

# Ad-hoc-Meldung

## Geschäftsergebnis 2016

### **Deutliche Umsatz- und Gewinnsteigerung – Goldbach Group auf Kurs**

**Umsatzwachstum um 5.4% auf 496 Mio. CHF – Steigerung des operativen Ergebnisses auf Stufe EBITDA um 16% – Reingewinn beträgt 8,8 Mio. CHF [+25%] – bedeutende Verlängerungen und Zugewinne von Vermarktungsmandaten in der Schweiz – erfreuliche Entwicklung im zweiten Halbjahr in Deutschland – konsequente Reorganisation des Bereichs Marketing Services – erneute Steigerung des Reingewinns für 2017 erwartet – Erhöhung der Dividende auf 1.20 CHF beantragt – Veränderung im Verwaltungsrat.**

Küsnacht, 07.03.2017. Die an der SIX Swiss Exchange kotierte Goldbach Group blickt auf ein erfolgreiches 2016 zurück. Die Gruppe konnte ihren Umsatz in rückläufigen Werbemärkten um 5.4% auf 496 Mio. CHF steigern. Auf vergleichbarer Basis, d.h. bereinigt um Devestitions- und Fremdwährungseffekte, betrug das Umsatzwachstum 7.0%. Als Folge der höheren Umsätze sowie reduzierten Betriebskosten konnte das operative Ergebnis auf Stufe EBITDA um 15.6% auf 32,5 Mio. CHF gesteigert werden. Nach Steuern und Minderheiten beträgt der den Goldbach Group-Aktionären zurechenbare Reingewinn 8,8 Mio. CHF, im Vergleich zu 7,0 Mio. CHF im Vorjahr (+25.1%). Der um Sondereffekte aus Bereinigungen des Geschäftsportfolios adjustierte Reingewinn hat sich um 21.9% auf 7,5 Mio. CHF erhöht. Aufgrund der positiven Geschäftsentwicklung führt die Goldbach Group ihre aktionärsfreundliche Dividendenpolitik der vergangenen Jahre fort und beantragt der Generalversammlung eine um 20% erhöhte Ausschüttung aus Kapitalreserven von 1.20 CHF je Aktie.

#### **Ad Sales Schweiz**

Im Geschäftssegment Ad Sales Schweiz fasst die Gruppe die Aktivitäten im Bereich der Werbevermarktung in der Schweiz zusammen und erzielte damit einen Umsatz von 447 Mio. CHF [+8.0% gegenüber Vorjahr]. Dieses Umsatzplus führte zu einer Steigerung des EBITDA in diesem Geschäftssegment um 6.4% auf 39,4 Mio. CHF.

Das durch die Goldbach Media [Switzerland] AG betriebene Schweizer TV-Geschäft wächst auch 2016 mit +8.2% deutlich, trotz einem schwierigen Werbeumfeld und trotz der TV-Grossereignisse [Fussball-EM und Olympische Sommerspiele], die vorwiegend auf den öffentlich-rechtlichen Sendern stattfanden. Wie in den vergangenen Jahren konnte Goldbach auch 2016 das Senderportfolio mit zielgruppenspezifischen Spartensendern weiter ausbauen, was einen bedeutenden Teil des Umsatzwachstums erklärt. Aktuell sind 38 TV-Sender exklusiv bei Goldbach unter Vertrag. Die vorzeitigen Vertragsverlängerungen mit den beiden wichtigen Partnern Mediengruppe RTL Deutschland und SevenOne Media [Schweiz] AG waren weitere wesentliche Meilensteine im TV-Geschäft.

Im Radiobereich ist es der Goldbach-Tochter swiss radioworld AG 2016 gelungen, die Präsenz bei Agenturen und Werbetreibenden weiter zu steigern und dadurch den Umsatz mit der Vermittlung von Radiowerbung trotz eines starken Vorjahres nochmals um 1% zu erhöhen. Die Vermarktungserträge mit digitalen Audio-Plattformen, wie Spotify und Tuneln, gewinnen dabei zunehmend an Relevanz. Im Geschäftsjahr 2016 startete Goldbach zudem mit der Entwicklung einer Plattform für programmatische Radiowerbung, womit die Buchungs- und Ausliefe-

rungsprozesse weitgehend automatisiert und datenbasierte Kampagnenauslieferungen möglich werden. Dadurch vereinfacht Goldbach ihren Kunden den Zugang zur Radiowerbung und stärkt damit die Mediengattung Radio als Ganzes.

Nach der erfolgreichen Repositionierung ihres Online-Geschäfts kehrte Goldbach 2016 in diesem Geschäftsbereich auf den Wachstumspfad zurück und steigerte die Online-Umsätze um 14.5% gegenüber Vorjahr. Der wesentliche Treiber dieser Entwicklung ist die Online-Video Werbung. In dieser an Bedeutung zunehmenden Mediengattung konnte Goldbach durch den Gewinn der exklusiven Vermarktungsmandate von Zattoo und Teleboy seine Position weiter stärken. Mit der Goldbach Crossfactory und Goldbach SynchScreen wurden zudem innovative Produkte lanciert, die eine Verlängerung der TV-Markenpräsenz in den Online-Bereich ermöglichen. Die Abwicklung der SynchScreen Kampagnen erfolgt über die in 2015 erworbene Jaduda GmbH in Berlin. Am Standort Zürich-Wollishofen wurde zudem unter dem Dach der Goldbach Digital Services AG das Kompetenzzentrum für datengestützte Werbeauslieferung für sämtliche Verkaufseinheiten der Gruppe etabliert.

## **Ad Sales Deutschland**

Ad Sales Deutschland erzielte im Geschäftsjahr 2016 einen Umsatz von 8,2 Mio. CHF, was einer Zunahme von 167% gegenüber dem Vorjahr entspricht. Das Ergebnis auf Stufe EBITDA beträgt -1,2 Mio. CHF (Vorjahr -3,4 Mio. CHF).

Goldbach Germany hat sich 2016 positiv entwickelt und ist als Bewegtbild-Vermarkter im Markt angekommen. Im TV-Bereich ist es gelungen, ein attraktives Portfolio mit über 20 Spartensendern aufzubauen und bei Agenturen und Werbekunden zu etablieren. Ebenfalls erfreulich ist die Entwicklung im Online-Bereich, in dem Goldbach seinen Kunden ein Online-Video-Portfolio mit konsequent programmatischer Anbindung anbietet. Langsamer als geplant verlief hingegen der Aufbau im Bereich DOOH. Durch die Gewinnung von zusätzlichen exklusiven Vermarktungsverträgen sowie der programmatischen Anbindung des Werbeinventars an eine automatisierte Buchungsplattform soll auch dieser Bereich zukünftig wachsen. Ein weiteres Entwicklungsfeld wurde im Bereich Smart-TV identifiziert. Ab 2017 vermarktet Goldbach ein Portfolio von Smart-TV Apps und Portalen namhafter Gerätehersteller. Die Entwicklungen im Deutschland Geschäft sind ermutigend. Nach zwei Jahren organischen Aufbaus ist es im zweiten Halbjahr 2016 gelungen, die Gewinnschwelle zu erreichen.

## **Ad Sales Österreich**

Ad Sales Österreich erzielte einen um 4.3% gesteigerten Umsatz von 13,0 Mio. CHF und einen EBITDA von 0,6 Mio. CHF [+6.9%]. Die Tochtergesellschaften in Österreich entwickeln sich erfreulich. Goldbach konnte ihr TV-, DOOH- und Online-Portfolio im Geschäftsjahr erneut ausbauen und seine Marktstellung dadurch festigen.

## **Marketing Services**

Die Geschäftsentwicklung des Segments Marketing Services war 2016 unbefriedigend. Die Umsätze haben sich um -16.2% auf 29,7 Mio. CHF reduziert. Als Folge hat Goldbach das Geschäftssegment bereits im ersten Semester 2016 einer strategischen Überprüfung unterzogen und umfassend reorganisiert. Nachdem sich Goldbach bereits 2015 vom Vorhaben verabschiedet hat, eine 360-Grad Kreativagentur aufzubauen, hat sich die Gruppe auch aus dem Geschäft der Produktion und Entwicklung von komplexen E-Commerce Plattformen zurückgezogen. Im Juli 2016 hat Goldbach die entsprechende Geschäftseinheit Digital Presences mit Sitz in Biel veräußert. In diesem Zusammenhang wurden Restrukturierungskosten im Umfang 0,7 Mio. CHF im ausserordentlichen Ergebnis erfasst. Der operative Verlust des Bereichs Marketing Services auf Stufe EBITDA betrug 2,0 Mio. CHF. Einschneidende Sanierungsmassnahmen, die auch einen Abbau des Personalbestandes beinhalteten, waren unumgänglich. Diese Reorganisation ist nun abgeschlossen. Das neu ausgerichtete Geschäftssegment Marketing Services fokussiert

sich zukünftig auf kampagnenbezogene Dienstleistungen im Bereich Performance Marketing, Search Marketing und Social Media. Mit einer deutlich verkleinerten Organisation werden diese Dienstleistungen in den Märkten Schweiz, Deutschland und Österreich Direktkunden angeboten und sind ein wesentlicher Bestandteil im Portfolio der Goldbach Group.

## **Ausserordentliches Ergebnis, Gewinn und Cash Flow**

Goldbach erzielte 2016 ein ausserordentliches Ergebnis von +1,3 Mio. CHF, im Wesentlichen verursacht durch den Verkauf der Geschäftsaktivitäten in Polen sowie Restrukturierungsmassnahmen im Bereich Marketing Services. Demgegenüber steht ein ausserordentliches Ergebnis von +0,9 Mio. CHF im Vorjahr im Zusammenhang mit dem Austritt aus den adriatischen Märkten. Der Reingewinn 2016 der Gruppe konnte um 25.1% auf 8,8 Mio. CHF gesteigert werden; bereinigt um die oben erwähnten ausserordentlichen Effekte beträgt die Steigerung +21.9% auf 7,5 Mio CHF. Der operative Cash-Flow beträgt 28,5 Mio. CHF, ein Plus von 12,0 Mio. CHF gegenüber dem Vorjahr.

## **Veränderung im Verwaltungsrat**

Mirjana Blume und Patrick Eberle haben dem Verwaltungsrat der Goldbach Group mitgeteilt, dass sie diesen auf die Generalversammlung vom 6. April 2017 hin verlassen werden. Der Präsident des Verwaltungsrates der Goldbach Group, Jens Alder, dankt Mirjana Blume und Patrick Eberle bereits jetzt für ihre wertvollen Dienste, die sie für die Gesellschaft geleistet haben. Der Verwaltungsrat wird der Generalversammlung vorschlagen, die beiden Sitze vorerst vakant zu lassen.

## **Ausblick**

Goldbach hält an den vor einem Jahr publizierten mittelfristigen Zielen für die Planperiode 2016-2018 fest. Im Geschäftsjahr 2017 will Goldbach seine Marktstellung in der Schweiz ausbauen und weiter wachsen. Ein bedeutender Schritt in diesem Zusammenhang ist auch die Anfang 2017 vereinbarte exklusive Partnerschaft mit Tamedia im Bereich der Videovermarktung. Das Geschäft in Deutschland soll gestärkt und die positive Entwicklung weitergeführt werden. Im Bereich Marketing Services soll der Turnaround bestätigt werden. Der Start ins neue Geschäftsjahr stimmt zuversichtlich, konnten doch auch in diesem Bereich bedeutende Neukunden wie beispielsweise Deichmann gewonnen werden.

Für das Geschäftsjahr 2017 erwartet Goldbach ein organisches Umsatzwachstum im tiefen einstelligen Prozentbereich, eine Steigerung des EBITDA im mittleren einstelligen Prozentbereich sowie einen Reingewinn zugunsten der Aktionäre von 9,0 – 11,0 Mio. CHF.

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

Die Goldbach Group AG begleitet die Bilanzmedienkonferenz zum Geschäftsergebnis 2016 mit einem Live-Stream via Periscope. So kann die Konferenz auch von ausserhalb live mitverfolgt werden: App downloaden, über Twitter anmelden und live verfolgen. Weitere Informationen dazu erhalten Sie via: [ursina.maurer@goldbachgroup.com](mailto:ursina.maurer@goldbachgroup.com).

Die Präsentation und der Geschäftsbericht 2016 der Goldbach Group AG sind unter folgendem Link auf unserer Webseite zum Download verfügbar: <http://www.goldbachgroup.com/de-ch/investor-relations/geschäftsberichte>

9 258 Zeichen inkl. Leerzeichen

## Kennzahlen

In TCHF	2016	2015	Veränderung in %
<b>Nettoerlös</b>	<b>495 535</b>	<b>470 263</b>	<b>5.4%</b>
Ad Sales Schweiz	447 370	414 184	8.0%
Ad Sales Deutschland	8 162	3 057	167.0%
Ad Sales Österreich (vormals Ad Sales Übrige <sup>1)</sup> )	13 002	19 960	-34.9%
Eliminationen	(1 373)	(487)	181.9%
Ad Sales	467 161	436 714	7.0%
Marketing Services	29 744	35 482	-16.2%
Corporate/Eliminationen	(1 370)	(1 933)	-29.1%
<b>Bruttogewinn</b>	<b>93 385</b>	<b>91 809</b>	<b>1.7%</b>
<b>Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Wertberichtigungen (EBITDA)</b>	<b>32 524</b>	<b>28 138</b>	<b>15.6%</b>
Ad Sales Schweiz	39 375	36 998	6.4%
Ad Sales Deutschland	(1 226)	(3 408)	-64.0%
Ad Sales Österreich (vormals Ad Sales Übrige <sup>1)</sup> )	628	1 203	-47.8%
Ad Sales	38 777	34 793	11.5%
Marketing Services	(1 978)	(1 163)	70.1%
Corporate	(4 275)	(5 492)	-22.2%
<b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>	<b>29 563</b>	<b>25 603</b>	<b>15.5%</b>
<b>Ergebnis Anteil Aktionäre der Goldbach Group AG</b>	<b>8 781</b>	<b>7 018</b>	<b>25.1%</b>
Bereinigtes Ergebnis Anteil Aktionäre Goldbach Group AG	7 477	6 132	21.9%
Cashflow aus Geschäftstätigkeit	28 504	16 519	72.6%
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in CHF)	1.46	1.17	24.8%
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in CHF)	1.46	1.17	24.8%

<sup>1)</sup> Mit dem Verkauf des Polengeschäfts mit Wirkung per 8. Januar 2016 enthält das Segment Ad Sales Übrige ausschliesslich Österreichische Gesellschaften, weshalb die Segmentbezeichnung 2016 auf Ad Sales Österreich geändert wurde. Im Segmentergebnis Ad Sales Übrige des Geschäftsjahres 2015 sind noch Nettoerlöse und EBITDA der Gesellschaften in Polen und der im ersten Semester 2015 veräusserten adriatischen Tochtergesellschaften enthalten. Ad Sales Österreich alleine erzielte 2015 einen Nettoerlös von TCHF 12 460 und ein EBITDA von TCHF 587.

## Weitere Informationen

### Investor Relations

Goldbach Group AG  
Lukas Leuenberger  
CFO  
T +41 44 914 92 07  
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 privaten elektronischen Medien mit Fokus TV, Radio, Digital out of Home, Online sowie Suchmaschinen- und Mobile-Marketing. Als unabhängiger Aggregator 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 Multiscreen-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>