

# 2016

UNTERNEHMENSPROFIL

**GOLDBACH**  
**GROUP**

## **Goldbach Group AG**

Die Unternehmen der Goldbach Group vermarkten und vermitteln Werbung in privaten elektronischen Medien mit Fokus TV, Radio, Online, Mobile und Digital out of Home (DOOH). Als unabhängiger Aggregator bietet Goldbach ihren Kunden Werbefenster und -plätze, in denen gewünschte Zielgruppen unabhängig von ihrem Standort zum richtigen Zeitpunkt kommerzielle Informationen erhalten. Die Goldbach Group strukturiert sich in die zwei operativen Geschäftsbereiche Ad Sales und Marketing Services, die in der Schweiz, Deutschland und Österreich angeboten werden.

Im Bereich Ad Sales werden für die Medienpartner Werbezeit und Werbeplätze in TV- und Radioprogrammen, auf Online- und Mobile-Plattformen platziert. Das stark wachsende Segment der Videowerbung ist dabei zentral. Ein professionelles Produktemanagement gestaltet die Angebote, welche durch unser Marketing und Sales den Agenturen und Kunden verkauft werden.

Der Bereich Marketing Services unterstützt Direktkunden bei Konzeption, Kreation, Produktion, Planung, Einkauf, Abwicklung und Optimierung von Marketingmassnahmen in elektronischen und digitalen Medien und legt einen starken Fokus auf direkt messbare Erfolgskriterien. Die eingesetzten Massnahmen umfassen auch Search Marketing, die Pflege des Dialogs mit Kunden auf Social-Media-Plattformen und das Community Management für internationale Marken.

Die Goldbach Group ist an der SIX Swiss Exchange kotiert (Swiss Reporting Standard, Valor 487094, ISIN CH0004870942, Valorensymbol: GBMN), hat ihren Sitz in Küsnacht-Zürich (Schweiz) und ist in den deutschsprachigen Ländern tätig. Per Ende 2016 beschäftigten die Ländergesellschaften der Goldbach Group 351 Mitarbeiter.

Im Geschäftsjahr 2016 ist die Goldbach Group über die gesamte DACH-Region näher zusammen gerückt. Zu erwähnen ist in diesem Zusammenhang die Entwicklung von DACH-übergreifenden Produkten, so etwa Goldbach SynchScreen. Mit diesem Produkt verstärken rund ein Dutzend Goldbach-Werbekunden in Deutschland, Österreich und der Schweiz ihre TV-Kampagnen mit Mobile-Werbung oder AdWords-Kampagnen. Zudem hat die Gruppe zwei vielversprechende Start-ups mit Fokus auf digitale Media-Technologien gefördert: BeaconsMind und WeaVR.

Michi Frank (CEO): «Das Medienjahr 2016 war wie erwartet anspruchsvoll. Die Verlagerung der Aufmerksamkeit zu den elektronischen Medien setzt sich fort. Dort kämpfen immer mehr Anbieter um Beachtung durch die Nutzer. Für die Werbung ist das Herausforderung und Chance. Von unseren Partnern haben wir erneut Vertrauen gespürt, was sich auch in der Verlängerung wichtiger Verträge gezeigt hat.»

Die in den Marktsegmenten tätigen Ländergesellschaften der Goldbach Group sind wie folgt unterteilt:

## **AD SALES Schweiz**

### **Goldbach Media (Switzerland) AG**

Die Goldbach Media (Switzerland) ist die renommierte Vermarktungsorganisation für TV, Video und Digital out of Home. Leistungen umfassen Mediaplanung, Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten für private regionale und private nationale TV-Sender sowie Internet-TV-Plattformen. Zusätzlich

vermarktet die Goldbach Media [Switzerland] das Instore Radio von Coop und Coop Pronto. Mit digitalen Werbeflächen an wichtigen Verkaufs- und Verkehrspunkten bietet die Goldbach Media [Switzerland] zudem ein umfangreiches Digital-out-of-Home-Portfolio.

Die Goldbach Media [Switzerland] hat ihren Sitz in Küsnacht-Zürich mit weiteren Standorten in Basel, Bern und Lausanne. Insgesamt beschäftigte sie in der Schweiz 124 Mitarbeitende per Ende 2016.

Deutliche Zeichen setzte die Goldbach Media [Switzerland] in 2016 mit den Vertragsverlängerungen der beiden wichtigen Partner Mediengruppe RTL Deutschland und SevenOne Media [Schweiz] AG. Das Senderportfolio wurde um die Sender TV25 und TLC erweitert. Des Weiteren wurde die Produktgruppe Video lanciert, die sich ausschliesslich der Vermarktung von Videoplattformen widmet.

Alexander Duphorn [CEO]: «Das Kerngeschäft entwickelte sich 2016, trotz leicht rückläufigem Markt, positiv und das neuste Geschäftsfeld Video konnte stark zulegen. Wichtige Digitalisierungsmassnahmen wurden konsequent weiterverfolgt und führen zur Ausweitung von neuen Services und Angeboten für den Werbemarkt.»

### **Goldbach Audience (Switzerland) AG**

Die Goldbach Audience [Switzerland] ist die Experte für Planung und Auslieferung von Werbungen in Online-Medien im Bereich Multi-Screen Advertising. Nach dem Motto «Catch your Audience» bringt die Goldbach Audience [Switzerland] Werbekampagnen zur gewünschten Zielgruppe. Dank dem Einsatz von datengestützten Technologien liefert sie Werbebotschaften, egal auf welchem Screen – ob Display, Video, Mobile, Tablet oder Connected TV zielgenau zum gewünschten Kunden. Dank langjähriger Erfahrung mit Premium Partnern und modernsten technologischen Lösungen ist die Goldbach Audience [Switzerland] die richtige Partnerin für die Umsetzung von Online-Kampagnen. Zum Portfolio gehören unter anderem Wilmaa, Teleboy, Zattoo, RTL-Portfolio, 3+, Spotify, XING, ViaMichelin, VICE, Wildeisen und Swissmilk.

Bei der Goldbach Audience [Switzerland] mit Sitz in Küsnacht-Zürich waren per Ende 2016 sieben Mitarbeitende beschäftigt.

Die Goldbach Audience [Switzerland] konnte das Produkt Crossfactory für den Verkauf von Kurzzeit-Inventar aufbauen. Ein wichtiges Ereignis war ausserdem die Lancierung der SynchScreen-Produktpalette, bei der TV-Kampagnen auf dem Second Screen begleitet werden können. Diese TV-Kampagnen können zeitlich abgestimmt und automatisiert mit Mobile, Video, Display oder Search unterstützt werden. Zudem konnten in diesem Geschäftsjahr VICE, Zattoo und Teleboy in das Netzwerk der Goldbach Audience [Switzerland] aufgenommen werden. Neben den klassisch erzielten Umsätzen wurden zudem erste Programmatic Video Budgets erzielt.

Stefan Wagner [Managing Director]: «2016 war ein anspruchsvolles Jahr, das uns in der Vermarktung aller Produktlinien herausforderte. Dank grossem Fleiss, Einsatz und qualitativ hochwertiger Arbeit des gesamten Teams konnten sämtliche Ziele erreicht werden. Für 2017 gilt es nun, den Erfolg zu bestätigen sowie durch weitere Investitionen in die Qualität unseres Angebots und die Fokussierung auf die Vermarktung unserer Netzwerkprodukte nochmals wichtige Schritte vorwärts zu machen.»

### **swiss radioworld AG**

Die swiss radioworld ist verantwortlich für die Vermittlung von Werbung rund um das Thema Audio. Zu ihren Services gehören Mediaplanung, Vermittlung, Buchung, Abwicklung und Controlling von Radiowerbung für Schweizer Privatradiostationen. Zudem vermarktet die swiss radioworld das Spotify-Audioinventar sowie das digitale Radio-Inventar von über 30 Radiostationen in der Schweiz.

Die swiss radioworld beschäftigte per Ende 2016 insgesamt 14 Mitarbeitende an ihrem Sitz in Zürich [Wollishofen].

Die swiss radioworld lancierte im Geschäftsjahr 2016 unter anderem Programmatic-Radio, wodurch Prozesse automatisiert und optimiert werden können. Infolgedessen werden datenbasierte Produkte möglich, was Radio noch attraktiver macht. Überdies ist Digital Audio mit den Plattformen Spotify, Tuneln, Radiocircus und Radionomy weiterhin auf Erfolgskurs. Der Umsatz wurde dabei um rund 40% gesteigert.

Ralf Brachat (Managing Director): «Radio bewegt sich in grossen Schritten Richtung Zukunft, auch dank einer äusserst konstruktiven Zusammenarbeit der Sender mit der swiss radioworld AG. Ich bin stolz darauf, dass wir in diesem Tempo Richtung Automatisierung und Programmatic gehen. Agenturen und Werbetreibende dürfen sich auf viele neue und attraktive Werbemöglichkeiten im Bereich Radio freuen.»

## **Goldbach Digital Services AG**

Die Goldbach Digital Services ist der zentrale digitale Service Hub der Goldbach Group. Die Goldbach Digital Services verantwortet sämtliche Ad Operations ihrer Schwestergesellschaften und führt das zentrale Data-als auch Produktmanagement der Goldbach Group. Weiterhin dient sie den operativen Einheiten als vollumfänglicher Dienstleister für sämtliche Ad-Technology-Bedürfnisse.

Die Goldbach Digital Services hat ihren Sitz in Küsnacht-Zürich mit einem weiteren Standort in Zürich (Wollishofen) und beschäftigt insgesamt 25 Mitarbeitende per Ende Jahr.

Die Goldbach Digital Services arbeitete an diversen zukunftsorientierten Projekten wie beispielsweise Digital out of Home Data Integration, WiFi- und Beacon-Daten sowie der Identifizierung und Zuordnung eines Users auf seinen verschiedenen Endgeräten, dem sogenannten Cross Device Tracking. Ein weiterer Meilenstein ist die Lancierung von boost.digital im Frühling 2016. Mit boost.digital stellt die Goldbach Digital Services den Partnern ihr spezialisiertes Know-how samt den dazugehörigen Tools zur Verfügung. Wichtige Kunden und Agenturen konnten dabei in diesem Jahr bereits gewonnen werden.

Alexander Horrolt (Managing Director): «Mit der Goldbach Digital Services haben wir in der Goldbach Group auf die zunehmende Konvergenz, Spezialisierung und Technologisierung mit einer zentralen Service Unit aus Experten unterschiedlicher Disziplinen wie Technologie, Data Analytics oder Programmatic reagiert. So schaffen wir eine klare Fokussierung, nutzen Synergien über Entity-Grenzen und vermeiden Doppelspurigkeiten.»

## **AD SALES Deutschland**

### **Goldbach Germany GmbH**

Die Goldbach Germany ist im vierten Quartal 2014 im deutschen Markt gestartet und unterstützt Werbetreibende in ihrer Markenführung mit relevanten Bewegtbild-Angeboten über alle Mediengattungen hinweg. Der Fokus liegt dabei auf einer einfachen und effizienten Abwicklung von Werbeschaltungen und einer repräsentativen Messbarkeit. Das Unternehmen bietet seinen Kunden ein übergreifendes Produktportfolio, das von Digital out of Home über Online-Video und Smart TV bis hin zu einem vielseitigen linearen TV-Angebot reicht.

Am Ende des Geschäftsjahres 2016 waren bei der Goldbach Germany mit Sitz in München 19 Personen angestellt.

Im Geschäftsjahr 2016 wurde Goldbach TV von der Goldbach Germany als Instrument zur Reichweitenausweitung von senderunabhängigen Werbeblöcken etabliert. Überdies konnten dabei für diese Blöcke namhafte Werbekunden gewonnen werden. Zusätzlich zu erwähnen ist die Ausrichtung der Goldbach Video GmbH, welche ausschliesslich Leistungen im Online-Video-Bereich erbringt. Mit einem Angebotsvolumen von mehr als 200 Mio. Ad Impressions monatlich, konnte so eine eindeutig adressierbare Menge von Kontakten im Markt angeboten werden.

Peter Christmann (Chairman): «Die Goldbach Germany ist angetreten mit dem Claim: Einfach – Messbar – Effizient. Diesem Grundsatz folgen wir und weiten die Vermarktung von zählbaren Kontakten mit programmatischen Mitteln sukzessive über alle von uns vermarkteten Kontakt-Flächen aus. Es entsteht also nicht nur eine Effizienzsteigerung, sondern auch eine Qualitätssteigerung in den Kontakten.»

### **Jaduda GmbH**

Die Jaduda ist ein Full-Service-Dienstleister für Marketing auf mobilen Endgeräten. Das Anfang 2010 gegründete Unternehmen wurde im Oktober 2015 von der Goldbach Group übernommen und bietet ein Angebot, das den

Mobile-Werbemarkt für Werbetreibende vereinfacht und ihnen den Zugang zu allen relevanten Ad Exchanges über die Plattform Splicky.com ermöglicht.

Per Ende 2016 beschäftigte die Jaduda mit Sitz in Berlin 17 Mitarbeitende.

Ein entscheidendes Ereignis für die Jaduda im Jahr 2016 war die vollumfängliche Integration in die Goldbach Group. Des Weiteren wurde das Produktportfolio der Plattform Splicky.com um Digital out of Home erweitert und SynchScreen in der DACH-Region lanciert.

Sven Ruppert (Managing Director): «2016 war in der Tat herausfordernd; der Markt konsolidiert sich und der Wettbewerb ist dementsprechend intensiv, doch mit der Goldbach Group als starke Muttergesellschaft waren wir in der Lage trotzdessen innovative Produkte und Dienstleistungen, wie SynchScreen oder die Erweiterung unseres Angebots um DOOH, zu lancieren.»

## **AD SALES Österreich**

### **Goldbach Austria GmbH**

Die Goldbach Austria ist eine Subholding der Schweizer Goldbach Group AG und umfasst mit der Goldbach Audience Austria und Goldbach Media Austria zwei eigenständige Online- und Offline-Vermarktungsgesellschaften sowie mit der Goldbach Interactive Austria ein Unternehmen zur Umsetzung digitaler Marketinglösungen. Zum Aufgabenbereich der Goldbach Austria zählt die Steuerung der Gruppe in Österreich, die Bereitstellung administrativer Dienstleistungen für die operativen Tochtergesellschaften sowie die Planung, Koordination und Durchführung von Marketingaktivitäten und Research-Projekten.

In der Goldbach Austria mit Sitz in Wien waren per Ende 2016 sieben Personen angestellt.

Die Goldbach Austria konnte im 2016 ihre Stellung im österreichischen Markt als unabhängiger Vermarkter und Kompetenzzentrum für Werbung auf digitalen Screen-Medien weiter festigen. Mit dem Ausbau des TV- und DOOH-Portfolios und der Neuausrichtung des Online-Angebotes wurde ein klar strukturiertes Leistungsspektrum am Markt positioniert und kommuniziert. Zu erwähnen ist auch, dass die Sales-Teams der Goldbach Audience Austria und der Goldbach Media Austria zusammengeführt wurden.

Maurizio Berlini (Managing Director): «Unter dem Motto «Simplify» ist es uns ein Anliegen, unseren Kunden und Partnern die digitale Marketingwelt zu vereinfachen und gemeinsam bestmögliche Ergebnisse zu erzielen. 2016 hat uns als Unternehmen einen grossen Schritt weiter gebracht in Richtung Reduktion von Komplexität – für unsere Kunden, Partner und letztendlich auch das Team selbst. Wir konnten unser breit gefächertes Know-how in allen Bereichen digitaler und elektronischer Medienvermarktung weiter bündeln, interne und externe Prozessen optimieren und freuen uns darauf, die positive Entwicklung der Goldbach Austria mit geballter Kraft weiter voranzutreiben.»

### **Goldbach Audience Austria GmbH**

Die Goldbach Audience Austria ist Vermarkterin in den Bereichen Online, Video, Mobile und Performance Advertising in Österreich. Sie bietet kompetente Beratung, vielfältige Serviceleistungen sowie ein umfassendes Produktportfolio für innovative Multi-Screen-Marketing-Lösungen an. Werberelevante Zielgruppen werden auf allen Screens – von Desktop über Laptop, Tablet und Smartphone bis hin zu Smart TV – von der Goldbach Audience Austria erreicht und gezielt angesprochen. Das Portfolio in Österreich beinhaltet Sites wie ATV, BAZAR, CINEPLEXX, DMAX, KRONEHIT, MTV, T-Mobile, VIVA, Wirtschaftsverlag und XING. Im Online- sowie Mobile-Bereich wird die Marke des Kunden richtig platziert und damit nachhaltig Branding-Effekt geschaffen.

Per Ende 2016 beschäftigte die Goldbach Audience Austria mit Sitz in Wien 13 Mitarbeitende.

Ein Meilenstein der Goldbach Audience Austria ist der erfolgreiche Aufbau von datengetriebenen Vermarktungsprodukten als Alternative zu bekannten Umfeldwerbeprodukten. Zu erwähnen ist auch, dass das Bewegtbildportfolio im Partner- sowie Produktbereich im Geschäftsjahr 2016 deutlich gestärkt werden konnte. Des Weiteren wurden programmatische Buchungsmöglichkeiten für alle Bereiche etabliert.

Georg Klauda [Co-Managing Director]: «2016 war für uns, wie auch für unsere Kunden, ein Jahr mit vielen neuen Herausforderungen: Programmatic, Data-driven Advertising, Video, Mobile – um nur einige Schlagworte zu nennen – haben uns in diesem Jahr beschäftigt und bieten neue Werbemöglichkeiten, verursachen aber auch zusätzliche Komplexität. Für unsere Kunden und Partner reduzieren wir diese Komplexität. In diesen Bereichen ist die Goldbach Audience Austria klar Vorreiter am nationalen digitalen Vermarktermarkt.»

## **Goldbach Media Austria GmbH**

Die Goldbach Media Austria vermarktet die TV-Sender DMAX Austria, Comedy Central Austria, VIVA Austria, Nickelodeon Austria, Nicknight Austria sowie N24 Austria. Darüber hinaus hat das Unternehmen die Vermarktung des grössten österreichischen Digital-out-of-Home-Werbenetzwerks inne. Goldbach Media Austria steht für starke Brands mit attraktiven Zielgruppen. Dem Kunden werden innovative Konzepte und massgeschneiderte Umsetzungen über alle Screens hinweg angeboten.

An ihrem Standort in Wien beschäftigte die Goldbach Media Austria per Ende Jahr 13 Mitarbeitende.

Das Geschäftsjahr 2016 war für die Goldbach Media Austria das erfolgreichste seit ihrer Gründung. Besonders hervorzuheben ist die Lancierung der weltweit ersten programmatischen DOOH-Kampagne, die netzwerkübergreifend über einen Ad Server läuft. Ein weiterer bedeutender Höhepunkt war der Gewinn von N24 Austria als neuen TV-Vermarktungspartner.

Josef Almer [Co-Managing Director]: «2016 war mit dem erfolgreichsten Geschäftsergebnis definitiv ein Meilenstein in der bisherigen Unternehmensgeschichte der Goldbach Media in Österreich. Unsere Position als führender neutraler TV-Vermarkter konnte mit dem Zugewinn von N24 ausgebaut und unsere Kompetenz in der Zielgruppenvermarktung weiter gestärkt werden. Als «Marktentwickler» im Digital-out-of-Home-Bereich konnten wir innovative Lösungen für unsere Kunden anbieten und den Stellenwert der Mediengattung in Österreich generell vorantreiben.»

## **MARKETING SERVICES**

Unter dem Namen Goldbach Interactive bietet die Digitalagentur an den Standorten Zürich, Wien und Konstanz die Konzeption und Umsetzung digitaler Kampagnen, Social Media Management und Lösungen rund um digitale Markenauftritte an. Werbetreibende profitieren zusätzlich von der Partnerschaft mit der Goldbach Group im Bereich TV, Radio, Digital out of Home und Online-Vermarktung.

Per Ende 2016 beschäftigte die Goldbach Interactive an ihren drei Standorten insgesamt 67 Mitarbeitende.

## **Goldbach Interactive (Switzerland) AG**

Die Goldbach Interactive (Switzerland) bietet als Digitalagentur einen lückenlosen Service für ihre Klienten an. Dabei können die Kunden auf eine Auswahl an Leistungen zurückgreifen, sei es nun Kreation, Produktion, digitaler Medieneinsatz oder der Dialog mit Endkunden über Social Media. Die Werbetreibende profitieren von der konsequent ergebnisorientierten Kombination von Kreativität, Media, Technologie und Daten.

Die Goldbach Interactive (Switzerland) beschäftigte an ihrem Sitz in Zürich (Wollishofen) per Ende Jahr 25 Mitarbeitende.

Im Geschäftsjahr 2016 hat die Goldbach Interactive (Switzerland) eine strategische Refokussierung auf das Kerngeschäft des digitalen Performance Marketing vollzogen. Infolgedessen trennte sich die Agentur Mitte Jahr vom Geschäftsbereich Digital Presences in Biel, einem Betriebsteil des Webdienstleisters Orange8, den die Goldbach

Group im Jahr 2008 übernommen hatte. Mit der vollständigen Übernahme der Goldbach Interactive Austria im September 2016 und der Gründung eines standortübergreifenden Management Teams wurden die Voraussetzungen für die neue Aufstellung als eine DACH-übergreifende Goldbach Interactive an den Standorten Konstanz, Wien und Zürich erfüllt.

Marcel Oppliger (Managing Director): «Gemeinsam bündeln wir unsere Kräfte: Über 60 Experten und ein länderübergreifendes Management-Team. Für eine schlagkräftige Digitalagentur, unabhängig der Standorte!»

### **Goldbach Interactive (Germany) AG**

Die Goldbach Interactive (Germany) ist eine Agentur für Online Marketing, welche 1998 als Suchtreffer AG gegründet wurde. Ein Tätigkeitsschwerpunkt ist die Performance-Ausrichtung von Advertising-Kampagnen sowie das Mobile und Social Media Advertising. Ausserdem deckt die Goldbach Interactive Germany das ganze Spektrum an Suchmaschinenmarketing (SEM) ab.

Die Goldbach Interactive (Germany) mit Sitz in Konstanz verzeichnete per Ende Jahr 26 Mitarbeitende.

Die Goldbach Interactive (Germany) hat den bereits im Jahr 2015 begonnenen Restrukturierungsprozess erfolgreich umgesetzt. Durch den weiteren Ausbau der Vertriebsaktivitäten konnten im Jahr 2016 einige neue Betreuungsmandate gewonnen werden. Insbesondere durch den Gewinn eines grossen Projektes im Bereich Conversion Optimization erreichte der Standort Konstanz ein positives Gesamtergebnis.

Christian Künitz (Managing Director): «Wir sind froh, dass die umgesetzten Massnahmen im Bereich Sales-Aufbau und die klare Positionierung am Markt zu neuen Projekten und Betreuungsmandaten geführt haben und wir somit die Goldbach Interactive am Standort Konstanz auf eine solide wirtschaftliche Basis stellen konnten.»

### **Goldbach Interactive Austria GmbH**

Die Goldbach Interactive Austria ist eine Agentur, welche die gesamte Bandbreite der modernen digitalen Marketingkommunikation abdeckt. Das Portfolio umfasst Display Advertising, Performance Marketing, Performance Branding, Social Media, Search Engine Marketing und Websites. Dabei werden Strategie und Beratung, Kreation und Technologie sowie Media und Projektleitung lückenlos aus einer Hand angeboten.

Die Goldbach Interactive Austria mit Sitz in Wien beschäftigte Ende Jahr 16 Mitarbeitende.

Im Geschäftsjahr 2016 konnte die Goldbach Interactive Austria den bisher grössten Erfolg seit ihrer Gründung im Jahr 2011 verzeichnen: das Portfolio wurde ausgebaut und professionalisiert, die Anzahl der Kundenmandate sowie die Team-Grösse sind stark gewachsen. Zusätzlich sind die Serviceleistungen bestehender Kunden in weiteren Ländern intensiviert und ausgebaut worden. Weiterhin konnte in diesem Jahr ein relevanter Social-Media-Etat mit Betreuung in 21 Ländern sowie mehrerer Tochtermarken gewonnen werden.

Michael Wippel & Sascha Frommhund (Co-Managing Directors): «Das vergangene Jahr war für die Goldbach Interactive Austria der Durchbruch und der Lohn für vier Jahre intensive Aufbauarbeit. Aber wer rastet der rostet. Daher wurden Ende 2016 die Goldbach Interactive Gesellschaften in Österreich, Deutschland und der Schweiz zu einer gemeinsam agierenden DACH-Agentur zusammengeführt, um Synergien zu nutzen und für international agierende Werbetreibende aufgestellt zu sein.»

Kontakt:  
Goldbach Group AG  
Ursina Maurer, Leiterin IR  
Seestrasse 39  
8700 Küsnacht-Zürich

T +41 44 914 93 03  
F +41 44 914 93 60  
[investor\\_relations@goldbachgroup.com](mailto:investor_relations@goldbachgroup.com)

**GOLDBACH**  
**GROUP**