

2009

HALBJAHRESBERICHT

Kennzahlen der Goldbach Media Gruppe

	Veränderung in %	01.01.– 30.06.2009 in TCHF	01.01.– 30.06.2008 in TCHF
Nettoumsatz	20.2 %	139 417	115 970
davon Online	69.9 %	53 833	31 676
davon Offline	1.4 %	85 855	84 669
Bruttogewinn	19.2 %	30 922	25 931
EBITDA	19.4 %	7 812	6 545
davon Online	-21.9 %	2 098	2 685
davon Offline	10.0 %	6 477	5 887
EBIT	10.5 %	6 063	5 486
davon Online	-43.5 %	1 395	2 469
davon Offline	8.9 %	5 962	5 476
Gewinn aus fortzuführenden Geschäftstätigkeiten	44.6 %	7 959	5 505
Ergebnis aufgegebenener Geschäftsbereiche ¹⁾	–	(4 295)	0
Periodengewinn	-33.4 %	3 664	5 505
Periodengewinn (Anteil Goldbach Media Aktionäre)	-52.5 %	1 583	3 332
Betrieblicher Cash-Flow	47.6 %	6 351	4 302
Gewinn je Aktie unverwässert (in CHF)	-38.6 %	0.35	0.57
Gewinn je Aktie verwässert (in CHF)	-36.4 %	0.35	0.55
	Veränderung in %	30.06.2009 in TCHF	31.12.2008 in TCHF
Umlaufvermögen	-21.4 %	96 477	122 678
Anlagevermögen	0.0 %	79 485	79 481
Total Aktiven	-13.0 %	175 962	202 159
Fremdkapital	-18.5 %	97 565	119 682
Eigenkapital	-4.9 %	78 397	82 477
Total Passiven	-13.0 %	175 962	202 159
Eigenkapitalquote	–	44.6 %	40.8 %
Anzahl Aktien	–	5 998 470	5 998 470
Aktienkurs in CHF (SIX)	70.9 %	34.00	19.90
Anzahl Voll- und Teilzeitstellen (FTE's)	5.5 %	381	361
Anzahl Headcounts (HC's)	4.9 %	405	386
davon CH	4.0 %	208	200
davon International	5.9 %	197	186

¹⁾ Das Ergebnis aufgegebenener Geschäftsbereiche beinhaltet in 2009 Wertberichtigungen im Verlagsgeschäft in Rumänien in der Höhe von TCHF 3 098.

Goldbach Media wächst in rezessivem Marktumfeld

Die in der Schweiz mit den Gesellschaften IP Multimedia, AdLINK, OnEmotion und orange8 interactive in der Werbevermarktung privater elektronischer, interaktiver und mobiler Medien führende Goldbach Media Gruppe hat zusammen mit ihren internationalen Gesellschaften (Deutschland, Österreich, Kroatien, Slowenien, Serbien, Polen, Tschechien, Rumänien und Russland) im ersten Halbjahr 2009 den Umsatz um 20.2 % auf CHF 139.4 Mio. (Vorjahr CHF 116.0 Mio.), den EBIT um 10.5 % auf CHF 6.1 Mio. (Vorjahr CHF 5.5 Mio.) und den Gewinn aus fortgeführten Geschäftstätigkeiten um 44.6 % auf rund CHF 8 Mio. (Vorjahr CHF 5.5 Mio.) gesteigert. Die Eigenkapitalquote nahm auf 44.6 % zu (Vorjahr 40.8 %). Der mit dem Online-Geschäft erzielte Umsatzanteil beträgt inzwischen 38.5 %. Das organische Wachstum der Gruppe beträgt 6.6 %. Trotz weiterhin schwierigen Bedingungen im Werbemarkt und zunehmenden negativen Währungseinflüssen durch das osteuropäische Geschäft erwartet Goldbach Media für 2009 ein Umsatzwachstum im zweistelligen und ein EBIT-Wachstum im einstelligen Prozentbereich.

Marktanteilsgewinne im Offline-Bereich

Mit der Vermarktung von privatem TV, Teletext, Radio und AdScreen des Offline-Bereichs konnte Goldbach Media ihren Marktanteil im ersten Halbjahr 2009 weiter ausbauen und erzielte in einem insgesamt rückläufigen Werbemarkt (Schweiz: brutto minus 8.0 %, Quelle Mediafocus) einen gegenüber der Vorjahresperiode um 1.4 % höheren Nettoumsatz von CHF 85.9 Mio. (Vorjahr CHF 84.7 Mio.). Dazu trugen vor allem der Verkauf von Werbung für das private Radio in der Schweiz und die Vermarktung privaten Fernsehens in der Schweiz und Österreich bei. Insgesamt nahm der Verkauf von Radiowerbung um 10.8 % und von Fernsehwerbung um 2.6 % zu. Die Vermarktung elektronischer Werbung

an attraktiven Verkaufsstellen (AdScreen) hingegen war rückläufig. Der im Offline-Segment erzielte EBIT verbesserte sich gegenüber der Vorjahresperiode um 8.9 % auf CHF 6.0 Mio. (Vorjahr CHF 5.5 Mio.).

Performance-Marketing als Wachstumstreiber im Online-Bereich

Im Online-Bereich der Goldbach Media, der neben Internetwerbung sowie Werbung in Mobiles und interaktiven Spielen auch die Konzeption, Kreation, Planung und Effizienzsteuerung von Performance-Marketing umfasst, erzielte der Werbelogistiker im ersten Halbjahr 2009 einen um 69.9 % gesteigerten Umsatz von CHF 53.8 Mio. (Vorjahr CHF 31.7 Mio.) und einen EBIT von CHF 1.4 Mio.

(Vorjahr CHF 2.5 Mio.). Das organische Umsatzwachstum im Online-Bereich beträgt über 20 %. Besonders erfreulich entwickelten sich die Märkte in der Schweiz, Österreich und Deutschland. In der Schweiz konnte Goldbach Media unter anderem mit der Erweiterung ihres Angebots für Performance-Marketing und im Displaygeschäft ihre Marktstellung weiter festigen, und in Österreich zahlt sich die nachhaltige Aufbauarbeit aus. In Deutschland konnte der Umsatz durch Neukundengewinne in einem insgesamt rückläufigen Online-Markt mehr als verdoppelt werden. In den osteuropäischen Märkten entwickelte sich das Geschäft unterschiedlich. In Polen erzielte Goldbach trotz schwierigem Umfeld markant mehr Umsatz. Das Geschäft in Tschechien stagnierte jedoch, und der Umsatz in dem von einer tiefen Rezession gebeutelten Rumänien war rückläufig. Die beiden Goldbach-Gesellschaften in Russland entwickeln sich auf kleinem Niveau planmässig. Auch die Gesellschaften im adriatischen Raum spürten im ersten Semester 2009 die schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, vor allem in Kroatien.

Gesamthaft konnte Goldbach mit ihren wichtigsten südost- und osteuropäischen Gesellschaften im ersten Halbjahr 2009 Angebot und Marktpräsenz erhöhen. Damit will sich Goldbach Media als Werbelogistikerin und etablierte Online-Spezialistin in diesen Ökonomien für eine

sich abzeichnende Wirtschaftserholung eine optimale Ausgangslage schaffen. Der EBIT im Online-Bereich nahm gegenüber der Vorjahresperiode aufgrund höherer Markterschliessungskosten im wirtschaftlich rezessiven Umfeld sowie tendenziell tieferer Margen um 43.5 % ab und beträgt CHF 1.4 Mio. (Vorjahr CHF 2.5 Mio.).

Das Online-Segment leistete im ersten Halbjahr einen Beitrag von 38.5 % an den Gesamtumsatz (Vorjahr 27 %).

Beteiligung an Internet-TV –

Bereinigung im rumänischen Print-Geschäft

Mit der Beteiligung am schweizerischen Internet-TV Wilmaa hat Goldbach Media im ersten Halbjahr 2009 ihre Technologiekompetenz im Bereich des stark wachsenden interaktiven und mobilen Marketings weiter gestärkt.

Im Juli konnte sich Goldbach Media durch einen Management-Buyout von vier verlustschreibenden Printmedien in Rumänien trennen. Diese erwarb Goldbach Media im Rahmen der Akquisition der ARBOmedia Gruppe, zusammen mit drei weiteren Printprodukten und dem osteuropäischen Onlinegeschäft. Mit der Akquisition hatte Goldbach Media angekündigt, sich im Rahmen der Fokussierung auf die Vermarktung elektronischer Medien vom Print-Geschäft bei sich bietender Gelegenheit zu trennen.



Bruno Widmer
Präsident des Verwaltungsrats



Klaus Kappeler
CEO

Im Halbjahresabschluss wurde aufgrund der schlechten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Rumänien sowie einer Neubewertung des zur Veräusserung gehaltenen Geschäftsbereichs Print (Discontinued Operations: Verlagsgeschäft und die Vermarktung von Printmedien) ein Verlust von CHF 4.3 Mio. ausgewiesen.

Der betriebliche Cashflow der Goldbach Media nahm im ersten Halbjahr 2009 um 47.6% auf CHF 6.3 Mio. (Vorjahr CHF 4.3 Mio.) zu. Der Gewinn aus fortzuführenden Geschäftstätigkeiten konnte um 44.6% auf CHF 8.0 Mio. gesteigert werden (Vorjahr CHF 5.5 Mio.). Die ausserordentlichen Verluste durch Bereinigung des Geschäftsportfolios führten zu einem um 33.4% tieferen Periodengewinn vor Minderheiten von CHF 3.7 Mio. (Vorjahr CHF 5.5 Mio.).

Die Eigenkapitalquote nahm auf 44.6% zu (Vorjahr 40.8%).

Ausblick 2009: zweistelliges Umsatzwachstum und einstellige EBIT-Steigerung

Die im März 2009 von Goldbach kommunizierten Erwartungen werden durch die Entwicklung im ersten Halbjahr 2009 weitgehend bestätigt, doch beeinflussen die höheren Markterschliessungskosten im Online-Bereich das EBIT-Wachstum. Im Offline-Bereich wird für 2009

ein einstelliges Umsatzwachstum erwartet, im Online-Bereich setzt sich die Wachstumsdynamik mit zweistelligen Umsatzsteigerungen fort, allerdings verlangsamt durch die schlechte ökonomische Verfassung einiger südost- und osteuropäischer Märkte. Negative Währungseinflüsse aus diesen Ländern werden ihre Spuren vor allem im EBIT hinterlassen. Trotz diesen negativen Einflüssen erwartet Goldbach Media gesamthaft bei gleich bleibenden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für das Geschäftsjahr 2009 ein zweistelliges Umsatzwachstum und ein einstelliges EBIT-Wachstum.

«Goldbach Media hat sich als Vermarkter digitaler, interaktiver und mobiler Medien nicht nur in der Schweiz, Österreich und Deutschland, sondern auch in den wichtigsten südost- und osteuropäischen Märkten hervorragend aufgestellt, Marktanteile dazugewonnen und ist für den Aufschwung bereit. Als frühzyklischer Werbe-logistiker wollen wir an der von einigen Instituten bereits für 2010 prognostizierten Erholung unserer osteuropäischen Zielmärkte überproportional partizipieren. Als spezialisierter und führender Werbevermarkter für digitale Medien kann Goldbach Media die Marketingleistung ihrer Kunden bei einer sich abzeichnenden Wirtschaftserholung mit neuer und zum Teil selbst entwickelter Software zur Effizienzsteigerung des Performance-Marketings gezielt unterstützen.»

Bruno Widmer
Präsident des Verwaltungsrats

Klaus Kappeler
Vorsitzender der Gruppenleitung (CEO)

**Wir rechnen
auch weiterhin**

**elektronischen
Medien.**

Konsolidierter Halbjahresabschluss der Goldbach Media Gruppe

Konsolidierte Bilanz

In TCHF	Anm.	30.06.2009	31.12.2008
AKTIVEN			
Flüssige Mittel		19 369	34 501
Kurzfristige Forderungen		50 902	66 946
Steuerforderungen		4	76
Rechnungsabgrenzungsposten		12 722	3 833
Zur Veräusserung gehaltene Vermögenswerte	9	13 480	17 322
Umlaufvermögen		96 477	122 678
Langfristige Forderungen		50	74
Finanzanlagen		221	462
Beteiligungen an assoziierten Gesellschaften	5	2 757	3 803
Immaterielle Werte	3, 5	71 210	69 118
Sachanlagen		1 653	1 930
Aktivische latente Steuern		3 594	4 094
Anlagevermögen		79 485	79 481
Total Aktiven		175 962	202 159
PASSIVEN			
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	6	12 456	24 166
Steuerverbindlichkeiten		726	2 000
Sonstige Verbindlichkeiten		42 785	41 473
Kurzfristige Rückstellungen	7	902	4 820
Rechnungsabgrenzungsposten		20 859	23 856
Verbindlichkeiten in Verbindung mit zur Veräusserung gehaltenen Vermögenswerten	9	5 059	4 754
Kurzfristiges Fremdkapital		82 787	101 069
Langfristige Finanzverbindlichkeiten		283	10
Verbindlichkeiten aus Personalvorsorge		863	860
Sonstige Verbindlichkeiten		0	192
Langfristige Rückstellungen	7	4 257	8 337
Passivische latente Steuern		9 375	9 214
Langfristiges Fremdkapital		14 778	18 613
Aktienkapital		7 499	7 499
Eigene Aktien		(2 507)	(5 076)
Kapitalreserven		47 345	46 500
Umrechnungsdifferenzen		(3 227)	(4 213)
Gewinnreserven		24 876	26 626
Eigenkapital, den Aktionären der Goldbach Media AG zuzurechnen		73 986	71 336
Minderheitsanteile		4 411	11 141
Eigenkapital		78 397	82 477
Total Passiven		175 962	202 159

Konsolidierte Erfolgsrechnung

In TCHF	Anm.	01.01.– 30.06.2009	01.01.– 30.06.2008
Umsatzerlöse netto		139 417	115 970
Direkter Aufwand der erbrachten Leistungen		(108 495)	(90 039)
Bruttogewinn		30 922	25 931
Personalaufwand		(16 431)	(12 074)
Sonstiger Betriebsertrag		3 685	700
Sonstiger Betriebsaufwand		(10 364)	(8 012)
Betriebsgewinn vor Abschreibungen und Amortisationen (EBITDA)		7 812	6 545
Abschreibungen und Amortisationen		(1 749)	(1 059)
Betriebsgewinn (EBIT)		6 063	5 486
Finanzertrag	8	5 459	1 950
Finanzaufwand		(1 576)	(92)
Anteiliger Jahresverlust assoziierter Gesellschaften		(563)	(123)
Gewinn vor Steuern		9 383	7 221
Gewinnsteuern		(1 424)	(1 716)
Gewinn aus fortzuführenden Geschäftstätigkeiten		7 959	5 505
Nettoverlust aufgegebenen Geschäftstätigkeiten	9	(4 295)	0
Periodengewinn		3 664	5 505
Davon:			
Den Aktionären der Goldbach Media AG zuzurechnen		1 583	3 332
Minderheitsanteile		2 081	2 173
Total		3 664	5 505
Gewinn je Aktie (in CHF)			
Unverwässert		0.35	0.57
Verwässert		0.35	0.55
Gewinn je Aktie aus fortzuführenden Geschäftstätigkeiten (in CHF)			
Unverwässert		0.95	0.57
Verwässert		0.94	0.55

Darstellung der direkt im Eigenkapital erfassten Erträge und Aufwendungen

In TCHF	01.01.– 30.06.2009	01.01.– 30.06.2008
Periodengewinn gemäss konsolidierter Erfolgsrechnung	3 664	5 505
Umrechnungsdifferenzen	1 001	(185)
Fair-Value-Änderungen finanzielle Vermögenswerte	0	364
Total direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen	1 001	179
Total der in der Periode erfassten Erträge und Aufwendungen	4 665	5 684
Davon:		
Den Aktionären der Goldbach Media AG zuzurechnen	2 569	3 511
Minderheitsanteile	2 096	2 173

Veränderung des konsolidierten Eigenkapitals

In TCHF	Aktienkapital	Eigene Aktien	Kapitalreserven	Umrechnungs- differenzen	Sonstige Reserven	Gewinnreserven	Den Aktionären der Goldbach Media AG zuzurechnen	Minderheitsanteile	Eigenkapital
Stand am 01.01.2008	7 499	(2 073)	62 352	9	0	24 566	92 353	7 957	100 310
Total der in der Periode erfassten Erträge und Aufwendungen	0	0	0	(185)	364	3 332	3 511	2 173	5 684
Veränderung									
Konsolidierungskreis	0	0	0	0	0	0	0	34	34
Kauf eigener Aktien	0	(1 402)	0	0	0	0	(1 402)	0	(1 402)
Verkauf eigener Aktien	0	226	199	0	0	0	425	0	425
Aktienbasierte Vergütungen	0	0	194	0	0	0	194	0	194
Dividenden	0	0	0	0	0	(8 041)	(8 041)	(6 440)	(14 481)
Stand am 30.06.2008	7 499	(3 249)	62 745	(176)	364	19 857	87 040	3 724	90 764
Stand am 01.01.2009	7 499	(5 076)	46 500	(4 213)	0	26 626	71 336	11 141	82 477
Total der in der Periode erfassten Erträge und Aufwendungen	0	0	0	986	0	1 583	2 569	2 096	4 665
Veränderung Konsolidierungskreis und Anpassung Minderheitsanteile	0	0	271	0	0	0	271	(459)	(188)
Kauf eigener Aktien	0	(531)	0	0	0	0	(531)	0	(531)
Verkauf eigener Aktien	0	3 100	559	0	0	0	3 659	0	3 659
Aktienbasierte Vergütungen	0	0	15	0	0	0	15	0	15
Dividenden	0	0	0	0	0	(3 333)	(3 333)	(8 367)	(11 700)
Stand am 30.06.2009	7 499	(2 507)	47 345	(3 227)	0	24 876	73 986	4 411	78 397

Anmerkungen

Konsolidierte Geldflussrechnung

In TCHF	Anm.	01.01.– 30.06.2009	01.01.– 30.06.2008
Periodengewinn vor Gewinnsteuern		9 383	7 221
Anpassungen für zahlungsunwirksame Positionen			
Abschreibungen und Amortisationen		1 749	1 059
Zinsertrag		(115)	(763)
Fair-Value-Änderungen derivative Finanzinstrumente		0	(956)
Gewinn aus Abgang Tochtergesellschaften	3	(4 119)	0
Ergebnisanteil an assoziierten Gesellschaften		563	123
Zinsaufwand		490	25
Aufwand für aktienbasierte Vergütungen		15	49
Sonstige nicht zahlungswirksame Erträge/Aufwendungen		(67)	(45)
Zunahme/(Abnahme) Rückstellungen		(4 947)	4
Bezahlte Gewinnsteuern		(3 271)	(1 260)
Netto-Geldzu(ab)fluss aus Betriebstätigkeit vor Veränderungen im Nettoumlaufvermögen		(319)	5 457
(Zunahme)/Abnahme Forderungen und aktive Rechnungsabgrenzungen		7 690	19 972
Zunahme/(Abnahme) nicht verzinsliche Verbindlichkeiten und passive Rechnungsabgrenzungen		(1 020)	(21 127)
Netto-Geldzu(ab)fluss aus Betriebstätigkeit		6 351	4 302
Netto-Geldzu(ab)fluss aus Investitionstätigkeit		(1 066)	(6 370)
Erwerb Anteile assoziierte Gesellschaft	3	(470)	(19)
Erwerb Anteile Tochtergesellschaften	3	6	(6 428)
Abgang Tochtergesellschaften	3	(149)	0
Abgang Finanzanlagen		242	10
Zugang immaterielle Werte		(657)	(472)
Zugang Sachanlagen		(153)	(346)
Erhaltene Zinsen		115	885
Netto-Geldzu(ab)fluss aus Finanzierungstätigkeit		(20 688)	(15 765)
Zunahme/(Abnahme) flüssige Mittel		(15 403)	(17 833)
Flüssige Mittel am Anfang der Periode		34 501	84 919
Auswirkung von Wechselkursänderungen		271	(115)
Flüssige Mittel am Ende der Periode		19 369	66 971

1 Wichtige Grundsätze der Rechnungslegung

Der vorliegende konsolidierte Halbjahresabschluss ist in Übereinstimmung mit IAS 34 «Interim Financial Reporting» erstellt. Die angewandten Erfassungs-, Bewertungs- und Konsolidierungsgrundsätze entsprechen denen der konsolidierten Jahresrechnung per 31. Dezember 2008 (dafür wird auf den Geschäftsbericht 2008 verwiesen). Der konsolidierte Halbjahresabschluss sollte im Zusammenhang mit dieser konsolidierten Jahresrechnung gelesen werden.

Die Goldbach Media Gruppe (im Folgenden: die Gruppe) hat seit dem 1. Januar 2009 verschiedene neue oder revidierte IFRS- bzw. IAS-Standards angewendet:

IFRS 8 – Operative Segmente (ersetzt IAS 14)

Der Standard fordert eine externe Segmentberichterstattung auf Basis der konzerninternen Organisations- und Managementstruktur sowie der internen Finanzberichterstattung. Da die interne Berichterstattung an die Gruppen-geschäftsleitung und den Verwaltungsrat nach den bestehenden Geschäftssegmenten und auf der Grundlage derselben Erfassungs- und Bewertungsgrundsätze wie derjenigen der Konzernrechnung erstellt wird, ergeben sich aus der Anwendung von IFRS 8 keine Anpassungen an die Definition der operativen Segmente, aber zusätzliche Offenlegungserfordernisse für das Gesamtjahr.

IAS 1 (Anpassung) – Darstellung des Abschlusses

Die Anwendung dieses Standards führt insbesondere zu einer klareren Unterscheidung zwischen Veränderungen im Eigenkapital mit erfolgsähnlichem Charakter und Transaktionen mit Aktionären. Die Gruppe hat sich entschieden, die direkt im Eigenkapital erfassten Erträge und Aufwendungen in einer separaten Darstellung zu zeigen.

Die folgenden überarbeiteten Standards und Interpretationen sind anwendbar ab dem 1. Januar 2009. Diese haben keine wesentlichen Auswirkungen auf die Halbjahresrechnung der Gruppe:

- IFRS 2 (Anpassung) – Ausübungsbestimmungen und Annullierungen
- IAS 23 (Anpassung) – Fremdkapitalkosten
- IFRS 1 und IAS 27 (Anpassung) – Anschaffungskosten einer Tochtergesellschaft
- IFRS 1 (Anpassung) – Erstanwendung
- IAS 32 und IAS 1 (Anpassung) – Kündbare Instrumente und Verpflichtungen aus deren Auflösung

- IAS 39 (Anpassung) – Zulässige Grundgeschäfte für Sicherungsmassnahmen
- IFRIC 13 – Kundenbindungsprogramme
- IFRIC 15 – Vereinbarung zur Erstellung von Liegenschaften
- IFRIC 16 – Absicherung einer Nettoinvestition in einen ausländischen Geschäftsbetrieb
- Jährliches Änderungsverfahren – Verbesserungen vieler Standards

2 Segmentinformationen

Geschäftsbereiche 1. Halbjahr 2009

In TCHF	Online	Offline	Print (aufgegebener Geschäftsbereich)	Corporate / Konsolidierung	Total fortzuführende Geschäftsbereiche
Umsatzerlöse netto; Dritte	53 718	85 590	5 915	(5 806)	139 417
Umsatzerlöse netto; andere Geschäftsbereiche	115	265	0	(380)	0
Total Umsatzerlöse netto	53 833	85 855	5 915	(6 186)	139 417
Betriebsergebnis (EBIT)	1 395	5 962	(4 114)	2 820	6 063
Total Aktiven (30.06.2009)	105 170	40 106	13 481	17 205	175 962

Das Periodenergebnis des aufgegebenen Geschäftsbereichs «Print» wird in der konsolidierten Erfolgsrechnung separat in der Position «Nettoverlust aufgebener Geschäftsbereiche» ausgewiesen. In der Segmentdarstellung werden die Umsatzerlöse und das Betriebsergebnis des Geschäftsbereichs «Print» in der Spalte Corporate/Konsolidierung eliminiert. Das Betriebsergebnis des Geschäftsbereichs «Print» beinhaltet Wertberichtigungen in der Höhe von TCHF 3 098 (vgl. Anmerkung 9).

Geschäftsbereiche 1. Halbjahr 2008

In TCHF	Online	Offline	Print (aufgegebener Geschäftsbereich)	Corporate / Konsolidierung	Total fortzuführende Geschäftsbereiche
Umsatzerlöse netto; Dritte	31 607	84 363	0	0	115 970
Umsatzerlöse netto; andere Geschäftsbereiche	69	306	0	(375)	0
Total Umsatzerlöse netto	31 676	84 669	0	(375)	115 970
Betriebsergebnis (EBIT)	2 469	5 476	0	(2 459)	5 486
Total Aktiven (31.12.2008)	111 727	52 212	17 322	20 898	202 159

3 Veränderung des Konsolidierungskreises

In der Berichtsperiode hat sich der Konsolidierungskreis wie folgt verändert:

Zugänge:

Name, Sitz der Gesellschaft	Art der Veränderung	Nominalkapital (in Tsd. Lokalswährung)	Kapitalanteil (%)
Goldbach Interactive Russia LLC, St. Petersburg, RU ¹⁾	Erwerb Tochtergesellschaft (voll konsolidiert)	13 RUB	55.0
Gartenhof Medien GmbH, Zürich, CH	Erwerb assoziierte Gesellschaft	40 CHF	50.0
AdLINK Media d.o.o. Beograd, Belgrad, RS	Gründung	43 RSD	100.0
MCTV Development GmbH, Gräfeling, DE	Erwerb Tochtergesellschaft (voll konsolidiert)	25 EUR	100.0

¹⁾ vormals Falk Interactive LLC (umfirmiert nach Erwerb)

Abgänge:

Name, Sitz der Gesellschaft	Art der Veränderung
activeMOBILE Media AG, Küsnacht, CH	Fusion mit AdLINK Internet Media AG, Küsnacht, CH
game mediarep AG, Küsnacht, CH	Fusion mit AdLINK Internet Media AG, Küsnacht, CH
ARBOfinance & services GmbH, München, DE	Verkauf
ARBOmedia Di-Versus S.A., Madrid, ES	Verkauf
ARBOmedia.net Slovakia s.r.o., Bratislava, SK	Liquidation
ARBOmedia Reklam Svp. Ltd. Sti., Istanbul, TR	Liquidation

Akquisition Falk Interactive (vormals assoziierte Gesellschaft)

Im Februar 2009 übernahm die Gruppe im Rahmen einer Kapitalerhöhung weitere 15 % der Anteile der Falk Interactive, einem Online-Werbevermarkter mit Sitz in St. Petersburg. Nach dieser Transaktion hält die Gruppe 55 % der Anteile. Aus Vereinfachungsgründen gilt als Akquisitionszeitpunkt der 1. Januar 2009. Nachstehende Angaben sind provisorischer Natur, da noch nicht alle zugrunde liegenden Schätzungen erhärtet sind.

Akquirierter Goodwill (provisorisch):

In TCHF	
Kaufpreis	671
Anteilig erworbene Netto-Aktiven	(85)
Goodwill	586

Akquirierte Netto-Aktiven (provisorisch):

In TCHF	Fair Value	Bilanzwert der akquirierten Gesellschaft
Flüssige Mittel	677	677
Forderungen	11	11
Anlagevermögen	27	27
Finanzielle Verbindlichkeiten	(152)	(152)
Netto-Aktiven	563	563
Bereits gehaltener Anteil (40 %)	(225)	
Verbleibender Minderheitsanteil (45 %)	(253)	
Anteilig erworbene Netto-Aktiven	85	

Netto-Geldabfluss der Akquisition (provisorisch):

In TCHF	
Kaufpreis	671
Akquiriertes Netto-Geld	(677)
Netto-Geldzufluss	(6)

Die Umsatzerlöse der Falk Interactive in der Berichtsperiode betragen TCHF 13; der Periodenverlust betrug TCHF 111. Die Gesellschaft ist Teil des Geschäftsbereichs «Online». Nach dem Erwerb wurde die Gesellschaft umfirmiert in Goldbach Interactive Russia.

Erwerb Beteiligung Gartenhof Medien GmbH (assoziierte Gesellschaft)

Im Januar 2009 beteiligte sich die Gruppe mit 50 % der Anteile an der Gartenhof Medien GmbH, der Betreiberin des Internet-TV Wilmaa, des ersten kostenlosen, browserbasierten Internet-Fernsehens der Schweiz. Die Gruppe erwarb die Anteile im Rahmen einer Kapitalerhöhung im Umfang von TCHF 470 in bar.

Die übrigen Zugänge führten zu keinen wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gruppe.

Abgänge von Tochtergesellschaften

In der Berichtsperiode verkaufte die Gruppe ihre Anteile an den Tochtergesellschaften ARBOmedia Di-Versus und ARBO finance & services. Der daraus resultierende Veräusserungsgewinn von TCHF 4 068 wird im Finanzertrag ausgewiesen. Die Entkonsolidierung der Tochtergesellschaften ARBOmedia.net Slovakia und ARBOmedia Reklam führte zu einem Entkonsolidierungsgewinn von TCHF 52, welcher ebenfalls im Finanzertrag ausgewiesen wird. Die Abgänge der Tochtergesellschaften resultierten in einem Netto-Geldabfluss von TCHF 149.

4 Auswirkung von bedeutenden Geschäftsvorfällen innerhalb des ARBOmedia Konzerns

Neben dem operativen Geschäft hat sich das Management der Gruppe im ersten Halbjahr 2009 insbesondere auch auf die Abwicklung der im Folgenden genannten Geschäftsvorfälle innerhalb des ARBOmedia Konzerns konzentriert:

- Abwicklung des Geschäftsmodells MCTV: Im März 2009 erwarb die Gruppe die Anteile an der MCTV Entwicklung GmbH & Co. KG gegen Zahlung von TEUR 4 400. Der Erwerb der Anteile der bereits im Konzernabschluss 2008 über die Vorschriften einer Zweckgesellschaft einbezogenen MCTV Entwicklung GmbH & Co. KG erfolgte im Rahmen der Restabwicklung des zugrunde liegenden Geschäftsmodells. Das Management des ARBOmedia Konzerns hatte dieses bereits im Geschäftsjahr 2007 als gescheitert beurteilt. In der Konzernbilanz wurde eine bereits im Konzernabschluss 2008 bilanzierte Verbindlichkeit und Rückstellung durch diesen Erwerb ausgeglichen.
- Abwicklung des Genussrechtskapitalvertrags: Mit Vereinbarung von Ende März 2009 einigten sich der Genussrechtskapitalgeber und die Gruppe über die vorzeitige Beendigung des Genussrechtskapitalvertrags. Die Rückzahlung des erhaltenen Genussrechtskapitals erfolgte einschliesslich angefallener Zinsen sowie Vorfälligkeitsentschädigung in Höhe von insgesamt TEUR 4 770 Anfang April 2009.

- Klage in Spanien gegen die ARBOmedia Di-Versus S.A. und die ARBOfinance & services GmbH: Ende Januar 2009 reichte ein ehemaliger Geschäftspartner in Spanien eine Klage gegen die ARBOmedia Di-Versus S.A. und die ARBOfinance & services GmbH ein. Darin wurde eine Zahlung auf einen garantierten Mindestumsatz für Werbevermarktungsaktivitäten in Höhe von TEUR 1 500 gefordert. Im Konzernabschluss 2008 wurden in diesem Zusammenhang entsprechende Vorsorgen getroffen.
- Verkauf von ARBOmedia Di-Versus S.A. und ARBOfinance & services GmbH: Im April 2009 veräusserte die Gruppe zwecks rechtlicher und wirtschaftlicher Trennung von oben genannten Risiken sämtliche Anteile an den beiden Tochterunternehmen (vgl. Anmerkung 3). Durch diese Transaktion gelang es der Gruppe, sich von allen bekannten Prozessrisiken in Spanien zu trennen.

5 Beteiligungen an assoziierten Gesellschaften

Im Dezember 2008 erwarb die Gruppe 40 % der Anteile der Falk Interactive LLC. Der aus dieser Transaktion stammende Goodwill in der Höhe von TCHF 1 024 wurde per 31. Dezember 2008 in der Position «Beteiligungen an assoziierten Gesellschaften» ausgewiesen. Aufgrund der Aufnahme der Falk Interactive LLC in den Konsolidierungskreis der Gruppe (siehe Anmerkung 3) wurde dieser Goodwill in die Position «Immaterielle Werte» umgegliedert.

6 Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten

Die Reduktion der kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten ist im Wesentlichen auf die Rückzahlung des Genussrechtskapitals (TCHF 6 023), die Abfindungszahlung im Zusammenhang mit dem Erwerb der Anteile an der MCTV Entwicklung GmbH & Co. KG (TCHF 3 960) sowie der Entkonsolidierung der spanischen Tochtergesellschaft ARBOmedia Di-Versus S.A. (TCHF 789) zurückzuführen.

7 Rückstellungen

Aufgrund der Abwicklung von verschiedenen strittigen Vertragsverhältnissen im ARBOmedia Konzern und der Entkonsolidierung von Tochtergesellschaften verringerten sich im Berichtsjahr die Rückstellungen um TCHF 7 998 (vgl. Anmerkung 4). Per 30. Juni 2009 beinhalten die Rückstellungen aufgeschobene, variable Kaufpreisverbindlichkeiten im Zusammenhang mit im Vorjahr getätigten Akquisitionen in der Höhe von TCHF 4 800 sowie sonstige Rückstellungen im Umfang von TCHF 359.

8 Finanzertrag

Der Finanzertrag enthält Entkonsolidierungsgewinne aus den Abgängen von Tochtergesellschaften im Umfang von TCHF 4 119 (vgl. Anmerkung 3).

9 Aufgegebene Geschäftsbereiche

Das Verlagsgeschäft und die Vermarktung von Printmedien in Rumänien werden unverändert zum Konzernabschluss 2008 als aufgegebener Geschäftsbereich gemäss IFRS 5 klassifiziert. In diesem Zusammenhang verweisen wir auf die Ausführungen im Geschäftsbericht 2008. Aufgrund der Bewertung der diesem Geschäftsbereich zugehörigen Vermögenswerte zum Fair Value abzüglich erwarteter Verkaufskosten wurden in der Berichtsperiode Wertberichtigungen von TCHF 3 098 vorgenommen. Diese Wertberichtigung wurde notwendig, da sich das wirtschaftliche Umfeld in Rumänien, insbesondere im Verlagswesen, im ersten Halbjahr 2009 bedeutend verschlechtert hat. Die Verschlechterung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen wirkte sich auch deutlich auf die operative Geschäftsentwicklung des Verlagsgeschäfts aus.

10 Saisonale und andere Schwankungen der Geschäftstätigkeit

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

11 Ergebnisse nach dem Bilanzstichtag

Der Audit-Committee-Ausschuss des Verwaltungsrats der Goldbach Media AG hat den vorliegenden konsolidierten Halbjahresabschluss am 11. August 2009 verabschiedet. Zwischen dem Bilanzstichtag und dem 11. August 2009 sind keine Ereignisse eingetreten, die sich auf den konsolidierten Jahresabschluss wesentlich auswirken werden.

Kontaktadressen

Schweiz

Goldbach Media AG und
Goldbach Media Management AG
Seestrasse 39, Postfach
CH-8700 Küsnacht-Zürich
Tel. +41 44 914 91 00, Fax +41 44 914 93 60
www.goldbachmedia.com

AdLINK Internet Media AG
mit activeMOBILE und game mediarep
Seestrasse 39, Postfach
CH-8700 Küsnacht-Zürich
Tel. +41 44 914 92 70, Fax +41 44 914 93 70
www.adlinkmedia.ch

IP Multimedia (Schweiz) AG
Seestrasse 39, Postfach
CH-8700 Küsnacht-Zürich
Tel. +41 44 914 92 00, Fax +41 44 914 93 60
www.ipm.ch

IP Multimedia (Schweiz) AG
Av. de Florimont 1
CH-1006 Lausanne
Tel. +41 21 653 56 80, Fax +41 21 653 56 79
www.ipm.ch

IP Multimedia (Schweiz) AG
Westquaistrasse 60
CH-4057 Basel
Tel. +41 61 387 11 99, Fax +41 61 387 11 22
www.ipm.ch

IP Multimedia (Schweiz) AG
Papiermühlestrasse 73
CH-3014 Bern
Tel. +41 31 348 67 70, Fax +41 31 348 67 74
www.ipm.ch

OnEmotion AG
Mantelgasse 10
CH-8008 Zürich
Tel. +41 43 539 38 60, Fax +41 43 539 48 58
www.onemotionag.com

orange8 interactive ag
Seestrasse 39
CH-8700 Küsnacht-Zürich
Tel. +41 44 914 91 00
www.orange8.com

orange8 interactive ag
Mattenstrasse 90
CH-2503 Biel/Bienne
Tel. +41 32 365 11 11
www.orange8.com

Österreich

Goldbach Media Holding GmbH;
Goldbach Media GmbH; AdLINK Internet Media GmbH
Neustiftgasse 73–75
A-1070 Wien
Tel. +43 1 370 88 08 0, Fax +43 1 370 88 08 20
www.goldbachmedia.at

Deutschland

ARBOmedia AG
Ottostrasse 9, 1. OG
D-80333 München
Tel. +49 89 3 83 56 – 0, Fax +49 89 3 83 56 – 120
www.arbomedia.net

orange8 interactive ag (ehem. Suchtreffer AG)
Bleicherstrasse 20
D-78467 Konstanz
Tel. +49 7531 89207 0, Fax +49 7531 89207 1
www.orange8.com

Eastern Adriatic

Goldbach Media Adriatic d.o.o.
Matija Vlacic–Flacius 68
HR-52212 Fazana Croatia
Tel. +385 1 2304 607, Fax +385 1 2304 599
www.goldbachmedia.hr

AdLINK Media Slovenia d.o.o.
Vojkova 63
SI-1000 Ljubljana Slovenia
Tel. +386 1 56 56 - 006, Fax +386 1 56 56 - 008
www.adlinkmedia.si

AdLINK Media Croatia d.o.o.
Radnicka Cesta 47
HR-10000 Zagreb Croatia
Tel. +385 1 2304 607, Fax +385 1 2304 599
www.adlinkmedia.hr

AdLINK Media d.o.o Beograd
Terazije 12/2
SCG-11000 Beograd
Tel. +381 60 01 02 036
www.adlinkmedia.rs

Eastern Europe

ARBOmedia Polska
Ul. Altova 2
02-386 Warszawa
Poland
Tel. +48 608 095 360
www.arbomedia.pl

ARBOinteractiv spol SRO
Janackovo nabrezi 51/39
15000 Praha 5
Czech Republic
Tel. +420 604 243 709
www.arbointeractive.cz

ARBOinteractiv SRL
B-dul lului Maniu, nr. 7
corp B, etaj 3
Bucuresti-Sector 6
Romania
Tel. +40 422 973 461
www.arbointeractive.ro

ARBOmedia Russia
Serebryakova pr. 6, Businesscenter «Serebryakova»
Moscow, Russia, 129323
Tel. +79 495 979 27 26
www.arbomedia.ru

Goldbach Interactive Russia
Bolshoy pr. P.S. 100
Saint-Petersburg, Russia, 197022
Tel. +7 (812) 313 99 48
www.goldbachinteractive.ru

Impressum

Herausgeberin:

Goldbach Media AG, Seestrasse 39, 8700 Küsnacht-Zürich,
T +41 44 914 91 00, F +41 44 914 93 60, www.goldbachmedia.com

Gesamtleitung: Paul Riesen, Chief Marketing Officer

Projektleitung: Vanessa Marr, Projektleitung Investor Relation

Gesamtherstellung:

Spillmann/Felser/Leo Burnett, Aemtlerstrasse 201, 8040 Zürich

Druck:

Linkgroup, Mühlebachstrasse 52, 8032 Zürich

Auflage:

1079 Exemplare deutsch

245 Exemplare englisch

Nachbestellungen:

Goldbach Media AG, Seestrasse 39, 8700 Küsnacht, info@goldbachmedia.com

Alle Aussagen dieses 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 und ist zusätzlich als Online-Version verfügbar. Nur die deutsche Version ist bindend.

©2009 Goldbach Media AG, alle Rechte vorbehalten

