

# HALBJAHRESABSCHLUSS 2018

MEDIEN- UND ANALYSTENKONFERENZ, 28. AUGUST 2018

Michi Frank, CEO

Lukas Leuenberger, CFO





## OPERATIVER GESCHÄFTSGANG

# HIGHLIGHTS ERSTES HALBJAHR 2018

- **Goldbach setzt positive Entwicklung fort:**

- ✓ Umsatzwachstum um +0.7% auf 238 Mio. CHF.
- ✓ Steigerung des operativen Ergebnisses auf Stufe EBIT um 8.5%.
- ✓ Reingewinn beträgt 5,0 Mio. CHF [+8.6%].

- **Erfreuliche operative Entwicklung vor dem Hintergrund schwieriger Werbemärkte:**

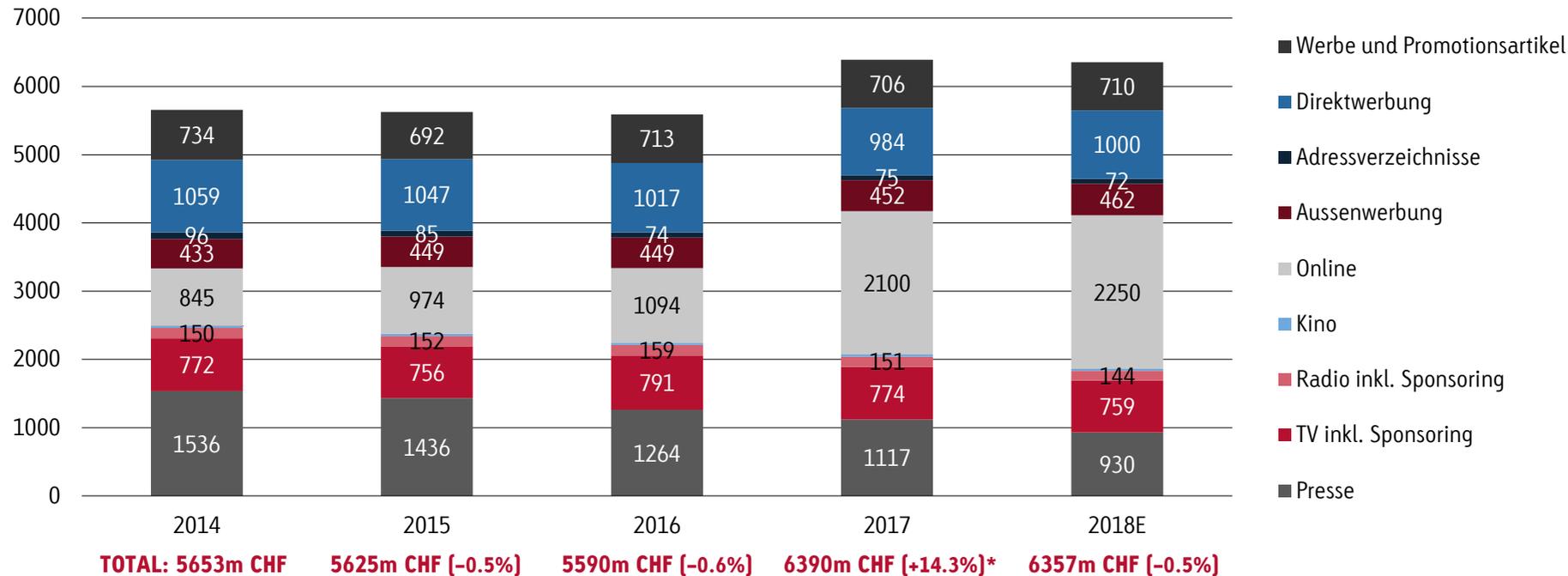
- ✓ Internationale Player (Google / Facebook) mit stärkstem Wachstum. Markteintritt Amazon steht bevor.
- ✓ In Jahren mit grossen Sport-Events gewinnen öffentlich-rechtliche Kanäle kurzfristig Marktanteile.

- **Zusammenschlussvorhaben mit Tamedia vollzogen:**

- ✓ Tamedia konnte nach positivem Entscheid der WEKO per 24. August 2018 gut 97 Prozent der kotierten Aktien der Goldbach Group übernehmen.

# LEICHT RÜCKLÄUFIGER WERBEMARKT 2018

## WERBEMARKT SCHWEIZ, NETTOUMSATZ IN MIO. CHF



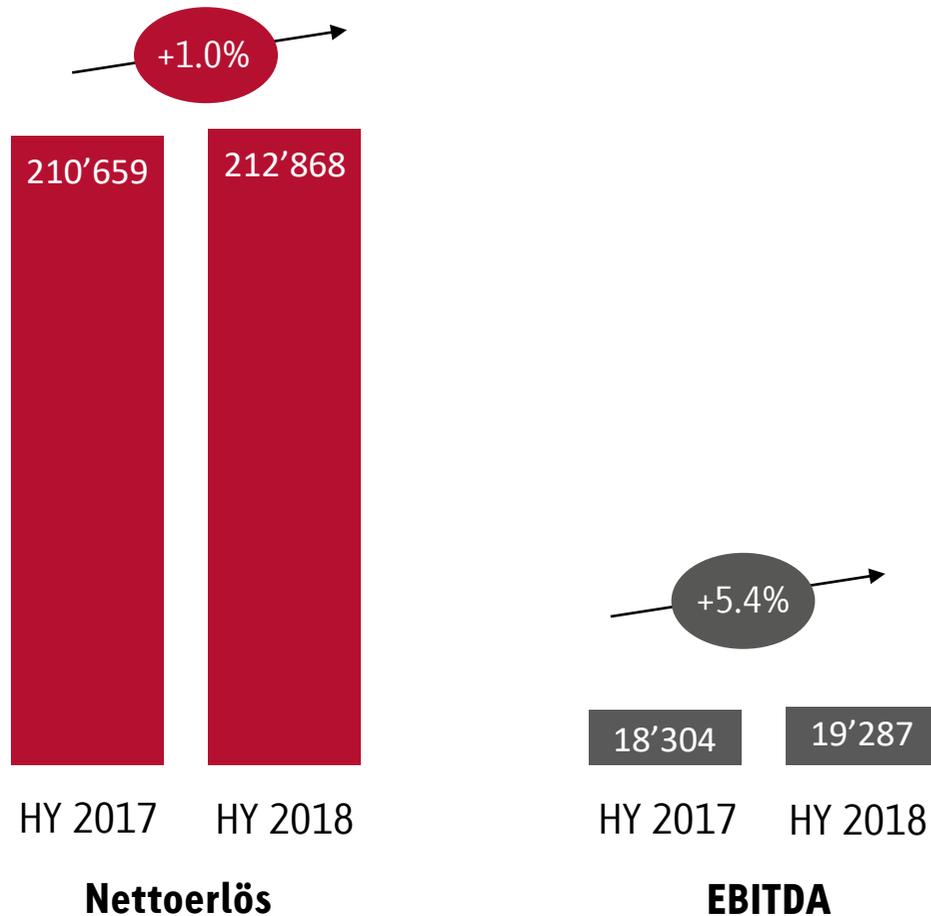
- Werbemarkt 2017 laut WEMF rückläufig (like-for-like -3%).
- Internationale Player (Google/Facebook) dominieren Online und wachsen am stärksten.
- TV Markt 2017 rückläufig, Privat-TV jedoch im Plus.
- Für 2018 ebenfalls leicht rückläufiger Werbemarkt erwartet.

Quelle: 2014-2017: Stiftung Werbestatistik Schweiz, Nettowerte 2018: Expertenschätzungen Goldbach Group.

\*2017 hat sich der Umsatz innerhalb der Online-Werbung aufgrund eines Methodenwechsels bei der Erhebung der Suchmaschinen-Werbung massiv erhöht und ist nicht mit dem Vorjahr vergleichbar. Internet umfasst folgende Bereiche: Online-Display-Werbung inkl. Bewegtbild, Online-Verzeichnisse, Online-Rubrikenmarkt, Suchmaschinen-Werbung, Affiliate-Marketing (kein Facebook, kein YouTube). Daten sind nicht mit den Vorjahren vergleichbar.

# POSITIVE ENTWICKLUNG AUF HOHEM NIVEAU

## AD SALES SCHWEIZ, IN TSD. CHF



### TV:

- Umsätze auf Vorjahresniveau trotz Fussball-WM und olympischen Winterspielen.

### Radio:

- Umsatzwachstum +9%. Starke Reaktion nach volatilem 2017.
- Kunden aus Automobil und Retail-Sektor als Wachstumstreiber.

### Online:

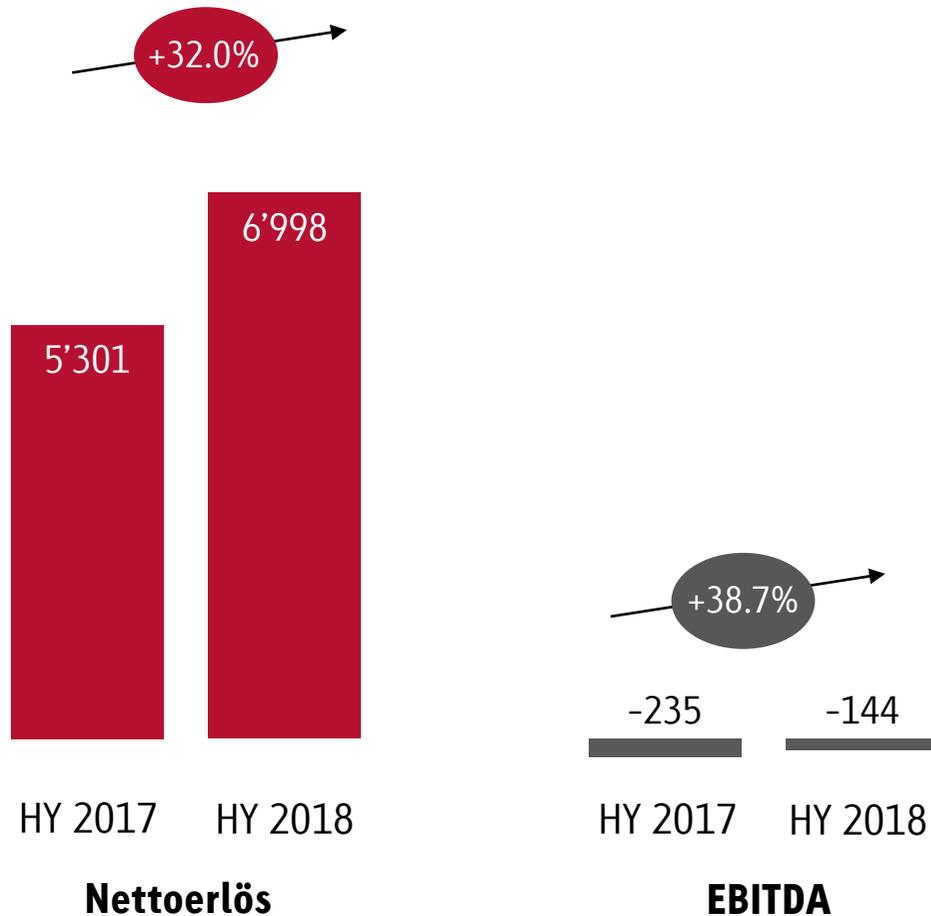
- Online-Umsatz auf Vorjahresniveau.
- Wachstum [+8%] im Videobereich dank starker Marktstellung.
- Display deutlich im Minus [-35%].

### DOOH:

- Ausbau Netzwerk in Einkaufszentren.

# FORTSETZUNG DES WACHSTSUMKURSES IN DEUTSCHLAND

## AD SALES DEUTSCHLAND, IN TSD. CHF



### Goldbach Germany:

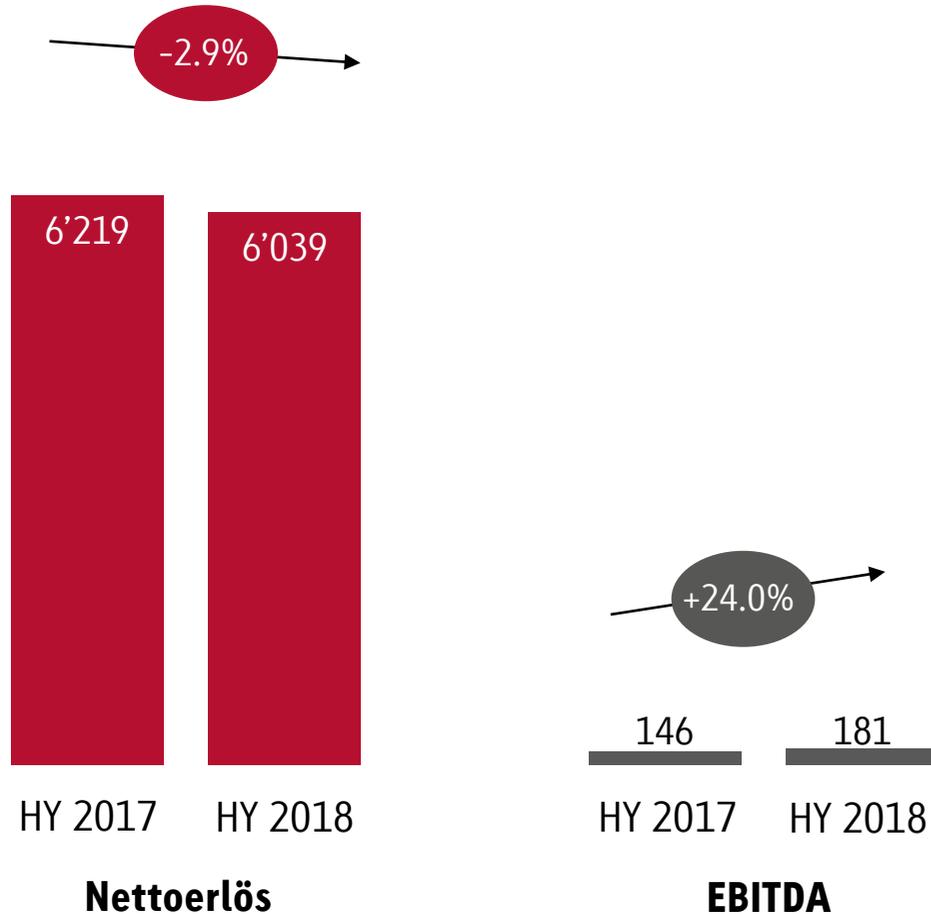
- Wachstum auf die vier Bereiche TV, Online-Video und Smart-TV breit abgestützt.
- Gewinn von 6 zusätzlichen TV-Nischensendern im ersten Halbjahr 2018.

### Jaduda:

- Positive Entwicklung mit Werbung auf mobilen Endgeräten.
- Mobile Einkaufsplattform «Splicky» zu einer DSP für DOOH weiterentwickelt.

# SOLIDES ERGEBNIS IN SCHWIERIGEM MARKTUMFELD

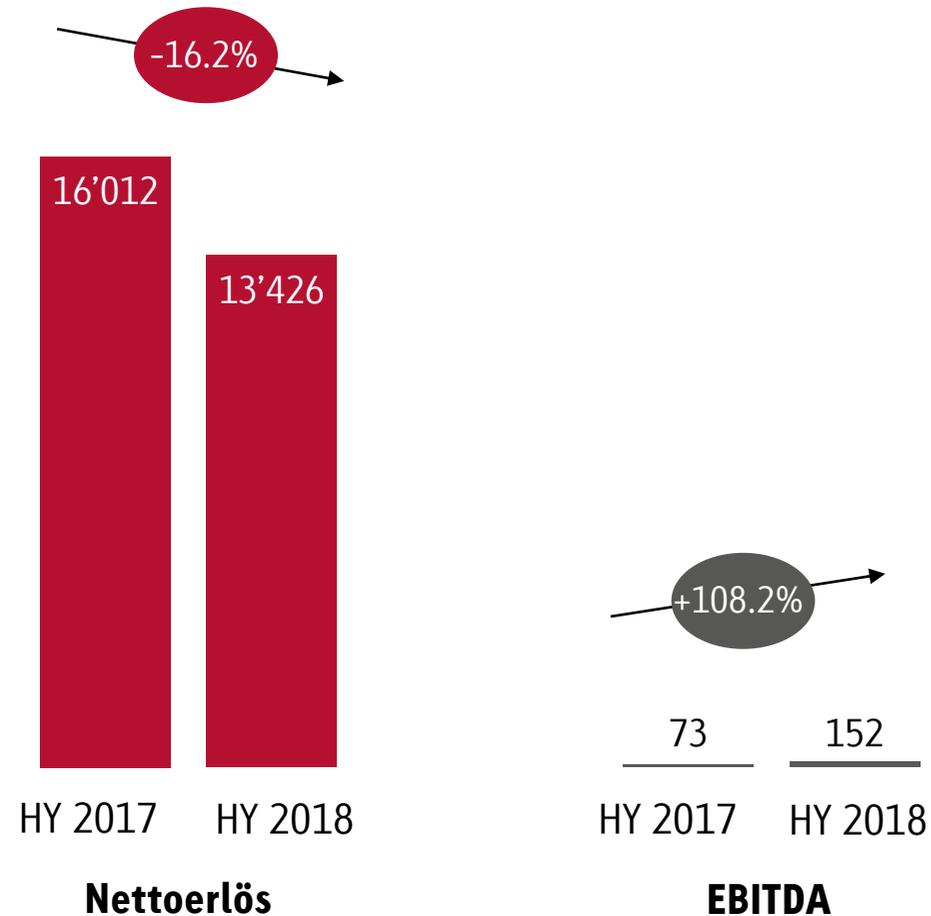
## AD SALES ÖSTERREICH, IN TSD. CHF



- Geringere TV-Marktanteile aufgrund Sport Events im ersten Halbjahr 2018.
- Online-Geschäft unter Druck wegen Google/Facebook und Unsicherheiten im Zusammenhang mit DSGVO.
- Zweistelliges Wachstum im Bereich DOOH.

# BESTÄTIGUNG DES TURNAROUNDS

## MARKETING SERVICES, IN TSD. CHF



- Umsatzrückgang aufgrund Verlust eines margenschwachen Grosskunden. Auf Stufe Deckungsbeitrag jedoch vollständig kompensiert durch Neukunden-Geschäft.
- Goldbach Interactive unter neuem Namen «dreifive» als Performance-Agentur im DACH-Raum positioniert.





# HALBJAHRESABSCHLUSS 2018

# ÜBERSICHT KENNZAHLEN HALBJAHRESABSCHLUSS 2018

## IN TSD. CHF

	HJ 2018	HJ 2017	Abweichung HJ 2018 vs. HJ 2017	
<b>Nettoerlös</b>	<b>237'712</b>	<b>235'950</b>	<b>1'762</b>	<b>0.7%</b>
Bruttogewinn	45'207	44'280	927	2.1%
Bruttogewinn - Marge	19.0%	18.8%		
Operative Kosten	-28'019	-27'904	-114	+0.4%
<b>EBITDA</b>	<b>17'188</b>	<b>16'376</b>	<b>812</b>	<b>5.0%</b>
EBITDA - Marge	7.2%	6.9%		
Abschreibungen & Wertminderungen	-959	-1'412	453	-32.1%
<b>EBIT</b>	<b>16'229</b>	<b>14'964</b>	<b>1'264</b>	<b>8.5%</b>
EBIT - Marge	6.8%	6.3%		
<b>Reingewinn</b>	<b>5'012</b>	<b>4'615</b>	<b>397</b>	<b>8.6%</b>
<b>Bereinigter Net Profit*</b>	<b>5'104</b>	<b>4'615</b>	<b>489</b>	<b>10.6%</b>

\*Bereinigt um das ausserordentliche Ergebnis unter Berücksichtigung von Minderheiten und Steuern

# NETTOERLÖS NACH SEGMENTEN IN TSD. CHF

	HJ 2018	HJ 2017	Abweichung HJ 2018 vs. HJ 2017	
Ad Sales Schweiz	212'868	210'659	2'209	1.0%
Ad Sales Deutschland	6'998	5'301	1'697	32.0%
Ad Sales Österreich	6'039	6'219	-180	-2.9%
Elimination	-1'047	-1'360	313	-23.0%
<b>Ad Sales</b>	<b>224'858</b>	<b>220'819</b>	<b>4'039</b>	<b>1.8%</b>
<b>Marketing Services</b>	<b>13'426</b>	<b>16'012</b>	<b>-2'586</b>	<b>-16.2%</b>
Corporate / Eliminationen	-572	-881	309	-35.1%
<b>Nettoerlös</b>	<b>237'712</b>	<b>235'950</b>	<b>1'762</b>	<b>0.7%</b>

## EBITDA NACH SEGMENTEN IN TSD. CHF

	HJ 2018		HJ 2017		Abweichung HJ 2018 vs. HJ 2017	
	EBITDA	in % Umsatzerlös	EBITDA	in % Umsatzerlös		
Ad Sales Schweiz	19'287	9.1%	18'304	8.7%	983	5.4%
Ad Sales Deutschland	-144	-2.1%	-235	-4.4%	91	-38.7%
Ad Sales Österreich	181	3.0%	146	2.3%	35	24.0%
<b>Ad Sales</b>	<b>19'324</b>	<b>8.6%</b>	<b>18'215</b>	<b>8.2%</b>	<b>1'109</b>	<b>6.1%</b>
<b>Marketing Services</b>	<b>152</b>	<b>1.1%</b>	<b>73</b>	<b>0.5%</b>	<b>79</b>	<b>108.2%</b>
Corporate	-2'288		-1'912		-376	+19.7%
<b>Total</b>	<b>17'188</b>	<b>7.2%</b>	<b>16'376</b>	<b>6.9%</b>	<b>812</b>	<b>5.0%</b>

# FINANZERGEBNIS, A.O. ERGEBNIS, STEUERN & MINDERHEITEN IN TSD. CHF

	HJ 2018	HJ 2017	Abweichung HJ 2018 vs. HJ 2017	
<b>EBIT</b>	<b>16'229</b>	<b>14'964</b>	<b>1'265</b>	<b>8.5%</b>
Finanzergebnis	-293	146	-439	-300.7%
Ausserordentliches Ergebnis	-100	-	-100	-100.0%
Ertragssteuern	-3'843	-3'770	-73	+1.9%
Minderheiten	-6'981	-6'725	-256	3.8%
<b>Reingewinn</b>	<b>5'012</b>	<b>4'615</b>	<b>397</b>	<b>8.6%</b>
<b>Bereinigter Reingewinn*</b>	<b>5'104</b>	<b>4'615</b>	<b>489</b>	<b>10.6%</b>

\*Bereinigt um das ausserordentliche Ergebnis unter Berücksichtigung von Minderheiten und Steuern

# BILANZ

## IN TSD. CHF

	30. Jun 2018	31. Dez 2017	Abweichung Jun. 2018 vs. Dez. 2017	
Flüssige Mittel	76'683	83'908	-7'225	-8.6%
Kurzfristige Forderungen	73'446	98'665	-25'219	-25.6%
Anlagevermögen	6'525	6'756	-231	-3.4%
<b>Total Aktiven</b>	<b>156'654</b>	<b>189'329</b>	<b>-32'675</b>	<b>-17.3%</b>
Kurzfristiges Fremdkapital	82'577	116'835	-34'258	-29.3%
Langfristiges Fremdkapital	21'148	21'198	-50	-0.2%
Eigenkapital	52'929	51'296	1'633	3.2%
<b>Total Passiven</b>	<b>156'654</b>	<b>189'329</b>	<b>-32'675</b>	<b>-17.3%</b>
<i>Eigenkapital - Quote in %</i>	<i>33.8%</i>	<i>27.1%</i>		

# GELDFLUSSRECHNUNG

## IN TSD. CHF

	HJ 2018	HJ 2017	Abweichung HJ 2018 vs. HJ 2017	
<b>Ergebnis</b>	<b>11'993</b>	<b>11'340</b>	<b>653</b>	<b>5.8%</b>
Nicht liquiditätswirksamer Aufwand / Ertrag	4'599	5'284	-685	-13.0%
Bezahlte Steuern	-3'447	-7'976	4'529	-56.8%
Veränderung Nettoumlaufvermögen	-9'602	-604	-8'998	1489.7%
<b>Cashflow aus Geschäftstätigkeit</b>	<b>3'543</b>	<b>8'044</b>	<b>-4'501</b>	<b>-56.0%</b>
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-302</b>	<b>673</b>	<b>-975</b>	<b>-144.9%</b>
<b>Freier Cashflow</b>	<b>3'241</b>	<b>8'717</b>	<b>-5'476</b>	<b>-62.8%</b>
Ausschüttungen an Aktionäre Goldbach Group	-	-7'286	7'286	-100.0%
Ausschüttungen an Minderheiten	-14'301	-14'421	120	-0.8%
Kapitalerhöhung	4'009	1'017	2'992	294.2%
Sonstiges	-132	-131	-1	0.8%
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-10'424</b>	<b>-20'821</b>	<b>10'397</b>	<b>-49.9%</b>
Umrechnungsdifferenzen auf den flüssigen Mitteln	-42	90	-132	-146.7%
<b>Zunahme / Abnahme der flüssigen Mittel</b>	<b>-7'225</b>	<b>-12'014</b>	<b>4'789</b>	<b>-39.9%</b>

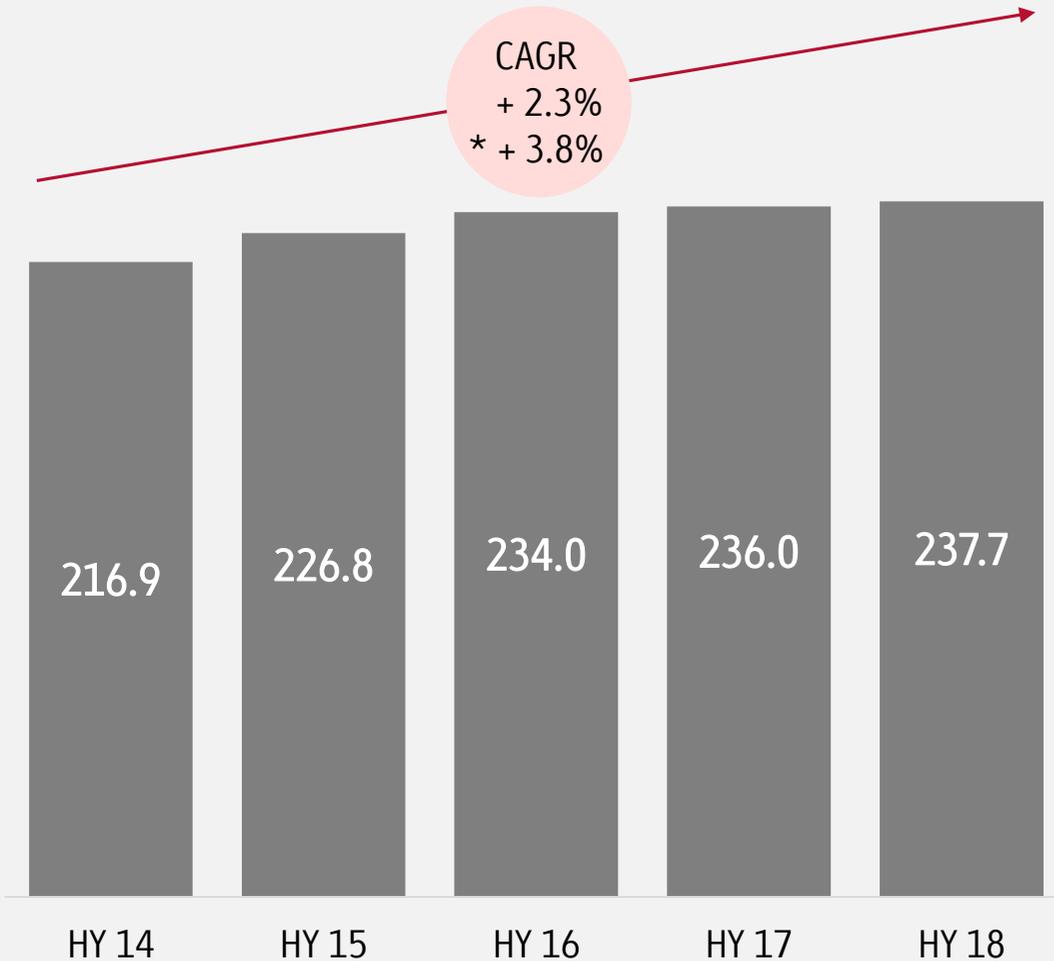
A modern office interior with large glass windows, white spherical pendant lights, and white radiators. The scene is brightly lit, creating a clean and professional atmosphere. The text 'RÜCK- UND AUSBLICK' is overlaid on a black rectangular background in the lower-left corner.

**RÜCK- UND AUSBLICK**

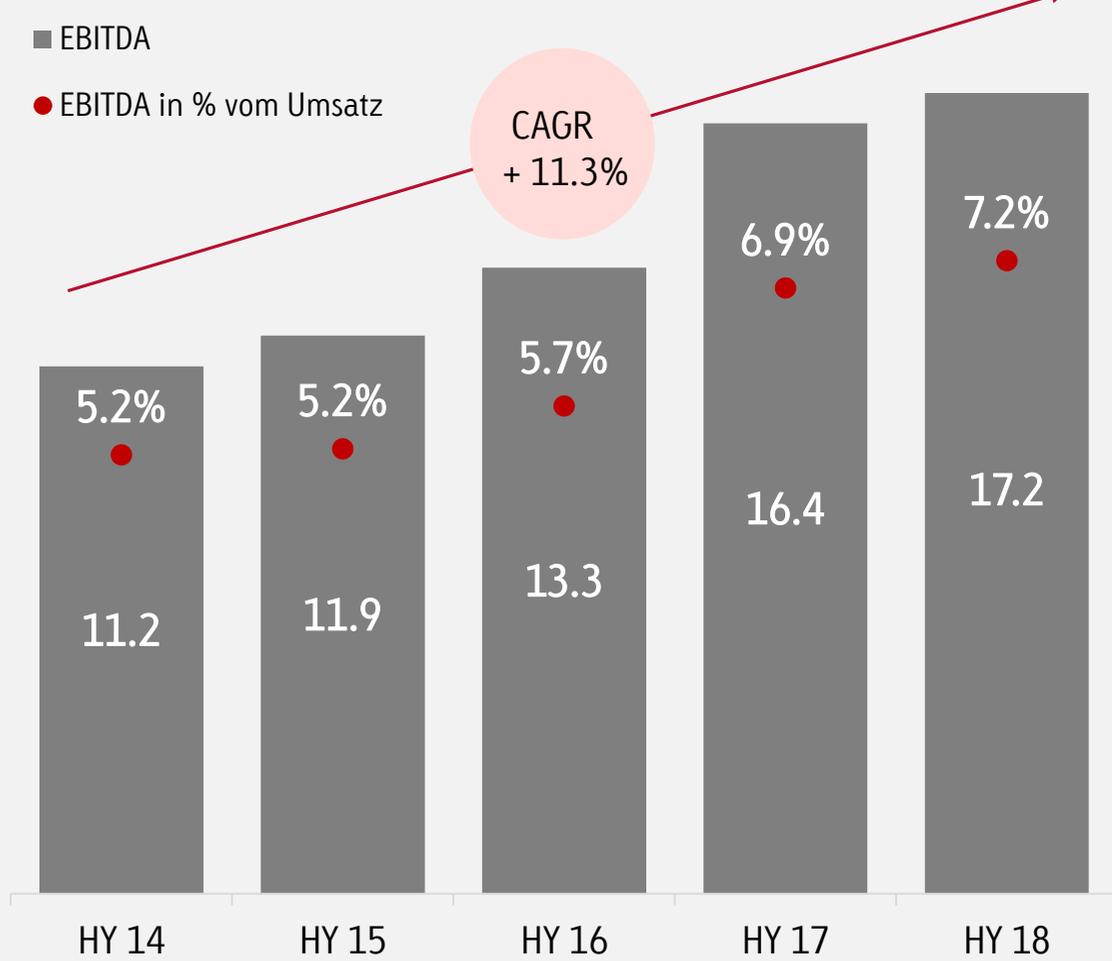
# STETIGES PROFITABLES WACHSTUM WÄHREND DER VERGANGENEN 5 JAHRE

## FINANZIELLE ENTWICKLUNG (HALBJAHR 2014 – 2018)

Umsatzentwicklung in Mio. CHF



EBITDA Entwicklung in Mio. CHF



# AUSBLICK

- Mit der **strategischen Partnerschaft** wollen Goldbach und Tamedia
  - ✓ ihren Kunden reichweitenstarke Werbeangebote auf allen Kanälen anbieten.
  - ✓ ihre Stellung im Schweizer Werbemarkt stärken.
  - ✓ das Auslandsgeschäft in Deutschland und Österreich ausbauen.
- Goldbach strebt auch in den kommenden Jahren ein **profitables Wachstum** an.
- Goldbach wird innerhalb der Tamedia Gruppe ein **eigenständiges Unternehmen** bleiben.

# MERCI

Michi Frank, CEO  
michi.frank@goldbachgroup.com

Lukas Leuenberger, CFO  
lukas.leuenberger@goldbachgroup.com

Goldbach Group AG  
Seestrasse 39 | 8700 Küsnacht-Zürich  
T +41 44 914 91 00 | +41 44 914 93 60  
goldbachgroup.com



# NETTOERLÖS NACH PRODUKTLINIEN IN TSD. CHF

	HJ 2018	HJ 2017	Abweichung HJ 2018 vs. HJ 2017	
TV	181'452	180'674	778	0.4%
Radio	18'021	16'525	1'496	9.1%
Video	14'365	13'033	1'332	10.2%
Online Display	7'224	7'384	-160	-2.2%
Services	4'414	3'450	964	27.9%
Search	4'300	4'861	-561	-11.5%
DOOH	3'008	2'129	879	41.3%
Mobile	2'741	6'163	-3'422	-55.5%
Media Other	2'187	1'731	456	26.3%
<b>Nettoerlös</b>	<b>237'712</b>	<b>235'950</b>	<b>1'762</b>	<b>0.7%</b>

# HAFTUNGSAUSSCHLUSS

ALLE BEURTEILUNGEN UND PROGNOSEN IN DIESER PRÄSENTATION BASIEREN ALLEINE UND EXKLUSIV AUF AUSSAGEN DER GOLDBACH GROUP. BEURTEILUNGEN UND PROGNOSEN SIND VORAUSSCHAUENDE AUSSAGEN UND ENTHALTEN AUSDRÜCKE WIE "ERWARTUNG", "BESTREBEN", "SCHÄTZUNG", "BEABSICHTIGEN", "ANNAHME", "VERSUCH" UND ÄHNLICHEN FORMULIERUNGEN. DIESE AUSSAGEN ZEIGEN ABSICHTEN, ANSICHTEN ODER GEGENWÄRTIGE ERWARTUNGEN UND ANNAHMEN DER GOLDBACH GROUP. DIE VORAUSSCHAUENDEN AUSSAGEN BASIEREN AUF AKTUELLEN PLÄNEN, SCHÄTZUNGEN UND PROGNOSEN, WELCHE DIE GOLDBACH GROUP IN GUTEM GLAUBEN ABER OHNE GARANTIE AUF IHRE ZUKÜNFTIGE RICHTIGKEIT FORMULIERT HAT. VORAUSSCHAUENDE AUSSAGEN BEINHALTEN RISIKEN UND UNSICHERHEITEN, DIE SCHWIERIG VORAUSZUSAGEN SIND UND NORMALERWEISE VON DER GOLDBACH GROUP ODER IHRER MITARBEITER NICHT BEEINFLUSST WERDEN KÖNNEN. ES MUSS DESHALB BEACHTET WERDEN, DASS SICH DIE TATSÄCHLICHEN VORKOMMNISSSE UND KONSEQUENZEN VON DEN VORAUSSCHAUENDEN AUSSAGEN IN DIESER PRÄSENTATION UNTERSCHIEDEN KÖNNEN UND SICH AUCH NEGATIVER ENTWICKELN KÖNNEN ALS EXPLIZIT ODER IMPLIZIT IN DIESER PRÄSENTATION ANGENOMMEN ODER BESCHRIEBEN. DIESE PRÄSENTATION IST KEINE KAUFEMPFEHLUNG FÜR GOLDBACH AKTIEN.