

Ad-hoc-Meldung

Geschäftsergebnis erstes Halbjahr 2017

Deutliches Gewinnwachstum im 1. Halbjahr 2017 und erhöhter finanzieller Ausblick

Umsatz 236 Mio. CHF (+0.8%) – Umsatzwachstum bereinigt um Devestitions- und Fremdwährungseffekte +2.0% – Steigerung des operativen Ergebnisses auf Stufe EBITDA um 23% – Reingewinn beträgt 4,6 Mio. CHF (+24%) – weiterer Ausbau des Vermarktungsportfolios im Heimmarkt Schweiz – deutliches Umsatzwachstum in Deutschland – erfolgreicher Turnaround im Bereich Marketing Services – finanzieller Ausblick für 2017 erhöht.

Küsnacht, 30.08.2017. Die Goldbach Group setzt ihre 2015 kommunizierte Strategie erfolgreich fort. Nach vollzogener Fokussierung hat sich Goldbach zum Ziel gesetzt, ihre Rolle als Vermarkterin und unabhängige Aggregatorin von Werbeinventar im digitalen Bereich weiter auszubauen. So gelingt es Goldbach auch im ersten Semester 2017 bedeutende Vermarktungsverträge zu verlängern und neue Partnerschaften einzugehen. Die Gruppe erzielte im ersten Halbjahr trotz stagnierender Werbemärkte und der Aufgabe von Geschäftsbereichen ausserhalb des Kerngeschäfts einen leicht über Vorjahresniveau liegenden Umsatz von 236 Mio. CHF (+0.8%). Auf vergleichbarer Basis, d.h. bereinigt um Fremdwährungseffekte sowie die im zweiten Halbjahr 2016 erfolgte Aufgabe der Geschäftsbereiche Digital Presences und Evenjo, betrug das Umsatzwachstum +2.0%. Trotz dieses Umsatzwachstums konnten die Betriebskosten dank hoher Kostendisziplin und verschiedener gruppenweiter Optimierungsmaßnahmen um weitere 8.4% auf 27,9 Mio. CHF reduziert werden. Als Folge steigerte Goldbach das operative Ergebnis auf Stufe EBITDA um 23.1% auf 16,4 Mio. CHF. Die EBITDA-Marge hat sich auf 6.9% erhöht (Vorjahr 5.7%). Nach Steuern und Minderheiten beträgt der den Goldbach Group-Aktionären zurechenbare Reingewinn 4,6 Mio. CHF und liegt damit 24% über dem Vorjahresgewinn, welcher durch das ausserordentliche Ergebnis aus dem Verkauf des Polen-Geschäfts geprägt war.

Ad Sales Schweiz

Im Schweizer Vermarktungsgeschäft (Ad Sales Schweiz) erzielte Goldbach im ersten Semester einen Umsatz von 211 Mio. CHF. Bereinigt um den Ausstieg aus dem Eventgeschäft (Evenjo) entspricht dies einem leichten Wachstum von +0.5%, in einem Werbeumfeld, das trotz sich aufhellender Konjunktur auch im ersten Halbjahr 2017 noch nicht richtig in Fahrt gekommen ist. Das EBITDA liegt bei 18,3 Mio. CHF und konnte ebenfalls gegenüber Vorjahr leicht gesteigert werden (+1.2%).

Das durch die Goldbach Media (Switzerland) AG betriebene Schweizer TV-Geschäft wächst auch im ersten Halbjahr 2017 dank einer starken Verkaufsleistung und einem weiteren Ausbau des Werbeinventars mit +1% und somit über dem Markt. Im ersten Halbjahr 2017 konnten mit AB3, Swiss 1 und Teleclub Zoom drei weitere TV Sender ins Vermarktungsportfolio aufgenommen werden. Zudem wurde mit den bedeutenden Partnern RTL, 3Plus und AZ Medien eine Verlängerung der bestehenden Vermarktungszusammenarbeit vereinbart.

Das Online-Geschäft von Goldbach entwickelt sich in 2017 weiter positiv. Der Fokus liegt auch hier auf der exklusiven Vermarktung von Online-Publishern sowie der Entwicklung und dem Verkauf von Goldbach-eigenen Netzwerkprodukten. In diesem Zusammenhang hervorzuheben ist die im ersten Halbjahr vereinbarte Partnerschaft mit Tamedia im Bereich der Video Vermarktung sowie die Beteiligung der RTL Mediengruppe Deutschland an der Goldbach-Online-Vermarktungstochter Goldbach Audience. Das von der Goldbach Audience betriebene kampagnenbasierte, niedermargige Einkaufsgeschäft von Online-Inventar wurde Anfang Jahr eingestellt. Dies hatte umsatzseitig einen negativen Effekt von -2,7 Mio. CHF, wirkt sich jedoch dank tieferer Kostenbasis positiv auf das Ergebnis aus. Trotz dieser weiteren Fokussierung der Geschäftstätigkeit, konnte Goldbach im Online-Geschäft ein Wachstum von +4% erzielen.

Die in der Radiovermarktung tätige Goldbach-Tochter swiss radioworld AG hatte einen schwierigen Start und konnte die Vorjahresumsätze auf hohem Niveau nicht ganz erreichen [-14%]. Insbesondere Kunden aus der für das Radiogeschäft bedeutenden Automobilbranche waren im ersten Halbjahr zurückhaltend. Das kurzfristig buchbare Radiogeschäft ist durch eine hohe Volatilität gekennzeichnet. Erfreulich ist, dass einzelne Grosskunden für das zweite Halbjahr wieder zurückgewonnen werden konnten. Wir erhoffen uns deshalb im zweiten Semester eine Erholung der Situation.

Ad Sales Deutschland

Ad Sales Deutschland erzielte im ersten Halbjahr 2017 einen Umsatz von 5,3 Mio. CHF, was einer Zunahme von 50% gegenüber dem Vorjahr entspricht. Das Ergebnis auf Stufe EBITDA konnte deutlich verbessert werden und beträgt im generell umsatz- und ergebnisschwächeren ersten Halbjahr -0,2 Mio. CHF (Vorjahr -1,3 Mio. CHF).

Goldbach Germany entwickelt sich im ersten Semester 2017 weiter erfreulich. Im TV-Bereich ist es gelungen, das Angebot mit zusätzlichen, zielgruppenspezifischen Spartensendern zu erweitern. Auch im DOOH-Bereich konnte mit der Vereinbarung einer exklusiven Vermarktungszusammenarbeit mit Kaufhäusern das Portfolio gestärkt werden. Nach wie vor positiv ist die Entwicklung im Online-Bereich, in dem Goldbach ihren Kunden Online-Video-Inventar mit konsequent programmatischer Anbindung anbietet. Zudem vermarktet Goldbach seit Anfang Jahr Smart TV Apps namhafter Gerätehersteller und baut damit ihre Produktpalette weiter aus. Der erfreuliche Trend in Deutschland spiegelt sich auch im Ergebnis wieder, wo Goldbach für das Gesamtjahr 2017 ein positives EBITDA prognostiziert.

Ad Sales Österreich

Ad Sales Österreich erzielte einen um 9% gesteigerten Umsatz von 6,2 Mio. CHF und ein EBITDA von 0,1 Mio. CHF [+24.8%]. Die Tochtergesellschaften in Österreich entwickeln sich positiv und wachsen deutlich über dem Markt. Goldbach konnte ihr Vermarktungsinventar im Geschäftsjahr erneut ausbauen und ihre Marktstellung dadurch festigen.

Marketing Services

Der Bereich Marketing Services erzielte im ersten Halbjahr 2017 einen Umsatz von 16,0 Mio. CHF [+8.8%] und konnte somit trotz der letztjährigen Veräusserung der in Biel ansässigen Geschäftseinheit Digital Presences ihre Umsätze steigern.

Die unter dem Namen Goldbach Interactive tätige Digitalagentur für Performance Marketing an den Standorten Konstanz, Wien und Zürich konnte den Turnaround erfolgreich vollziehen. Die im letzten Herbst in Kraft gesetzte standortübergreifende Führung konnte die Agentur erfolgreich stabilisieren. Aktuell optimieren rund 60 Spezialisten aus den Bereichen Search, Display Advertising, Social Media, Kreation und Web Development für Kunden ihre Kampagnen auf allen digitalen Kanälen. Diese weitergeführten Bereiche konnten im ersten Halbjahr dank dem Gewinn von Neukunden im Umsatz um 20% zulegen. Eine deutlich tiefere Kostenbasis sowie die angesprochenen Neukundengewinne sorgen für ein leicht positives EBITDA zum Halbjahr (0,1 Mio. CHF im Vergleich zu -1,4 Mio. CHF im Vorjahr). Auch für das Gesamtjahr 2017 sind wir zuversichtlich, nach einer tiefgreifenden Reorganisation ein ausgeglichenes Ergebnis erzielen zu können.

Gewinn, Cash Flow und Bilanz

Der Reingewinn zugunsten der Goldbach-Aktionäre beträgt 4,6 Mio. CHF, ein Plus von 24%. Unter Ausklammerung des ausserordentlichen Ergebnisses von +1,9 Mio. CHF in 2016, welches insbesondere auf den Gewinn aus dem Verkauf der Geschäftsbereiche in Polen zurückzuführen ist, beträgt das Wachstum des Reingewinns 2,8 Mio. CHF oder +158%.

Der operative Cash Flow beträgt 8,0 Mio. CHF (Vorjahr 8,4 Mio. CHF). Der Verkauf der 24.95% Minderheitsbeteiligung an der Goldbach Audience (Switzerland) AG führte zu einem zusätzlich positiven Mittelzufluss von 0,9 Mio. CHF. Buchhalterisch wurde der Verkaufserlös gemäss den Richtlinien von Swiss Gaap FER erfolgsneutral direkt im Eigenkapital erfasst und erscheint somit nicht in der Erfolgsrechnung.

Die Bilanz der Goldbach Group ist solid. 95% der Aktiven bestehen aus Umlaufvermögen, d.h. insbesondere flüssigen Mitteln und kurzfristigen Forderungen. Das Eigenkapital beträgt 33,3 Mio. CHF, was einer Eigenkapitalquote von 22.9% entspricht.

Ausblick

Goldbach hat im ersten Semester 2017 Rekordwerte auf Stufe Umsatz, EBITDA und bereinigtem Reingewinn erzielt. Aufgrund des starken Halbjahresergebnisses und des intakten Ausblicks auf die zweite Jahreshälfte wird die am 7. März 2017 veröffentlichte Prognose für das EBITDA und den Reingewinn des gesamten Geschäftsjahres 2017 angehoben.

Auf Stufe EBITDA rechnen wir mit einer Steigerung in der Grössenordnung von 10% anstelle des im März 2017 kommunizierten Anstiegs im mittleren einstelligen Prozentbereich. Die Prognose für den Reingewinn wird auf 10,0 – 12,0 Mio. CHF erhöht im Vergleich zu der im März 2017 genannten Bandbreite von 9,0 – 11,0 Mio. CHF. Die Erwartungen bezüglich Umsatz bleiben unverändert. Goldbach rechnet für das Geschäftsjahr 2017 mit einem organischen Umsatzwachstum im tiefen einstelligen Prozentbereich.

Hinweis an Analysten, Investoren und Medienvertreter

Die Goldbach Group AG führt heute um 9.30 Uhr per Telefonkonferenz eine Orientierung zum Halbjahresergebnis 2017 durch. Kurzfristige Anmeldungen sind bis 08.30 Uhr möglich. Weitere Informationen dazu erhalten Sie via: ursina.maurer@goldbachgroup.com.

Die Präsentation und der Halbjahresbericht 2017 der Goldbach Group AG sind unter folgendem Link auf unserer Webseite zum Download verfügbar: <http://www.goldbachgroup.com/de-ch/investor-relations/geschäftsberichte>

Kennzahlen

In TCHF	1. Semester 2017	1. Semester 2016	Veränderung in %
Nettoerlös	235 950	233 998	0.8%
Ad Sales Schweiz	210 659	210 787	-0.1%
Ad Sales Deutschland	5 301	3 546	49.5%
Ad Sales Österreich	6 219	5 688	9.3%
Eliminationen	[1 360]	[284]	378.9%
Ad Sales	220 819	219 737	0.5%
Marketing Services	16 012	14 711	8.8%
Corporate/Eliminationen	[881]	[450]	95.8%
Bruttogewinn	44 280	43 755	1.2%
Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Wertberichtigungen (EBITDA)	16 376	13 307	23.1%
Ad Sales Schweiz	18 304	18 095	1.2%
Ad Sales Deutschland	[235]	[1 326]	-82.3%
Ad Sales Österreich	146	117	24.8%
Ad Sales	18 215	16 886	7.9%
Marketing Services	73	[1 394]	-105.2%
Corporate	[1 912]	[2 185]	-12.5%
Betriebsergebnis (EBIT)	14 964	11 802	26.8%
Ergebnis Anteil Aktionäre der Goldbach Group AG	4 615	3 716	24.2%
Bereinigtes Ergebnis Anteil Aktionäre Goldbach Group AG ¹⁾	4 615	1 789	158.0%
Cashflow aus Geschäftstätigkeit	8 044	8 374	-3.9%
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in CHF)	0.76	0.62	22.6%
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in CHF)	0.76	0.62	22.6%

¹⁾ Bereinigung um das ausserordentliche Ergebnis unter Berücksichtigung von Minderheitsanteilen und Steuereffekten. 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 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>