

Ad hoc Meldung

Geschäftsergebnis erstes Halbjahr 2012:

Goldbach Group: Gewinnanstieg bei gehaltenem Umsatz

**Umsatz CHF 209 Mio. – EBIT-Rückgang 5% – Gewinnzunahme 11% –
anhaltendes TV- und Radiowachstum – Rückschläge im Online-Geschäft
– Fokussierung der Online-Strategie**

Küsnacht, 21. August 2012. Die Goldbach Group hat im ersten Halbjahr 2012 gegenüber der Vorjahresperiode einen um 0.4% tieferen Umsatz (währungsbereinigt +0.6%) von CHF 208.9 Mio. (VJ CHF 209.8 Mio.) und mit CHF 13.8 Mio. einen um 4.8% geringeren EBIT (VJ CHF 14.5 Mio.) erzielt. Die im deutschsprachigen und im adriatischen Raum sowie in Osteuropa in der Vermarktung von privaten elektronischen, mobilen und interaktiven Medien sowie im Online-Marketing tätige Werbelogistikerin erzielte dabei eine EBIT-Marge von 6.6% (VJ 6.9%). Bereits im ersten Halbjahr wurden Kostensenkungsmassnahmen wirksam, die im zweiten Semester noch deutlicher auf die Erfolgsrechnung durchschlagen dürften. Für das laufende Geschäftsjahr 2012 erwartet Goldbach deshalb trotz Umsatzstagnation eine Erhöhung des Gewinns. Aufgrund des unbefriedigenden Geschäftsverlaufs bei Goldbach Audience und wegen der sich abzeichnenden Konsolidierung bei Goldbach Interactive hat Goldbach die Online-Strategie überprüft und sich für eine Fokussierung auf Geschäftsfelder mit hohem Entwicklungspotenzial entschieden.

Die Business Line Media wächst mit dem TV- und Radiogeschäft

Die Umsätze 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 in Rumänien zusammenfasst, legten im ersten Halbjahr 2012 mit 7.5% (währungsbereinigt 7.6%) auf CHF 165.6 Mio. (VJ CHF 154.1 Mio.) abermals deutlich zu. Dabei wuchs das Radiogeschäft mit 17% markant. Das TV-Geschäft nahm um 6% zu. Die Umsatzzunahme stammt im Wesentlichen aus dem bestehenden Goldbach-Kundenportfolio. Werbung in klassischen Medien wie TV und Radio ist auch in einem gesamthaft schrumpfenden Werbemarkt gefragt, womit sich der Trend aus den Vorjahren wiederum bestätigt. Die Business Line Media ist seit 2011 mit der Vermarktung eines Verbunds von lokalen privaten TV-Stationen in Rumänien auch in Osteuropa aktiv. Das rumänische TV-Geschäft entwickelt sich mit einer Zunahme von über 30% erfreulich. Die Goldbach Media konnte in der Schweiz ihren Marktanteil abermals erhöhen. Die Business Line Media trug im ersten Halbjahr 2012 79% (Vorjahr 74%) zum Gesamtumsatz der Goldbach Group bei. Der EBIT der Business Line Media nahm dabei um 0.1% leicht zu. Das Segment Media steuerte 86% zum Gruppen-EBIT bei (Vorjahr 85%).

Schleppender Geschäftsgang der Business Line Audience – Umsatzsteigerung mit Online-Bewegtbild

In der Business Line Audience werden die Goldbach-Angebote für Online-Werbung und für das Performance Marketing gebündelt. Die Business Line hat im ersten Halbjahr 2012 einen substanziellen Umsatzrückgang von 27.8% (in Lokalwährung –24.2%) auf CHF 27.7 Mio. (VJ CHF 38.4 Mio.) hinnehmen müssen. Der EBIT nahm aufgrund von Kosteneinsparungen von 20% und eines Einmaleffekts um 63.5% auf CHF 2.6 Mio. (VJ CHF 1.6 Mio.) zu. Wie schon in den Vorjahren wurde in der Business Line Audience auf margenschwaches Mengengeschäft verzichtet, doch erwies sich die Substitution mit margenintensivem Geschäft im in der Schweiz sowie in Osteuropa tendenziell rückläufigen Display-Markt als schwierig. Zusätzlich musste die Business Line vor allem in Polen den Verlust einiger Mandate (u.a. Eigenvermarktung Facebook) hinnehmen. Das im Februar 2012 lancierte Goldbach Video Network für den Verkauf von Bewegtbild-Werbung erweist sich hingegen als Umsatztreiber. Mit der rasanten Verbreitung von mobilen Geräten wie Smartphones und Tablets wird TV immer häufiger und länger online und mobil genutzt. Die Business Line Audience trug im ersten Halbjahr 2012 12% (VJ 16%) zum Gesamtumsatz und vor allem wegen eines Einmaleffekts 13% (VJ 8%) zum EBIT der Gruppe bei. Aufgrund der sich im zweiten Quartal 2012 akzentuierenden unbefriedigenden Entwicklung des Geschäfts in der Business Line Audience hat die Goldbach Group ihre Online-Strategie überprüft und sich für den forcierten Ausbau der Vermarktung von Bewegtbild entschieden.

Business Line Interactive: Beratung für interaktives Marketing gefragt – Mandatsverluste und substanzielle Investitionen

Seit 2008 bietet die Goldbach Group konzeptionelle, gestalterische und technologische Beratung für interaktive und mobile Kommunikations- und Marketinglösungen in der Business Line Interactive an – inzwischen im gesamten deutschsprachigen Raum sowie in Polen und Russland. Der Umsatz der Business Line Interactive ging im ersten Semester dieses Jahres um 8.1% (in Lokalwährung 5.5%) zurück und betrug CHF Mio. 18.5 (VJ CHF 20.1 Mio.). Der EBIT nahm in diesem Zeitraum um 86.7% ab und betrug CHF 0.2 Mio. Der Umsatzrückgang ist im Wesentlichen auf einige bedeutende Mandatsveränderungen in der Schweiz zurückzuführen. Die Nachfrage nach Beratung im Zusammenhang mit Online-Kommunikation sowie im Bereich Mobile und Social Media ist nach wie vor stark. Zum Gesamtumsatz der Goldbach Group steuerte die Business Line Interactive 9% (VJ 10%), zum Gruppen-EBIT 1% (VJ 7%) bei.

Gesamtumsatz auf Vorjahresniveau

Insgesamt stammten im ersten Halbjahr 2012 79% (VJ 74%) des Gesamtumsatzes von der Business Line Media, 12% von der Business Line Audience (VJ 16%) und 9% von der Business Line Interactive (VJ 10%). Der Anteil des Schweizer Geschäfts nahm in den ersten sechs Monaten auf 88% (VJ 86%) zu, der Anteil des internationalen Geschäfts beträgt 12% (VJ 14%).

Gewinn und Eigenkapitalquote

Der Reingewinn beträgt CHF 3.4 Mio. (VJ CHF 3.1 Mio.) und nahm gegenüber der Vorjahresperiode um 11% zu. Per Ende Juni 2012 beträgt die Eigenkapitalquote 31.5% (per Ende Juni 2011: 28.9%). Der im ersten Halbjahr erarbeitete operative Cash Flow beträgt CHF 3.1 Mio. (VJ CHF 7.3 Mio.).

Ausblick

Für das Gesamtjahr 2012 geht die Goldbach Group bei weiterhin schwierigen Marktverhältnissen im Online-Bereich und einer anhaltend hohen Nachfrage im TV-Geschäft von einem Umsatz in der Höhe des Vorjahres und aufgrund der erfolgreich implementierten Kostenmassnahmen von einem gegenüber Vorjahr höheren Gewinn aus.

«Die Goldbach Group hat seit Jahren in die Entwicklung der Online-Medien investiert und die Beziehungen zu den klassischen elektronischen Medien wie TV ausgebaut», sagt Klaus Kappeler, CEO der Goldbach Group. «Jetzt werden TV und Video interaktiv, und Bewegtbild sowie mobile und interaktive Kommunikation wachsen zusammen. Goldbach Group ist in beiden Welten zu Hause und wie kaum ein anderes Unternehmen bereit, als Werbelogistiker von der wachsenden Bedeutung des Bewegtbilds zu profitieren.»

Hinweis an Analysten, Investoren und Medienvertreter:

Eine persönliche Orientierung durch Klaus Kappeler, CEO, und Stephan Bergamin, CFO, findet am Dienstag, 21. August 2012, 9.30 Uhr, in Zürich statt. Nähere Informationen und Anmeldung via: germaine.mueller@goldbachgroup.com

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

Weitere Informationen:

Goldbach Group AG
Germaine Müller
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

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, InternetTV, Radio, Out-of-Home, Online, InGame, 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).