

2018

HALBJAHRES- BERICHT

GOLDBACH
GROUP

KENNZAHLEN DER GOLDBACH GROUP

In TCHF	1. Semester 2018	1. Semester 2017	Veränderung in %
Nettoerlös	237 712	235 950	0.7%
Ad Sales Schweiz	212 868	210 659	1.0%
Ad Sales Deutschland	6 998	5 301	32.0%
Ad Sales Österreich	6 039	6 219	-2.9%
Eliminationen	[1 047]	[1 360]	-23.0%
Ad Sales	224 858	220 819	1.8%
Marketing Services	13 426	16 012	-16.2%
Corporate/Eliminationen	[572]	[881]	-35.1%
Bruttogewinn	45 207	44 280	2.1%
Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Wertberichtigungen (EBITDA)	17 188	16 376	5.0%
Ad Sales Schweiz	19 287	18 304	5.4%
Ad Sales Deutschland	[144]	[235]	-38.7%
Ad Sales Österreich	181	146	24.0%
Ad Sales	19 324	18 215	6.1%
Marketing Services	152	73	108.2%
Corporate	[2 288]	[1 912]	19.7%
Betriebsergebnis (EBIT)	16 229	14 964	8.5%
Ergebnis Anteil Aktionäre der Goldbach Group AG	5 012	4 615	8.6%
Bereinigtes Ergebnis Anteil Aktionäre Goldbach Group AG ¹⁾	5 104	4 615	10.6%
Cashflow aus Geschäftstätigkeit	3 543	8 044	-56.0%
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in CHF)	0.81	0.76	6.6%
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in CHF)	0.81	0.76	6.6%
	30.06.2018	31.12.2017	
Umlaufvermögen	150 129	182 573	-17.8%
Anlagevermögen	6 525	6 756	-3.4%
TOTAL AKTIVEN	156 654	189 329	-17.3%
Fremdkapital	103 725	138 033	-24.9%
Eigenkapital	52 929	51 296	3.2%
TOTAL PASSIVEN	156 654	189 329	-17.3%
Eigenkapitalquote	33.8%	27.1%	24.7%
Anzahl Namensaktien	6 266 473	6 091 352	2.9%
Aktienkurs in CHF (SIX)	33.85	35.60	-4.9%
Vollzeitstellen	322	318	1.3%
Anzahl Mitarbeiter/-innen	344	342	0.6%
davon CH	232	234	-0.9%
davon International	112	108	3.7%

¹⁾ Bereinigung um das ausserordentliche Ergebnis unter Berücksichtigung von Minderheitsanteilen und Steuereffekten. In der Berichtsperiode enthält das ausserordentliche Ergebnis Aufwendungen im Zusammenhang mit der vertieften Prüfung der WEKO der Übernahme durch Tamedia und den Ertrag aus der Liquidation der rumänischen Tochtergesellschaft.

GESCHÄFTSERGEBNIS ERSTES HALBJAHR 2018

Geschätzte Aktionärin, geschätzter Aktionär

Wir freuen uns, Sie über die erfreulichen Fortschritte der Goldbach Group im ersten Halbjahr 2018 informieren zu können. Nach der Übernahme durch die Tamedia AG ist dies der letzte Halbjahresbericht der Goldbach Group. Nach dem letztjährigen Rekordjahr setzt Goldbach ihre Entwicklung fort. In einem für die klassischen Medien schwierigen Werbeumfeld hat Goldbach den Umsatz im ersten Semester 2018 um 0.7% gegenüber dem Vorjahr auf 238 Mio. CHF gesteigert. Aufgrund einer leicht verbesserten Bruttogewinnmarge sowie reduzierter Betriebskosten stieg der operative Gewinn auf Stufe EBIT überproportional um 8.5% auf 16,2 Mio. CHF an. Der Reingewinn im ersten Semester 2018 beträgt 5,0 Mio. CHF im Vergleich zu 4,6 Mio. CHF im Vorjahr.

Ad Sales Schweiz

Im Geschäftssegment Ad Sales Schweiz fasste Goldbach die Aktivitäten im Bereich der Werbevermarktung Schweiz zusammen und erzielte damit einen Umsatz von 213 Mio. CHF, was einem Anstieg von +1.0% gegenüber dem Vorjahr entspricht. Das EBITDA liegt bei 19,3 Mio. CHF, einem Plus von 5.4% gegenüber dem Vorjahr.

Mit den Olympischen Winterspielen und der Fussball-Weltmeisterschaft ist 2018 ein klassisches Sportjahr. Solche Grossveranstaltungen haben einen bedeutenden Einfluss auf den Einsatz und die unterjährige Verteilung der Werbeausgaben. In ihrem Kerngeschäft der TV-Vermarktung konnte die Goldbach Media (Switzerland) AG trotz dieser Sport-Events, welche insbesondere auf den öffentlich-rechtlichen TV-Stationen stattfanden, die Umsätze im ersten Semester 2018 auf Vorjahresniveau halten. Zudem ist es ihr gelungen, ihr Angebot im Bereich Digital out of Home (Digitale Aussenwerbung) weiter auszubauen. Im ersten Halbjahr 2018 gewann sie die Vermarktungsmandate in den Einkaufszentren Tivoli Spreitenbach, Arena St. Gallen und Grüzepark Winterthur.

Die in der nationalen Radiovermittlung tätige swiss radioworld AG steigerte ihre Umsätze im ersten Semester 2018 um 9% gegenüber dem Vorjahr. Das Unternehmen konnte somit auf ein rückläufiges 2017 reagieren und verschiedene Neukunden und Rückkehrer von der Attraktivität der Radiowerbung überzeugen. Insbesondere bedeutende Kunden aus der Autoindustrie und dem Detailhandel haben Anteile ihrer Werbebudgets im ersten Semester ins Radio verschoben oder dort erhöht.

In der Werbevermarktung im Internet nimmt der Druck durch die globalen Player wie Google und Facebook weiter zu. In diesem herausfordernden Umfeld ist es Goldbach gelungen, im Online-Bereich in der Schweiz einen Umsatz auf Vorjahresniveau zu erzielen. Dank des Aufbaus einer starken Position in der Vermarktung von Online-Videowerbung während der letzten Jahre steigerte Goldbach den Verkauf von Video-Werbung im ersten Semester 2018 um +8%. Damit wurden die erneut rückläufigen Umsätze bei der Display-Werbung kompensiert.

Ad Sales Deutschland

Ad Sales Deutschland erzielte im ersten Semester 2018 einen Umsatz von 7,0 Mio. CHF, was einer Zunahme von 32% gegenüber dem Vorjahr entspricht. Die positive Entwicklung des Deutschland-Geschäfts ist insbesondere eine Folge des kontinuierlichen Ausbaus des Werbeinventars. Im ersten Semester wurden sechs zusätzliche TV-Nischensender ins Vermarktungsportfolio aufgenommen, womit Goldbach Germany aktuell über 25 TV-Stationen vermarktet. Auch die Entwicklung in den Bereichen Digital out of Home, Smart TV und Mobile ist erfreulich. Goldbach konnte sich in den letzten Jahren im deutschen Werbemarkt etablieren und ist mit ihrem Geschäftsfeldern rund um das Thema Bewegtbild breit abgestützt. Die Basis für weiteres profitables Wachstum ist gelegt. Ad Sales Deutschland erzielt im ersten Semester 2018 ein EBITDA von -0,1 Mio. CHF (Vorjahres-EBITDA: -0,2 Mio. CHF).

Ad Sales Österreich

Mit ihren Vermarktungsaktivitäten in Österreich erzielte Goldbach im ersten Halbjahr 2018 ein solides Ergebnis. Der Umsatz beträgt 6 Mio. CHF und liegt somit leicht unter dem Vorjahr [-3%], während das EBITDA von 0,2 Mio. CHF dank reduzierter Betriebskosten gegenüber dem Vorjahr leicht gesteigert werden konnte [1. Halbjahr 2017: 0,1 Mio. CHF]. Erwartungsgemäss haben sich die Marktanteile in Österreich aufgrund der grossen Sport-Events (Olympische Winterspiele, Fussball-WM) im ersten Halbjahr 2018 verringert, was sich in den von Goldbach erzielten TV-Umsätzen widerspiegelt. Digital out of Home entwickelte sich auch in Österreich sehr positiv, während der Online-Bereich durch die Einführung und hohen Aufwände rund um die DSGVO und dem zunehmenden Wettbewerbsdruck seitens der globalen Player im Vergleich zum Vorjahr leidet.

Marketing Services

Im Agenturgeschäft kann Goldbach den im vergangenen Jahr vollzogenen Turnaround im ersten Semester 2018 bestätigen. Die unter dem neuen Namen «dreifive» agierende Digitalagentur für Performance Marketing gewinnt Neukunden wie JOOP, Strellson und Repower und erzielte im ersten Halbjahr 2018 einen Umsatz von 13,4 Mio. CHF und ein EBITDA von 0,2 Mio. CHF. Mit einer eigens für das Performance-Geschäft entwickelten TV Attributionsplattform war dreifive in der Lage, TV als weiteren Performance Kanal in ihr Angebot zu integrieren und damit neue Kunden zu gewinnen. Dank rund 60 Spezialisten aus den Bereichen Search, Online Advertising, Social Media, Kreation und Technik und einem Portfolio namhafter Kunden in der DACH-Region ist dreifive gut aufgestellt, um sich auch in Zukunft positiv zu entwickeln.

Ausserordentliches Ergebnis, Cash-Flow und Bilanz

Im Zusammenhang mit der Übernahme durch Tamedia sind im ersten Semester 2018 weitere Kosten von -0,2 Mio. CHF im ausserordentlichen Ergebnis angefallen. Ebenfalls im ersten Halbjahr 2018 wurde ein Ertrag aus der Liquidation einer inaktiven rumänischen Tochtergesellschaft im Umfang von 0,1 Mio. CHF im ausserordentlichen Ergebnis erfasst. Adjustiert um die oben genannten Sonderfaktoren konnte der bereinigte Reingewinn im ersten Halbjahr von 4,6 Mio. CHF auf 5,1 Mio. CHF um +11% gesteigert werden.

Der operative Cash-Flow unterliegt starken saisonalen Schwankungen und ist jeweils im ersten Halbjahr bedeutend tiefer als im zweiten Halbjahr. Im ersten Semester 2018 beträgt der operative Cash-Flow 3,5 Mio. CHF und hat sich aufgrund vorgezogener Zahlungen an Medienpartner gegenüber dem Vorjahr leicht reduziert (Vorjahr 8,0 Mio. CHF). Das Eigenkapital beträgt 52,9 Mio. CHF, was einer Eigenkapitalquote von 33.8% entspricht.

Ausblick

Aufgrund der zunehmenden Dominanz der Tech-Giganten wie Google und Facebook unterliegt der Werbemarkt dramatischen Veränderungen. Klassische Werbekanäle kommen unter Druck, Mediengattungen werden konvergent, das Geschäft wird zunehmend technologielastig. Goldbach konnte sich in den vergangenen Jahren als Spezialistin für die Vermarktung elektronischer Medien erfolgreich im Werbemarkt etablieren. Um auch langfristig in diesem intensiven Wettbewerb bestehen zu können, hat Goldbach den Zusammenschluss mit Tamedia als strategischen Partner gesucht. Goldbach freut sich über den positiven Entscheid der WEKO vom 16. August 2018. Damit wurde die letzte wesentliche Hürde übersprungen und der Zusammenschluss konnte vollzogen werden. Goldbach wird als eigenständiges Unternehmen mit ihrem bisherigen Hauptsitz in Küsnacht bestehen bleiben. Zusammen mit Tamedia wird Goldbach ihre Position im Werbemarkt weiter stärken und ihre Wachstumsstrategie auch in den kommenden Jahren fortsetzen.

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 ihre 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 2018	1. Semester 2017
Nettoerlös	5.2.1	237 712	235 950
Direkter Aufwand der erbrachten Leistungen		[192 505]	[191 670]
Bruttogewinn		45 207	44 280
Personalaufwand		[19 949]	[19 681]
Sonstiger Betriebsaufwand		[9 894]	[9 506]
Sonstiger Betriebsertrag		1 824	1 283
Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Wertbeeinträchtigungen (EBITDA)	5.2.1	17 188	16 376
Abschreibungen auf Sachanlagen		[181]	[303]
Abschreibungen auf immateriellen Werten		[778]	[1 109]
Betriebsergebnis (EBIT)		16 229	14 964
Finanzergebnis	5.2.2	[293]	146
Ordentliches Ergebnis		15 936	15 110
Betriebsfremdes Ergebnis		0	0
Ausserordentliches Ergebnis	5.2.3	[100]	0
Ergebnis vor Steuern		15 836	15 110
Ertragssteuern		[3 843]	[3 770]
Ergebnis		11 993	11 340
Anteil Aktionäre der Goldbach Group AG		5 012	4 615
Anteil Minderheiten		6 981	6 725
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in CHF)		0.81	0.76
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in CHF)		0.81	0.76

2 KONSOLIDIERTE BILANZ

In TCHF	Anm.	30.06.2018	31.12.2017
AKTIVEN			
Flüssige Mittel		76 683	83 908
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		62 924	87 825
Sonstige kurzfristige Forderungen		4 657	4 180
Vorräte und nicht fakturierte Dienstleistungen		352	117
Aktive Rechnungsabgrenzungen		5 513	6 543
Umlaufvermögen	5.2.5	150 129	182 573
Sachanlagen		998	1 026
Aktive latente Steuerforderungen		2 122	2 234
Übrige Finanzanlagen		336	347
Immaterielle Anlagen		3 069	3 149
Anlagevermögen	5.2.6	6 525	6 756
TOTAL AKTIVEN		156 654	189 329
PASSIVEN			
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten		11	13
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		31 747	53 926
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten		9 325	11 291
Erhaltene Anzahlungen		4 012	4 655
Kurzfristige Rückstellungen		443	520
Passive Rechnungsabgrenzungen		37 039	46 430
Kurzfristiges Fremdkapital		82 577	116 835
Langfristige Finanzverbindlichkeiten		20 000	20 000
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten		2	2
Langfristige Rückstellungen		231	234
Passive latente Steuerverbindlichkeiten		915	962
Langfristiges Fremdkapital		21 148	21 198
Fremdkapital	5.2.7	103 725	138 033
Aktienkapital		7 833	7 614
Kapitalreserven		67 542	63 752
Gewinnreserven		(32 247)	(37 182)
Eigenkapital Aktionäre Goldbach Group AG		43 128	34 184
Minderheitsanteile		9 801	17 112
Eigenkapital	5.2.8	52 929	51 296
TOTAL PASSIVEN		156 654	189 329

3 KONSOLIDIERTE GELDFLUSSRECHNUNG

In TCHF	1. Semester 2018	1. Semester 2017
Ergebnis	11 993	11 340
Abschreibungen	959	1 412
Finanzergebnis	68	[165]
Ertragssteuern	3 843	3 770
(Gewinn)/Verlust aus Abgang Sachanlagen und immaterielle Werte	[7]	[18]
Sonstige nicht zahlungswirksame (Erträge)/Aufwendungen	[259]	309
Zunahme/Abnahme Rückstellungen	[5]	[24]
Bezahlte Ertragssteuern	[3 447]	[7 976]
(Zunahme)/Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	24 885	21 841
Zunahme/(Abnahme) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	[22 280]	[21 655]
(Zunahme)/Abnahme übrige Forderungen und aktive Rechnungsabgrenzungen	27	[5 369]
Zunahme/(Abnahme) übrige kurzfristige Verbindlichkeiten und passive Rechnungsabgrenzungen	[12 234]	4 579
Cashflow aus Geschäftstätigkeit	3 543	8 044
Kauf von Sachanlagen	[157]	[77]
Kauf von immateriellen Anlagen	[719]	[510]
Auskauf von Minderheiten	[240]	0
Zahlung bedingte, variable Kaufpreisverbindlichkeiten	[66]	0
Verkauf von Sachanlagen	7	329
Verkauf von immateriellen Anlagen	0	58
Verkauf von Anteilen an Tochtergesellschaften	873	873
Cashflow aus Investitionstätigkeit	[302]	673
Freier Cashflow	3 241	8 717
Zinsausgaben	[132]	[131]
Kapitalerhöhung	4 009	1 017
Ausschüttungen an Aktionäre Goldbach Group AG	0	[7 286]
Ausschüttungen an Minderheiten	[14 301]	[14 421]
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	[10 424]	[20 821]
Umrechnungsdifferenzen auf den flüssigen Mitteln	[42]	90
Zunahme/(Abnahme) der flüssigen Mittel	[7 225]	[12 014]
Anfangsbestand flüssige Mittel	83 908	76 532
Endbestand flüssige Mittel	76 683	64 518

4 KONSOLIDierter EIGENKAPITALNACHWEIS

In TCHF	Anm.	Aktienkapital	Kapitalreserven	Eigene Aktien	Umrechnungs- differenzen	Gewinnreserven Eigenkapital	Aktionäre Goldbach Group AG	Minderheitsanteile	Eigenkapital
Stand 1.1.2017		7 546	68 818	(360)	(323)	(48 751)	26 930	14 508	41 438
Ergebnis						4 615	4 615	6 725	11 340
Ausgeschüttete Dividenden			[7 286]				[7 286]	[14 421]	[21 707]
Kapitalerhöhung		63	954				1 017		1 017
In der Berichtsperiode erfasste Umrechnungsdifferenzen					[9]		[9]	[11]	[20]
Anteilsbasierte Vergütungen			244	125			369		369
Veränderung Konsolidierungskreis			302				302	571	873
Stand 30.6.2017		7 609	63 032	[235]	[332]	(44 136)	25 938	7 372	33 310
Stand 1.1.2018		7 614	63 752	0	(207)	(36 975)	34 184	17 112	51 296
Ergebnis						5 012	5 012	6 981	11 993
Ausgeschüttete Dividenden							0	[14 301]	[14 301]
Kapitalerhöhung		219	3 790				4 009		4 009
In der Berichtsperiode erfasste Umrechnungsdifferenzen					[77]		[77]	9	[68]
Stand 30.6.2018	5.2.8	7 833	67 542	0	[284]	(31 963)	43 128	9 801	52 929

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 2018 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 2017 gelesen werden.

5.2 ERLÄUTERUNGEN ZUR KONSOLIDIERTEN HALBJAHRESRECHNUNG

5.2.1 SEGMENTINFORMATIONEN

Geschäftsbereiche 1. Semester 2018:

In TCHF	Nettoerlöse Dritte	Nettoerlöse andere Geschäfts- bereiche	Total Nettoerlöse	EBITDA
Ad Sales Schweiz	212 369	499	212 868	19 287
Ad Sales Deutschland	6 169	829	6 998	[144]
Ad Sales Österreich	5 864	175	6 039	181
Eliminationen	0	[1 047]	[1 047]	0
Ad Sales	224 402	456	224 858	19 324
Marketing Services	13 310	116	13 426	152
Corporate	0	209	209	[2 288]
Eliminationen	0	[781]	[781]	0
Total	237 712	0	237 712	17 188

Geschäftsbereiche 1. Semester 2017:

In TCHF	Nettoerlöse Dritte	Nettoerlöse andere Geschäfts- bereiche	Total Nettoerlöse	EBITDA
Ad Sales Schweiz	209 897	762	210 659	18 304
Ad Sales Deutschland	4 084	1 217	5 301	[235]
Ad Sales Österreich	6 036	183	6 219	146
Eliminationen	0	[1 360]	[1 360]	0
Ad Sales	220 017	802	220 819	18 215
Marketing Services	15 933	79	16 012	73
Corporate	0	176	176	[1 912]
Eliminationen	0	[1 057]	[1 057]	0
Total	235 950	0	235 950	16 376

Der Nettoerlös nach Produktlinien gliedert sich wie folgt:

In TCHF	1. Semester 2018	1. Semester 2017
TV	181 452	180 674
Radio	18 021	16 525
Video	14 365	13 033
Online Display	7 224	7 384
Services	4 414	3 450
Search	4 300	4 861
Digital-out-of-home	3 008	2 129
Mobile	2 741	6 163
Media Other	2 187	1 731
Nettoerlös	237 712	235 950

5.2.2 FINANZERGEBNIS

Das Finanzergebnis beinhaltet den Zinsaufwand und das Fremdwährungsergebnis. Im Vorjahr wurden zudem von der Eidgenössischen Steuerverwaltung im Geschäftsjahr 2013 erhobene Verzugszinsen in Höhe von 0,3 Mio. CHF zurückerstattet.

5.2.3 AUSSERORDENTLICHES ERGEBNIS

In der Berichtsperiode sind ausserordentliche Aufwendungen im Zusammenhang mit der vertieften Prüfung der WEKO der Übernahme durch Tamedia in Höhe von 0,2 Mio. CHF angefallen. Aus der Liquidation der nicht mehr operativ tätigen rumänischen Tochtergesellschaft European Media Invest S.R.L., Bukarest RO, resultiert ein ausserordentlicher Ertrag von 0,1 Mio. CHF.

5.2.4 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.

5.2.5 UMLAUFVERMÖGEN

Das Umlaufvermögen hat sich im ersten Halbjahr um -32,4 Mio. CHF reduziert. Gründe 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.

5.2.6 ANLAGEVERMÖGEN

Das Anlagevermögen ist weitgehend unverändert. Die laufenden Abschreibungen werden durch die betriebsnotwendigen Ersatzinvestitionen ausgeglichen.

5.2.7 FREMDKAPITAL

Das Fremdkapital hat sich um -34,3 Mio. CHF reduziert, was auf saisonale Schwankungen im kurzfristigen Fremdkapital zurückzuführen ist.

5.2.8 EIGENKAPITAL

Das Eigenkapital hat sich gegenüber Ende 2017 von 51,3 Mio. CHF um 1,6 Mio. CHF erhöht. Die Dividendenzahlungen an Minderheitsaktionäre von Tochtergesellschaften von 14,3 Mio. CHF für das Geschäftsjahr 2017 werden durch das Halbjahresergebnis von 12,0 Mio. CHF und der Kapitalerhöhung im Rahmen des Optionsprogramms 2010 von 4,0 Mio. CHF überkompensiert.

Gemäss Beschluss der Generalversammlung der Goldbach Group AG vom 9. April 2018 wurde im ersten Semester keine Dividende an die Aktionäre der Goldbach Group AG (Vorjahr: CHF 1.20 je Namenaktie) für das Geschäftsjahr 2017 ausbezahlt.

5.2.9 EREIGNISSE NACH DER BERICHTSPERIODE

Die Eidgenössische Wettbewerbskommission WEKO hat die Übernahme der Goldbach Group durch Tamedia ohne Auflagen genehmigt. Damit sind die Bedingungen gemäss Angebotsprospekt erfüllt und die Übernahme kann nun vollzogen werden. Nach der Durchführung wird die Goldbach Group AG dekotiert.

Der Verwaltungsrat der Goldbach Group AG hat den vorliegenden konsolidierten Halbjahresabschluss am 22. August 2018 verabschiedet.

Es sind keine weiteren Ereignisse zwischen dem 30. Juni 2018 und dem 22. August 2018 eingetreten, die sich wesentlich auf die konsolidierte Jahresrechnung 2018 auswirken werden.

Halbjahresbericht 2018 im Internet

Der Halbjahresbericht 2018 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.

© 2018 Goldbach Group AG, alle Rechte vorbehalten

