

2016

HALBJAHRESBERICHT

Kennzahlen der Goldbach Group

in TCHF	1. Semester 2016	1. Semester 2015	Veränderung in %
Nettoerlös	233 998	226 781	3.2%
Ad Sales Schweiz	210 787	197 836	6.5%
Ad Sales Deutschland	3 546	1 400	153.3%
Ad Sales Österreich (vormals Ad Sales Übrige ¹⁾)	5 688	9 550	-40.4%
Eliminationen	[284]	[174]	-62.6%
Ad Sales	219 737	208 612	5.3%
Marketing Services	14 711	19 098	-23.0%
Corporate/Elimination	[450]	[929]	51.5%
Bruttogewinn	43 755	43 460	0.7%
Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Wertberichtigungen (EBITDA)	13 307	11 865	12.2%
Ad Sales Schweiz	18 095	17 630	2.6%
Ad Sales Deutschland	[1 326]	[1 773]	25.2%
Ad Sales Österreich (vormals Ad Sales Übrige ¹⁾)	117	88	33.0%
Ad Sales	16 886	15 945	5.9%
Marketing Services	[1 394]	[645]	-116.1%
Corporate	[2 185]	[3 435]	36.4%
Betriebsergebnis (EBIT)	11 802	10 724	10.1%
Ergebnis Anteil Aktionäre der Goldbach Group AG	3 716	2 361	57.4%
Cashflow aus Geschäftstätigkeit	8 374	[4 350]	292.5%
Unverwässerter Gewinn pro Aktie (in CHF)	0.62	0.40	55.0%
Verwässerter Gewinn pro Aktie (in CHF)	0.62	0.40	55.0%
	30.06.2016	31.12.2015	
Umlaufvermögen	126 364	148 084	-14.7%
Anlagevermögen	9 143	10 585	-13.6%
TOTAL AKTIVEN	135 507	158 669	-14.6%
Fremdkapital	106 188	121 388	-12.5%
Eigenkapital	29 319	37 281	-21.4%
TOTAL PASSIVEN	135 507	158 669	-14.6%
Eigenkapitalquote	21.6%	23.5%	-7.9%
Anzahl Namensaktien	6 036 991	6 010 920	0.4%
Aktienkurs in CHF [SIX]	27.50	19.75	39.2%
Vollzeitstellen	355	412	-13.8%
Anzahl Mitarbeiter/-innen	382	436	-12.4%
davon CH	270	267	1.1%
davon International	112	169	-33.7%

¹⁾ 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 ersten Semesters 2015 sind noch Nettoerlöse und EBITDA der Gesellschaften in Polen und der im ersten Semester 2015 veräusserten adriatischen Tochtergesellschaften enthalten.

Geschäftsergebnis erstes Halbjahr 2016

Geschätzte Aktionärin, geschätzter Aktionär

Wir freuen uns, Sie über die Fortschritte informieren zu können, die unsere Gruppe im ersten Halbjahr 2016 erzielt hat. Die seit nunmehr zwei Jahren eingeleiteten und durchgehaltenen Massnahmen zur Fokussierung und Bereinigung des Portfolios greifen. Zusammen mit einer erfreulichen Geschäftsentwicklung widerspiegeln sie sich in den Ergebnissen des ersten Halbjahres 2016. So konnte der Umsatz in einem anspruchsvollen Umfeld um 3.2% gegenüber der Vergleichsperiode auf 234 Mio. CHF gesteigert und die Profitabilität dank des Rückzugs aus weiteren wenig gewinnbringenden Aktivitäten und trotz Aufbaukosten für den Markt Deutschland und einer schwierigen Situation im Bereich Marketing Services verbessert werden. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Amortisationen (EBITDA) betrug 13,3 Mio. CHF und das Betriebsergebnis (EBIT) auf 11,8 Mio. CHF, entsprechend einem Zuwachs von 12.2%, resp. 10.1%. Durch den erfolgreichen Verkauf der Geschäftsaktivitäten in Polen wurde im ersten Semester ein ausserordentliches Ergebnis von +1,9 Mio. CHF erzielt, im Vergleich zu +0,7 Mio. CHF im Zusammenhang mit der Bereinigung des Geschäftsportfolios im Vorjahr. Der den Goldbach Group Aktionären zurechenbare Reingewinn für das erste Halbjahr 2016 beträgt 3,7 Mio. CHF, nach 2,4 Mio. CHF in der Vorjahresperiode (+57%).

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 211 Mio. CHF (6.5% gegenüber Vorjahr). Dieses Umsatzplus führte zu einer Steigerung des EBITDA in diesem Geschäftssegment um 2.6% auf 18,1 Mio. CHF. Das Schweizer TV-Geschäft wächst auch im 2016 mit +8.9% deutlich, obwohl sich der Werbemarkt gemäss unserer Einschätzung im ersten Semester rückläufig entwickelt hat und die diesjährigen TV-Grossereignisse wie die Fussball-EM vorwiegend auf den öffentlich-rechtlichen Sendern stattfinden. Neben den für die Werbekunden attraktiven Programmen der von Goldbach vermarkteten Sender, sowie den guten Verkaufsleistungen, trägt auch das stetig wachsende Senderportfolio der Goldbach Media (Switzerland) AG zu diesem Erfolg bei. Mit der frühzeitigen und mehrjährigen Verlängerung des Vermarktungsvertrages mit der Mediengruppe RTL Deutschland wurde im ersten Halbjahr 2016 zudem die weitere Zusammenarbeit mit diesem bedeutenden Partner langfristig vereinbart. Ebenso erfreulich ist die Tatsache, dass die Goldbach Media (Switzerland) AG zum fünften Mal in Folge von den Werbeauftraggebern und Mediaagenturen im Rahmen des «Media Trend Awards» zur besten Vermarkterin ausgezeichnet wurde.

Das Geschäftsfeld Radio entwickelt sich ebenfalls erfreulich, konnte jedoch, wie erwartet, die nach der Auflösung der Euro-Untergrenze im Januar 2015 folgenden absoluten Rekord-Monate des Vorjahres umsatzmässig nicht ganz erreichen. Weiterhin erfreuen sich Werbeformen auf digitalen Radioplattformen wie Spotify steigender Beliebtheit. Durch den Zugewinn der exklusiven Vermarktungsmandate von Zattoo und Teleboy konnte sich Goldbach als klar führender Vermarkter im stark wachsenden Segment der Online-Video Werbung positionieren. Ausserdem wurde mit VICE, einer schnell wachsenden Medienplattform für junge Erwachsene, eine strategische Partnerschaft abgeschlossen und das Sportsegment durch die Website transfermarkt.ch ergänzt. Die Goldbach Crossfactory und Goldbach SynchScreen wurden im ersten Semester als innovative Produkte lanciert, die eine Verlängerung der TV-Markenpräsenz in den Online-Bereich ermöglichen. Hervorzuheben ist, dass dieses Angebot eine programmatische Auslieferung über die in 2015 erworbene Mobile-Plattform Splicky ermöglicht.

Ad Sales Deutschland

Der organische Aufbau des Geschäfts in Deutschland entwickelt sich positiv, wenn auch etwas langsamer als geplant. Die von Quartal zu Quartal ansteigenden Umsätze zeigen jedoch, dass der Kurs stimmt. Goldbach konnte in den vergangenen anderthalb Jahren ein beachtliches Werbeinventar aufbauen und vermarktet gegenwärtig 86 Medien-Plattformen, wovon 28 Pay und Free-TV-Sender sind, welche seit Ende des vergangenen Jahres mit Goldbach TV auf Basis einer AGF-Lizenz gemessen und damit für den Werbemarkt nutzbar gemacht werden. Zudem werden aus Deutschland heraus seit Anfang 2016 länderübergreifende Produkte für den gesamten DACH-Markt entwickelt.

Ad Sales Deutschland weist im ersten Halbjahr eine deutliche Umsatzsteigerung von über 150% auf 3,5 Mio. CHF aus. Das Ergebnis auf Stufe EBITDA verbesserte sich zum Halbjahr auf –1,3 Mio. CHF (Vorjahr –1,8 Mio. CHF).

Ad Sales Österreich

Das Geschäft in Österreich entwickelt sich weiter positiv. Das TV-Portfolio konnte mit dem Start des Werbefensters N24 ergänzt werden. Im Online-Bereich verfügt Goldbach über das grösste unabhängige Vermarktungsnetzwerk in Österreich. Ad Sales Österreich erzielte zum Halbjahr einen Umsatz von 5,7 Mio. CHF und einen EBITDA von 0,1 Mio. CHF.

Marketing Services

Das Geschäftssegment Marketing Services hat sich im ersten Semester 2016 aufgrund der weiterhin angespannten Marktsituation unbefriedigend entwickelt. Die Umsätze sind um –23% auf 14,7 Mio. CHF gesunken und das operative Ergebnis auf Stufe EBITDA beträgt –1,4 Mio. CHF (Vorjahr –0,6 Mio.). Die Gruppe hat das Segment im 2016 einer strategischen Überprüfung unterzogen. Nachdem sich Goldbach bereits im vergangenen Jahr vom Vorhaben, eine 360-Grad Kreativagentur aufzubauen, verabschiedet hat, zieht sich die Gruppe nun auch aus dem Geschäft der Produktion und Entwicklung von Webauftritten und E-Commerce Shops zurück. Im Juli 2016 hat Goldbach die entsprechende Geschäftseinheit Digital Presences mit Sitz in Biel an die Computer Rock AG veräussert. Digital Presences hat im ersten Semester 2016 mit gegen 20 Mitarbeitenden einen Umsatz im tiefen einstelligen Millionenbereich erzielt. Der neu ausgerichtete Bereich 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.

Gewinn und Cash Flow

Der Reingewinn im ersten Semester 2016 konnte um 57% auf 3,7 Mio. CHF gesteigert werden. Neben dem guten operativen Ergebnis und dem Erlös aus dem Verkauf der polnischen Tochtergesellschaften ist auch das konsequente Kostenmanagement ein Grund für die deutliche Gewinnsteigerung. Im ersten Semester 2016 konnten die Overhead-Kosten um über 1,0 Mio. CHF gegenüber dem Vorjahr reduziert werden. Der operative Cash-Flow beträgt 8,4 Mio. CHF, ein Plus von 12,7 Mio. CHF gegenüber dem Vorjahr.

Ausblick

Aus heutiger Optik und dank konsequenter Umsetzung der eingeleiteten Massnahmen erwartet die Goldbach Group, die positive finanzielle Entwicklung auch in der zweiten Jahreshälfte fortsetzen zu können. Die Gruppe hält an ihren finanziellen Zielen für 2016 fest und erwartet für das Gesamtjahr aus dem fortgeführten Geschäft ein organisches Umsatzwachstum im einstelligen Prozentbereich sowie eine Verbesserung der operativen Profitabilität auf Stufe des EBITDA im zweistelligen Prozentbereich. Der Reingewinn zugunsten der Aktionäre soll 2016 auf 8,0–10,0 Mio. CHF ansteigen.

Dank

Wir danken im Namen des Verwaltungsrates und der Geschäftsleitung allen unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die mit grossem Engagement und Leidenschaft die Zukunft der Goldbach Group täglich mitgestalten. Ein grosser Dank gilt auch unseren Geschäftspartnern sowie unseren Kundinnen und Kunden für die erfreuliche Zusammenarbeit und Treue. Auch Ihnen, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, danken wir für Ihr Vertrauen und Ihre Unterstützung.



Jens Alder
Präsident des Verwaltungsrates



Michi Frank
CEO

Konsolidierte Halbjahresrechnung der Goldbach Group

1 Konsolidierte Erfolgsrechnung

In TCHF	Anm.	1. Semester 2016	1. Semester 2015
Nettoerlös		233 998	226 781
Direkter Aufwand der erbrachten Leistungen		[190 243]	[183 321]
Bruttogewinn		43 755	43 460
Personalaufwand		[22 052]	[22 160]
Sonstiger Betriebsaufwand		[9 802]	[11 108]
Sonstiger Betriebsertrag		1 406	1 673
Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Wertbeeinträchtigungen (EBITDA)		13 307	11 865
Abschreibungen auf Sachanlagen		[407]	[367]
Abschreibungen auf immateriellen Werten		[1 098]	[774]
Betriebsergebnis (EBIT)		11 802	10 724
Finanzergebnis		[179]	[290]
Ordentliches Ergebnis		11 623	10 434
Betriebsfremdes Ergebnis		0	0
Ausserordentliches Ergebnis	5.2.7	1 927	674
Ergebnis vor Steuern		13 550	11 108
Ertragssteuern		[3 424]	[2 661]
Ergebnis		10 126	8 447
Anteil Aktionäre der Goldbach Group AG		3 716	2 361
Anteil Minderheiten		6 410	6 086
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in CHF)		0.62	0.40
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in CHF)		0.62	0.40

2 Konsolidierte Bilanz

in TCHF

Anm. 30.06.2016 31.12.2015

AKTIVEN

Flüssige Mittel		57 996	66 842
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		54 184	70 861
Sonstige kurzfristige Forderungen		6 050	3 608
Vorräte und nicht fakturierte Dienstleistungen		555	466
Aktive Rechnungsabgrenzungen		7 579	6 307
Umlaufvermögen	5.2.3	126 364	148 084

Sachanlagen		1 838	2 076
Aktive latente Steuerforderungen		2 536	2 750
Übrige Finanzanlagen		265	323
Immaterielle Anlagen		4 504	5 436
Anlagevermögen	5.2.4	9 143	10 585
TOTAL AKTIVEN		135 507	158 669

PASSIVEN

Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten		176	176
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		39 514	44 650
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten		4 793	8 416
Erhaltene Anzahlungen		944	2 001
Kurzfristige Rückstellungen		378	379
Passive Rechnungsabgrenzungen		39 330	44 655
Kurzfristiges Fremdkapital		85 135	100 277

Langfristige Finanzverbindlichkeiten		20 000	20 000
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten		7	7
Passive latente Steuerverbindlichkeiten		1 046	1 104
Langfristiges Fremdkapital		21 053	21 111
Fremdkapital	5.2.5	106 188	121 388

Aktienkapital		7 547	7 514
Kapitalreserven		69 953	75 704
Eigene Aktien		[468]	[1 177]
Gewinnreserven		[54 095]	[58 143]
Eigenkapital Aktionäre Goldbach Group AG		22 937	23 898
Minderheitsanteile		6 382	13 383
Eigenkapital	5.2.6	29 319	37 281
TOTAL PASSIVEN		135 507	158 669

3 Konsolidierte Geldflussrechnung

In TCHF	1. Semester 2016	1. Semester 2015
Ergebnis	10 126	8 447
Abschreibungen	1 505	1 141
Finanzergebnis	42	99
Ertragssteuern	3 424	2 661
(Gewinn)/Verlust aus Abgang Sachanlagen und immaterielle Werte	0	[1]
Sonstige nicht zahlungswirksame (Erträge)/Aufwendungen	[2 669]	[1 018]
Zunahme/Abnahme Rückstellungen	[2]	[75]
Bezahlte Ertragssteuern	[7 430]	[5 681]
(Zunahme)/Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	17 054	14 177
Zunahme/(Abnahme) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	[4 459]	[14 519]
(Zunahme)/Abnahme übrige Forderungen und aktive Rechnungsabgrenzungen	[3 124]	[940]
Zunahme/(Abnahme) übrige kurzfristige Verbindlichkeiten und passive Rechnungsabgrenzungen	[6 093]	[8 641]
Cashflow aus Geschäftstätigkeit	8 374	[4 350]
Kauf von Sachanlagen	[193]	[1 008]
Kauf von immateriellen Anlagen	[385]	[1 037]
Verkauf von Sachanlagen	0	1
Verkauf von Gesellschaften	2 399	66
Veränderung übrige Finanzanlagen	0	11
Erhaltene Zinsen und Dividenden	0	6
Cashflow aus Investitionstätigkeit	1 821	[1 961]
Freier Cashflow	10 195	[6 311]
Aufnahme/(Rückzahlung) von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	0	10 000
Zinsausgaben	[133]	[143]
Verkauf eigener Aktien	501	611
Ausschüttungen an Aktionäre Goldbach Group	[5 991]	[4 717]
Ausschüttungen an Minderheiten	[13 414]	[11 794]
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	[19 037]	[6 043]
Umrechnungsdifferenzen auf den flüssigen Mitteln	[4]	[774]
Zunahme/(Abnahme) der flüssigen Mittel	[8 846]	[13 128]
Anfangsbestand flüssige Mittel	66 842	60 949
Endbestand flüssige Mittel	57 996	47 821

4 Konsolidierter Eigenkapitalnachweis

In TCHF	Anm.	Aktienkapital	Kapitalreserven	Eigene Aktien	Umrechnungs- differenzen	Gewinnreserven	Eigenkapital Aktionäre Goldbach Group AG	Minderheitsanteile	Eigenkapital
Stand 1.1.2015		7 514	80 282	(3 018)	15	(64 550)	20 243	11 346	31 589
Ergebnis						2 361	2 361	6 086	8 447
Ausgeschüttete Dividenden			(4 717)				(4 717)	(11 794)	(16 511)
In der Berichtsperiode erfasste Umrechnungsdifferenzen					241		241	72	313
Verkauf eigene Aktien			(200)	811			611		611
Anteilsbasierte Vergütung			328				328		328
Veränderung Konsolidierungskreis							0	133	133
Stand 30.6.2015		7 514	75 693	(2 207)	256	(62 189)	19 067	5 843	24 910
Stand 1.1.2016		7 514	75 704	(1 177)	(611)	(57 532)	23 898	13 383	37 281
Ergebnis						3 716	3 716	6 410	10 126
Ausgeschüttete Dividenden			(5 991)				(5 991)	(13 414)	(19 405)
Kapitalerhöhung		33	(33)				0		0
In der Berichtsperiode erfasste Umrechnungsdifferenzen					332		332	3	335
Verkauf eigene Aktien			(40)	541			501		501
Anteilsbasierte Vergütung			313	168			481		481
Stand 30.6.2016	5.2.6	7 547	69 953	(468)	(279)	(53 816)	22 937	6 382	29 319

5 Anhang zur konsolidierten Halbjahresrechnung

5.1 Grundsätze der Konzernrechnungslegung

5.1.1 Rechnungslegung

Der vorliegende Halbjahresabschluss umfasst die nicht geprüfte Halbjahresrechnung für die am 30. Juni 2016 abgelaufenen sechs Monate.

Die Erstellung der konsolidierten Halbjahresrechnung erfolgte in Übereinstimmung mit Swiss GAAP FER 31 «Ergänzende Fachempfehlungen für kotierte Publikumsgesellschaften». Die konsolidierte Halbjahresrechnung enthält nicht alle Angaben, die in der konsolidierten Jahresrechnung enthalten sind und sollte daher im Zusammenhang mit der Konzernrechnung per 31. Dezember 2015 gelesen werden.

5.2 Erläuterungen zur konsolidierten Halbjahresrechnung

5.2.1 Segmentinformationen

Geschäftsbereiche 1. Semester 2016:

in TCHF	Nettoerlöse Dritte	Nettoerlöse andere Geschäfts- bereiche	Total Nettoer- löse	EBITDA
Ad Sales Schweiz	210 484	303	210 787	18 095
Ad Sales Deutschland	3 396	150	3 546	[1 326]
Ad Sales Österreich (vormals Ad Sales Übrige ¹⁾)	5 606	82	5 688	117
Eliminationen	0	[284]	[284]	0
Ad Sales	219 486	251	219 737	16 886
Marketing Services	14 510	201	14 711	[1 394]
Corporate	2	169	171	[2 185]
Eliminationen	0	[621]	[621]	0
Total	233 998	0	233 998	13 307

Geschäftsbereiche 1. Semester 2015:

in TCHF	Nettoerlöse Dritte	Nettoerlöse andere Geschäfts- bereiche	Total Nettoer- löse	EBITDA
Ad Sales Schweiz	197 523	313	197 836	17 630
Ad Sales Deutschland	1 400	0	1 400	[1 773]
Ad Sales Übrige	9 381	169	9 550	88
Eliminationen	0	[174]	[174]	0
Ad Sales	208 304	308	208 612	15 945
Marketing Services	18 472	626	19 098	[645]
Corporate	5	154	159	[3 435]
Eliminationen	0	[1 088]	[1 088]	0
Total	226 781	0	226 781	11 865

¹⁾ 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 ersten Semesters 2015 sind noch Nettoerlöse und EBITDA der Gesellschaften in Polen und der im ersten Semester 2015 veräusserten adriatischen Tochtergesellschaften enthalten.

Der Nettoerlös nach Produktlinien gliedert sich wie folgt:

in TCHF	1. Semester 2016	1. Semester 2015
TV	178 434	163 116
Radio	19 241	21 584
Video	9 741	8 135
Online Display	9 100	15 379
Search	6 334	6 382
Mobile	4 686	3 229
Services	4 480	6 580
Digital-out-of-Home	1 819	2 035
Media Other	163	341
Total	233 998	226 781

5.2.2 Veränderungen im Konsolidierungskreis

Die Goldbach Group hat am 8. Januar den Verkauf ihrer gesamten Anteile an den Gesellschaften in Polen an die Ströer Gruppe vollzogen. Die Veräusserung betrifft drei Gesellschaften, die per 8. Januar aus dem Konsolidierungskreis ausgetreten sind. Diese waren bis dahin im Geschäftssegment „Ad Sales Übrige“ (neu „Ad Sales Österreich“) abgebildet und haben im ersten Halbjahr 2016 keinen Beitrag mehr zum Umsatz und EBITDA der Gruppe geleistet.

5.2.3 Umlaufvermögen

Das Umlaufvermögen hat sich im ersten Halbjahr um -21,7 Mio. CHF reduziert. Ursächlich hierfür sind der Rückgang bei den flüssigen Mitteln, insbesondere aufgrund von Dividendenzahlungen, und der Rückgang bei den Forderungen aus Lieferung und Leistungen. Dies entspricht der üblichen Saisonalität.

5.2.4 Anlagevermögen

Im Vorjahr ist mit der Akquisition von Jaduda ein Zugang zu den immateriellen Vermögenswerten von 2,1 Mio. CHF erfolgt. Zum ersten Halbjahr 2016 sind keine vergleichbaren Transaktionen getätigt worden, weshalb das Anlagevermögen sich gegenüber 31. Dezember 2015 vor allem abschreibungsbedingt um 1,4 Mio. CHF reduziert hat.

5.2.5 Fremdkapital

Das Fremdkapital hat sich um -15,1 Mio. CHF reduziert, was auf saisonale Schwankungen im kurzfristigen Fremdkapital zurückzuführen ist.

5.2.6 Eigenkapital

Das Eigenkapital hat sich gegenüber Ende 2015 von 37,3 Mio. CHF auf 29,3 Mio. CHF reduziert. Dividendenzahlungen an Aktionäre der Gruppe und Minderheitsaktionäre von 19,4 Mio. CHF für das Geschäftsjahr 2015 werden durch die Halbjahresergebnisse von 10,1 Mio. CHF teilweise kompensiert.

Gemäss Beschluss der Generalversammlung der Goldbach Group AG vom 7. April 2016 wurde im ersten Semester eine Dividende von CHF 1.00 (Vorjahr: CHF 0.80) je Namenaktie für das Geschäftsjahr 2015 ausbezahlt.

5.2.7 Ausserordentliches Ergebnis

Das ausserordentliche Ergebnis enthält in der Berichtsperiode im Wesentlichen das Entkonsolidierungsergebnis aus der Veräusserung der Polnischen Tochtergesellschaften sowie Aufwendungen im Zusammenhang mit Restrukturierungen. In der Vorperiode enthält das ausserordentliche Ergebnis das Entkonsolidierungsergebnis aus der Veräusserung der adriatischen Tochtergesellschaften.

5.2.8 Saisonalität des Geschäfts

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, was auf die Festtage im Dezember zurückzuführen ist. Da die Aufwendungen teilweise nicht umsatzabhängig sind und Vermarktungsverträge teilweise Kommissionssteigerungen bei Erreichen bestimmter Mindestumsätze vorsehen, fallen auch Betriebsgewinn und Periodengewinn im ersten Halbjahr tiefer aus als im Gesamtjahr. Neben saisonalen Schwankungen können besondere Ereignisse – etwa Grossveranstaltungen wie die Fussball-Welt- und -Europameisterschaften oder die Olympischen Spiele – einen bedeutenden Einfluss auf den Einsatz und die unterjährige Verteilung der Werbeausgaben haben.

5.2.9 Ereignisse nach der Berichtsperiode

Der Verwaltungsrat der Goldbach Group AG hat den vorliegenden konsolidierten Halbjahresabschluss am 22. August 2016 verabschiedet.

Im Juli 2016 hat die Gruppe im Rahmen der Neuausrichtung des Geschäftsbereichs Marketing Services das Geschäftsfeld Digital Presences mit Sitz in Biel an die Computer Rock AG veräussert. Digital Presences konzipiert und entwickelt Webauftritte und e-commerce Plattformen für namhafte Kunden. Im ersten Semester 2016 hat die Geschäftseinheit mit gegen 20 Mitarbeitern einen Umsatz von 1,2 Mio. CHF erzielt.

Es sind keine weiteren Ereignisse zwischen dem 30. Juni 2016 und dem 22. August 2016 eingetreten, die sich wesentlich auf die konsolidierte Jahresrechnung 2016 auswirken werden.

Halbjahresbericht 2016 im Internet

Der Halbjahresbericht 2016 steht elektronisch auf www.goldbachgroup.com unter Investor Relations zur Verfügung und kann als PDF ausgedruckt werden. Alle Aussagen des 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.
Nur die deutsche Version ist bindend.

