

2010

HALBJAHRESBERICHT

Kennzahlen der Goldbach Media Gruppe

	Veränderung in %	01.01.–30.06.10 TCHF	01.01.–30.06.09 TCHF
Nettoumsatz	8.5 %	151 219	139 417
davon Online	8.5 %	58 419	53 833
davon Offline	8.5 %	93 195	85 855
Bruttogewinn	9.1 %	33 738	30 922
EBITDA	8.7 %	8 490	7 812
davon Online	37.1 %	2 876	2 098
davon Offline	17.5 %	7 608	6 477
EBIT	16.6 %	7 068	6 063
davon Online	53.2 %	2 137	1 395
davon Offline	22.1 %	7 277	5 962
Gewinn aus fortzuführenden Geschäftstätigkeiten ¹⁾	-27.3 %	5 784	7 959
Ergebnis aufgebener Geschäftsbereiche ²⁾	99.2 %	(35)	(4 259)
Periodengewinn	56.9 %	5 749	3 664
Periodengewinn (Anteil Goldbach Media Aktionäre)	92.8 %	3 052	1 583
Betrieblicher Cashflow	-	(3 004)	6 351
Gewinn je Aktie unverwässert (in CHF)	92.6 %	0.52	0.27
Gewinn je Aktie verwässert (in CHF)	88.9 %	0.51	0.27
		30.06.2010	31.12.2009
Umlaufvermögen	-26.4 %	93 974	127 767
Anlagevermögen	-7.6 %	58 451	63 281
Total Aktiven	-20.2 %	152 425	191 048
Fremdkapital	-12.0 %	100 487	114 230
Eigenkapital	-32.4 %	51 938	76 818
Total Passiven	-20.2 %	152 425	191 048
Eigenkapitalquote	-	34.1 %	40.2 %
Anzahl Aktien	-	6 008 670	5 998 470
Aktienkurs in CHF (SIX)	33.8 %	35.00	26.15
Anzahl Voll- und Teilzeitstellen (FTEs)	8.3 %	443	409
Anzahl Headcounts (HCs)	6.3 %	471	443
davon CH	-0.5 %	200	201
davon International	12.0 %	271	242

1) Der Gewinn aus fortzuführenden Geschäftstätigkeiten beinhaltet im Jahr 2009 Entkonsolidierungsgewinne aus Abgängen von Tochtergesellschaften im Umfang von TCHF 4 119.

2) Das Ergebnis aufgebener Geschäftsbereiche beinhaltet im Jahr 2009 Wertberichtigungen im Verlagsgeschäft in Rumänien in der Höhe von TCHF 3 098.

Anhaltend profitables Wachstum von Goldbach Media

Die in der Werbevermarktung privater elektronischer, interaktiver und mobiler Medien führende Goldbach Media Gruppe hat in den ersten sechs Monaten des Jahres 2010 den Umsatz um 8.5 % auf 151.2 Mio. CHF (Vorjahr 139.4 Mio. CHF), den EBIT um 16.6 % auf 7.1 Mio. CHF (Vorjahr 6.1 Mio. CHF) und den Reingewinn um 92.8 % auf 3.1 Mio. CHF (Vorjahr 1.6 Mio. CHF) gesteigert. Für das Geschäftsjahr 2010 rechnet Goldbach Media weiterhin mit profitabilem Wachstum und gegenüber Vorjahr mit einer deutlichen EBIT-Zunahme.

Der Offline- und der Onlinebereich zeigten identische Wachstumsraten von jeweils 8.5 %. Der mit dem Onlinebereich erzielte Umsatzanteil beträgt 39 %, der Offlineanteil 61 %. Bereits 23 % des Nettoumsatzes und 5 % des EBIT stammen aus dem internationalen Geschäft. Der Einfluss von Währungseffekten auf Umsatz und EBIT blieb marginal, weil sich die Entwicklungen in Polen und im Euroraum weitgehend neutralisierten. Die Eigenkapitalquote beträgt nach dem Erwerb von zusätzlichen 25 % der Aktien einer bereits konsolidierten polnischen Tochtergesellschaft und aufgrund von Fremdwährungseffekten 34.1 % (Ende Dezember 40.2 %).

Dynamisches Wachstum mit TV im Offlinebereich

Im Offlinebereich, der Vermarktung von privatem TV, Radio, Teletext und elektronischer Werbung an attraktiven Verkaufsstellen (AdScreen) vor allem in der Schweiz und Österreich, erzielte Goldbach Media im ersten Halbjahr gegenüber dem Vorjahr einen um 8.5 % höheren Nettoumsatz von 93.2 Mio. CHF (Vorjahr 85.9 Mio. CHF). Die

Umsatzzunahme stammt hauptsächlich aus dem TV-Geschäft (+11.3 %), in dem Goldbach Media von der anhaltenden Verlagerung von Werbung in elektronische Medien profitiert und gleichzeitig ihren Marktanteil weiter ausbauen konnte. Am 15. Juli 2010 hat die SevenOne Media (Schweiz) AG bekannt gegeben, ihre durch die Vermarktung von ProSieben langjährige Partnerschaft mit der Goldbach Media Tochter IP Multimedia (Schweiz) AG ab dem Jahr 2011 mit den Schweizer Werbefenstern von Sat.1 und kabel eins zu erweitern. Der Verkauf von Radiowerbung war mit einem Nettoumsatz von 16.2 Mio. CHF (Vorjahr 16.6 Mio. CHF) leicht rückläufig (-2.1 %). Der EBIT im Offlinebereich nahm um 22 % auf 7.3 Mio. CHF zu (Vorjahr 6.0 Mio. CHF). Der Beitrag des Offlinebereichs zum Gruppen-EBIT im ersten Semester beträgt 77 %.

Regional heterogene Entwicklung im Onlinebereich

Der Nettoumsatz im Onlinebereich nahm im ersten Semester 2010 um 8.5 % auf 58.4 Mio. CHF zu (Vorjahr 53.8 Mio. CHF), zeigte aber regional heterogene Ent-

wicklungstendenzen. Der Onlinebereich umfasst die Werbelogistik für digitale sowie interaktive Medien inklusive Onlinewerbung auf Internet-TV und auch das netzwerkzentrische Performance Marketing, das im laufenden Jahr in enger Zusammenarbeit mit der Adconion Group entwickelt wird. Während die Märkte in Osteuropa mit Umsatzzunahmen im hohen zweistelligen Bereich wuchsen, war der Verkauf von Display-Werbung in der Schweiz und in den adriatischen Ländern rückläufig. Die Nachfrage nach Dienstleistungen für das Performance Marketing nahm hingegen zu. In der Schweiz zeichnet sich vor der Einführung des netzwerkzentrischen Performance Marketings eine voraussichtlich einjährige Übergangsphase ab. In den adriatischen Ländern dürfte sich eine wirtschaftliche Erholung erst mit Verzögerung in höherem Onlinewerbevolumen widerspiegeln.

Zunahme der Werbung für Online-TV

Im ersten Semester nahm der Verkauf von Werbung für Online-TV in der Schweiz markant zu. Immer mehr Schweizer sehen TV über den Computer und via iPhone und iPad. Fernsehen und Computer wachsen zusammen. Als interaktives Medium erschliesst Online-TV Goldbach Media zusätzliches Vermarktungspotenzial auch im sich kontinuierlich entwickelnden Bereich des Performance Marketings. Das in der Schweiz durch die Beteiligung am Internet-TV Wilmaa erworbene Vermarktungs-Know-how soll nach und nach auch im Bereich des internationalen Onlinegeschäfts angewendet werden.

Wachsende Nachfrage nach Konzeption und Kreation für Onlinemarketing

Im Onlinebereich werden die konzeptionellen, kreativen und technologischen Goldbach-Angebote für digitale und mobile Medien sowie das Suchmaschinenmarketing und die Vermarktungsdienstleistungen für Internetwerbung

gebündelt. Im ersten Halbjahr 2010 zeichnete sich eine Zunahme der Nachfrage nach kreativen Dienstleistungen und technologischer Umsetzung von Onlinewerbung ab, die von der Goldbach Media Unternehmen orange8 interactive AG erbracht werden. Mit diesem zurzeit nur in der Schweiz und in Deutschland angebotenen Dienstleistungsspektrum erleichtert Goldbach Media den Kunden den Einstieg in die Onlinewerbung unter gleichzeitiger Verlängerung der Wertschöpfungskette. Zusammen mit den zurzeit entwickelten neuen Angeboten für netzwerkzentrisches Performance Marketing beabsichtigt Goldbach Media, das Dienstleistungsangebot für konzeptionelle sowie kreative Onlinewerbung und das Performance Marketing mittelfristig auch in weiteren Ländergesellschaften auszubauen.

Planmässige Einführung von netzwerkzentrischen Angeboten für Onlinemarketing

Die Ausbildung der Mitarbeitenden im Onlinebereich für den sich abzeichnenden Strukturwandel im Onlinewerbe-geschäft durch die Vermarktung von netzwerkzentrischen Werbe- und Marketingangeboten erfolgte im ersten Semester planmässig. Im adriatischen Raum sind im ersten Semester mit der Einführung neuer ERP-Software die Grundlagen für die geplante Integration netzwerkzentrischer Vermarktungsmodelle gelegt worden; Osteuropa folgt im zweiten Semester. Die Migration der entsprechenden Software soll im gesamten Tätigkeitsgebiet im Jahr 2011 abgeschlossen werden.

Von der sich abzeichnenden Aufteilung des Markts in sitespezifische und netzwerkzentrische Werbeangebote erwartet Goldbach Media eine bedeutende Auswirkung auf die Wertschöpfungskette und die Margen in der Onlinewerbung. Bereits heute ist Goldbach Media in den von ihr bearbeiteten Regionen führend bei der



Bruno Widmer
Präsident des
Verwaltungsrats



Klaus Kappeler
CEO

sitespezifischen Vermarktung von Performance Marketing. Aufgrund der im November 2009 langfristig geschlossenen strategischen Kooperationsvereinbarung mit der Adconion Group und der exklusiven Nutzung der entsprechenden Software kann Goldbach Media ihren Kunden in der Schweiz, in Österreich, im adriatischen Raum und in ganz Osteuropa zusätzlich netzwerkzentrische Angebote unterbreiten. Davon verspricht sich Goldbach Media eine weitere Stärkung ihrer Position als führendes Unternehmen von Onlinemarketing und der Vermarktung von Onlinewerbung auf allen interaktiven Medien wie Internet, iPhone und iPad.

Ausblick: weiteres profitables Wachstum und gegenüber Vorjahr deutliche EBIT-Zunahme erwartet

Das im ersten Semester 2010 anhaltende profitable Wachstum und die Abnahme der Marktvolatilitäten bestätigen die im März dieses Jahres formulierten Erwartungen: Goldbach Media erwartet für das Jahr 2010 eine Fortsetzung des profitablen Wachstums und insgesamt eine gegenüber dem ersten Halbjahr allerdings etwas reduzierte EBIT-Wachstumsrate. Der Ausbau der netzwerkzentrischen Onlinewerbeangebote im laufenden Geschäftsjahr dürfte sich nach den einmaligen Anlaufkosten für die Schulung der Mitarbeitenden und der Migration der entsprechenden Software bereits im Geschäftsjahr 2011 positiv auf die Margen auswirken.

«TV und Radio werden immer stärker online und auf mobilen Medien wie iPhone und iPad genutzt. Diese Medienkonversion verlangt vom Vermarkter Know-how beider Welten, aus TV- und Onlinevermarktung. Goldbach Media kann als spezialisierte Werbelogikerin im TV- und Onlinebereich zusammen mit dem neuen Angebot für das netzwerkzentrische Performance Marketing von der sich abzeichnenden Verschmelzung der Medien profitieren. Das in der Schweiz erfolgreiche Modell als Offline- und Onlinevermarkterin ist richtungsweisend auch für die gesamte Entwicklung in Osteuropa.»

Bruno Widmer

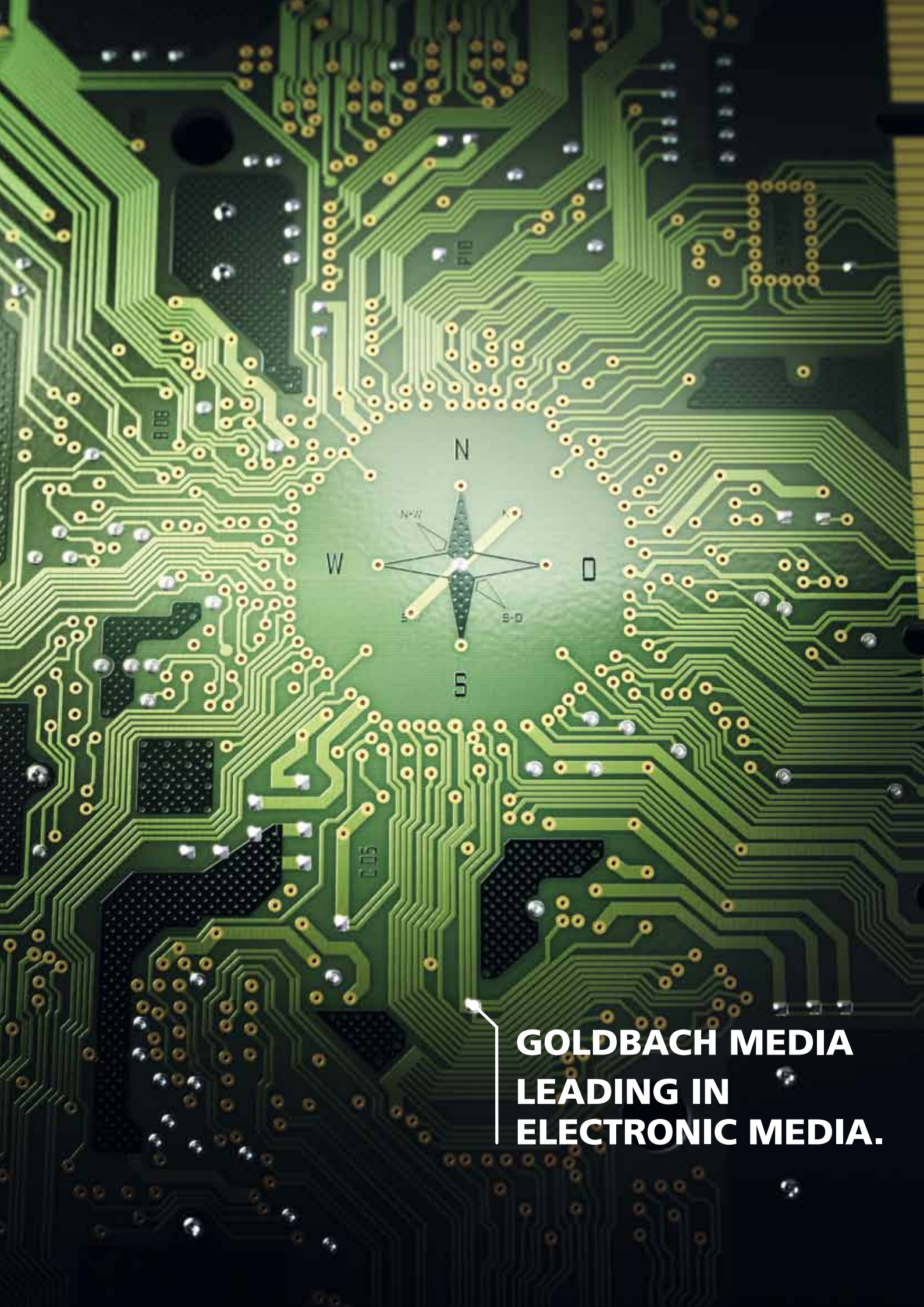
A handwritten signature in black ink, appearing to read 'B. Widmer'.

Präsident des Verwaltungsrats

Klaus Kappeler

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Kappeler'.

Vorsitzender der Gruppenleitung (CEO)



**GOLDBACH MEDIA
LEADING IN
ELECTRONIC MEDIA.**

Konsolidierter Halbjahresabschluss der Goldbach Media Gruppe

Konsolidierte Bilanz

In TCHF	Anm.	30.06.2010	31.12.2009
AKTIVEN			
Flüssige Mittel		22 970	44 395
Kurzfristige Forderungen		52 641	67 807
Steuerforderungen		521	29
Rechnungsabgrenzungsposten		10 241	6 558
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	6	7 601	8 978
Umlaufvermögen		93 974	127 767
Langfristige Forderungen		877	680
Finanzanlagen		380	232
Beteiligungen an assoziierten Gesellschaften		0	0
Immaterielle Werte		52 257	56 423
Sachanlagen		1 474	1 604
Aktivische latente Steuern	4	3 463	4 342
Anlagevermögen		58 451	63 281
Total Aktiven		152 425	191 048
PASSIVEN			
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten		14 182	15 481
Steuerverbindlichkeiten		470	2 004
Sonstige Verbindlichkeiten		41 358	55 293
Kurzfristige Rückstellungen		1 981	2 644
Rechnungsabgrenzungsposten		25 361	29 883
Verbindlichkeiten in Verbindung mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten	6	2 731	3 505
Kurzfristiges Fremdkapital		86 083	108 810
Langfristige Finanzverbindlichkeiten		290	323
Verbindlichkeiten aus Personalvorsorge		864	874
Langfristige Rückstellungen	3	11 858	2 385
Passivische latente Steuern	4	1 392	1 838
Langfristiges Fremdkapital		14 404	5 420
Aktienkapital	7	7 511	7 498
Eigene Aktien		(4 242)	(3 676)
Kapitalreserven		33 017	48 064
Umrechnungsdifferenzen		(15 808)	(11 747)
Gewinnreserven		27 695	28 329
Eigenkapital, den Aktionären der Goldbach Media AG zuzurechnen		48 173	68 468
Minderheitsanteile		3 765	8 350
Eigenkapital		51 938	76 818
Total Passiven		152 425	191 048

Konsolidierte Erfolgsrechnung

In TCHF	Anm.	01.01.–30.06.10	01.01.–30.06.09
Umsatzerlöse netto		151 219	139 417
Direkter Aufwand der erbrachten Leistungen		(117 481)	(108 495)
Bruttogewinn		33 738	30 922
Personalaufwand		(17 596)	(16 431)
Sonstiger Betriebsertrag		1 411	3 685
Sonstiger Betriebsaufwand		(9 063)	(10 364)
Betriebsgewinn vor Abschreibungen und Amortisationen (EBITDA)		8 490	7 812
Abschreibungen und Amortisationen		(1 422)	(1 749)
Betriebsgewinn (EBIT)		7 068	6 063
Finanzertrag	5	1 772	5 459
Finanzaufwand		(1 126)	(1 576)
Anteiliger Jahresverlust assoziierter Gesellschaften		0	(563)
Gewinn vor Steuern		7 714	9 383
Gewinnsteuern		(1 930)	(1 424)
Gewinn aus fortzuführenden Geschäftstätigkeiten		5 784	7 959
Nettoverlust aufgegebenen Geschäftsbereiche	6	(35)	(4 295)
Periodengewinn		5 749	3 664
Davon:			
Den Aktionären der Goldbach Media AG zuzurechnen		3 052	1 583
Minderheitsanteile		2 697	2 081
Total		5 749	3 664
Gewinn je Aktie (in CHF)			
Unverwässert		0.52	0.27
Verwässert		0.51	0.27
Gewinn je Aktie aus fortzuführenden Geschäftsbereichen (in CHF)			
Unverwässert		0.52	0.95
Verwässert		0.51	0.94

Darstellung aller im Eigenkapital erfassten Erträge und Aufwendungen

In TCHF	01.01.–30.06.10	01.01.–30.06.09
Periodengewinn gemäss konsolidierter Erfolgsrechnung	5 749	3 664
Umrechnungsdifferenzen	(4 154)	1 001
Gesamtergebnis	1 595	4 665
Davon:		
Den Aktionären der Goldbach Media zuzurechnen	(1 009)	2 569
Minderheitsanteile	2 604	2 096

Veränderung des konsolidierten Eigenkapitals

In TCHF	Aktienkapital	Eigene Aktien	Kapitalreserven	Umrechnungsdifferenzen	Gewinnreserven	Den Aktionären der Goldbach Media AG zuzurechnen	Minderheitsanteile	Eigenkapital
Stand am 01.01.2009	7 499	(5 076)	46 500	(4 213)	26 626	71 336	11 141	82 477
Gesamtergebnis				986	1 583	2 569	2 096	4 665
Veränderung Konsolidierungskreis und Anpassungen Minderheiten			271			271	(459)	(188)
Kauf eigener Aktien		(531)				(531)		(531)
Verkauf eigener Aktien		3 100	559			3 659		3 659
Aktienbasierte Vergütungen			15			15		15
Dividenden					(3 333)	(3 333)	(8 367)	(11 700)
Stand am 30.06.2009	7 499	(2 507)	47 345	(3 227)	24 876	73 986	4 411	78 397
Stand am 01.01.2010	7 498	(3 676)	48 064	(11 747)	28 329	68 468	8 350	76 818
Gesamtergebnis				(4 061)	3 052	(1 009)	2 604	1 595
Kapitalerhöhung durch Ausübung von Bezugsrechten (Mitarbeiteroptionen)	12		189			201		201
Erwerb von Minderheitsanteilen			(15 594)			(15 594)	(128)	(15 722)
Kauf eigener Aktien		(1 709)				(1 709)		(1 709)
Verkauf eigener Aktien		1 143	217			1 360		1 360
Aktienbasierte Vergütungen			141			141		141
Dividenden					(3 686)	(3 686)	(7 061)	(10 747)
Stand am 30.6.2010	7 511	(4 242)	33 017	(15 808)	27 695	48 173	3 765	51 938

Konsolidierte Geldflussrechnung

In TCHF	Anm.	01.01. – 30.06.10	01.01. – 30.06.09
Gewinn vor Steuern		7 714	9 383
Anpassungen für zahlungsunwirksame Positionen			
Abschreibungen und Amortisationen		1 422	1 749
Zinsertrag		(52)	(115)
Zinsaufwand		201	490
Übriges Finanzergebnis		(1 044)	(4 119)
Ergebnisanteil an assoziierten Gesellschaften		0	563
Aufwand für aktienbasierte Vergütungen		141	15
Sonstige nicht zahlungswirksame Erträge/Aufwendungen		391	(67)
Abnahme Rückstellungen		(522)	(4 947)
Bezahlte Gewinnsteuern		(3 841)	(3 271)
Netto-Geldzu(ab)fluss aus Betriebstätigkeit vor Veränderungen im Nettoumlaufvermögen		4 410	(319)
Abnahme Umlaufvermögen		9 482	7 690
Abnahme kurzfristige Verbindlichkeiten		(16 896)	(1 020)
Netto-Geldzu(ab)fluss aus Betriebstätigkeit		(3 004)	6 351
Erwerb Anteile assoziierter Gesellschaften		0	(470)
Erwerb Anteile Tochtergesellschaften	3	(4 175)	6
Abgang Tochtergesellschaften		0	(149)
Abgang Finanzanlagen		0	242
Zunahme Darlehen		(166)	0
Zugang immaterielle Werte		(1 905)	(657)
Zugang Sachanlagen		(357)	(153)
Erhaltene Zinsen		50	115
Netto-Geldabfluss aus Investitionstätigkeit		(6 553)	(1 066)
Kapitalerhöhung		201	0
Kauf eigener Aktien		(1 709)	(531)
Verkauf eigener Aktien		1 360	2 745
Veränderung kurzfristige Finanzverbindlichkeiten		(23)	(10 797)
Bezahlte Zinsen		(179)	(405)
Bezahlte Dividenden an Aktionäre der Goldbach Media AG		(3 686)	(3 333)
Bezahlte Dividenden an Minderheiten		(7 061)	(8 367)
Netto-Geldabfluss aus Finanzierungstätigkeit		(11 097)	(20 688)
Abnahme flüssige Mittel		(20 654)	(15 403)
Flüssige Mittel am Anfang der Periode		44 395	34 501
Auswirkung von Wechselkursänderungen		(771)	271
Flüssige Mittel am Ende des Jahres		22 970	19 369

Anmerkungen

1 Wichtige Grundsätze der Rechnungslegung

Der vorliegende konsolidierte Halbjahresabschluss ist in Übereinstimmung mit IAS 34 «Interim Financial Reporting» erstellt. Die angewandten Erfassungs-, Bewertungs- und Konsolidierungsgrundsätze entsprechen denen der konsolidierten Jahresrechnung per 31. Dezember 2009 (dafür wird auf den Geschäftsbericht 2009 verwiesen). Der konsolidierte Halbjahresabschluss sollte im Zusammenhang mit dieser konsolidierten Jahresrechnung gelesen werden.

Die Goldbach Media Gruppe (im Folgenden: die Gruppe) hat seit dem 1. Januar 2010 verschiedene neue oder revidierte IFRS- bzw. IAS-Standards angewendet:

IFRS 3 (Anpassung) – Unternehmenszusammenschlüsse

Wesentliche Änderungen betreffen die Behandlung von Anschaffungsnebenkosten, die neu als Aufwand in der Erfolgsrechnung zu berücksichtigen sind, sowie die Bewertung von Minderheitsanteilen, die Erfassung von sukzessiven Unternehmenskäufen und die Behandlung von bedingten Kaufpreisbestandteilen.

Die folgenden überarbeiteten Standards und Interpretationen sind anwendbar ab dem 1. Januar 2010. Sie haben keine wesentlichen Auswirkungen auf die Halbjahresrechnung der Gruppe:

- IFRS 2 (Anpassung) – in bar erfüllte anteilsbasierte Vergütungen von Gruppengesellschaften
- IAS 32 (Anpassung) – Finanzinstrumente: Darstellung
- IAS 27 (Anpassung) – Konzern und separate Einzelabschlüsse nach IFRS
- IAS 39 Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung – Änderung hinsichtlich eingebetteter Derivate bei Umklassifizierung finanzieller Vermögenswerte
- IFRIC 17 – Sachdividenden an Eigentümer
- IFRIC 18 – Bilanzierung der Übertragung eines Vermögenswerts durch einen Kunden
- Jährliches Änderungsverfahren – Verbesserungen vieler Standards

2 Segmentinformationen

Geschäftsbereiche 1. Halbjahr 2010

In TCHF	Online	Offline	Print (auf- gegebener Geschäfts- bereich)	Corporate/ Konsoli- dierung	Total	Abzüglich auf- gegebener Geschäfts- bereich	Total
Umsatzerlöse netto; Dritte	58 238	92 981	3 804	0	155 023	(3 804)	151 219
Umsatzerlöse netto; andere Geschäftsbereiche	181	214	5	(400)	0	0	0
Total Umsatzerlöse netto	58 419	93 195	3 809	(400)	155 023	(3 804)	151 219
Betriebsgewinn (EBIT)	2 137	7 277	(249)	(2 346)	6 819	249	7 068
Total Aktiven (30.06.2010)	86 082	46 300	7 601	12 442	152 425	(7 601)	144 824

Der aufzugebene Geschäftsbereich «Print» wird in der konsolidierten Erfolgsrechnung separat in der Position «Nettoverlust aufzugebener Geschäftsbereiche» ausgewiesen.

Geschäftsbereiche 1. Halbjahr 2009

In TCHF	Online	Offline	Print (auf- gegebener Geschäfts- bereich)	Corporate/ Konsoli- dierung	Total	Abzüglich auf- gegebener Geschäfts- bereich	Total
Umsatzerlöse netto; Dritte	53 718	85 590	5 915	109	145 332	(5 915)	139 417
Umsatzerlöse netto; andere Geschäftsbereiche	115	265	0	(380)	0	0	0
Total Umsatzerlöse netto	53 833	85 855	5 915	(271)	145 332	(5 915)	139 417
Betriebsgewinn (EBIT)	1 395	5 962	(4 114)	(1 294)	1 949	4 114	6 063
Total Aktiven (31.12.2009)	103 332	65 561	8 978	13 177	191 048	(8 978)	182 070

3 Veränderung des Konsolidierungskreises

Im März 2010 erwarb die Gruppe zusätzlich 25 % der Anteile der ARBOMedia Polska, einer Onlinevermarktungsgesellschaft mit Sitz in Warschau, Polen. Die Gesellschaft ist nach dieser Transaktion mit einem Anteil von 98.1 % im Konsolidierungskreis der Gruppe enthalten.

Der Kaufpreis unterteilt sich in eine zum Erwerbszeitpunkt fällige Barzahlung (TCHF 4 141) sowie eine bedingte, variable Kaufpreisverbindlichkeit, die sich anhand der zukünftigen Ergebnisse der Gesellschaft bemisst. Am Bilanzstichtag ist diese Verbindlichkeit mit TCHF 10 069 in der Position Rückstellungen enthalten. Der entstandene Unterschiedsbetrag zwischen Kaufpreis und erworbenen Nettoaktiven wurde mit den Kapitalreserven verrechnet.

Ansonsten sind in der Berichtsperiode keine weiteren wesentlichen Veränderungen im Konsolidierungskreis vorgefallen.

4 Latente Steuern

Aus der Akquisition der ARBOMedia Gruppe wurden in Deutschland basierend auf der sogenannten Sanierungsklausel des § 8c Abs. 1a KStG steuerliche Verlustvorträge übernommen, für die ein latentes Steueraktivum im Umfang von TCHF 5 073 bilanziert wurde. In der Konzernbilanz wurde dieses latente Steueraktivum mit einer latenten Steuerverbindlichkeit in derselben Höhe verrechnet. Wir weisen darauf hin, dass das deutsche Bundesministerium für Finanzen – aufgrund eines laufenden förmlichen Prüfverfahrens der Europäischen Kommission hinsichtlich der Sanierungsklausel – mitgeteilt hat, dass die Finanzverwaltungen die Sanierungsklausel bis zu einem abschliessenden Beschluss der Europäischen Kommission nicht mehr anwenden werden. Die Gruppe geht zum Bi-

lanzstichtag davon aus, dass sie die Voraussetzungen der Sanierungsklausel nach der derzeit geltenden steuerlichen Rechtslage in Deutschland erfüllt hat und die steuerlichen Verlustvorträge aufrechterhalten bleiben können. Sollte die Gesetzgebung hinsichtlich der Sanierungsklausel nachträglich nachteilig verändert werden, besteht das Risiko, dass bilanzierte aktive latente Steuern in der Höhe von TCHF 5 073 auszubuchen sind.

5 Finanzertrag

In der Vorjahresperiode enthält der Finanzertrag Entkonsolidierungsgewinne aus den Abgängen von Tochtergesellschaften im Umfang von TCHF 4 119.

6 Aufgegebene Geschäftsbereiche

Das Verlagsgeschäft und die Vermarktung von Printmedien in Rumänien werden unverändert zum Konzernabschluss 2009 als aufgegebener Geschäftsbereich gemäss IFRS 5 klassifiziert. In diesem Zusammenhang verweisen wir auf die Ausführungen im Geschäftsbericht 2009. Der Fair Value abzüglich erwarteter Verkaufskosten bleibt in Lokalwährung unverändert gegenüber dem 31.12.2009. In der Vorjahresperiode wurde im Rahmen der Fair-Value-Bewertung eine Wertberichtigung von TCHF 3 098 erfasst.

7 Aktienkapital

In der Berichtsperiode erfolgte eine Erhöhung des ordentlichen Aktienkapitals durch Ausübung von Bezugsrechten (Mitarbeiteroptionen). Es wurden 10 200 Aktien mit einem Nennwert von CHF 1.25 zu dem im Mitarbeiteroptionsprogramm aus dem Jahr 2005 festgelegten Preis von CHF 19.75 ausgegeben. Die Anzahl Aktien beträgt neu 6 008 670 Stück.

8 Aktienbasierte Vergütung

Im Mai 2010 wurden den Mitgliedern des Verwaltungs-

rats, der Gruppenleitung sowie mehreren Mitarbeitenden im Rahmen eines Beteiligungsplans gesamthaft 400 000 Aktienoptionen zugeteilt. Ziel dieses Plans ist es, den Erfolg und das Wachstum der Gruppe nachhaltig zu fördern und das Management bzw. den Verwaltungsrat längerfristig an die Gruppe zu binden. Die Aktienoptionen wurden unentgeltlich zugeteilt, wobei eine Option zum Bezug einer Aktie berechtigt. Der Ausübungspreis beträgt CHF 30.28. Die Laufzeit des Plans beträgt acht Jahre, und es besteht eine Sperrfrist bis zum 31. Dezember 2013. Diese Sperrfrist entspricht der sogenannten «Vesting Period» im Sinne von IFRS 2.

Der geschätzte Fair Value der zugeteilten Aktienoptionen beträgt CHF 10 pro Option und wurde mittels eines Binomialmodells ermittelt. Folgende zusätzliche Parameter sind in die Bewertung eingeflossen:

- Aktienpreis zum Zeitpunkt der Zuteilung: CHF 29.55
- Erwartete Volatilität (basierend auf der historischen Volatilität der Aktie): 35 %
- Erwartete Dividendenrendite: 1.5 %
- Risikofreier Zinssatz: 1.6 %

In der Berichtsperiode wurde im Zusammenhang mit dem Beteiligungsplan ein Personalaufwand in der Höhe von TCHF 141 erfasst.

9 Saisonale und andere Schwankungen der Geschäftstätigkeit

Die unterjährige Entwicklung der Umsatzerlöse der Gruppe unterliegt erfahrungsgemäss saisonalen Schwankungen. In der Regel ist das zweite Halbjahr umsatzstärker als das erste. Das vierte Quartal ist das umsatzstärkste. Da die Aufwendungen teilweise nicht umsatzabhängig sind und Vermarktungsverträge teilweise Kommissionssteigerungen bei Erreichen bestimmter Mindestumsätze vorsehen, fallen auch Betriebsgewinn (EBIT) und Periodengewinn im ersten Halbjahr tiefer aus als im Gesamtjahr. Neben saisona-

len Schwankungen können besondere Ereignisse – etwa Grossveranstaltungen wie die Fussballweltmeisterschaften, Fussballeuropameisterschaften oder die Olympischen Spiele – einen bedeutenden Einfluss auf den Einsatz und die unterjährige Verteilung der Werbeausgaben haben.

10 Ergebnisse nach dem Bilanzstichtag

Der Verwaltungsrat der Goldbach Media AG hat den vorliegenden konsolidierten Halbjahresabschluss am 9. August 2010 verabschiedet. Zwischen dem Bilanzstichtag und dem 9. August 2010 sind keine Ereignisse eingetreten, die sich wesentlich auf den konsolidierten Halbjahresabschluss auswirken werden.

Kontaktadressen

Schweiz

Goldbach Media AG und
Goldbach Media Management AG
Seestrasse 39, Postfach
8700 Küsnacht-Zürich
Tel. +41 44 914 91 00, Fax +41 44 914 93 60
www.goldbachmedia.com

AdLINK Internet Media AG
mit activeMOBILE und game mediarep
Seestrasse 39, Postfach
8700 Küsnacht-Zürich
Tel. +41 44 914 92 70, Fax +41 44 914 93 70
www.adlinkmedia.ch

IP Multimedia (Schweiz) AG
Seestrasse 39, Postfach
8700 Küsnacht-Zürich
Tel. +41 44 914 92 00, Fax +41 44 914 93 60
www.ipm.ch

IP Multimedia (Schweiz) AG
Av. de Florimont 1
1006 Lausanne
Tel. +41 21 653 56 80, Fax +41 21 653 56 79
www.ipm.ch

IP Multimedia (Schweiz) AG
Westquaistrasse 60
4057 Basel
Tel. +41 61 387 11 99, Fax +41 61 387 11 22
www.ipm.ch

IP Multimedia (Schweiz) AG
Papiermühlestrasse 73
3014 Bern
Tel. +41 31 348 67 70, Fax +41 31 348 67 74
www.ipm.ch

OnEmotion AG
Mantelgasse 10
8008 Zürich
Tel. +41 43 539 38 60, Fax +41 43 539 48 58
www.onemotionag.com

orange8 interactive ag
Seestrasse 39
8700 Küsnacht-Zürich
Tel. +41 44 914 91 00
www.orange8.com

orange8 interactive ag
Mattenstrasse 90
2503 Biel/Bienne
Tel. +41 32 365 11 11
www.orange8.com

Österreich

Goldbach Media Holding GmbH; Goldbach Media GmbH;
AdLINK Internet Media GmbH
Neustiftgasse 73–75
1070 Wien
Tel. +43 1 370 88 08 0, Fax +43 1 370 88 08 20
www.goldbachmedia.at

Deutschland

ARBOmedia AG
Ottostrasse 9, 1. OG
80333 München
Tel. +49 89 3 83 56 – 0, Fax +49 89 3 83 56 – 120
www.arbomedia.net

orange8 interactive ag (ehem. Suchtreffer AG)
Bleicherstrasse 20
78467 Konstanz
Tel. +49 7531 89207 0, Fax +49 7531 89207 1
www.orange8.com

Eastern Adriatic

Goldbach Media Adriatic d.o.o.
Radnička Cesta 47
10000 Zagreb, Croatia
Tel. +385 1 2304 607, Fax +385 1 2304 599
www.goldbachmedia.hr

AdLINK Media Slovenia d.o.o.
Vojkova 63
1000 Ljubljana, Slovenia
Tel. +386 1 56 56 – 006, Fax +386 1 56 56 – 008
www.adlinkmedia.si

AdLINK Media Croatia d.o.o.
Radnička Cesta 47
10000 Zagreb, Croatia
Tel. +385 1 2304 607, Fax +385 1 2304 599
www.adlinkmedia.hr

AdLINK Media d.o.o. Belgrad
Terazije 12/2
11000 Beograd
Tel. +381 60 01 02 036
www.adlinkmedia.rs

Eastern Europe

ARBOmedia Polska
Ul. Altowa 2
02-386 Warszawa, Poland
Tel. +48 225 92 45 00
www.arbomedia.pl

ARBOvision Warszawa Sp. z.o.o.
Ul. Altowa 2
02-386 Warszawa, Poland
Tel. +48 22 592 44 81
www.arbovision.pl

ARBOinteractive spol SRO
Janáčkovo nábřeží 51/39
15000 Praha 5, Czech Republic
Tel. +420 277 795 670
www.arbointeractive.cz

ARBOinteractive SRL
B-dul Iuliu Maniu, nr. 7
corp B, etaj 3
București-Sector 6, Romania
Tel. +40 372 111 777
www.arbointeractive.ro

ARBOmedia Russia
Serebryakova pr. 6, Businesscenter «Serebryakova»
Moscow, Russia, 129323
Tel. +79 495 979 27 26
www.arbomedia.ru

Goldbach Interactive Russia
Bolshoy pr. P.S. 100
St. Petersburg, Russia, 197022
Tel. +7 (812) 313 99 48
www.goldbachinteractive.ru

Impressum

Herausgeberin:

Goldbach Media AG, Seestrasse 39, 8700 Küsnacht
T +41 44 914 91 00, F +41 44 914 93 60, www.goldbachmedia.com

Gesamtleitung: Paul Riesen, Chief Marketing Officer
Projektleitung: Germaine Müller, Project Manager IR

Gesamtherstellung:

Spillmann/Felser/Leo Burnett, Aemtlerstrasse 201, 8040 Zürich

Druck:

Linkgroup, Mühlebachstrasse 52, 8032 Zürich

Auflage:

1 000 Exemplare deutsch
250 Exemplare englisch

Nachbestellungen:

Goldbach Media AG, Seestrasse 39, 8700 Küsnacht, info@goldbachmedia.com

Alle Aussagen dieses Berichts, die sich nicht auf historische Fakten beziehen, sind Zukunftsaussagen, die keinerlei Garantie bezüglich der zukünftigen Leistungen gewähren. Sie beinhalten Risiken und Unsicherheiten, einschliesslich, aber nicht beschränkt auf zukünftige globale Wirtschaftsbedingungen, Devisenkurse, gesetzliche Vorschriften, Marktbedingungen, Aktivitäten sowie andere Faktoren, die ausserhalb der Kontrolle des Unternehmens liegen.

Der Halbjahresbericht erscheint in Deutsch und Englisch und ist zusätzlich als Onlineversion verfügbar. Nur die deutsche Version ist bindend.

©2010 Goldbach Media AG, alle Rechte vorbehalten

