

Ad hoc Meldung

Provisorische Netto-Umsatzzahlen für das Jahr 2012:

Goldbach Group: Stabiler Umsatz in rezessivem Marktumfeld

Umsatz CHF 445 Mio. – Starke TV- und Radiowerbung – Rückgang der Online-Werbung – Bewegtbild als Umsatztreiber – Internationales Geschäft 11%

Küsnacht, 22. Januar 2013. Die im deutschsprachigen Raum, in Südost- und Osteuropa sowie in Russland in der Vermarktung von privaten elektronischen, mobilen und interaktiven Medien sowie im Online-Marketing führende Werbelogistikerin Goldbach Group weist im Geschäftsjahr 2012 einen Nettoumsatz von CHF 445 Mio. (Vorjahr CHF 446 Mio.) aus. Damit konnte Goldbach trotz rezessivem Marktumfeld den Umsatz halten.

Die Business Line Goldbach Media, in der Goldbach die Vermarktung von privatem TV, Radio und digitaler Out-of-Home-Werbung vor allem in der Schweiz sowie in Österreich und in Rumänien zusammenfasst, konnte den Umsatz um 4% auf CHF 352 Mio. (Vorjahr CHF 338 Mio.) steigern.

Mit dem Verkauf von Online-Werbung in der Schweiz, Österreich, im südadratischen und osteuropäischen Raum erzielte die Business Line Goldbach Audience 2012 einen gegenüber Vorjahr um 18% geringeren Umsatz von CHF 62 Mio. (Vorjahr CHF 75 Mio.). Der im ersten Semester akzentuierte Umsatzrückgang (vor allem Display) verlangsamte sich im zweiten Halbjahr deutlich. Insbesondere die Nachfrage nach Bewegtbild-Werbung erhöhte sich stark.

Der Nettoumsatz der Business Line Goldbach Interactive, in der konzeptionelle, gestalterische und technologische Dienstleistungen für interaktive Kommunikations- und Marketinglösungen für das Internet und mobile Endgeräte wie Smartphones und Pads erbracht werden, war 2012 mit -3% leicht rückläufig und betrug CHF 38 Mio. (Vorjahr CHF 39 Mio.).

80% des Umsatzes stammen aus der Goldbach Media (Vorjahr 76%), 12% aus der Goldbach Audience (Vorjahr 15%). Der Anteil von Goldbach Interactive am Gesamtumsatz beträgt 8% (Vorjahr 9%). Im Jahr 2012 wurden 89% des Umsatzes in der Schweiz (Vorjahr 87%) und 11% mit dem internationalen Geschäft erzielt (Vorjahr 13%).

Die definitiven Umsatz- und die Ebitzahlen werden am Dienstag, 5. März 2013 kommuniziert.

Nettoumsatz 2012 im Vergleich zum Vorjahr:

in Mio. CHF	2012	2011	Veränderung in %
Media	352	338	4%
Audience	62	75	-18%
Interactive	38	39	-3%
Konsolidierung/Übrige	-7	-6	-
Total	445	446	0%

„Goldbach hat mit ihrer starken Verankerung in der klassischen Fernseh- und Radiowerbung im rezessiven Werbeumfeld den Umsatz auf Vorjahresniveau gehalten. Damit bestätigt sich einmal mehr, dass die Werbewirtschaft in wirtschaftlich schwierigen Zeiten bewährte Werbeformen bevorzugt“, sagt Klaus Kappeler,

CEO der Goldbach Group. „Das Zusammenwachsen von TV und interaktiver mobiler Kommunikation kombiniert mit der stetigen Entwicklung des Performancemarketings dürfte die Nachfrage nach Dienstleistungen für das Internetgeschäft mit den ersten Anzeichen für eine Konjunkturerholung beschleunigen.“

Weitere Informationen:

Goldbach Group AG
Germaine Müller, Project Manager IR
Seestrasse 39
8700 Küsnacht-Zürich
Phone +41 (44) 914 91 10
Fax +41 (44) 914 93 60
www.goldbachgroup.com

Das Unternehmensprofil der Goldbach Group AG:

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, Radio, Out-of-Home, Online, In Game, Social Media, Suchmaschinen- und Mobile-Marketing. Die Goldbach Group hat ihren Sitz in der Schweiz (Küsnacht-Zürich) und ist in Österreich, Deutschland, Südost- und Osteuropa sowie in Russland aktiv. Zum Kerngeschäft der Unternehmensgruppe gehören Planung, Beratung, Kreation, Konzeption, Einkauf und die Abwicklung bis hin zur Prüfung des Mediaeinsatzes 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 Infos: www.goldbachgroup.com oder www.goldbach.com