

# 2015

HALBJAHRESBERICHT

# Kennzahlen der Goldbach Group

in TCHF	1. Semester 2015	1. Semester 2014	Veränderung in %
<b>Nettoerlös</b>	<b>226 781</b>	<b>216 924</b>	<b>4.5%</b>
Ad Sales Schweiz	197 836	182 328	8.5%
Ad Sales Deutschland	1 400	0	–
Ad Sales Übrige	9 550	12 303	-22.4%
Eliminationen	[174]	[203]	-14.0%
Ad Sales	208 612	194 428	7.3%
Marketing Services	19 098	24 533	-22.2%
Corporate	159	197	-19.0%
Eliminationen	[1 088]	[2 234]	-51.3%
<b>Bruttogewinn</b>	<b>43 460</b>	<b>43 554</b>	<b>-0.2%</b>
<b>Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Wertbeeinträchtigungen (EBITDA)</b>	<b>11 865</b>	<b>11 207</b>	<b>5.9%</b>
Ad Sales Schweiz	17 630	14 583	20.9%
Ad Sales Deutschland	[1 773]	0	–
Ad Sales Übrige	88	[598]	-114.7%
Ad Sales	15 945	13 985	14.0%
Marketing Services	[645]	124	-620.2%
Corporate	[3 435]	[2 902]	18.3%
<b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>	<b>10 724</b>	<b>9 817</b>	<b>9.2%</b>
<b>Ergebnis Anteil Aktionäre der Goldbach Group AG (Reingewinn)</b>	<b>2 361</b>	<b>1 349</b>	<b>75.0%</b>
Cashflow aus Geschäftstätigkeit	[4 350]	[1 291]	-436.9%
Unverwässerter Gewinn pro Aktie (in CHF)	0.40	0.23	73.9%
Verwässerter Gewinn pro Aktie (in CHF)	0.40	0.23	73.9%
	<b>30.06.2015</b>	<b>31.12.2014</b>	
Umlaufvermögen	116 311	142 486	-18.4%
Anlagevermögen	7 546	6 444	17.1%
<b>Total Aktiven</b>	<b>123 857</b>	<b>148 930</b>	<b>-16.8%</b>
Fremdkapital	98 947	117 341	-15.7%
Eigenkapital	24 910	31 589	-21.1%
<b>Total Passiven</b>	<b>123 857</b>	<b>148 930</b>	<b>-16.8%</b>
Eigenkapitalquote	20.1%	21.2%	-5.2%
Anzahl Namensaktien	6 010 920	6 010 920	–
Aktienkurs in CHF (SIX)	20.50	18.00	13.9%
Vollzeitstellen	413	439	-5.9%
Anzahl Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	435	462	-5.8%
davon Schweiz	270	281	-3.9%
davon International	165	181	-8.8%

# Geschäftsergebnis erstes Halbjahr 2015

Geschätzte Aktionärin, geschätzter Aktionär

Wir freuen uns, Sie über die im ersten Halbjahr 2015 erzielten erfreulichen Fortschritte informieren zu können. Die im Jahr 2014 aufgrund der Strategieanalyse eingeleiteten Massnahmen zur Fokussierung und Bereinigung des Portfolios beginnen zu greifen und spiegeln sich in den Ergebnissen des ersten Halbjahres 2015 wider. So konnte der Umsatz in einem anspruchsvollen Umfeld um 4.5% auf CHF 226.8 Mio. gesteigert und die Profitabilität dank des Rückzugs aus einzelnen Märkten in Osteuropa und trotz Aufbaukosten für den Markt Deutschland verbessert werden. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Wertbeeinträchtigungen (EBITDA) betrug CHF 11.9 Mio. und das Betriebsergebnis (EBIT) CHF 10.7 Mio., entsprechend einer Zuwachsrate von 5.9% resp. 9.2%. Der den Goldbach Group Aktionären zurechenbare Reingewinn für das erste Halbjahr 2015 beträgt CHF 2.4 Mio., nach CHF 1.3 Mio. in der Vorjahresperiode (+75.0%).

## Umsatz- und Ertragsentwicklung

In einem von rückläufigen Werbemärkten geprägten Umfeld realisierte die Goldbach Group im ersten Halbjahr 2015 ein erfreuliches Umsatzwachstum von 4.5% auf CHF 226.8 Mio. Damit konnte die bereits im zweiten Semester 2014 einsetzende Stabilisierung des Kerngeschäfts fortgeschrieben werden. Bereinigt um negative Währungseffekte (Euro, Złoty) und den Rückzug aus den Märkten Russland, Rumänien und Adriatic betrug der Umsatzzuwachs 7.0%. Die Werbevermarktung in der Schweiz (Ad Sales Schweiz), mit CHF 197.8 Mio. grösster Umsatzträger der Gruppe, konnte den Umsatz um 8.5% steigern. Diese positive Entwicklung wurde insbesondere von Wachstumsraten im TV-Geschäft im hohen einstelligen Bereich getragen. Seit Juni 2015 wird zudem neu das Schweizer Werbefenster des französischen TV-Senders D8 vermarktet. Ebenso entwickelte sich das Radiogeschäft mit einem Plus von 26% im ersten Halbjahr 2015 sehr erfreulich. Die Anfang 2014 eingeleiteten Massnahmen zur Steigerung der Attraktivität der Mediengattung Radio entfalten nun ihre Wirkung. Das Online-Geschäft hingegen bleibt anspruchsvoll. Der Umsatzverlust im Bereich Display konnte durch ein tiefes einstelliges Wachstum im Bereich Video nicht kompensiert werden. Die Werbevermarktung Übrige (Ad Sales Übrige) verzeichnete im ersten Halbjahr 2015 in den Märkten Österreich und Polen eine solide Leistung. Der Umsatz von CHF 9.6 Mio. liegt desinvestitions- und währungsbedingt um CHF 2.8 Mio. unter dem Vorjahreswert. Der sich im Aufbau befindende Bereich Ad Sales Deutschland erzielte erstmalig einen Umsatz von CHF 1.4 Mio. Per August befinden sich 17 vorwiegend kleine Sender unter Vertrag. Die Gruppe erwartet, die Aktivitäten bis Ende Jahr substantiell auszuweiten. Das Direktkundengeschäft Marketing Services musste im ersten Halbjahr 2015 einen Umsatzverlust von -22.2% auf CHF 19.1 Mio. verkraften. Der Umsatzrückgang ist primär auf das Agenturgeschäft in der Schweiz zurückzuführen. Goldbach Interactive steht inzwischen unter neuer Führung. Als Sofortmassnahmen wurden die Vertriebsstrukturen gestärkt, eine strategische Kooperation mit der Kreativagentur Matter Gretener Lesch eingegangen sowie die Kostenbasis substantiell reduziert. Für die weitere Entwicklung ist die Gruppe zuversichtlich.

Der Bruttogewinn betrug im ersten Halbjahr 2015 CHF 43.5 Mio., entsprechend einer Bruttomarge von 19.2%. Die Bruttomarge im Vermarktungsgeschäft ist stabil. Die leichte Reduktion der Gesamt-Bruttomarge um einen Prozentpunkt im Vergleich zum Vorjahreswert ist im Umsatzmix begründet.

Der EBITDA konnte trotz Kosten im Zusammenhang mit dem Marktaufbau Deutschland von CHF 2.1 Mio. auf CHF 11.9 Mio. oder um 5.9% gesteigert werden. Die resultierende EBITDA-Marge von 5.2% auf Gruppenebene entwickelte sich stabil, wobei das Segment Ad Sales Schweiz mit einem EBITDA-Beitrag von CHF 17.6 Mio. wesentlicher Ertragspfeiler der Goldbach Group bleibt. Dank Skaleneffekten und strikter Kostenkontrolle konnte die EBITDA-Marge im Segment Ad Sales Schweiz von 8.0% auf 8.9% gesteigert werden. Im Segment Ad Sales Übrige zeigt die Fokussierung der Geschäftsaktivitäten ihre Wirkung und es konnte im ersten Halbjahr 2015 ein Break-even-Ergebnis gegenüber einem Verlust von CHF -0.6 Mio. in der Vorjahresperiode erreicht werden. Der Bereich Marketing Services reagierte umgehend auf den im ersten Halbjahr verzeichneten Umsatzverlust. Die eingeleiteten Massnahmen reichten aber nicht vollständig aus, um auf Stufe EBITDA ein ausgeglichenes Ergebnis zu erzielen, wobei ein Verlust von CHF -0.6 Mio. resultierte.

Auf Stufe EBIT konnte die Gruppe das Betriebsergebnis um rund CHF 0.9 Mio. auf CHF 10.7 Mio. steigern, entsprechend einem Wachstum um 9.2%.

### **Gewinn, Eigenkapitalquote, Cashflow**

Im ersten Halbjahr 2015 verbuchte die Goldbach Group dank des Rückzugs aus der Marktregion Adriatic ein ausserordentliches Ergebnis von CHF 0.7 Mio., gegenüber CHF -0.1 Mio. in der Vorjahresperiode. Nach Steuern und Minderheiten beträgt der den Goldbach Group Aktionären zurechenbare Reingewinn für das erste Halbjahr 2015 CHF 2.4 Mio., nach CHF 1.3 Mio. im ersten Halbjahr 2014. Der operative Cashflow in der Berichtsperiode beträgt CHF -4.4 Mio. und ist aus saisonalen Gründen tief. Die Eigenkapitalquote per 30. Juni 2015 betrug 20.1% [31.12.2014: 21.2%].

### **Veränderungen im Aktionariat und im Verwaltungsrat**

Anlässlich der Generalversammlung vom 14. April 2015 wurde der Verwaltungsrat mit Mirjana Blume und Dr. Erica Dubach Spiegler ergänzt, welche die zurückgetretenen Ronald Sauser und Peter A. C. Blum ersetzen. Im Weiteren wurde anlässlich einer ausserordentlichen Generalversammlung am 25. Juni 2015 Valentin Chapero in den Verwaltungsrat gewählt, welcher die Nachfolge von Michael Scheeren antritt. Valentin Chapero ist Mitbegründer der Veraison Capital AG, welche von United Internet Beteiligungen GmbH Deutschland das Aktienpaket von rund 15% übernommen hat.

### **Ausblick**

Aus heutiger Optik und dank der konsequenten Umsetzung der eingeleiteten Massnahmen erwartet die Goldbach Group, die Entwicklung des ersten Semesters auch in der zweiten Jahreshälfte fortsetzen zu können. Wir gehen von einer positiven Umsatzentwicklung des fortgeführten Geschäfts im tieferen einstelligen Bereich aus. Aufgrund der verbesserten Profitabilität des Kerngeschäfts und des Wegfalls von Sondereffekten rechnet die Gruppe trotz Aufbaukosten für den Markt Deutschland mit mindestens einer Verdopplung des Vorjahresergebnisses auf Stufe Reingewinn.

### **Dank**

Im Namen des Verwaltungsrates und der Geschäftsleitung danken wir allen unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die mit grossem Engagement und Leidenschaft die Zukunft der Goldbach Group mitgestalten. Ein grosser Dank gilt auch unseren Geschäftspartnern sowie unseren Kundinnen und Kunden für die Treue. Und nicht zuletzt danken wir Ihnen, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, 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 2015	1. Semester 2014
Nettoerlös		226 781	216 924
Direkter Aufwand der erbrachten Leistungen		[183 321]	[173 370]
<b>Bruttogewinn</b>		<b>43 460</b>	<b>43 554</b>
Personalaufwand		[22 160]	[22 516]
Sonstiger Betriebsaufwand		[11 108]	[11 089]
Sonstiger Betriebsertrag		1 673	1 258
<b>Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Wertbeeinträchtigungen (EBITDA)</b>		<b>11 865</b>	<b>11 207</b>
Abschreibungen auf Sachanlagen		[367]	[313]
Abschreibungen auf immateriellen Werten		[774]	[1 077]
<b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>		<b>10 724</b>	<b>9 817</b>
Finanzergebnis		[290]	[293]
Anteil am Ergebnis von assoziierten Gesellschaften		0	0
<b>Ordentliches Ergebnis</b>		<b>10 434</b>	<b>9 525</b>
Betriebsfremdes Ergebnis		0	0
Ausserordentliches Ergebnis	5.2.7	674	[107]
<b>Ergebnis vor Steuern</b>		<b>11 108</b>	<b>9 418</b>
Ertragssteuern		[2 661]	[2 771]
<b>Ergebnis</b>		<b>8 447</b>	<b>6 647</b>
Anteil Aktionäre der Goldbach Group AG (Reingewinn)		2 361	1 349
Anteil Minderheiten		6 086	5 298
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (CHF)		0.40	0.23
Verwässertes Ergebnis je Aktie (CHF)		0.40	0.23

## 2 Konsolidierte Bilanz

in TCHF

Anm. 30.06.2015 31.12.2014

### AKTIVEN

Flüssige Mittel		47 821	60 949
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		54 804	69 157
Sonstige kurzfristige Forderungen		4 677	4 671
Vorräte und nicht fakturierte Dienstleistungen		453	352
Aktive Rechnungsabgrenzungen		8 556	7 357
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>5.2.3</b>	<b>116 311</b>	<b>142 486</b>

Sachanlagen		2 220	1 713
Aktive latente Steuerforderungen		1 868	1 517
Finanzanlagen		264	268
Immaterielle Anlagen		3 194	2 946
<b>Anlagevermögen</b>	<b>5.2.4</b>	<b>7 546</b>	<b>6 444</b>
<b>TOTAL AKTIVEN</b>		<b>123 857</b>	<b>148 930</b>

### PASSIVEN

Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten		448	474
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		32 617	49 362
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten		3 971	8 530
Erhaltene Anzahlungen		1 139	2 057
Kurzfristige Rückstellungen		359	518
Passive Rechnungsabgrenzungen		39 647	45 593
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>		<b>78 181</b>	<b>106 534</b>

Langfristige Finanzverbindlichkeiten		20 000	10 000
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten		11	13
Passive latente Steuerverbindlichkeiten		755	794
<b>Langfristiges Fremdkapital</b>		<b>20 766</b>	<b>10 807</b>
<b>Fremdkapital</b>	<b>5.2.5</b>	<b>98 947</b>	<b>117 341</b>

Aktienkapital		7 514	7 514
Kapitalreserven		75 693	80 282
Eigene Aktien		[2 207]	[3 018]
Gewinnreserven		[61 933]	[64 535]
<b>Eigenkapital Aktionäre Goldbach Group AG</b>		<b>19 067</b>	<b>20 243</b>
Minderheitsanteile		5 843	11 346
<b>Eigenkapital</b>	<b>5.2.6</b>	<b>24 910</b>	<b>31 589</b>
<b>TOTAL PASSIVEN</b>		<b>123 857</b>	<b>148 930</b>

### 3 Konsolidierte Geldflussrechnung

in TCHF	1. Semester 2015	1. Semester 2014
Ergebnis	8 447	6 647
Abschreibungen	1 141	1 390
Finanzergebnis	99	219
Ertragssteuern	2 661	2 771
(Gewinn)/Verlust aus Abgang Sachanlagen und immateriellen Werten	(1)	(27)
Sonstige nicht zahlungswirksame Erträge/Aufwendungen	(1 018)	794
Zunahme/Abnahme Rückstellungen	(75)	(254)
Bezahlte Ertragssteuern	(5 681)	(5 958)
(Zunahme)/Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	14 177	19 440
Zunahme/(Abnahme) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	(14 519)	(15 314)
(Zunahme)/Abnahme übrige Forderungen und aktive Rechnungsabgrenzungen	(940)	(3 548)
Zunahme/(Abnahme) übrige kurzfristige Verbindlichkeiten und passive Rechnungsabgrenzungen	(8 641)	(7 451)
<b>Cashflow aus Geschäftstätigkeit</b>	<b>(4 350)</b>	<b>(1 291)</b>
Kauf von Sachanlagen	(1 008)	(80)
Kauf von immateriellen Anlagen	(1 037)	(427)
Verkauf von Sachanlagen	1	28
Verkauf von immateriellen Anlagen	0	19
Verkauf von Gesellschaften	66	(383)
Veränderung übrige Finanzanlagen	11	(1 430)
Erhaltene Zinsen und Dividenden	6	24
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>(1 961)</b>	<b>(2 249)</b>
<b>Freier Cashflow</b>	<b>(6 311)</b>	<b>(3 540)</b>
Aufnahme/(Rückzahlung) von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	10 000	0
Zinsausgaben	(142)	(252)
Verkauf eigener Aktien	611	0
Ausschüttungen an Aktionäre Goldbach Group	(4 717)	(4 705)
Ausschüttungen an Minderheiten	(11 794)	(13 690)
Sonstiges	(1)	(2)
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>(6 043)</b>	<b>(18 649)</b>
Umrechnungsdifferenzen auf den flüssigen Mitteln	(774)	(69)
<b>Zunahme/(Abnahme) der flüssigen Mittel</b>	<b>(13 128)</b>	<b>(22 258)</b>
Anfangsbestand flüssige Mittel	60 949	85 677
<b>Endbestand flüssige Mittel</b>	<b>47 821</b>	<b>63 419</b>

## 4 Konsolidierter Eigenkapitalnachweis

in TCHF	Anm.	Aktienkapital	Kapitalreserven	Eigene Aktien	Umrechnungs- differenzen	Gewinnreserven	Eigenkapital Aktionäre Goldbach Group AG	Minderheitsanteile	Eigenkapital
<b>Stand 1. Januar 2014</b>		7 514	85 147	[3 658]	[82]	[67 098]	21 823	15 242	37 065
Ergebnis						1 349	1 349	5 298	6 647
Ausgeschüttete Dividenden			[4 705]				[4 705]	[13 690]	[18 395]
In der Berichtsperiode erfasste Umrechnungsdifferenzen					[24]		[24]	[4]	[28]
Aktienbezogene Vergütungen			[160]	640			480		480
Veränderung Konsolidierungskreis							0		0
<b>Stand 30. Juni 2014</b>		7 514	80 282	[3 018]	[106]	[65 749]	18 923	6 846	25 769
<b>Stand 1. Januar 2015</b>		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
Aktienbezogene Vergütungen			328				328		328
Verkauf eigene Aktien			[200]	811			611		611
Veränderung Konsolidierungskreis							0	133	133
<b>Stand 30. Juni 2015</b>	5.2.6	7 514	75 693	[2 207]	256	[62 189]	19 067	5 843	24 910



# 5 Anhang zur konsolidierten Halbjahresrechnung

## 5.1 Grundsätze der Konzernrechnungslegung

### 5.1.1 Rechnungslegung

Die Rechnungslegung der Goldbach Group wurde rückwirkend per 1. Januar 2013 von den International Financial Reporting Standards (IFRS) auf die Richtlinien der Fachempfehlungen zur Rechnungslegung (Swiss GAAP FER) umgestellt. Erstmals wurde zum 31. Dezember 2014 die konsolidierte Jahresrechnung unter Anwendung von Swiss GAAP FER veröffentlicht.

Die vorliegende Halbjahresrechnung umfasst den nicht geprüften Halbjahresbericht für die am 30. Juni 2015 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 2014 gelesen werden.

### 5.1.2 Veränderungen bei den Grundsätzen der Rechnungslegung

Die wesentlichen für die Goldbach Group relevanten Abweichungen zwischen den Grundsätzen der Rechnungslegung nach IFRS und nach Swiss GAAP FER wurden im Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung per 31. Dezember 2014 erläutert. Ebenso ist dort der Einfluss auf das konsolidierte Eigenkapital und das Konzernergebnis zum Zeitpunkt der erstmaligen Anwendung von Swiss GAAP FER per 1. Januar 2013 erläutert.

Die für das Halbjahr relevanten Vorperioden wurden zwecks Vergleichbarkeit der Darstellung der laufenden Berichtsperiode entsprechend angepasst. Zum Halbjahr 2014 wirkt sich die Umstellung der Rechnungslegung insofern aus, als dass Goodwill-Abschreibungen, die nach IFRS nicht zulässig waren, rückwirkend vorzunehmen sind, was das Ergebnis mit CHF -0.2 Mio. belastet. Positiv wirkt sich die nach Swiss GAAP FER nicht mehr notwendige Anpassung der Vorsorgeverpflichtung, die in der Vorperiode im Personalaufwand, Finanzergebnis und in den latenten Steuern erfasst wurde, mit gesamthaft CHF 0.2 Mio. aus. Im Eigenkapital erfasste Umrechnungsdifferenzen von im ersten Halbjahr 2014 veräusserten Tochtergesellschaften fallen um CHF 0.2 Mio. geringer aus als nach IFRS, da die kumulierten Umrechnungsdifferenzen zum Zeitpunkt der Umstellung auf Swiss GAAP FER mit den Gewinnreserven verrechnet wurden.

Auf das Eigenkapital per 30.06.2014 wirken sich nicht nur die erfolgswirksamen Anpassungen aus, sondern per 1.1.2014 bereits mit dem Eigenkapital verrechnete Positionen, insbesondere Goodwill und Vorsorgeverpflichtungen.

Nachfolgend ist dargestellt, wie sich die Umstellung von IFRS auf Swiss GAAP FER auf das Eigenkapital sowie das Ergebnis zum Halbjahr der Vorperiode auswirken.

in TCHF	30.06.2014
<b>Eigenkapital nach IFRS</b>	<b>37 284</b>
Anpassungen auf Swiss GAAP FER:	
Goodwill	(15 555)
Personalvorsorgeverpflichtungen	5 043
Latente Steuern	(1 003)
<b>Total Anpassungen Eigenkapital</b>	<b>(11 515)</b>
<b>Eigenkapital nach Swiss GAAP FER</b>	<b>25 769</b>

in TCHF	1. Semester 2014
<b>Ergebnis nach IFRS</b>	<b>6 355</b>
Anpassungen auf Swiss GAAP FER:	
Goodwill	(157)
Personalvorsorgeverpflichtungen	304
Umrechnungsdifferenzen aus Veräusserung von Tochtergesellschaften	207
Latente Steuern	(62)
<b>Total Anpassungen Ergebnis</b>	<b>292</b>
<b>Ergebnis nach Swiss GAAP FER</b>	<b>6 647</b>

## 5.2 Erläuterungen zur konsolidierten Halbjahresrechnung

### 5.2.1 Segmentinformationen

Geschäftsbereiche 1. Semester 2015:

in TCHF	Umsatzerlöse netto; Dritte	Umsatzerlöse netto; andere Geschäfts- bereiche	Total Umsatz- erlöse netto	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
<b>Ad Sales</b>	<b>208 304</b>	<b>308</b>	<b>208 612</b>	<b>15 945</b>
<b>Marketing Services</b>	<b>18 472</b>	<b>626</b>	<b>19 098</b>	<b>[645]</b>
<b>Corporate</b>	<b>5</b>	<b>154</b>	<b>159</b>	<b>[3 435]</b>
Eliminationen	0	[1 088]	[1 088]	0
<b>Total</b>	<b>226 781</b>	<b>0</b>	<b>226 781</b>	<b>11 865</b>

Geschäftsbereiche 1. Semester 2014:

in TCHF	Umsatzerlöse netto; Dritte	Umsatzerlöse netto; andere Geschäfts- bereiche	Total Umsatz- erlöse netto	EBITDA
Ad Sales Schweiz	180 720	1 608	182 328	14 583
Ad Sales Deutschland	0	0	0	0
Ad Sales Übrige	11 952	351	12 303	[598]
Eliminationen	0	[203]	[203]	0
<b>Ad Sales</b>	<b>192 672</b>	<b>1 756</b>	<b>194 428</b>	<b>13 985</b>
<b>Marketing Services</b>	<b>24 252</b>	<b>281</b>	<b>24 533</b>	<b>124</b>
<b>Corporate</b>	<b>0</b>	<b>197</b>	<b>197</b>	<b>[2 902]</b>
Eliminationen	0	[2 234]	[2 234]	0
<b>Total</b>	<b>216 924</b>	<b>0</b>	<b>216 924</b>	<b>11 207</b>

Der Nettoerlös nach Produktlinien gliedert sich wie folgt:

in TCHF	1. Semester 2015	1. Semester 2014
TV	163 116	151 106
Radio	21 584	17 137
Online Display	15 656	21 753
Search	8 491	9 440
Video	8 135	7 916
Services	6 143	7 313
Media Other	3 656	2 259
<b>Total</b>	<b>226 781</b>	<b>216 924</b>

### **5.2.2 Veränderungen im Konsolidierungskreis**

Die Goldbach Group hat am 5. Juni ihre gesamten Anteile von 51% an den Gesellschaften in den Ländern Kroatien, Serbien und Slowenien an den Partner und bisherigen Minderheitsgesellschafter Pristop Skupina d.o.o. veräussert. Die Veräusserung betrifft fünf Gesellschaften, die im ersten Halbjahr 2015 aus dem Konsolidierungskreis ausgetreten sind. Diese waren bis dahin in den Geschäftssegmenten Ad Sales und Marketing Services abgebildet und haben im ersten Halbjahr 2015 CHF 0.0 Mio. zum EBITDA der Gruppe beigetragen.

### **5.2.3 Umlaufvermögen**

Das Umlaufvermögen hat sich im ersten Halbjahr um CHF -26.2 Mio. reduziert. Ursächlich hierfür sind der Rückgang bei den flüssigen Mitteln, insbesondere aufgrund von Dividendenzahlungen, und der Rückgang bei den Forderungen und aktiven Rechnungsabgrenzungen. Dies entspricht der üblichen Saisonalität.

### **5.2.4 Anlagevermögen**

Zum Halbjahr haben Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte zu einer Zunahme im Anlagevermögen von CHF 1.1 Mio. geführt. Davon betreffen CHF 0.4 Mio. das von Adworx im ersten Semester übernommene Vermarktungsportfolio.

### **5.2.5 Fremdkapital**

Das gesamte Fremdkapital hat sich um CHF -18.4 Mio. reduziert. Die Abnahme des kurzfristigen Fremdkapitals ist auf saisonale Schwankungen zurückzuführen und beläuft sich auf CHF -28.4 Mio.

Das langfristige Fremdkapital besteht hauptsächlich aus einem Bankkredit. Im ersten Halbjahr wurden aus der Kreditlinie weitere CHF 10.0 Mio. gezogen, was zu einem entsprechenden Anstieg der langfristigen Verbindlichkeiten geführt hat.

### **5.2.6 Eigenkapital**

Das Eigenkapital hat sich gegenüber Ende 2014 von CHF 31.6 Mio. auf CHF 24.9 Mio. reduziert. Dividendenzahlungen an Aktionäre der Gruppe und Minderheitsaktionäre von CHF 16.5 Mio. für das Geschäftsjahr 2014 werden durch die Halbjahresergebnisse von CHF 8.4 Mio. nur teilweise kompensiert.

Gemäss Beschluss der Generalversammlung der Goldbach Group AG vom 14. April 2015 für das Geschäftsjahr 2014 wurde im ersten Semester eine Dividende von CHF 0.80 (Vorjahr: CHF 0.80) je Namenaktie ausbezahlt.

### **5.2.7 Ausserordentliches Ergebnis**

Das ausserordentliche Ergebnis enthält in der Berichtsperiode das Entkonsolidierungsergebnis aus der Veräusserung der adriatischen Tochtergesellschaften.

In der Vorperiode ist im ausserordentlichen Ergebnis das Entkonsolidierungsergebnis aus der Veräusserung einer russischen Tochtergesellschaft enthalten.

### **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 19. August 2015 verabschiedet. Es sind keine Ereignisse zwischen dem 30. Juni 2015 und dem 19. August 2015 eingetreten, die sich wesentlich auf die konsolidierte Jahresrechnung 2015 auswirken werden.

### **Halbjahresbericht 2015 im Internet**

Der Halbjahresbericht 2015 steht elektronisch auf [www.goldbachgroup.com](http://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.

