

Ad hoc Meldung

Geschäftsergebnis erstes Halbjahr 2013:

Goldbach Group wächst in allen Business Lines

Umsatz CHF 221 Mio. – Umsatzzunahme 5.6% – Bereinigte EBIT-Steigerung 18.6% – Gewinn CHF 2.6 Mio. – TV wächst – Online: 12% Wachstum – Weiteres Wachstum erwartet

Küsnacht-Zürich, 21. August 2013. Die Goldbach Group hat im ersten Halbjahr 2013 gegenüber der Vorjahresperiode den Nettoumsatz um 5.6 % auf CHF 221 Mio. gesteigert und einen EBIT von CHF 13.0 Mio. (- 6.7%) erzielt. Der um Sondereffekte (Investitionen Digital TV, Beendigung Software-Lizenzvereinbarung) bereinigte EBIT nahm um 18.6% auf CHF 14.0 Mio. zu. Die bereinigte EBIT-Marge konnte auf 6.3% erhöht werden (Vorjahr 5.6%). Die in der DACH-Region (Deutschland, Österreich und Schweiz), in Osteuropa sowie im adriatischen Raum mit der Vermarktung von privaten elektronischen, mobilen und interaktiven Medien sowie im Online-Marketing führende Werbelogistikerin wuchs trotz weiterhin schwierigem Umfeld in allen drei Business Lines. Für das laufende Geschäftsjahr erwartet die Goldbach Group ein weiteres Umsatzwachstum im einstelligen Bereich und eine anhaltende Profitabilitätssteigerung.

Kennzahlen der Goldbach Group

	1. Semester 2013 (IFRS)	1. Semester 2012 (IFRS, Restated ¹)	Veränderung in %	1. Semester 2013 (breinigt um Sonder- effekte ²)	1. Semester 2012 (breinigt um Sonder- effekte ³)	Veränderung in %
	TCHF	TCHF		TCHF	TCHF	
Nettoumsatz	220 533	208 892	5.6%	220 533	208 892	5.6%
<i>davon Media</i>	170 868	165 630	3.2%	170 868	165 630	3.2%
<i>davon Audience</i>	28 351	27 693	2.4%	28 351	27 693	2.4%
<i>davon Interactive</i>	23 147	18 493	25.2%	23 147	18 493	25.2%
Bruttogewinn	48 083	44 961	6.9%	48 083	44 961	6.9%
EBITDA	14 420	16 275	-11.4%	15 407	13 103	17.6%
<i>davon Media</i>	17 167	16 884	1.7%	17 167	16 884	1.7%
<i>davon Audience</i>	1 463	3 990	-63.3%	1 463	818	78.9%
<i>davon Interactive</i>	351	310	13.2%	351	310	13.2%
EBIT	13 008	13 939	-6.7%	13 994	11 804	18.6%
<i>davon Media</i>	16 985	16 664	1.9%	16 985	16 664	1.9%
<i>davon Audience</i>	1 134	2 605	-56.5%	1 134	470	141.3%
<i>davon Interactive</i>	182	169	7.7%	182	169	7.7%
Periodengewinn (Anteil Goldbach Group Aktionäre)	2 624	3 503	-25.1%	3 136	1 770	77.2%

1 Rückwirkende Anpassung aufgrund erstmaliger Anwendung von IAS 19 (Revised) - Leistungen an Arbeitnehmer

2 Sondereffekte 2013: Start-up Kosten Wilmaa Digital World (Business Line Corporate/Other)

3 Sondereffekt 2012: Ertrag aus Beendigung Kooperations- und Lizenzvereinbarung (Business Line Audience)

Goldbach Media: TV wächst, Radiogeschäft rückläufig

Die Umsätze in der Business Line Media, in der die Goldbach Group die Vermarktung von privatem TV, Radio und digitaler out of Home Werbung vor allem in der Schweiz sowie in Österreich und Rumänien zusammenfasst, verzeichnete im ersten Halbjahr einen erneuten Zuwachs von 3.2% auf CHF 170.9 Mio. (Vorjahr CHF 165.6 Mio.). Dabei zeigte die fehlende Publikation von TV-Daten in der Schweiz keine nachteilige Auswirkung auf die Umsatzentwicklung. Vielmehr konnte Goldbach Media im ersten Halbjahr den Marktanteil für Fernsehwerbung weiter ausbauen und den Umsatz um 5.4 % steigern. Erstmals war nach einer langjährigen Wachstumsphase das Radiogeschäft mit -10.4% rückläufig, insbesondere wegen konjunkturbedingt tieferen Werbeetats von Grosskunden. Dieser Trend dürfte im zweiten Halbjahr anhalten, weil im Vorjahr Radiowerbung ausserordentlich stark nachgefragt war. Um neue Kunden zu erschliessen und das Wachstumspotential von Radio zu nutzen, hat sich der Verwaltungsrat der Goldbach Media entschieden, per 1. Juli 2013 ein eigenständiges Radio-Vermarktungsunternehmen zu gründen. Die aus der Radio Unit der Goldbach Media hervorgegangene swiss radioworld AG hat ihren Sitz in Zürich-Wollishofen. Die Business Line Media trug im ersten Halbjahr 2013 78% (Vorjahr 80%) zum Gesamtumsatz der Goldbach Group bei. Der EBIT nahm dabei um 1.9% zu und beträgt CHF 17.0 Mio. (Vorjahr CHF 16.7 Mio.). Das Segment Media steuerte 93% zum bereinigten Gruppen-EBIT bei (Vorjahr 96%).

Goldbach Audience: Weiteres profitables Wachstum mit Online-Werbung

Die Business Line Audience, welche die Goldbach-Angebote für Online-Werbung bündelt, ist im ersten Halbjahr 2013 zu einem profitablen Wachstum von +2.4% auf CHF 28.3 Mio. (Vorjahr CHF 27.7 Mio.) zurückgekehrt. Zum Online-Wachstum von 12% der Goldbach Group haben alle Produktlinien beigetragen: Das Display-Geschäft inklusive Performance Marketing nahm um 6% zu, die Produktlinie Video wuchs um 36%. Das Anfang 2012 lancierte Goldbach Video Network, welches die reichweitenstärksten Premium-Werbepattformen über alle Screens zu einem einfachen Angebot aggregiert und fortlaufend um neue Plattformen, Endgeräte und Technologien erweitert wird, erweist sich als starker Wachstumstreiber. Der bereinigte EBIT der in der Schweiz, Österreich, im adriatischen und osteuropäischen Raum tätigen Goldbach Audience beträgt CHF 1.1 Mio. und verdoppelte sich damit gegenüber dem um Sondereffekte bereinigten Vorjahresresultat (CHF 0.5 Mio.). Zur Verbesserung haben das Wachstum in der Region Adriatic und die Stärkung des operativen Ergebnisses in Osteuropa beigetragen. Die Business Line Audience trug im ersten Halbjahr 2013 12% (Vorjahr 11%) zum Gesamtumsatz und 6% (Vorjahr 3%) zum bereinigten EBIT der Gruppe bei.

Goldbach Interactive: Starkes organisches Wachstum, erfolgreiche Akquisition

Die Business Line Interactive mit Mobile, die konzeptionelle, gestalterische und technologische Angebote rund um interaktive Kommunikations- und Marketinglösungen für das Internet und für sämtliche mobile Devices erbringt, hat sich in den letzten Monaten kontinuierlich von Mandatsveränderungen und hohen Investitionen erholt und kann im ersten Halbjahr 2013 trotz zunehmendem Konkurrenzdruck wieder ein Wachstum verzeichnen. Der Umsatz, der im deutschsprachigen Raum sowie in Polen und Russland tätigen Business Line, beträgt im ersten Halbjahr 2013 CHF 23.1 Mio. (Vorjahr CHF 18.5 Mio.), was einer Zunahme von 25.2% entspricht. Rund 60% der Zunahme wurde mit organischem Wachstum in der DACH-Region erzielt, rund 40% trug die Akquisition und erfolgreiche Integration der marktführenden slowenischen Digitalagentur Rendspace bei. International intensiv vorangetrieben wird der Ausbau des neu in die Business Line integrierten Bereichs Performance Marketing; der Länderfokus liegt dabei auf Deutschland und Polen. Hingegen belasten Restrukturierungsmassnahmen in Polen das Ergebnis. Zum Gesamtumsatz der Goldbach Group steuerte die Business Line Interactive 10% (Vorjahr 9%) bei, zum Gruppen-EBIT 1% (Vorjahr 1%). Der EBIT der Business Line Interactive beläuft sich mit CHF 0.2 Mio. auf Vorjahres-Niveau.

Gewinn und Eigenkapitalquote

Der Reingewinn beträgt CHF 2.6 Mio. (-25%; Vorjahr CHF 3.5 Mio.) Der bereinigte Reingewinn nahm um 77% auf CHF 3.1 Mio. zu (Vorjahr CHF 1.8 Mio.). Per Ende Juni 2013 beträgt die Eigenkapitalquote 32% (per Ende Juni 2012: 31.5%). Der im ersten Halbjahr erarbeitete operative Cash Flow beträgt aufgrund der starken Reduktion von kurzfristigen Verbindlichkeiten CHF -10.2 Mio.

Neuorganisation nach Regionen

Der Verwaltungsrat hat sich entschieden, die Struktur der Goldbach Group per 1. Juli 2013 nach Regionen auszurichten. Mit dieser Neuorganisation will die in der DACH Region, in Osteuropa (Polen, Tschechien, Rumänien, Russland) sowie im adriatischen Raum (Slowenien, Kroatien, Serbien) tätige Gruppe die einzelnen Regionen stärken und im Rahmen der langfristigen Unternehmensstrategie weitere Expansionsschritte erleichtern.

Ausblick

Für das Gesamtjahr 2013 rechnet die Goldbach Group weiterhin mit einem Umsatzwachstum im einstelligen Bereich und, im Rahmen früherer Prognosen, auch im TV-Bereich. «Auch im zweiten Halbjahr gehen wir von höheren Umsätzen aus, obwohl die seit August veröffentlichten TV-Quoten aufgrund der Erhebungsmethode eine insgesamt tiefere TV-Nutzung ausweisen», sagt Klaus Kappeler, CEO Goldbach Group AG. «Trotz der herausfordernden Situation durch das neue Fernsehpanel erwarten wir gerade im TV-Bereich wegen der anhaltenden Umlagerung von Werbeetats in Bewegtbild/Video einen weiteren Umsatzanstieg.»

Hinweis an Analysten, Investoren und Medienvertreter:

Eine persönliche Orientierung durch Klaus Kappeler, CEO, und Stephan Bergamin, CFO, findet am Mittwoch, 21. August 2013, 9.30 Uhr in Zürich statt. Informationen und Anmeldung via: germaine.mueller@goldbachgroup.com

Den Halbjahresbericht 2013 der Goldbach Group AG finden Sie auch auf unserer Website: <http://www.goldbachgroup.com/investor-relations/geschaeftsberichte/halbjahresbericht-2013>

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, in Osteuropa und im adriatischen Raum 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