

## Ad hoc Meldung

Geschäftsergebnis erstes Halbjahr 2014:

### Goldbach Group im Übergang: Weitere Fokussierung der Geschäftstätigkeiten - bereinigtes Jahresresultat im Rahmen der Prognose erwartet

**Umsatz CHF 217 Mio. – Umsatzrückgang 1.6% – EBIT CHF 9.7 Mio. – Ebit-Rückgang 26%; analog Prognose vom Frühjahr – Gewinn CHF 1.1 Mio. – Anspruchsvolles TV- und Radiogeschäft – Weitere Fokussierung in Osteuropa – Jahresresultat rückläufig, bereinigt jedoch im Rahmen der Prognose erwartet**

Küsnacht-Zürich, 20. August 2014. Die Goldbach Group weist im ersten Halbjahr 2014 mit CHF 217 Mio. gegenüber der Vorjahresperiode einen um 1.6% leicht verringerten Nettoumsatz aus (VJ CHF 221 Mio.). Der EBIT liegt im Rahmen der im Frühjahr angekündigten Erwartungen und beträgt CHF 9.7 Mio. (-26%). Der Reingewinn im ersten Halbjahr beläuft sich auf CHF 1.1 Mio. Der Nettoumsatz der in der Vermarktung von privaten elektronischen, mobilen und interaktiven sowie im Onlinemarketing führenden Goldbach Group blieb in der DACH-Region auf hohem Niveau stabil, ging aber u.a. wegen der angekündigten Fokussierung in Osteuropa sowie kundenbedingt im adriatischen Raum zurück. Die EBIT-Marge betrug im ersten Semester 4.5% (VJ 5.9%). Für das laufende Geschäftsjahr erwartet die Goldbach Group ein um die Marktaustritte in Russland, Rumänien sowie in Teilen Polen (Agenturgeschäft) bereinigtes Jahresergebnis im Rahmen der Prognose.

Kennzahlen der Goldbach Group						
	1. Semester 2014 (IFRS)	1. Semester 2013 (IFRS)		1. Semester 2014 (bereinigt um Sonder- effekte <sup>1</sup> )	1. Semester 2013 (bereinigt um Sonder- effekte <sup>2</sup> )	
	TCHF	TCHF	Veränderung in %	TCHF	TCHF	Veränderung in %
<b>Nettoumsatz</b>	<b>216 924</b>	<b>220 533</b>	<b>-1.6%</b>	<b>216 924</b>	<b>220 533</b>	<b>-1.6%</b>
<i>davon DACH</i>	209 754	207 853	0.9%	209 754	207 853	0.9%
<i>davon Osteuropa</i>	5 275	9 487	-44.4%	5 275	9 487	-44.4%
<i>davon Adriatischer Raum</i>	2 270	5 678	-60.0%	2 270	5 678	-60.0%
<i>davon Corporate / Übrige / Eliminationen</i>	( 375)	(2 485)	-84.9%	( 375)	(2 485)	-84.9%
<b>Bruttogewinn</b>	<b>43 555</b>	<b>48 083</b>	<b>-9.4%</b>	<b>43 555</b>	<b>48 083</b>	<b>-9.4%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>10 923</b>	<b>14 420</b>	<b>-24.3%</b>	<b>10 923</b>	<b>15 397</b>	<b>-29.1%</b>
<i>davon DACH</i>	14 489	18 479	-21.6%	14 489	18 479	-21.6%
<i>davon Osteuropa</i>	( 671)	( 85)	689.4%	( 671)	( 85)	689.4%
<i>davon Adriatischer Raum</i>	75	587	-87.2%	75	587	-87.2%
<i>davon Corporate / Übrige / Eliminationen</i>	(2 970)	(4 561)	-34.9%	(2 970)	(3 584)	-17.1%
<b>EBIT</b>	<b>9 690</b>	<b>13 008</b>	<b>-25.5%</b>	<b>9 690</b>	<b>13 995</b>	<b>-30.8%</b>
<i>davon DACH</i>	14 045	18 105	-22.4%	14 045	18 105	-22.4%
<i>davon Osteuropa</i>	( 748)	( 341)	119.4%	( 748)	( 341)	119.4%
<i>davon Adriatischer Raum</i>	34	537	-93.7%	34	537	-93.7%
<i>davon Corporate / Übrige / Eliminationen</i>	(3 640)	(5 293)	-31.2%	(3 640)	(4 306)	-15.5%
<b>Reingewinn/-verlust (Anteil Goldbach Group Aktionäre)</b>	<b>1 106</b>	<b>2 624</b>	<b>-57.9%</b>	<b>1 288</b>	<b>3 136</b>	<b>-58.9%</b>
Betrieblicher Cash Flow	(1 291)	(10 164)	87.3%	(1 291)	(10 164)	87.3%
Gewinn je Aktie unverwässert (in CHF)	0.19	0.45	-58.2%	0.22	0.53	-59.0%
Gewinn je Aktie verwässert (in CHF)	0.19	0.45	-58.2%	0.22	0.53	-59.0%
<sup>1</sup> Sondereffekte 2014: Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Verkauf der Goldbach Interactive Russia						
<sup>2</sup> Sondereffekte 2013: Start-up Kosten Wilmaa Digital World (Business Line Corporate/Other)						

## **Region DACH**

In den Hauptmärkten der Goldbach Group, der Schweiz, Deutschland und Österreich, nahm der Nettoumsatz gegenüber der Vergleichsperiode mit CHF 209.8 Mio. um 0.9% zu.

Der TV-Markt in der Schweiz entwickelte sich leicht positiv. Das TV-Geschäft der Goldbach Group allerdings gestaltete sich vor allem wegen Verschiebungen von Werbeetats aufgrund der Olympischen Winterspiele sowie der Fussballweltmeisterschaft in andere Kanäle und wegen der Anpassungen in der TV-Reichweitenmessung anspruchsvoll. Nach einem schwachen Start des Radiogeschäfts im ersten Quartal zeichnete sich im zweiten Quartal mit der Akquisition von Neukunden und unter der neuen Führung eine deutliche Verbesserung ab. Im Audience-Geschäft ist die Produktlinie Video weiterhin der Wachstumstreiber und wächst zweistellig. Der mit Goldbach Mobile fusionierte Bereich Goldbach Interactive (Switzerland) ist von Investitionen zum weiteren Aufbau der Agentur geprägt und erzielt im ersten Halbjahr 2014 insgesamt die erwarteten Resultate.

In Österreich ist die Goldbach Austria mit Goldbach Media, Audience und Interactive tätig. In allen drei Geschäftsfeldern konnte im ersten Halbjahr ein erfreuliches Umsatzwachstum erwirtschaftet werden.

In Ergänzung zum bestehenden Performance Marketing und search-Geschäft der Goldbach Interactive (Germany) wird der Markteintritt in weitere Segmente in Deutschland geprüft und bis Ende Jahr abgeschlossen sein.

Der in der DACH-Region erwirtschaftete EBIT betrug im ersten Semester CHF 14.0 Mio. (-22.4%).

## **Region Osteuropa (CEE)**

Mit dem Rückzug aus Tschechien und Russland infolge der angekündigten Fokussierung in Osteuropa reduzierte sich der Nettoumsatz um 44.4% auf CHF 5.3 Mio. (VJ CHF 9.5 Mio.). Der EBIT beträgt CHF -0.7 Mio. (VJ -0.3 Mio.), wobei der Rückzug aus Russland das Ergebnis einmalig belastet.

In Polen ist die Goldbach Group unter den unabhängigen Online-Werbevermarktern weiterhin die Nr. 1, auch wenn der Umsatz hinter den Erwartungen zurückliegt. Im Rahmen der weiteren Konzentration der Geschäftstätigkeiten hat die Gruppe entschieden, sich aus dem Agentur-Geschäft (Goldbach Interactive) in Polen zurückzuziehen.

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Rumänien blieben im ersten Halbjahr schwierig und die Entwicklung unter den Erwartungen, weshalb sich die Goldbach Group im Rahmen des aktuellen Strategieprozesses zum Rückzug aus dem Rumänischen Markt entschlossen hat.

## **Region Adriatic**

Der Nettoumsatz im adriatischen Raum (Adriatic) ging im ersten Semester 2014 – allerdings auf tiefem Niveau – um 60.0% auf CHF 2.3 Mio. (VJ CHF 5.7 Mio.) zurück. Dies vor allem aufgrund von Kundenverlusten im Bereich Tourismus, wo Werbeausgaben branchenbedingt im ersten Halbjahr zu Buche schlagen. Der EBIT der Region Adriatic betrug noch CHF 0.03 Mio. (-93.7%).

Im aktuellen Strategieprozess werden auch in der Region Adriatic bis Ende Jahr Massnahmen zur Stabilität evaluiert.

## **Gewinn und Eigenkapitalquote**

Der Reingewinn beträgt CHF 1.1 Mio. (VJ CHF 2.6 Mio.) und liegt 57.9% unter der Vorjahresperiode. Per Ende Juni 2014 beträgt die Eigenkapitalquote 22.9% (per Ende Dezember 2013: 24.4%). Der im ersten Halbjahr erarbeitete operative Cash Flow beträgt CHF -1.3 Mio. (VJ CHF -10.2 Mio.).

## **Ausblick**

Für das Gesamtjahr 2014 geht die Goldbach Group, unter Berücksichtigung des schwierigeren Marktumfeldes und wie im Frühjahr angekündigt, von einem um die Marktaustritte in Russland, Rumänien und in Teilen Polen (Agenturgeschäft) bereinigten Reingewinn auf Niveau 2012 (bereinigt) aus.

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

Eine Orientierung durch Michi Frank, CEO Goldbach Group, Lukas Leuenberger, CFO Goldbach Group und Alexander Duphorn, CEO Goldbach Media (Switzerland), findet am Mittwoch, 20. August 2014, 9.30 Uhr, per Telefonkonferenz statt. Informationen und Anmeldung via:  
germaine.mueller@goldbachgroup.com oder corinne.laverriere@goldbachgroup.com.

Den Halbjahresbericht 2014 der Goldbach Group AG finden Sie auf unserer Website:  
<http://www.goldbachgroup.com/investor-relations/geschaeftsberichte/halbjahresbericht-2014>

**Weitere Informationen**

**Investor Relations:**

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

**Public Relations:**

Goldbach Group AG  
Corinne Laverrière  
Public Relations Manager  
T +41 (44) 914 92 55  
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) 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)