mit einer Reichweite von gegen 400 Millionen Internet-Nutzer mit monatlich über 20 Milliarden vermittelten Werbeeinblendungen.

Das Performance-Marketing entwickelt sich zum margenstarken Wachstumstreiber im Online-Bereich. Mit der Einführung der von Adconion entwickelten Technologielösungen will Goldbach Media rasch neue performanceorientierte und netzwerkzentrische Vermarktungsmodelle in der Schweiz, Österreich und dem osteuropäischen Raum erschliessen.

Komplementär zur klassischen Vermarktung der Werbeplatzierungen auf individuellen Websites oder Portalen aggregiert Goldbach Media mit der neu eingesetzten Netzwerk-Technologie Internetnutzer, Segmente oder Zielgruppen, die über proprietäre Steuerungs- und Optimierungstechnologie gezielt und effizient angesprochen werden.

Das netzwerkzentrische Vermarktungsmodell bildet damit eine Schnittstelle zwischen Werbeplattformen, Internetnutzer und der Werbewirtschaft. Mit performanceorientierter AdServing Technologie können einerseits die Interessen der Internetnutzer und andererseits freie Kapazitäten auf geeigneten Websites erkannt und bewirtschaftet werden. Netzwerkzentrierte Vermarktungsmodelle ergänzen die klassische Plattformvermarktung, steigern die Auslastung des vorhandenen Werbeinventars der im Netzwerk eingebundenen Sites, vermitteln den Plattformen zusätzliche Kunden und garantieren der Werbewirtschaft Effizienz und Kostentransparenz.

Die beiden Gesellschaften Adconion und Goldbach Media ergänzen sich auch in geographischer Hinsicht optimal. Adconion ist mit ihren Niederlassungen in den USA, Australien, Grossbritannien, Deutschland, Frankreich und Spanien vertreten, während Goldbach Media in der Schweiz, Österreich, in Südosteuropa und in Osteuropa über eine starke Markstellung verfügt. Damit entsteht das grösste paneuropäische Site Vermarktungs- und Online Werbenetzwerk.

Goldbach Media wird im kommenden Jahr in die Implementierung der performanceorientierten netzwerkzentrischer Vermarktungsmodelle weiter investieren. Von ihrer Dualstrategie als klassische Online-Plattformvermarkterin im Premiumbereich und der Erschliessung höhermargiger performanceorientierter und netzwerkzentrischer Vermarktungsmodelle erwartet Goldbach Media nach dem Übergangsjahr 2010 bei anhaltend hohem Umsatzwachstum im Online-Segment ab 2011 substantielle Gewinnbeiträge und damit die Rückkehr zum zweistelligen Ebitwachstum.

„Goldbach Media ist in ihren traditionellen Märkten sowie in Südosteuropa und Osteuropa hervorragend positioniert“, sagt Klaus Kappeler, CEO von Goldbach Media. „Wir werden unsere Position als klassische Plattformvermarkterin durch die Technologieführerschaft im Bereich der performanceorientierten netzwerkzentrischen Vermarktungsmodelle weiter ausbauen und höhere Margen erzielen. Der Online-Markt wächst zweistellig und insbesondere in Osteuropa gibt es nach wie vor einen Nachholbedarf.“

Hinweis an Investoren, Analysten und Medienvertreter

Telefonkonferenz, Freitag 20. November 2009, um 10.00 Uhr.

Der CEO von Goldbach Media, Klaus Kappeler und Martin Radelfinger, Chief Business Development erläutern die Kooperationsvereinbarung und das netzwerkzentrische Vermarktungsmodell.

Bitte zwischen 09.45 und 09.50 einwählen: +41 91 610 56 00.

Weitere Mitteilung im Rahmen der Ad hoc-Publizität

Goldbach Media hält 100% an ARBOmedia Polska Sp. z o.o.

Die Goldbach Media hat heute über ihre Tochtergesellschaft ARBOmedia-Gruppe 25% der bisher vom lokalen Management gehaltenen Aktien ihrer polnischen Online-Vermarktungsgesellschaft ARBOmedia Polska Sp. z o.o., Warschau, übernommen und besitzt jetzt 100% der Aktien. Das Management bleibt mit langfristigen Verträgen an die Gesellschaft gebunden. ARBOmedia Polska war im Jahr 2008 im Rahmen der Akquisition der deutschen ARBOMedia-Gruppe von Goldbach Media übernommen worden.

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

Über die Adconion Media Group

Die Adconion Media Group (www.adconion.com) ist das größte unabhängige global agierende Audience Network. Das Geschäftsmodell des Online-Werbenetzwerkes basiert auf einer eigens entwickelten leistungsstarken Optimierungstechnologie und der persönlichen Betreuung der Kampagnen mit dem Ziel, eine größtmögliche globale Reichweite über verschiedenen Online-Werbeformen hinweg zu realisieren. Allein in Deutschland erreicht Adconion knapp 24 Millionen Unique User und wächst dort mit über 66 Prozent innerhalb eines Jahres schneller als jedes andere Ad Network [Quelle: comScore Media Metrix, September 2009]. Darüber hinaus ist Adconion international führend im Video Advertising.

Im Februar 2008 schloss Adconion eine Finanzierungsrunde mit Index Ventures als Lead-Investor in Höhe von 80 Millionen Dollar ab. Das Audience Network gewann für die "Beeindruckendste Venture Capital Investition des Jahres" den Investor AllStars Award 2008 und wurde in der Library House List der 100 bemerkenswertesten Mediatech-Unternehmen Europas aufgenommen.

Neben den deutschen Niederlassungen in München, Hamburg und Düsseldorf unterhält Adconion weltweit dreizehn weitere Dependancen in sieben Ländern. Adconion ist Mitglied im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW), in der European Interactive Advertising Association (EIAA), im Interactive Advertising Bureau (IAB) sowie Gründungsmitglied von IASH UK und IASH EU und des Arbeitskreises Ad Networks im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW).

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. Geschäftsstellen in Zürich, Bern, Basel, Lausanne, Wien, Zagreb, Lubliana, Belgrad, Prag, Bukarest, Warschau, St. Petersburg und Moskau.

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