

AD-HOC-MELDUNG

Geschäftsergebnis 2017

Goldbach erzielt Rekordergebnis im Geschäftsjahr 2017

Küsnacht, 06.03.2018. Umsatzwachstum um 3.2% auf 512 Mio. CHF – Steigerung des operativen Ergebnisses auf Stufe EBITDA um 22% – Reingewinn beträgt 11,8 Mio. CHF (+34%) – Erneutes Wachstum im Heimmarkt Schweiz – Deutschland erreicht die Gewinnzone – erfolgreicher Turnaround im Bereich Marketing Services – Goldbach in angestrebter Partnerschaft mit Tamedia gut aufgestellt für zukünftige Herausforderungen – Veränderungen im Verwaltungsrat.

Goldbach hat ihre erfolgreiche Entwicklung 2017 mit einem Rekordjahr fortgesetzt. Erstmals in der Unternehmensgeschichte ist der Umsatz trotz anspruchsvoller Werbemärkte über die 500 Millionen-Grenze gestiegen. Rekordwerte wurden auch beim operativen Ergebnis und dem Reingewinn erzielt. Zudem ist es Goldbach auch 2017 gelungen, bedeutende Vermarktungsverträge zu verlängern und neue Partnerschaften einzugehen. Besonders hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang die am 22. Dezember 2017 kommunizierte und vom Verwaltungsrat angestrebte strategische Partnerschaft mit Tamedia. Am 2. Februar 2018 hat Tamedia diesbezüglich das Angebot für die Übernahme sämtlicher Goldbach-Aktien publiziert, welches vom Goldbach-Verwaltungsrat den Aktionären zur Annahme empfohlen wird.

Goldbach erzielte im vergangenen Geschäftsjahr einen Umsatz von 512 Mio. CHF (+3.2%). Bereinigt um Fremdwährungs- und Devestitionseffekte betrug das Wachstum +3.7%. Erfreulich ist die breite Abstützung dieser positiven Entwicklung. So konnten sämtliche Geschäftsbereiche ihre Umsätze gegenüber dem Vorjahr weiter steigern. Als Folge der höheren Umsätze, einer verbesserten Bruttogewinnmarge sowie erneut tieferen Betriebskosten hat sich das EBITDA deutlich um +22% auf 39,7 Mio. CHF erhöht. Der Reingewinn beträgt 11,8 Mio. CHF im Vergleich zu 8,8 Mio. CHF im Vorjahr. Dabei gilt es zu berücksichtigen, dass im Reingewinn ausserordentliche Kosten von 1,5 Mio. CHF im Zusammenhang mit dem laufenden Übernahmeprojekt enthalten sind. Adjustiert um diese Sonderfaktoren beträgt der bereinigte Reingewinn 13,3 Mio. CHF. Aufgrund des Umstandes, dass im Rahmen der geplanten Transaktion mit Tamedia eine allfällige Dividende vom Übernahmepreis abgezogen wird, beantragt der Verwaltungsrat der Generalversammlung, keine Dividende für das Geschäftsjahr auszuschütten.

Ad Sales Schweiz

Im Geschäftssegment Ad Sales Schweiz fasst Goldbach die Aktivitäten im Bereich der Werbevermarktung Schweiz zusammen und erzielte damit einen Umsatz von 458 Mio. CHF, was einem Anstieg von +2.3% gegenüber Vorjahr entspricht. Das EBITDA liegt bei 43,6 Mio. CHF, ein Plus von 11% gegenüber dem Vorjahr.

Das durch die Goldbach Media (Switzerland) AG betriebene Geschäft der TV-Vermarktung entwickelte sich auch im Geschäftsjahr 2017 erfreulich. Dank einer starken Verkaufsleistung sowie eines stetig wachsenden Vermarktungsportfolios konnte im Vorjahresvergleich der TV-Umsatz um knapp 3% gesteigert werden. Neben dem herausragenden operativen Ergebnis stellen die mehrjährigen Vertragsverlängerungen mit den Partnern Mediengruppe RTL Deutschland und SevenOne Media (Schweiz) sowie der 3 Plus Gruppe, der AZ Medien und des Web-TV-Anbieters Wilmaa wesentliche Meilensteine im Geschäftsjahr 2017 dar.

Die in der Radiovermittlung tätige Swiss Radioworld AG konnte nach einem schwierigen Start ins Jahr deutlich zulegen und schliesst 2017 umsatzmässig nur knapp hinter Vorjahr ab (-3%). Durch die Anbindung mehrerer Radiostationen an die Buchungsplattform der Swiss Radioworld konnte ein grosser Schritt in Richtung automatischer, eventdatenbasierter Produkteauslieferung getan werden.

Das Online-Geschäft in der Schweiz wurde 2017 weiter gestärkt. Die RTL Mediengruppe Deutschland wie auch die SevenOne Media (Schweiz) beteiligten sich an der Goldbach Audience womit die erfolgreiche Partnerschaft auf das Onlinegeschäft ausgedehnt wird. Goldbach vermarktet in der Schweiz exklusiv das Online-Inventar dieser beiden Partner. Zudem wurde anfangs 2017 die Partnerschaft in der Vermarktung des Tamedia Video-Inventars erfolgreich gestartet. Aufgrund der Fokussierung der Goldbach Audience auf das Vermarktungsgeschäft werden nur noch exklusive oder in den qualitativ hochwertigen Netzwerkprodukten integrierte Inventarräume verkauft. Diese Abkehr vom Vermittlungsgeschäft führte zwar zu einem negativen Umsatzeffekt (-6,7 Mio. CHF), jedoch konnte die Marge gesteigert werden. Bereinigt um das wegfallende Vermittlungsgeschäft verzeichnete die Goldbach Audience auf das Portfolio ein Wachstum von 25,7%. Neben den klassischen Online-Produkten konnte auch die Crossfactory nachhaltig und erfolgreich positioniert werden.

Ad Sales Deutschland

Ad Sales Deutschland erzielte 2017 einen Umsatz von 13,6 Mio. CHF, was einer Zunahme von 67% gegenüber dem Vorjahr entspricht. Mit einem EBITDA von 0,3 Mio. CHF ist Goldbach im Deutschland Geschäft 2017 wie angekündigt in die Gewinnzone vorgestossen (Vorjahres-EBITDA: -1,2 Mio. CHF). Die positive Entwicklung der Goldbach Germany GmbH resultiert aus dem Wachstum in allen vier Geschäftsfeldern: TV, Online-Video, DOOH und Smart-TV. Im Laufe des vergangenen Jahres konnte das seit drei Jahren bestehende Münchner Unternehmen sein Vermarktungsinventar stetig erweitern und sich auf dem Werbemarkt etablieren. Die auf Werbung für mobile Endgeräte spezialisierte Jaduda GmbH in Berlin konnte 2017 ebenfalls deutlich zulegen und trägt wesentlich zum positiven EBITDA der Gruppe in Deutschland bei. Die Mobile DSP „Splicky“ wurde zu einer DOOH-Plattform weiterentwickelt und ermöglicht nun den programmatischen Einkauf von digitalen Aussenwerbeflächen.

Ad Sales Österreich

Mit seinen Vermarktungsaktivitäten in Österreich erzielte Goldbach 2017 einen um 11% gesteigerten Umsatz von 14,4 Mio. CHF und ein EBITDA von 0,7 Mio. CHF (+8% im Vergleich zum Vorjahr). Goldbach Austria konnte 2017 ihre Position als Vermarkterin im österreichischen Markt weiter festigen. Zudem werden Verkauf und Kampagnenbetreuung seit dem vergangenen Jahr zentral geführt, womit den zunehmend multichannel-orientierten Kundenbedürfnissen noch besser Rechnung getragen werden kann.

Marketing Services

Im Geschäftsjahr 2017 wurde Goldbach Interactive, die auf Performance Marketing spezialisierte Digital Agentur der Goldbach, konsequent restrukturiert, repositioniert und wieder in die Gewinnzone geführt. Die länderübergreifende Führung konnte die Agentur erfolgreich stabilisieren und dadurch die Dienstleistungsqualität weiter steigern. Als Folge konnten namhafte Neukunden gewonnen und bestehende Mandate im DACH-Raum ausgeweitet werden. Trotz der letztjährigen Veräusserung der in Biel ansässigen Geschäftseinheit Digital Presences konnten die Umsätze im Bereich Marketing Services um 5% auf 31,3 Mio. CHF gesteigert werden. Das EBITDA 2017 betrug 0,1 Mio. CHF (Vorjahr: -2,0 Mio. CHF).

Ausserordentliches Ergebnis, Cash Flow und Bilanz

Im Zusammenhang mit der geplanten Übernahme durch Tamedia sind im Geschäftsjahr 2017 Kosten von 1,5 Mio. CHF angefallen, insbesondere für Dienstleistungen im Bereich der Transaktions- und Rechtsberatung. Diese sind als ausserordentlicher Aufwand in der Jahresrechnung separat dargestellt. 2016 betrug das ausserordentliche Ergebnis +1,3 Mio. CHF, im Wesentlichen verursacht durch den Verkauf der Geschäftsaktivitäten in Polen sowie Restrukturierungsmaßnahmen im Bereich Marketing Services. Adjustiert um die oben genannten, ausserordentlichen Effekte konnte der bereinigte Reingewinn im vergangenen Geschäftsjahr von 7,5 Mio. CHF auf 13,3 Mio. CHF um +78% gesteigert werden.

Der operative Cash Flow beträgt 27,7 Mio. CHF (Vorjahr 28,5 Mio. CHF). Das Eigenkapital beträgt 51,3 Mio. CHF, was einer Eigenkapitalquote von 27.1 % entspricht.

Partnerschaft mit Tamedia

Das gegenwärtige Geschäftsmodell der Goldbach basiert zu einem grossen Teil auf linearem TV, welches durch das veränderte Konsumverhalten (zeitversetztes Fernsehen, Streaming), die zunehmende Konvergenz verschiedener Mediengattungen und der damit einhergehenden steigenden Technologielastigkeit des Geschäfts bedeutende Herausforderungen zu meistern hat. Aus diesen Überlegungen haben der Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung der Goldbach Anfang 2017 ein Projekt zur strategischen Neuausrichtung initiiert, welches zum Ziel hatte, mithilfe eines strategischen Partners die Geschäftsbasis der Goldbach zu erweitern, um dadurch die beschriebenen langfristigen Risiken im Kerngeschäft zu kompensieren.

Mit Tamedia hat Goldbach den idealen Partner gefunden. Durch die angestrebte Übernahme durch Tamedia erhält Goldbach einen Mehrheitsaktionär und strategischen Partner, der die gleichen unternehmerischen Ziele verfolgt sowie Zugang zu weiterem Werbeinventar und technologische Synergien ermöglicht. Gemeinsam sind Goldbach und Tamedia gut aufgestellt, um die anstehenden Veränderungen im Werbemarkt zu meistern und Werbekunden und Medienpartner mit technologisch innovativen Angeboten zu unterstützen.

Goldbach wird innerhalb der Tamedia-Gruppe als eigenständiges Unternehmen mit dem bisherigen Management weitergeführt. Der Verwaltungsrat und das Management der Goldbach sind überzeugt, dass durch diese Partnerschaft gleichermaßen der Werterhalt für die Aktionäre, der Mehrwert für Kunden und Partner wie auch die Zukunftsperspektiven der Mitarbeitenden sichergestellt werden.

Veränderungen im Verwaltungsrat

Sämtliche bestehenden Verwaltungsräte der Goldbach Group AG haben sich entschieden, bei Zustandekommen eines öffentlichen Übernahmeangebots der Tamedia AG mit Wirkung ab Vollzug von ihren Ämtern, zurückzutreten. Neu in den Verwaltungsrat gewählt werden sollen Christoph Tonini (CEO Tamedia) als Präsident sowie Sandro Macciachini (CFO Tamedia) und Marcel Kohler (Leiter Werbung & Pendermedien Tamedia) als Mitglieder des Verwaltungsrates.

Hinweis an Analysten, Investoren und Medienvertreter

Die Goldbach Group AG führt heute um 9.30 Uhr eine persönliche Orientierung zum Jahresergebnis 2017 am Hauptsitz in Küsnacht (Seestrasse 39, 8700 Küsnacht) durch.

Die Präsentation und der Geschäftsbericht 2017 der Goldbach Group AG stehen unter folgendem Link zum Download bereit:

<http://www.goldbachgroup.com/de-ch/investor-relations/geschäftsberichte>

10'204 Zeichen inkl. Leerzeichen

KENNZAHLEN DER GOLDBACH GROUP

| In TCHF | 2017 | 2016 | Veränderung in % |
|----------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|---------------------|
| Nettoerlös | 511 523 | 495 535 | 3.2% |
| Ad Sales Schweiz | 457 629 | 447 370 | 2.3% |
| Ad Sales Deutschland | 13 606 | 8 162 | 66.7% |
| Ad Sales Österreich | 14 418 | 13 002 | 10.9% |
| Eliminationen | [4 054] | [1 373] | 195.3% |
| Ad Sales | 481 599 | 467 161 | 3.1% |
| Marketing Services | 31 282 | 29 744 | 5.2% |
| Corporate/Eliminationen | [1 358] | [1 370] | -0.9% |
| Bruttogewinn | 98 637 | 93 385 | 5.6% |
| Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Wertberichtigungen (EBITDA) | 39 704 | 32 524 | 22.1% |
| Ad Sales Schweiz | 43 552 | 39 375 | 10.6% |
| Ad Sales Deutschland | 331 | [1 226] | -127.0% |
| Ad Sales Österreich | 676 | 628 | 7.6% |
| Ad Sales | 44 559 | 38 777 | 14.9% |
| Marketing Services | 71 | [1 978] | -103.6% |
| Corporate | [4 926] | [4 275] | 15.2% |
| Betriebsergebnis (EBIT) | 37 004 | 29 563 | 25.2% |
| Ergebnis Anteil Aktionäre der Goldbach Group AG | 11 776 | 8 781 | 34.1% |
| Bereinigtes Ergebnis Anteil Aktionäre Goldbach Group AG ¹⁾ | 13 272 | 7 477 | 77.5% |
| Cashflow aus Geschäftstätigkeit | 27 667 | 28 504 | -2.9% |
| Unverwässertes Ergebnis je Aktie [in CHF] | 1.94 | 1.46 | 32.9% |
| Verwässertes Ergebnis je Aktie [in CHF] | 1.92 | 1.46 | 31.5% |
| Umlaufvermögen | 182 573 | 163 852 | 11.4% |
| Anlagevermögen | 6 756 | 8 589 | -21.3% |
| TOTAL AKTIVEN | 189 329 | 172 441 | 9.8% |
| Fremdkapital | 138 033 | 131 003 | 5.4% |
| Eigenkapital | 51 296 | 41 438 | 23.8% |
| TOTAL PASSIVEN | 189 329 | 172 441 | 9.8% |
| Eigenkapitalquote | 27.1% | 24.0% | 12.9% |
| Anzahl Namensaktien | 6 091 352 | 6 036 991 | 0.9% |
| Aktienkurs in CHF [SIX] | 35.60 | 29.00 | 22.8% |
| Vollzeitstellen [am 31.12.] | 318 | 330 | -3.6% |
| Anzahl Mitarbeiter/-innen [am 31.12.] | 342 | 351 | -2.6% |
| davon CH | 234 | 242 | -3.3% |
| davon International | 108 | 109 | -0.9% |

¹⁾ Bereinigung um das ausserordentliche Ergebnis unter Berücksichtigung von Minderheitsanteilen und Steuereffekten. Im Geschäftsjahr 2017 besteht das ausserordentliche Ergebnis aus Kosten, welche im Zusammenhang mit der angekündigten Übernahme durch Tamedia angefallen sind. In der Vorperiode enthält das ausserordentliche Ergebnis im Wesentlichen das Entkonsolidierungsergebnis aus der Veräusserung der polnischen Tochtergesellschaften sowie Aufwendungen im Zusammenhang mit Restrukturierungen insbesondere im Bereich Marketing Services.

Weitere Informationen:

Investor Relations

Goldbach Group AG

Lukas Leuenberger

CFO

T +41 44 914 91 00

lukas.leuenberger@goldbachgroup.com

www.goldbachgroup.com

Corporate Communication

Goldbach Group AG

Jürg Bachmann

Leitung Kommunikation & Marketing / Public Affairs

M +41 79 600 32 62

juerg.bachmann@goldbachgroup.com

www.goldbachgroup.com

Das Unternehmensprofil der Goldbach Group

Die Unternehmen der Goldbach Group vermarkten und vermitteln Werbung in elektronischen Medien mit Fokus TV, Radio, Digital out of Home, Online sowie Suchmaschinen- und Mobile-Marketing. Als unabhängige Aggregatorin bietet Goldbach ihren Kunden Werbefenster, in denen gewünschte Zielgruppen unabhängig von ihrem Standort zum richtigen Zeitpunkt kommerzielle Informationen erhalten. Zum Kerngeschäft gehören Planung, Beratung, Kreation, Konzeption, Einkauf und die Abwicklung bis hin zur Prüfung des Mediaeinsatzes von elektronischen Off- und Online-Medien sowie Multi-Screen-Kampagnen auf Basis von datengestützten Technologien.

Die Goldbach Group ist an der SIX Swiss Exchange kotiert (Swiss Reporting Standard, Valor 487094, ISIN CH0004870942, Valorensymbol: GBMN), hat ihren Sitz in Küsnacht ZH (Schweiz) und ist in den deutschsprachigen Ländern tätig.

Weitere Infos:

<http://www.goldbachgroup.com/de-ch/investor-relations/geschäftsberichte>

<http://www.goldbachgroup.com/de-ch/investor-relations/ad-hoc-meldungen>