

## Ad hoc Meldung

Geschäftsergebnis 2012:

### **Goldbach Group mit markantem Gewinnwachstum**

**Umsatz CHF 445 Mio. – Gewinn CHF 9.1 Mio. (+51%) – Ebit CHF 32.1 Mio. (+6.9%) – Höhere Ebit-Marge (7.2%) – Erfolgreiches Kostenmanagement – Bewegtbild als Umsatztreiber – Dividende von CHF 0.80 beantragt – Nachhaltige Stärkung der Profitabilität**

Küsnacht, 5. März 2013. Die Goldbach Group hat im Geschäftsjahr 2012 bei einem Umsatz von CHF 445 Mio. (VJ CHF 446 Mio.) einen Ebit von CHF 32.1 Mio. (VJ CHF 30.0 Mio.) und einen um 51% gesteigerten Gewinn von CHF 9.1 Mio. (VJ CHF 6.0 Mio.) erzielt. Die im deutschsprachigen und adriatischen Raum sowie in Osteuropa führende und in Russland in der Vermarktung von privaten elektronischen, mobilen und interaktiven Medien sowie im Online-Marketing tätige Werbelogistikerin erreichte in einem insgesamt rezessiven Werbeumfeld und mit gehaltenem Umsatz (-0.1%) eine deutlich verbesserte Ebit-Marge von 7.2% (VJ 6.7%) und einen um 6.9% höheren Ebit (CHF 32.1 Mio.). Der Generalversammlung wird die Ausrichtung einer um 12.7% höheren Dividende von CHF 0.80 (VJ CHF 0.71) vorgeschlagen. Im laufenden Geschäftsjahr will Goldbach die Profitabilität weiter stärken.

Das Ebit-Wachstum fiel dank konsequentem Kostenmanagement und gestiegener Bruttomarge mit +67% in der Business Line Audience besonders ausgeprägt aus, während die internationalen Investitions- und Aufbaukosten sowie die Umstellung auf performanceorientierte Dienstleistung in der Business Line Interactive in einem Ebit-Rückgang von 65% resultierten. Die umsatzstärkste Business Line Media erzielte wiederum ein Ebit-Wachstum von 9%.

#### **Goldbach Media wächst nachhaltig profitabel auf hohem Niveau**

Die Business Line Media setzte 2012 mit der Vermarktung von privatem TV, Radio und digitaler out of Home Werbung an attraktiven Verkaufsstellen vor allem in der Schweiz sowie in Österreich und in Rumänien mit einer Zunahme von 4.2% ihren Wachstumskurs auf hohem Niveau fort und weist einen Umsatz von CHF 351.9 Mio. (VJ CHF 337.7 Mio.) aus.

Das TV- (+2.5%) und das Radiogeschäft (+12.6%) entwickelte sich insgesamt entgegen dem allgemein rezessiven Werbetrend erfreulich und die Marktposition konnte weiter gestärkt werden. Es gelang Goldbach Media, das Neukundengeschäft weiter auszubauen und dadurch die Kundenbasis breit abzustützen. Das Portfolio konnte in der Schweiz für das laufende Jahr im TV-Bereich mit neuen Spartensendern ergänzt werden.

Das in Rumänien vor zwei Jahren lancierte Lokal-TV-Netzwerk entwickelte sich zu einem nationalen Angebot und umfasst aktuell 37 Sender. Mit der Zunahme um 40% des Werbevolumens im Jahr 2012 zeichnet sich ein Erfolg der 2011 eingeleiteten Expansion nach Osteuropa in der Bewegtbild-Strategie ab. Genauso erfolgreich wurde der Radiobereich weiter entwickelt. Mit einem Angebot von 64 Stationen und einem Umsatzwachstum von über 100% gehört Goldbach zu den führenden Anbietern.

In Österreich konnte im Berichtsjahr vor allem das digitale out of Home Netzwerk mit der Gewinnung von Neumandaten erweitert werden; in Rumänien wurde Anfang dieses Jahres das Portfolio mit elektronischen Aussenwerbeflächen abgerundet.

Die Ebit-Marge der Business Line Media nahm um 0.4 Prozentpunkte auf 10.5% zu; das Ebit-Wachstum beträgt 9%. Zum Gruppen-Ebit steuert Goldbach Media 84% (VJ 85 %) bei.

### **Goldbach Audience trotz Umsatzrückgang mit hohem Ebit-Wachstum**

In der Business Line Audience fasst Goldbach die Angebote für Online-Werbung zusammen. Der erzielte Umsatz in der Schweiz, Österreich, im adriatischen und osteuropäischen Raum war mit 62.1 Mio. CHF (VJ CHF 75.2 Mio.) oder einem Minus von 17% (VJ -15%) abermals rückläufig, doch verlangsamte sich der Umsatzrückgang vor allem im Display-Geschäft im zweiten Semester deutlich. Das bereits Ende 2011 eingeleitete rigorose Kostenmanagement und der Verzicht auf margenschwache Mandate trugen wesentlich zur weiteren Stärkung der Business Line Audience bei.

Zudem wurde mit der Lancierung des Goldbach Video Networks im ersten Quartal 2012 in der Schweiz und der aktuell stattfindenden Implementierung in den übrigen Ländern die Vermarktung von Bewegtbildwerbung forciert. Der Anteil von Videowerbung am gesamten Audience Umsatz beträgt bei steigender Tendenz gruppenweit bereits 22%. Mit der Einführung des Goldbach Mobile Netzwerks im zweiten Semester hat Goldbach zudem der rasanten Verbreitung von Smartphones und Tablets Rechnung getragen und das Portfolio im Bereich mobiler Online-Medien weiter ausgebaut. Das Geschäft dürfte in Übereinstimmung mit den weltweiten Marktprognosen in den kommenden Jahren wachsen und das Displaysegment zusätzlich stärken.

Das Ebit-Wachstum von Goldbach Audience betrug 67%, die Ebit-Marge nahm auf 9.6% zu (VJ 4.8%), wobei auch ein Einmaleffekt (Auflösung Lizenzvereinbarung) positiv dazu beitrug. Der Anteil am Gesamtumsatz betrug 12% (VJ 15%); der Beitrag zum Gruppen-Ebit nahm von 9% auf 14% zu.

### **Goldbach Interactive: Angebotsausbau und Internationalisierung belasten Ebit**

Der Umsatz der Business Line Interactive betrug 2012 CHF 38.0 Mio. (VJ CHF 39.1 Mio.) und nahm vor allem wegen Mandatsveränderungen in der Schweiz und Deutschland ab (-3.0%). Von Goldbach Interactive werden die konzeptionellen, gestalterischen und technologischen Angebote rund um interaktive Kommunikations- und Marketinglösungen für das Internet und mobile Geräte wie Smartphones und Tablets erbracht. In der Business Line sind die Kompetenzzentren Mobile, Social Media, Performance Campaigns, Websites, Shops & Portals sowie Search zusammengefasst. Mit diesen Angeboten deckt Goldbach die gesamte Wertschöpfungskette zwischen Werbeauftraggeber und Onlinewerbung nicht nur für die klassische Digitalwerbung sondern auch für das Performancemarketing ab. Die Nachfrage für entsprechende Beratungsleistungen nimmt zu. Es zeichnet sich international ab, dass Unternehmen zunehmend kanalübergreifend Markenführungs-Mandate vergeben und der Trend hin zu On- und Offline-Dienstleistungen aus einer Hand geht.

Goldbach Interactive ist inzwischen im gesamten deutschsprachigen Raum sowie in Polen und Russland aktiv. Mit der Übernahme einer Mehrheitsbeteiligung an der führenden Digitalagentur Rendspace in Slowenien hat die Gruppe ihre Dienstleistungen im adriatischen Raum weiter ausgebaut.

Vor allem wegen hoher Investitionen in den internationalen Ausbau nahm der Ebit von Goldbach Interactive um 65% ab; die Ebit-Marge reduzierte sich auf 2.1% (VJ 5.9%). Der Beitrag an den Gesamt-Ebit betrug 2%.

### **Gewinn, Eigenkapitalquote und Dividendenantrag**

Der Gewinn der Goldbach Group nach IFRS konnte 2012 um 51.0% auf CHF 9.1 Mio. (VJ CHF 6.0 Mio.) gesteigert werden. Die Eigenkapitalquote nahm auf 32.8% (VJ 31.4%) zu, der operative Cash flow beträgt CHF 33.2 Mio. (VJ CHF 29.0 Mio.). Der Generalversammlung wird die Ausschüttung einer um 12.7% höheren Dividende von CHF 0.80 (VJ CHF 0.71) beantragt.

**Ausblick**

Nach der erfolgreichen Implementierung von organisatorischen Restrukturierungsmaßnahmen in Osteuropa und dem adriatischen Raum sowie gruppenweiter Kostenreduktionen erwartet die Goldbach Group im laufenden Geschäftsjahr 2013 eine weitere Stärkung der Profitabilität. Zudem wird im aktuellen Geschäftsjahr der Markteintritt der Business Line Media in weitere Länder geprüft, um die Position der Gruppe im Bereich Bewegtbild auszubauen.

„Die Verlagerung von Werbung in elektronische Medien ist noch nicht abgeschlossen,“ sagt Klaus Kappeler, CEO Goldbach Group. „Unser Angebot als Werbelogistiker für alle privaten elektronischen, interaktiven und mobilen Medien liegt international voll im Trend. Die wachsende Nachfrage nach Werbung mit Bewegtbild und nach performanceorientiertem Marketing bestätigt diese Entwicklung. Die Goldbach Group steht mit ihrem Netz im deutschsprachigen, osteuropäischen und adriatischen Raum bereit, wenn die Konjunktur anzieht und die Märkte Nachholbedarf haben.“

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

Eine persönliche Orientierung durch Klaus Kappeler, CEO, und Stephan Bergamin, CFO, findet am Dienstag, 5. März 2013, 9.30 Uhr, in Zürich statt. Informationen und Anmeldung via:  
germaine.mueller@goldbachgroup.com

Den Geschäftsbericht 2012 der Goldbach Group AG finden Sie auf unserer website unter:  
<http://www.goldbachgroup.com/investor-relations/geschaeftsberichte/geschaeftsbericht-2012>

**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](http://www.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, Radio, Digital out of Home, Online, In Game, Suchmaschinen- und Mobilemarketing. Die Goldbach Group hat ihren Sitz in der Schweiz (Küsnacht-Zürich) und ist in Österreich, Deutschland, Osteuropa, im adriatischen Raum sowie in Russland 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)