

tamedia:

Halbjahreszahlen 2008

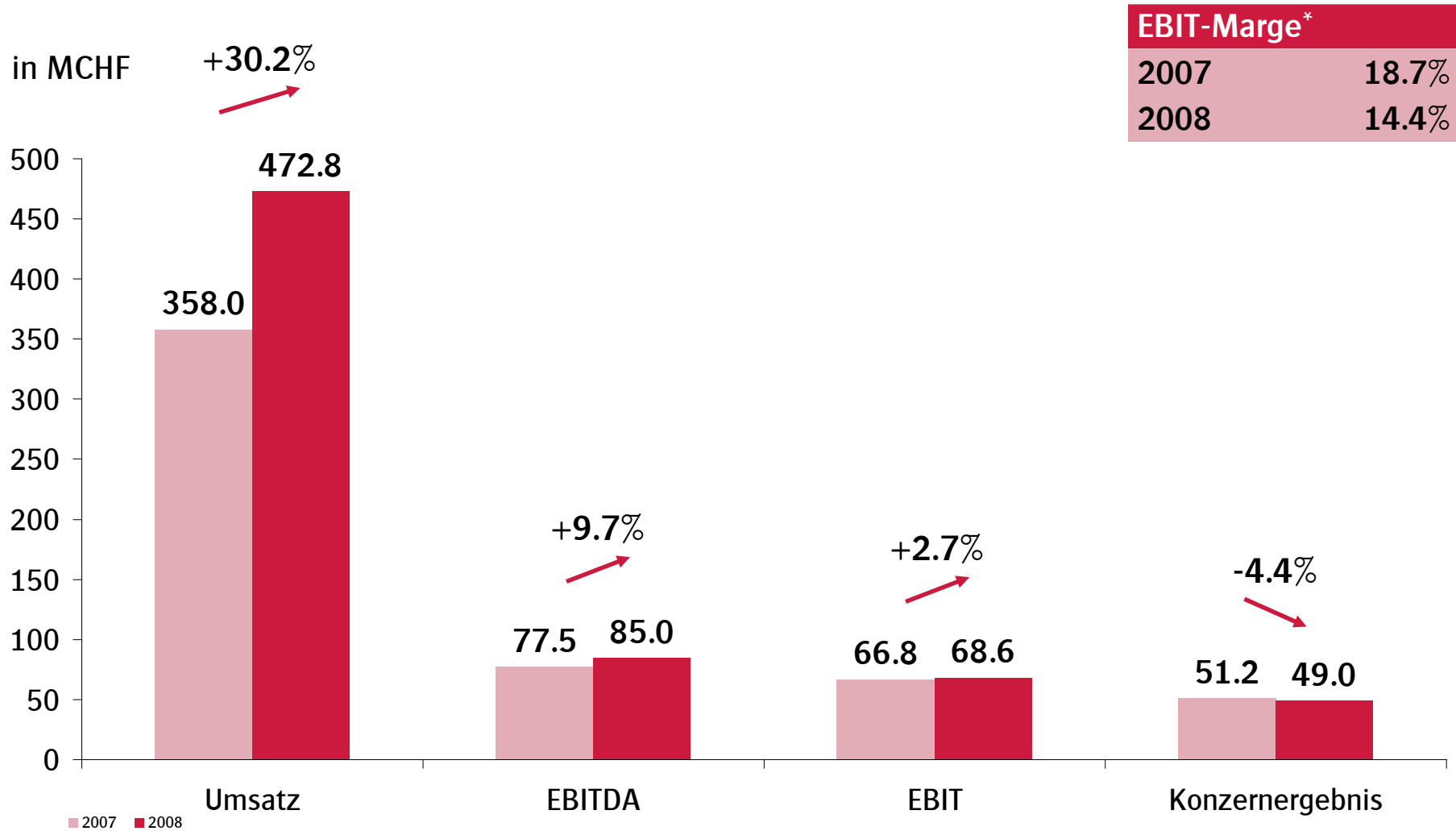


Übersicht 1. Halbjahr 2008

Martin Kall

Vorsitzender der Unternehmensleitung

Tamedia steigert Umsatz und hält Ergebnis auf hohem Niveau



EBIT-Marge*	
2007	18.7%
2008	14.4%

Abschwächung des konjunkturellen Umfelds im ersten Halbjahr

Rückgang des Wirtschaftswachstums

- Nach einem Wachstum des Bruttoinlandproduktes um rund 3,1 Prozent im Jahr 2007 rechnet das Staatssekretariat für Wirtschaft für 2008 mit einem deutlich geringeren Wachstum von rund 1,9 Prozent
- Im kommenden Jahr dürfte sich das Wachstum laut Prognose weiter abschwächen

Arbeitslosigkeit im ersten Halbjahr leicht gesunken

- Die Arbeitslosenquote sank in den ersten sechs Monaten des Jahres 2008 erneut leicht und erreichte im Juni 2008 2.3 Prozent (Vorjahr 2.5 Prozent)

Deutlicher Rückgang der Konsumentenstimmung

- Der Index der Konsumentenstimmung verschlechterte sich im ersten Halbjahr 2008 zum zweiten Mal in Folge und erreichte im Juli 2008 -17 Indexpunkte
- Damit liegt der Konsumentenstimmungsindex erstmals seit Ende 2005 wieder unter dem langjährigen Mittelwert von -8 Indexpunkten

Print-Werbeausgaben gingen im ersten Halbjahr um 2.7% zurück

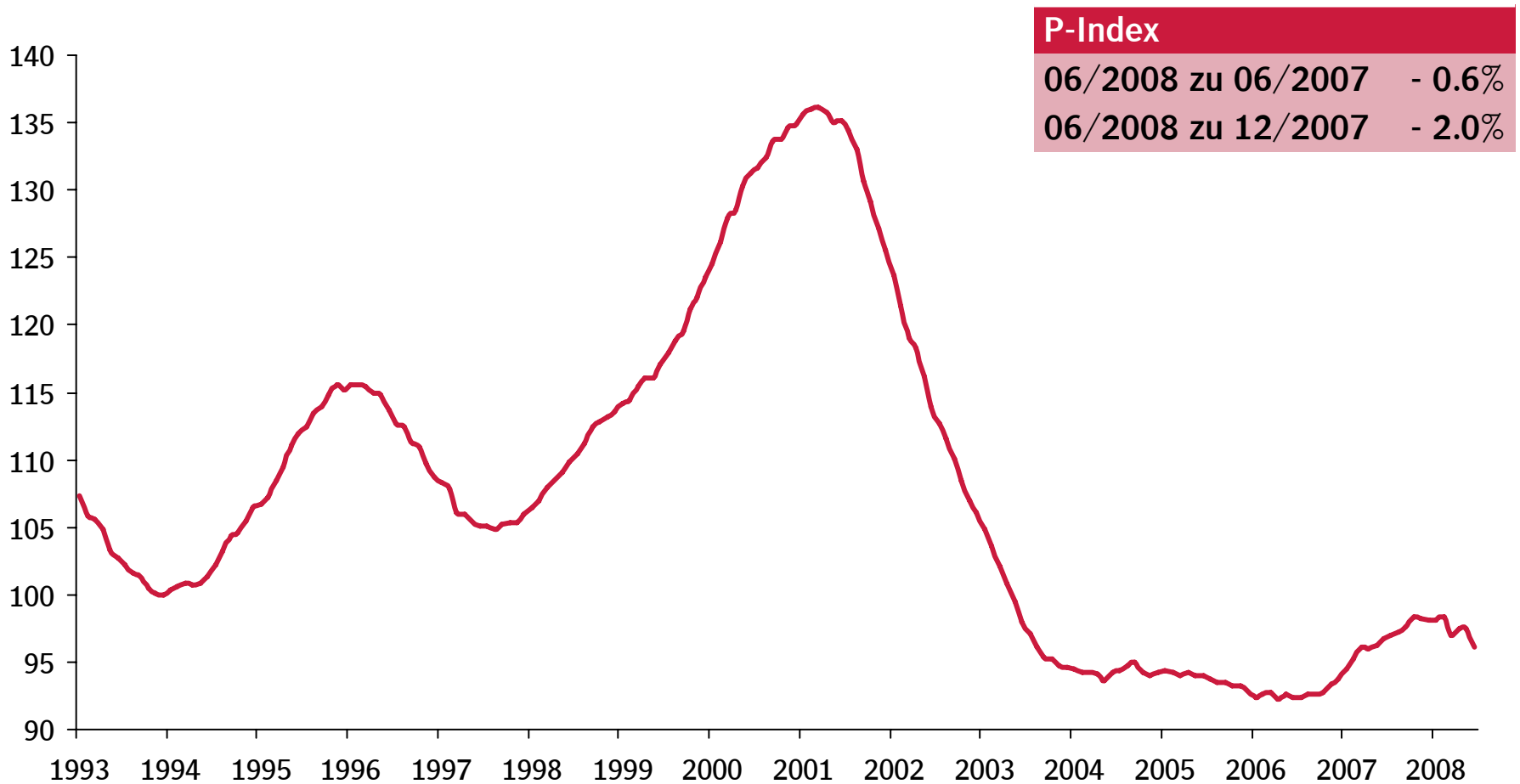
Januar – Juni 2007/2008, Nettowerbeumsätze Print gemäss Typologie Schweizer Presse

Gattungen	2008		2007		Veränderung		+/- MA
	MCHF	MA	MCHF	MA	MCHF	in %	in %
Tagespresse	548	55.2	568	55.7	-20	-3.5%	-0.4
Reg. Wochenpresse	27	2.7	29	2.8	-2	-6.0%	-0.1
Sonntagspresse	111	11.2	98	9.6	14	14.0%	1.7
Finanz und Wirtschaft	41	4.1	40	4	1	0.4%	0.1
Zeitungen	727	73.2	735	72.1	-8	-1.1%	1.3
Publikumspresse	121	12.2	140	13.8	-19	-13.8%	-1.6
Spezialpresse	112	11.3	115	11.3	-3	-2.5%	0
Fachpresse	32	3.2	29	2.9	2	7.2%	0.3
Zeitschriften	265	26.7	284	28	-20	-9.1%	-1.3
Print-Total	992	100	1'020	100	-28	-2.7%	0

Quellen: Inseratestatistik Schweizer Presse/VSW Verband Schweizerischer Werbegesellschaften; Controlling Tamedia; * Zeitschriften ohne Facts und Huber

Kommerzielle Anzeigen entwickelten sich 2008 leicht rückläufig

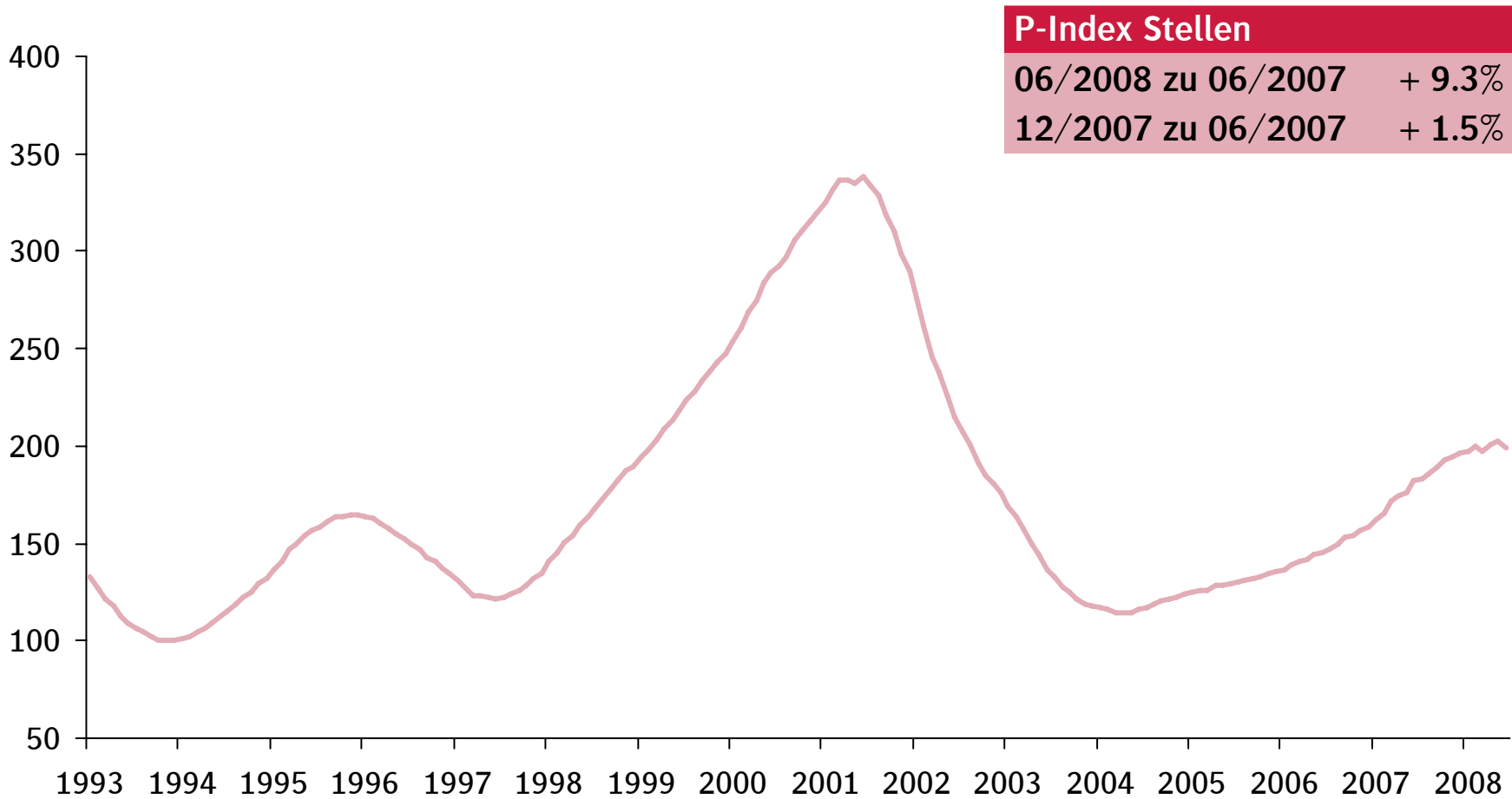
Publicitas-Index: Entwicklung kommerzielle Inserate in der Tagespresse (12/1993=100)



Quelle: Publicitas

Stellen bei sinkenden Wachstumsraten nach wie vor über Vorjahr

Publicitas-Stellenindex: Entwicklung Stellenanzeigen in der Tagespresse (12/1993=100)

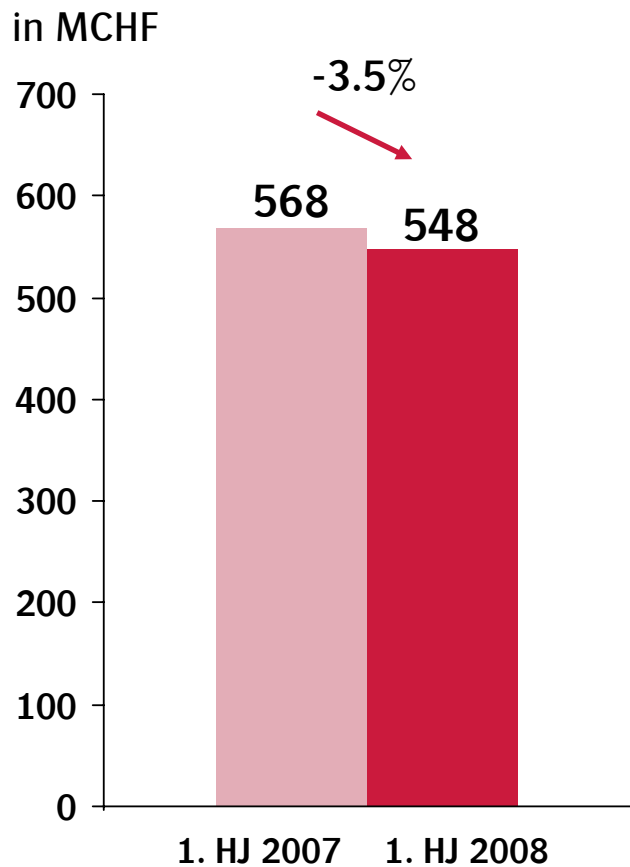


Quelle: Publicitas

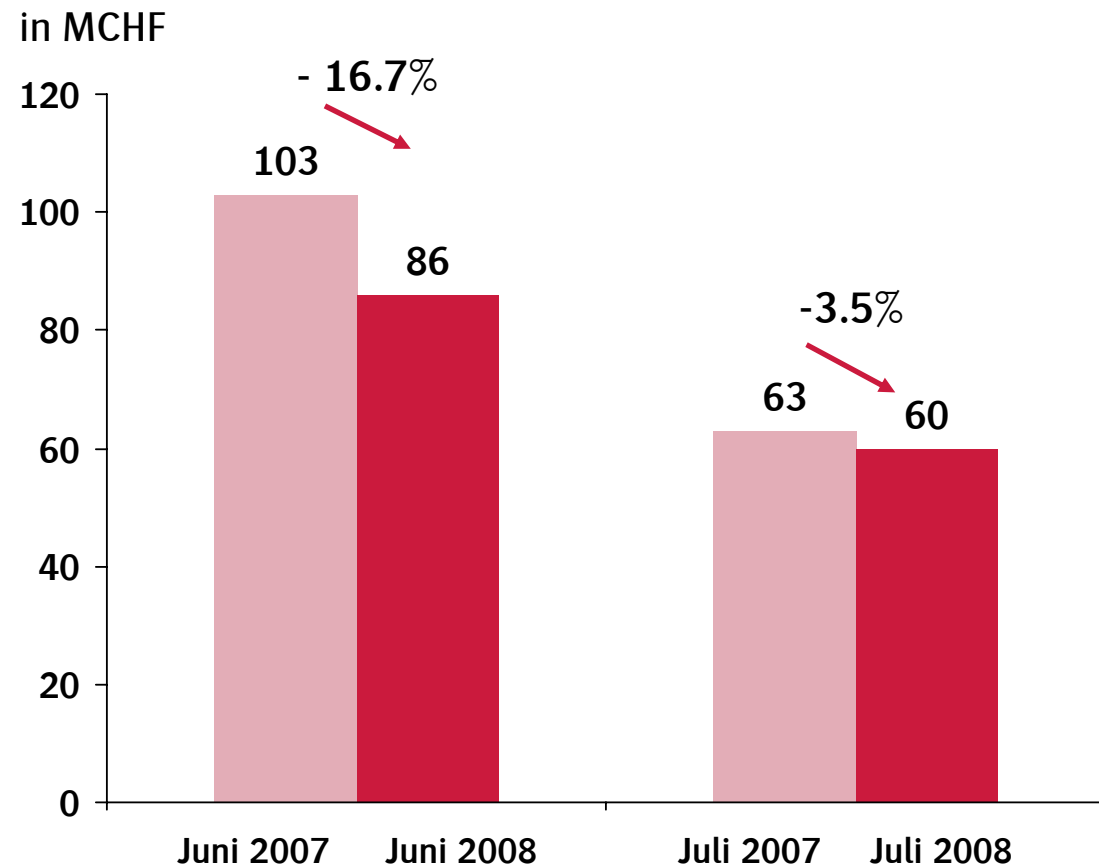
Starker Rückgang Juni: Euro-Einfluss oder schwächere Konjunktur?

Nettowerbeumsatz der Tagespresse in der Schweiz

1. HJ 2007 zu 1. HJ 2008



Juni und Juli 2007 zu Juni und Juli 2008



Zeitungen: Markantes Umsatzwachstum bei Gewinnrückgang

Zeitungen in MCHF	Januar - Juni 2007	Januar – Juni 2008	2007/08
Umsatz	269,9	337,2	25%
EBIT	50,7	46,5	- 8%
EBIT-Marge	15,8%	13,8%	-

Generelle Themen

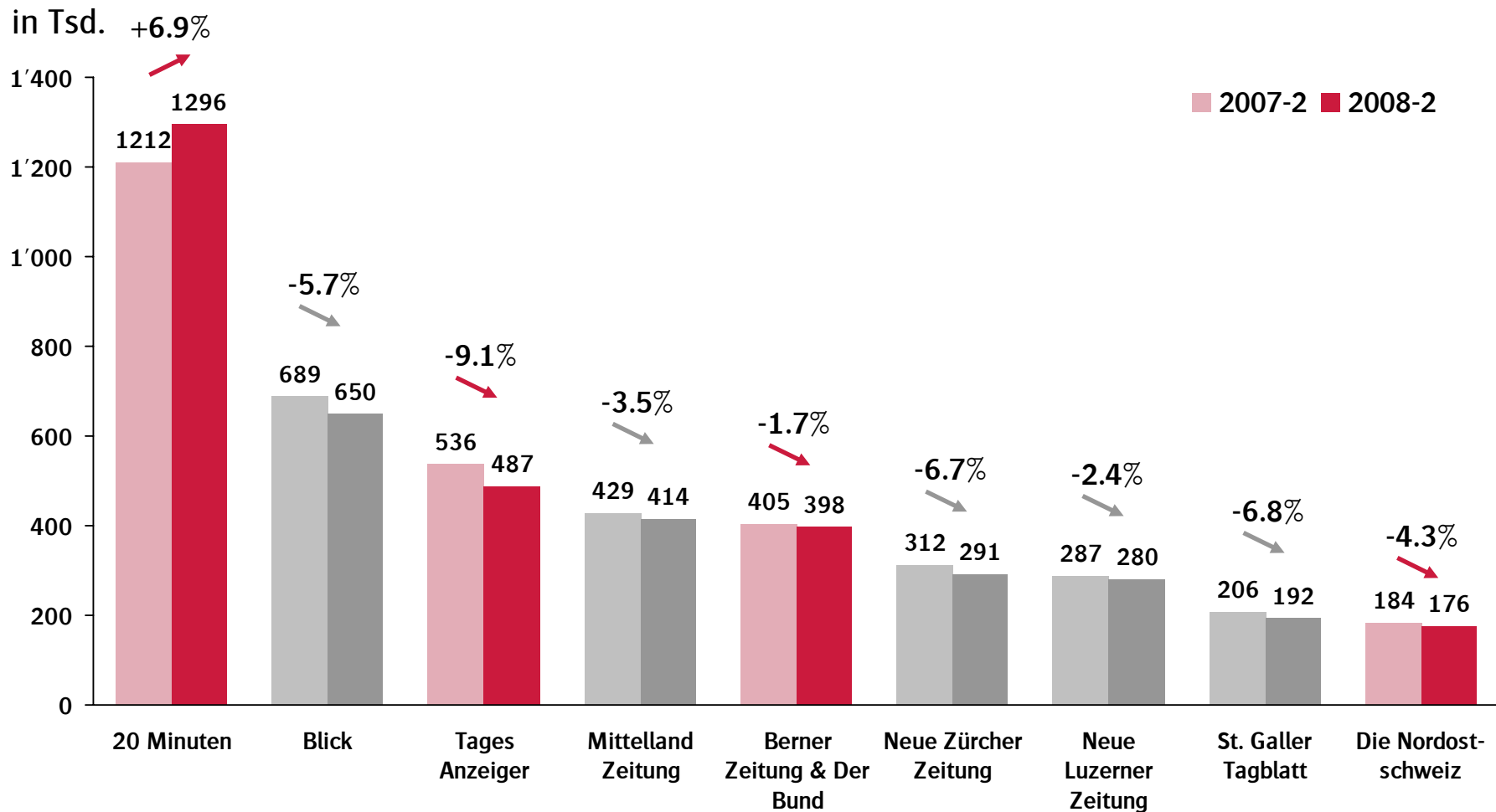
- Intensiver Wettbewerb im Zeitungs- und neuer Wettbewerb im Pendlerzeitungsmarkt
- Neuer Typ Sonntagstitel (regionale Sonntagszeitungen) verschärft Wettbewerb

Tamedia

- Erstmalige Berücksichtigung Berner Zeitung BZ Gesamtausgabe, Bund sowie der Lokalzeitungen und Anzeiger von Espace Media führt zu einem deutlichen Umsatzzuwachs
- 20 Minuten, 20 minutes und Thurgauer Zeitung steigern Werbeeinnahmen
- Tages-Anzeiger und Sonntagszeitung verzeichnen einen Umsatzrückgang
- Bedeutende Investitionen in die Pendlerzeitungen 20 minutes, L'essentiel und News
- Alpha und Stellen-Anzeiger mit leicht tieferen Umsätzen als im Vorjahr, 20 Minuten und Thurgauer Zeitung steigern im Gegenzug Umsätze mit Stellenanzeigen deutlich

Leserschaftsrückgang der abonnierten Tageszeitungen hält an

Leserzahlen Tageszeitungen Deutschschweiz MACH Basic 2007-2 und 2008-2

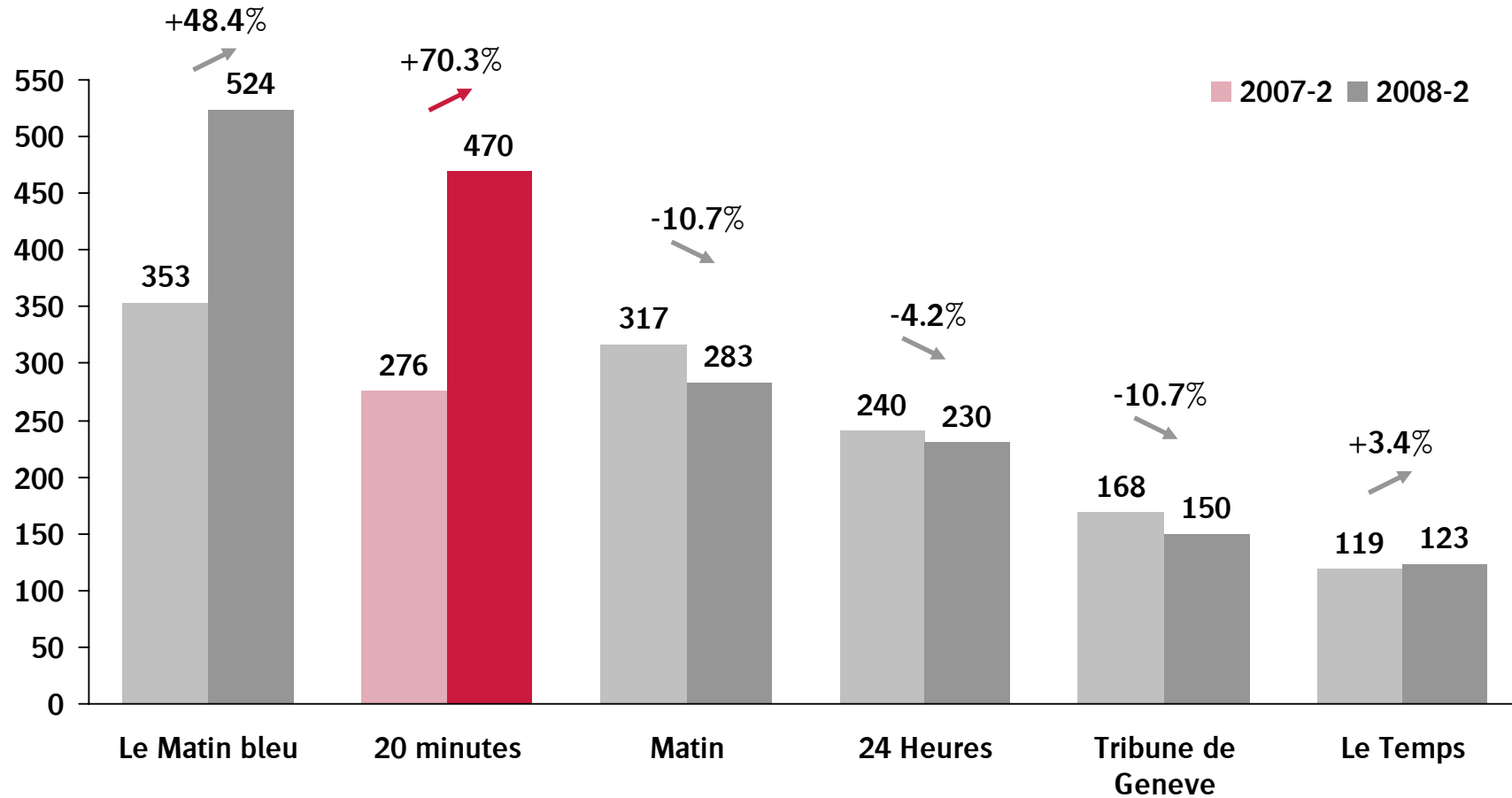


Quelle: MACH Basic 2007-2, 2008-2
Halbjahreszahlen 2008, 9. September 2008

20 minutes erreicht in der Westschweiz bereits jeden dritten Leser

Leserzahlen Tageszeitungen Westschweiz MACH Basic 2007-2 und 2008-2

in Tsd.



News: neue Pendlerzeitung im Verbund mit regionalen Marken

HEUTE MIT STELLEN-ANZEIGER

NEWS

Tages-Anzeiger www.tagesanzeiger.ch www.newsprint.ch Nr. 149, Dienstag, 5. August 2008

CINDY CRAWFORD
Das Model schippert mit Prominenz an der Côte d'Azur
SEITE 19

Luxus-Raser: Väter zahlten die Bussen

Zurück von einer Shoppingtour hatten die Golden Boys kein Geld mehr

LIESTAL/ZÜRICH. Geld spielt für sie keine Rolle. Die beiden russischen Studenten, die mit Tempo 200 im Ferrari und Mercedes quer durch die Schweiz rasten, kamen von einer Shoppingtour in Mailand, als sie die Baselbieter Polizei am Wochenende aus dem Verkehr zog. Doch sie kamen glimpflich davon: 5000 Franken Bussendeckelung mussten ihre Väter hinterlegen, und die Sprösslinge durften mit ihren Boliden wieder gehen. Anders in Zürich: Dort drohen neun ausländischen Luxusrasern Haftstrafen und Bussen in Millionenhöhe. **SEITE 2**

Auftakt zur olympischen Goldjagd



KLOTEN. Die Vorfreude auf die Olympischen Spiele stand Franco Marvulli (l.) und seinem Partner Bruno Risi ins Gesicht geschrieben, als sie gestern Mittag vom Flughafen Zürich-Kloten aus die Reise Richtung Peking antraten. Die zwei Bahnradfahrer, die vor vier Jahren in Athen die Silbermedaille gewonnen, wollen in diesem Jahr nur eines: Gold. Schon am Freitag steigt die Eröffnungsfeier. **SEITE 6/34**

WETTER REGION
25° ZÜRICH

BÖRSENFASH
SMI 7070 -0.88%
Dow Jones 11281 -0.37%

15,6-Millionen-Bild: Pitt, Jolie und die Twins.

Brangelina zeigen ihre Zwillinge

PARIS. Endlich ist die ganze Familie Pitt-Jolie zu sehen: Gestern wurden die Bilder mit den Zwillingen veröffentlicht. **SEITE 18**

Travailsuisse für ordentliche Lohnerhöhung

BERN. Der Dachverband der Gewerkschaften, Travailsuisse, fordert 5 Prozent mehr Lohn für die Schweizer Arbeitnehmer. **SEITE 11**

Schwänzende Eltern sollen Bussen zahlen

BERN. Die CVP will Eltern in die Pflicht nehmen: Wer den Elternabend in der Schule der Kinder schwänzt, soll eine Busse bezahlen. **SEITE 3**

Start Ende 2007

- Erfolgreicher Start der Pendlerzeitung News Ende 2007 nach kurzer Vorbereitungszeit
- Seither positive Auflagenentwicklung

Distribution

- Ausbau Distribution: Anzahl Verteilpunkte steigt um rund 80 Prozent auf über 3'000
- Neben Verteilboxen werden zusätzliche Gaststätten und Geschäftslokale erschlossen

Werbemarkt

- Der Werbemarkt entwickelt sich verhalten
- News erreicht einen rund doppelt so hohen Werbeumsatz wie .ch

Lesermarkt

- Erste aussagekräftige Leserschaftszahlen werden im März 2009 vorliegen

L'essentiel übertrifft Erwartungen im Leser- und Werbemarkt



Lesermarkt

- Das Konzept von L'essentiel geht auf: neun Monate nach dem Start ist es gelungen, die jungen Leser, die fremdsprachigen Einwohner und die Pendler anzusprechen
- L'essentiel ist Leader in der Zielgruppe der 15- bis 34-jährigen Leserinnen und Leser
- In der Gesamtleserschaft erreicht L'essentiel den zweiten Platz hinter dem Luxemburger Wort und vor dem Tageblatt sowie Point 24
- L'essentiel liegt um den Faktor 2 vor dem Wettbewerber Point 24

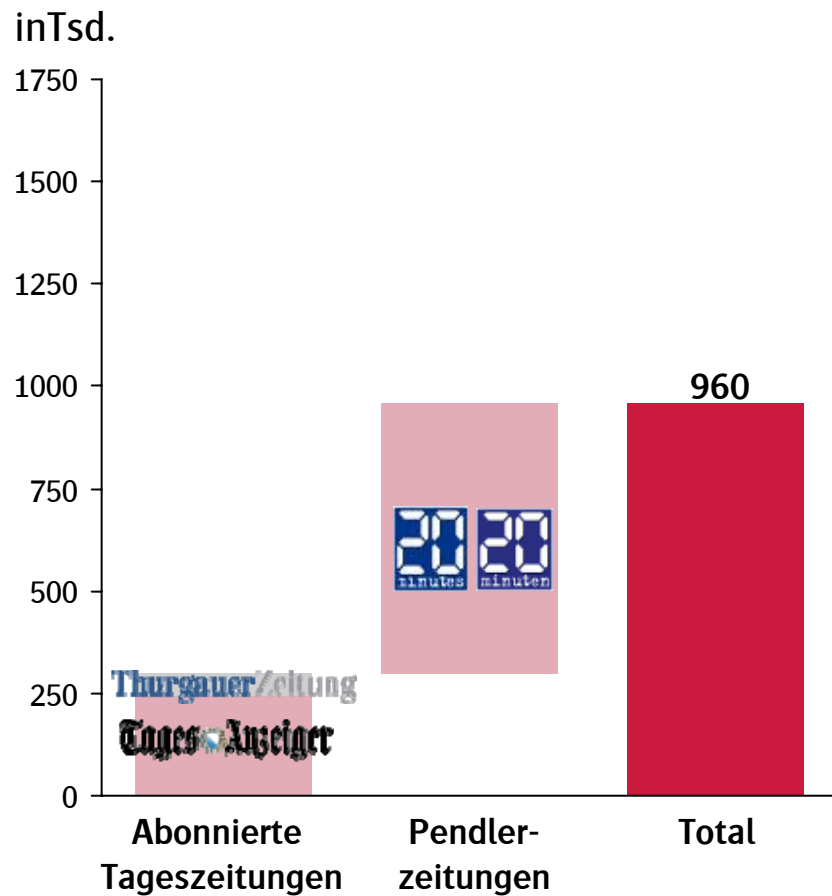
Werbemarkt

- Wachsendes Interesse der Werbekunden für diesen in Luxemburg neuen Zeitungstyp
- Der Start hat die Erwartungen übertroffen; L'essentiel steht jedoch in einem intensiven Wettbewerb mit einem Konkurrententitel

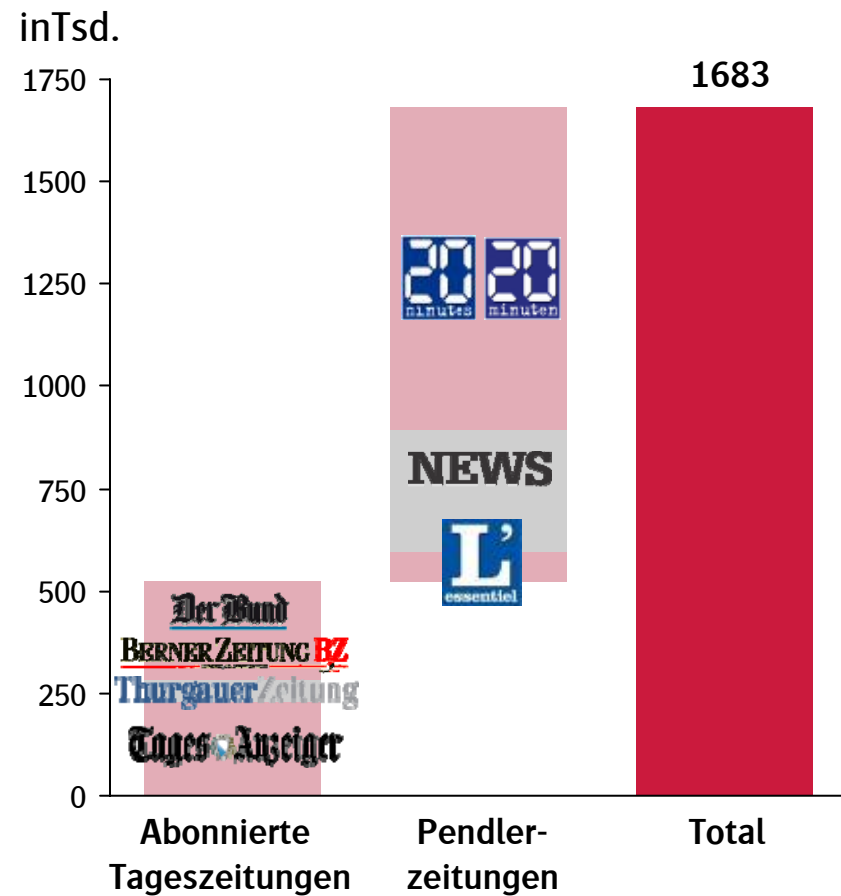
Druckauflage der Tageszeitungen hat sich 2008 fast verdoppelt

Auflagen abonnierte Tageszeitungen und Pendlerzeitungen von Tamedia

1. Halbjahr 2007



1. Halbjahr 2008



Geschäftsfeld Zeitschriften: Weiter steigende Rentabilität

Zeitschriften in MCHF	Januar - Juni 2007	Januar – Juni 2008	2007/08
Umsatz	39,8	54,8	38%
EBIT	5,4	8,6	59%
EBIT-Marge	13,7%	15,6%	-

Generelle Themen

- Lancierung verschiedener Special Interest Titel im Zeitschriftenmarkt
- Wettbewerbsdruck bleibt aufgrund Konkurrenz aus dem Ausland hoch

Tamedia

- Umsatzwachstum dank erstmaliger Berücksichtigung der Fachmedien Mobil mit Automobil Revue, Revue Automobile, Moto Sport Schweiz und Moto Sport Suisse sowie der Fachmedien Agrar mit dem Schweizer Bauer
- Die Schweizer Familie steigert Umsatz und Ergebnis erneut
- Das Magazin hält Umsatz und Ergebnis und beweist damit nachhaltige Trendwende
- Die Annabelle verzeichnet in wettbewerbsintensivem Umfeld einen leichten Umsatz- und Ergebnisrückgang

Fachmedien Mobil und Agrar verstärken Zeitschriften von Tamedia in Bezug auf den Umsatz; Beitrag zum Ergebnis ist noch gering



Geschäftsfeld E-Medien: Umsatzanstieg dank Espace-Medien

E-Medien in MCHF	Januar - Juni 2007	Januar – Juni 2008	2007/08
Umsatz	28,0	38,8	39%
EBIT	0,6	-3,1	-
EBIT-Marge	2,1%	-7,9%	-

Generelle Themen

- Starke Verlagerung der TV-Brutto-Werbeausgaben zu ausländischen TV-Werbefenstern
- Erneuter Rückgang der Werbeinvestitionen in der Gattung Radio

Tamedia

- Erstmalige Berücksichtigung Capital FM und TeleBärn führt zu Umsatzwachstum, belastet jedoch das Ergebnis
- Radio 24 und TeleZüri halten Marktanteil bei einem leicht rückläufigen Umsatz
- Neue Konzessionen für Capital FM und TeleBärn; Radio 24 und TeleZüri noch ausstehend
- Homegate wird nach Aufstockung der Beteiligung auf 45 Prozent quotenkonsolidiert
- Steigerung des Werbeumsatzes bei 20minuten.ch, alpha.ch und jobwinner.ch
- Investitionen Newsnetz von bernerzeitung.ch und tagesanzeiger.ch mit baslerzeitung.ch

Ausbau des Online-Engagements: Eload24, Homegate und Tilllate

eload24.com

eload24
ratschlag24.com

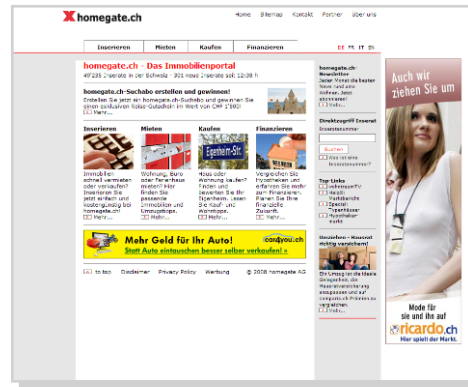


- Portale eload24.com und ratschlag24.com
- eload24.com mit mehr als 400 E-Booklets zu verschiedenen Themen
- 15-Prozent-Beteiligung von Tamedia; bis 2012 Aufstockung auf 49 Prozent

tamedia:

homegate.ch

homegate.ch



- Mehr als 45'000 eingestellte Objekte
- Erfolgreichstes Immobilienportal der Schweiz
- Edipresse und Tamedia erhöhen Beteiligung an Homegate auf jeweils 45 Prozent

tilllate.com

tilllate.com



- Mit über 200'000 Nutzern die führende Nightlife-Plattform der Schweiz
- Aufstockung der Beteiligung auf 35 Prozent
- Im Jahr 2010 weiterer Ausbau auf 49 Prozent

Newsportale: Erfolgreicher Start des Newsnetz am 8. August 2008



newsnetz

Eckpunkte Newsnetz

- Gemeinsame Mantelredaktion für bazonline.ch, bernerzeitung.ch und tagesanzeiger.ch mit rund 40 Vollzeitstellen in Zürich
- Redaktionen für die regionalen Inhalte vor Ort
- Auf Anhieb eine der reichweitenstärksten Online-Newsplattformen der Schweiz

Geschäftsfeld Services: Erneut erfreuliche Entwicklung

Services in MCHF	Januar - Juni 2007	Januar – Juni 2008	2007/08
Umsatz	112,3	169,7	51%
EBIT	10,1	16,6	64%
EBIT-Marge	9,0%	9,8%	-

Generelle Themen

- Druckbranche erwartet für das kommende Jahr steigende Zeitungspapierpreise
- Margendruck im Druckgeschäft hält weiterhin an

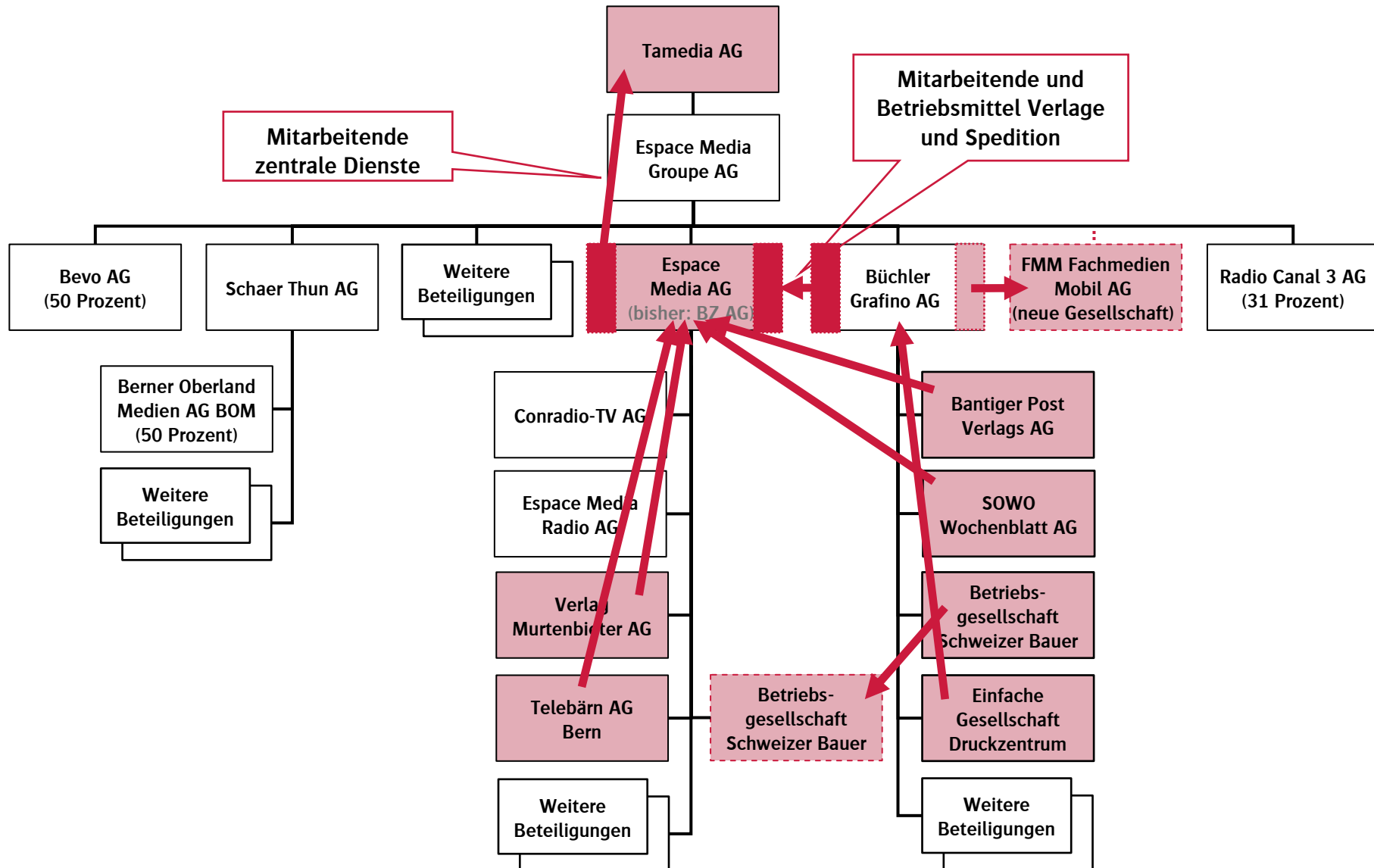
Tamedia

- Berücksichtigung des Druckzentrum Espace Medien, Büchler Grafino und der Zustellorganisation Bevo führt zu einem deutlichen Umsatzanstieg
- Verrechnungspreise Espace Media Groupe bereits auf Basis Verrechnungspreise Tamedia
- Neue Druckaufträge 20 Minuten, News sowie Drittaufträge im Druckzentrum Espace Media führen zu erneut höherer Auslastung
- Nutzung erster Synergien zwischen den Druckzentren Bubenberg und Espace Media
- Verkauf Druckaktivitäten der Benteli Hallwag Druck AG an Farbendruck Weber

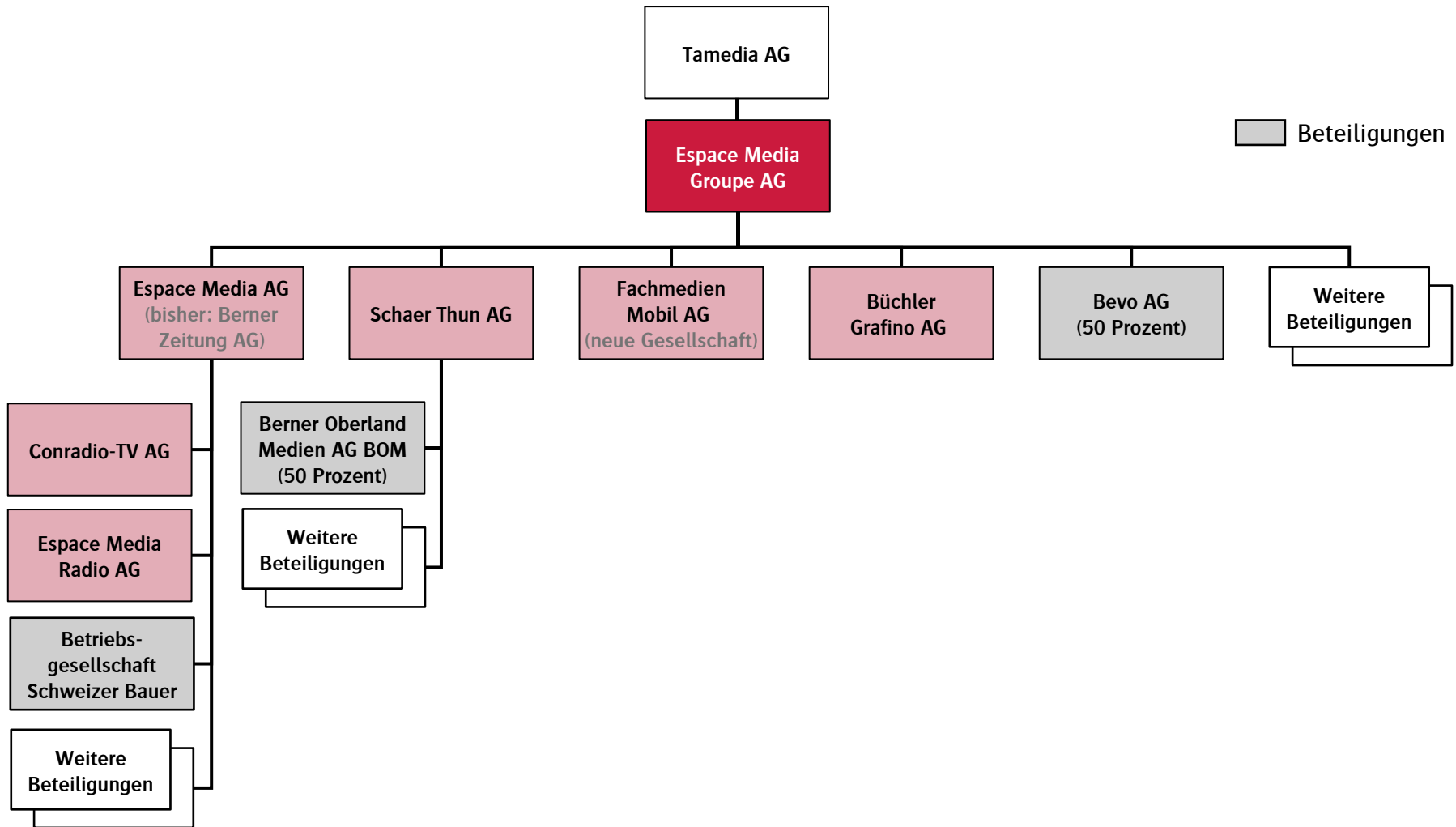
Integration Tamedia und Espace Media Groupe schreitet voran; bereits Ergebnisverbesserungspotentiale von über 10 MCHF



Neuordnung der Gesellschaftsstruktur der Espace Media Groupe



Struktur der Espace Media Groupe wird deutlich einfacher



Zugehörigkeit starker abonnierte Tageszeitungen zu Tamedia

Projekt Zukunft abonnierte Tageszeitungen

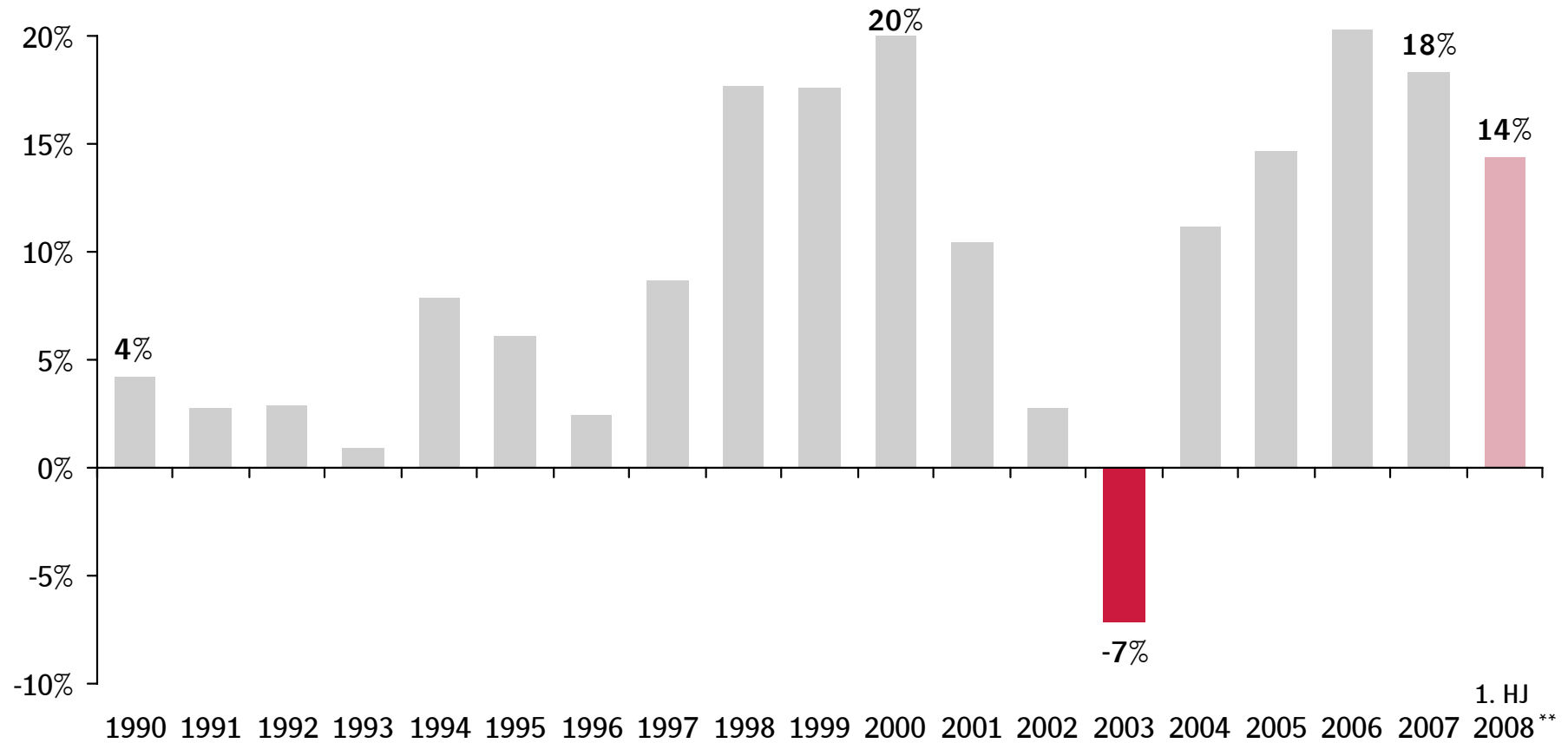


- Abonnierte Tageszeitungen sind das Kerngeschäft von Tamedia und Espace Media
- In Zusammenarbeit mit Vertretern der Redaktionen und Verlage sollen gut abgestützte Strategien für die nachhaltige Weiterentwicklung der abonnierten Tageszeitungen in den nächsten fünf bis zehn Jahren entwickelt werden

* Beteiligungen

Die EBIT-Marge von Tamedia sinkt um 3 Prozentpunkte

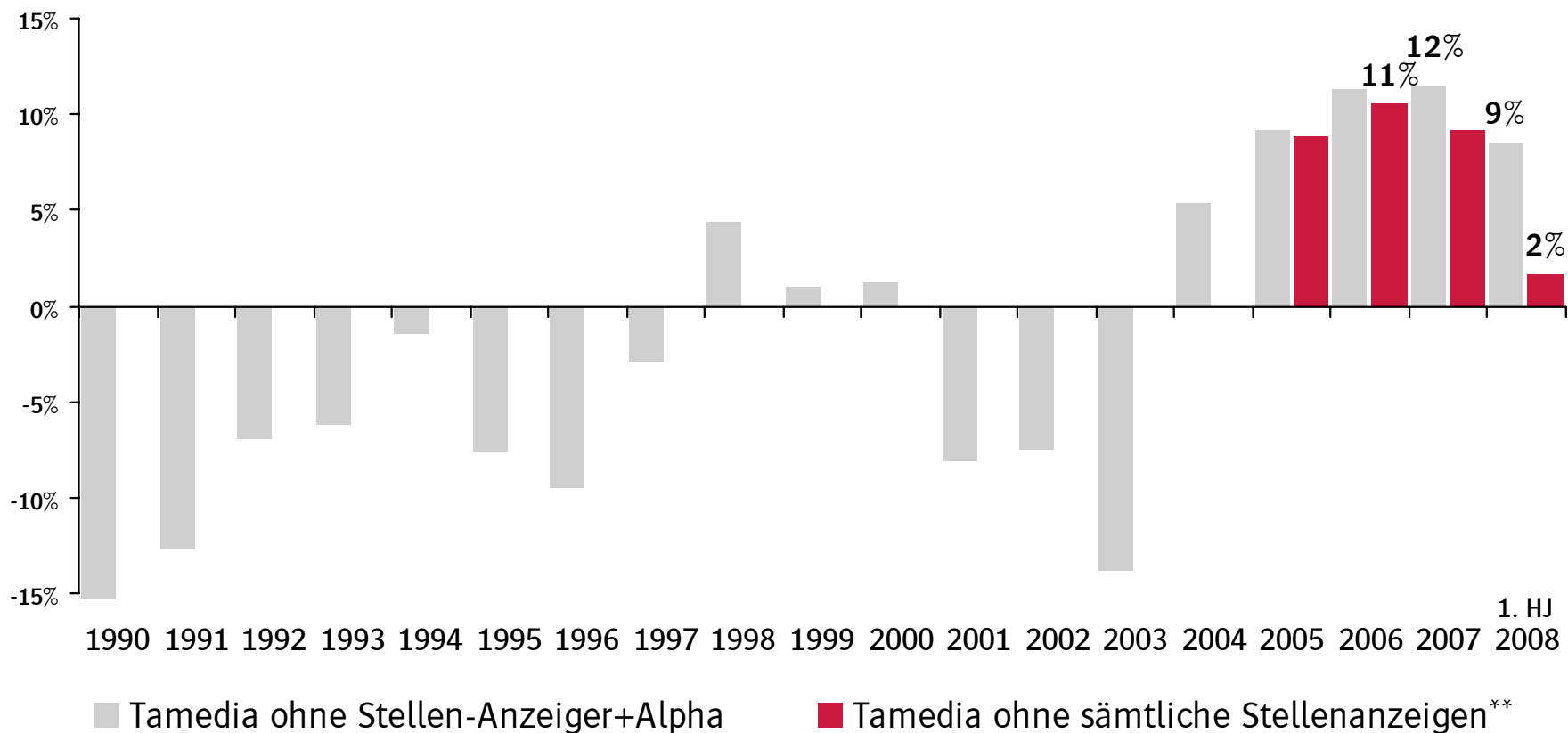
Entwicklung EBIT-Marge Tamedia* seit 1990



* Facts/Basilisk/HPP/Huber/Benteli Hallweg als nicht weitergeführte Bereiche behandelt

Abhängigkeit von Stellenanzeigen steigt aufgrund des Einbezugs der Espace Media Groupe und Investitionen in neue Projekte

Entwicklung EBIT-Marge Tamedia ohne Stellenanzeigen* seit 1990



* Das EBIT-Produktresultat wurde bis 1995 vom Tamedia EBITDA in Abzug gebracht. Für die Jahre 1990-1994 wurde der EBIT anhand eines durchschnittlichen Seitenerlöses und einer 80 Prozent Marge errechnet; Facts/Basilisk/HPP/Huber/Benteli Hallwag als nicht weitergeführte Bereiche behandelt

** Stellen-Anzeigen beinhalten: Stellen-Anzeiger, Alpha, BZ/Bund, Thurgauer Zeitung und 20 Minuten (durchschnittlicher Seitenerlös/80% Marge)

Prognose: Wirtschaftswachstum und Werbeausgaben

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

- Das Wachstum der Schweizer Wirtschaft dürfte sich 2009 weiter abschwächen
- Eine weitere Senkung der derzeit tiefen Arbeitslosenquote ist nicht zu erwarten
- Tamedia erwartet keine rasche Erholung des Index der Konsumentenstimmung

Medienmarkt

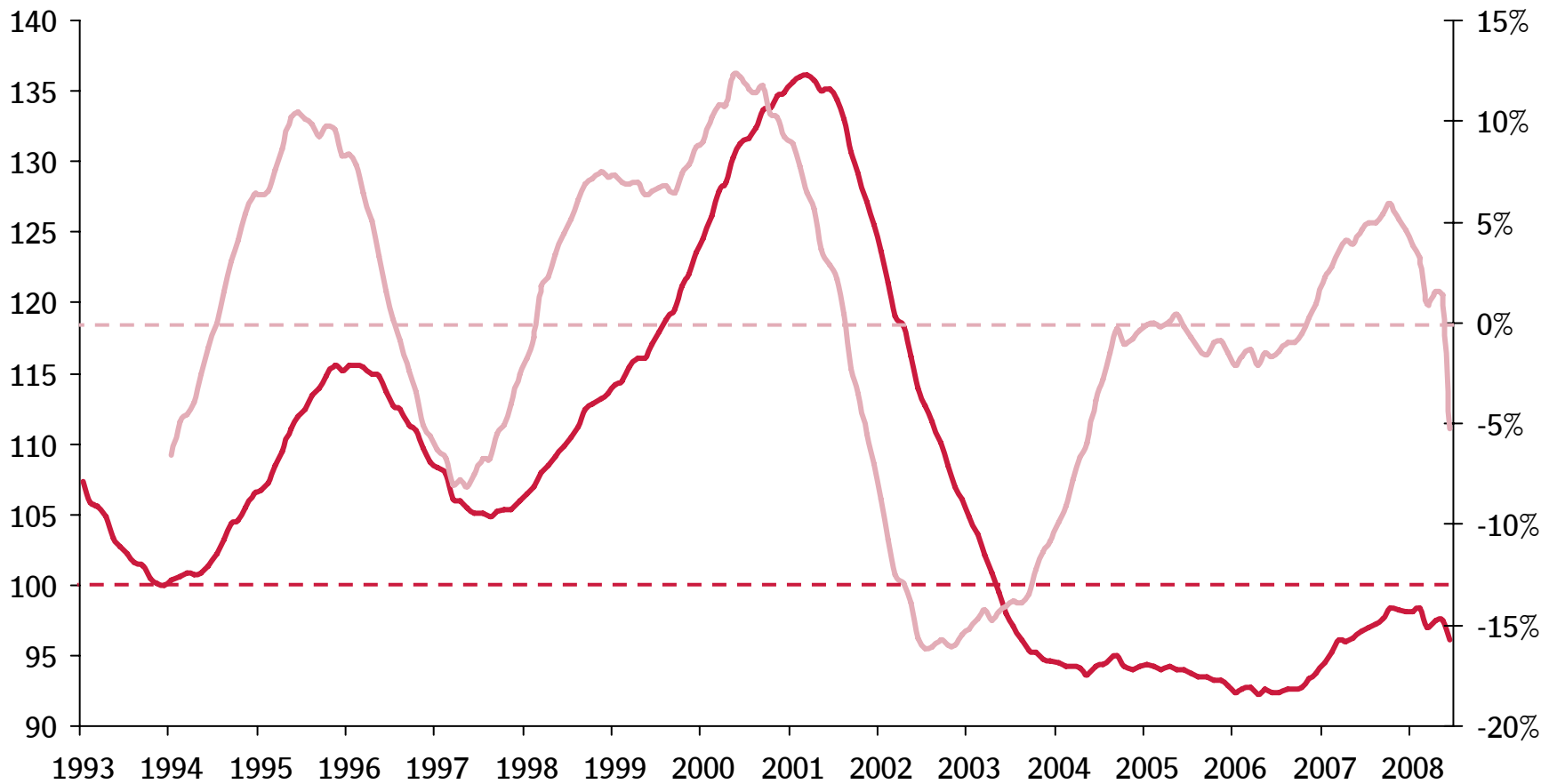
- Widersprüchliche Anzeichen erschweren Prognose über die Werbemarkt-Entwicklung
- Während das erste Halbjahr 2008 insgesamt durchschnittlich war, gingen die Werbeinvestitionen im Juni überdurchschnittlich stark zurück; ob dieser Rückgang den Beginn einer Stagnationsphase anzeigt, ist derzeit noch unklar

Kernaufgaben Tamedia

- Verlagerung im Nutzer- und Werbemarkt von den traditionellen abonnierten Tageszeitungen hin zu Online und zu Pendlerzeitungen muss gemeistert werden
- Erfolgreicher Zusammenschluss von Tamedia und Espace Media Groupe und Entwicklung hin zu einem Schweizer Medienunternehmen
- Erfolgreicher Aufbau der Neuinvestitionen L'essentiel, Newsnetz, News und weiterer Ausbau 20minuten.ch sowie Regionalisierungsstrategie in Solothurn und Zürich
- Bisherige «Unabhängigkeit» von den Stellenanzeigen soll zurück gewonnen werden

Starke Abwärtstendenz des Publicitas-Index

Publicitas-Index: Entwicklung kommerzielle Inserate in der Tagespresse (12/1993=100) in Indexpunkten und im Verhältnis zur Vorjahresperiode



Quelle: Publicitas

Start des neuen People-Magazins 20 Minuten Friday Ende Oktober



Das neue People-Magazin

- 20 Minuten lanciert gemeinsam mit Annabelle und der Nightlife-Plattform tillate.com ein neues kostenloses People-Magazin unter dem Namen 20 Minuten Friday

Jeweils Freitags in der Verteilbox

- 20 Minuten Friday erscheint erstmals am Freitag, 31. Oktober 2008 in einer Auflage von rund 137'000 Exemplaren
- Friday nutzt etwas mehr als 60 Prozent der Verteilpunkte von 20 Minuten

Kompetente Crew

- Die Chefredaktion übernimmt Marco Boselli, die Redaktionsleitung Kerstin Netsch und Sabine Eva Wittwer, Verlagsleiter wird Dominique von Albertini

Übersicht 1. Halbjahr 2008

Sandro Macciacchini

Leiter des Unternehmensbereichs Finanzen

Bemerkungen zum Halbjahresabschluss 2008

Nicht-weitergeführte Bereiche

- Liegenschaften der Huber & Co. AG in Frauenfeld werden nach dem Verkauf der Druck- und Verlagsaktivitäten als zur Veräusserung bestimmte Vermögenswerte ausgewiesen
- Das Druck- und Verlagsgeschäft der Benteli Hallwag Druck AG wurde per 1. Juni 2008 an die Farbendruck Weber AG veräussert

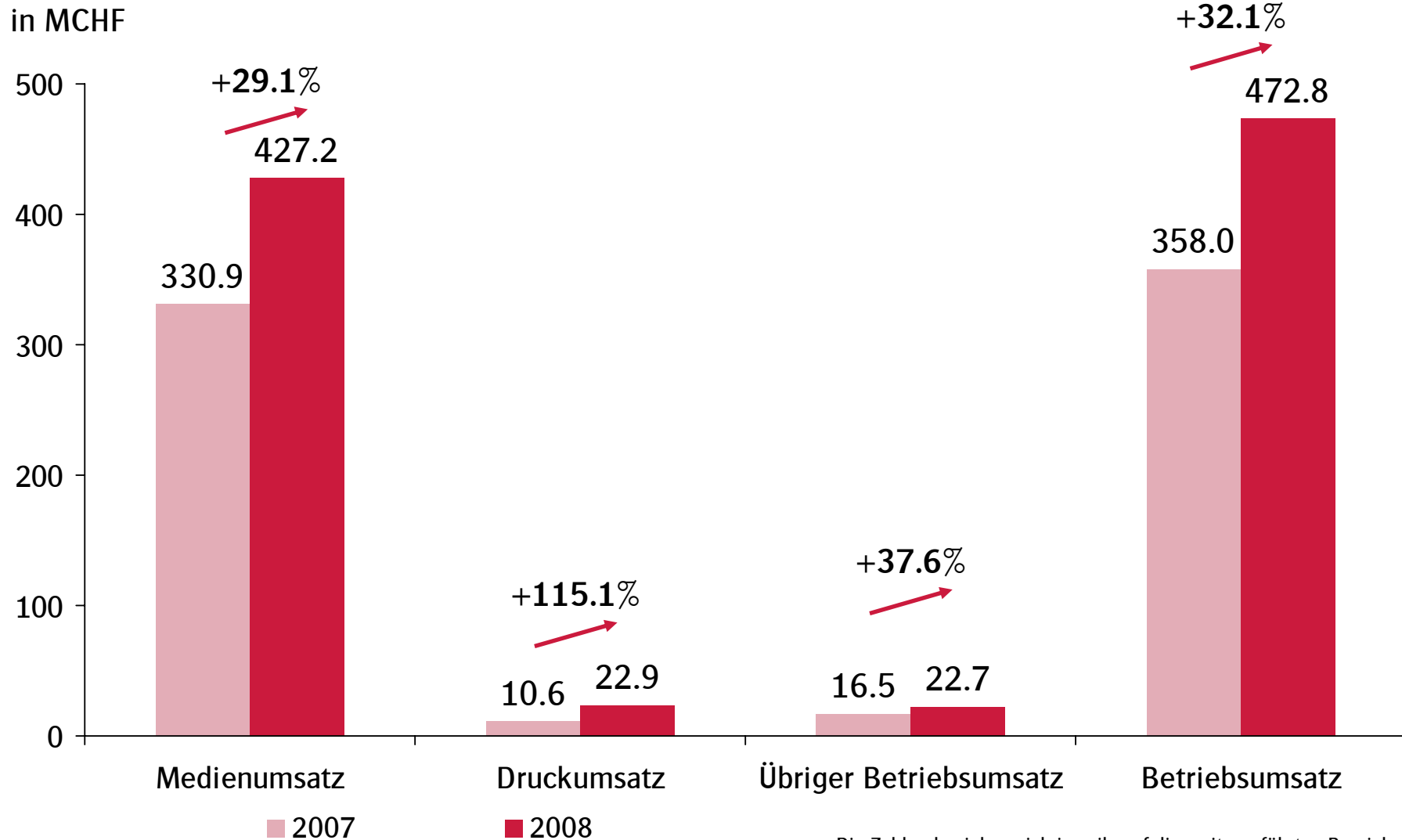
Segmentinformationen mit wesentlichen Änderungen

- Zeitungen neu EDITA S.A. sowie Titel der Espace Media Groupe
- Zeitschriften Facts nicht mehr enthalten, neu Fachmedien Mobil und Fachmedien Agrar
- Elektronische Medien Homegate AG und E-Medien von Espace neu enthalten
- Services neu Services Espace Media Groupe

IFRS-Standards

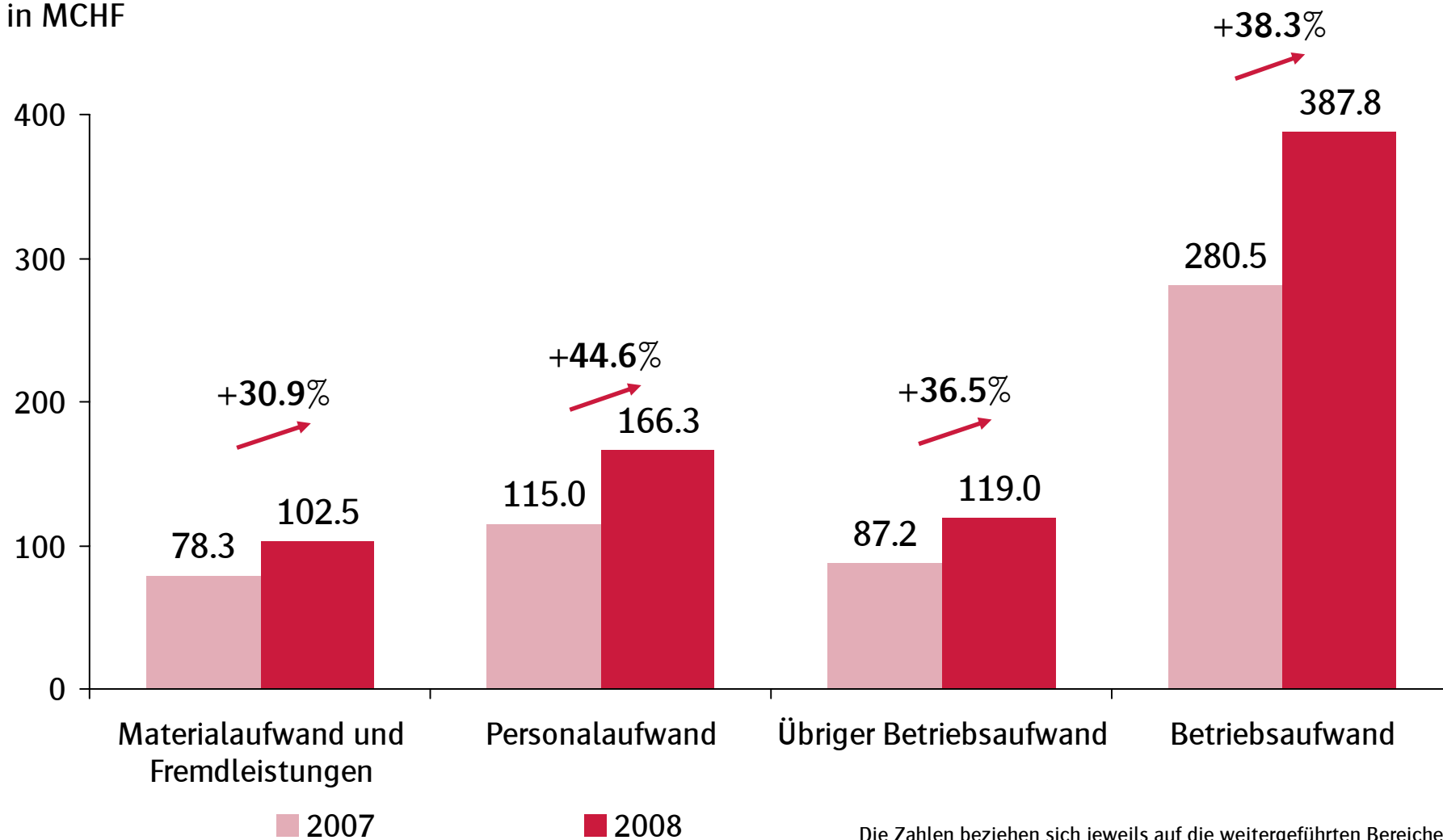
- Rückwirkend auf den 1. Januar 2007 wurden die Berechnungen der Vorsorgeplan-Überdeckung erstmalig nach IFRIC 14 vorgenommen
- Später in Kraft tretende neue und revidierte Standards und Interpretationen wurden nicht vorzeitig angewandt

Insbesondere Medienumsatz steigt im ersten Halbjahr deutlich



Einbezug der Espace Media Groupe und Investitionen in neue Projekte führen zu steigendem Aufwand

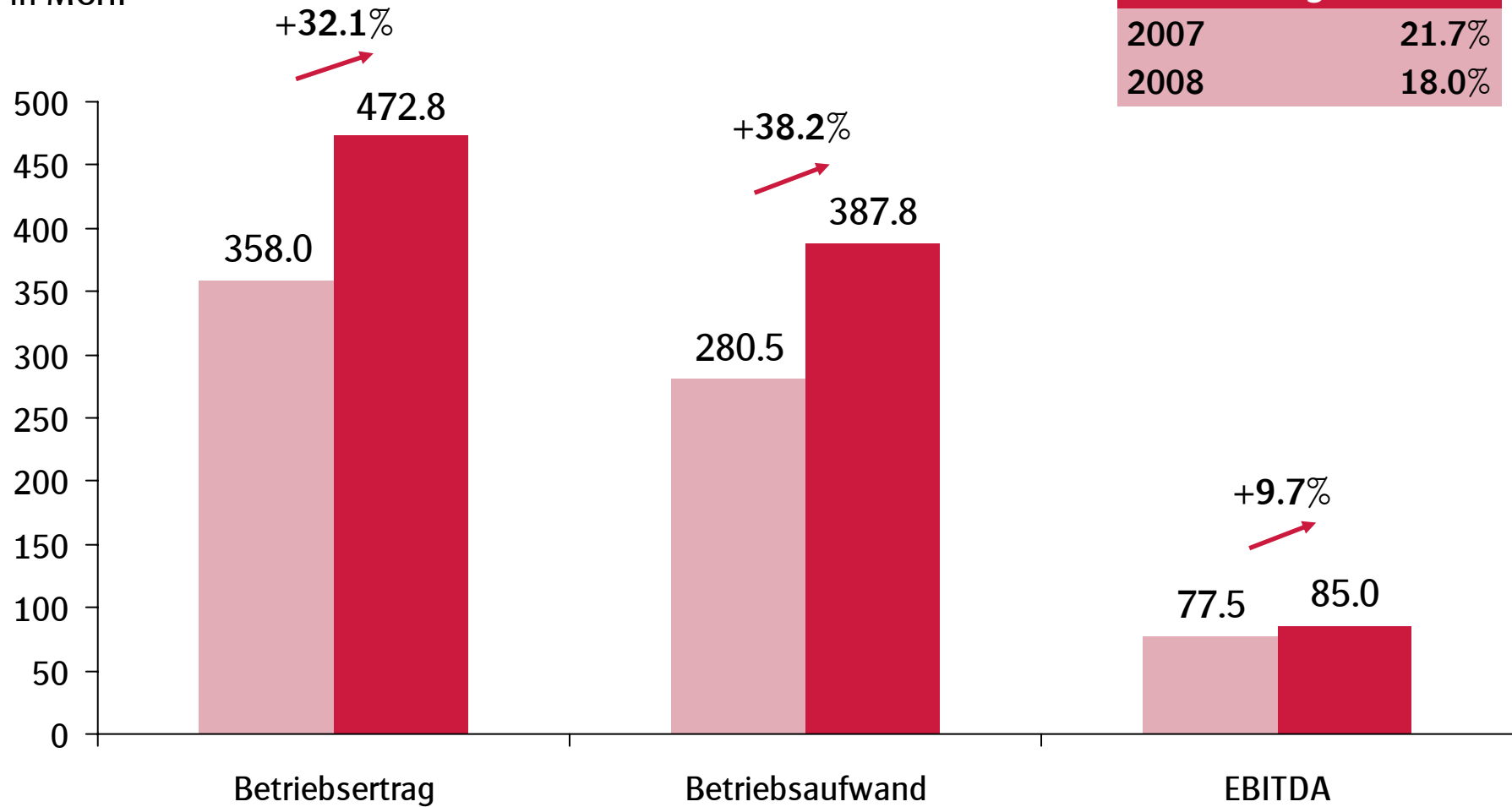
in MCHF



Die Zahlen beziehen sich jeweils auf die weitergeführten Bereiche

EBITDA verzeichnet unterdurchschnittliches Wachstum

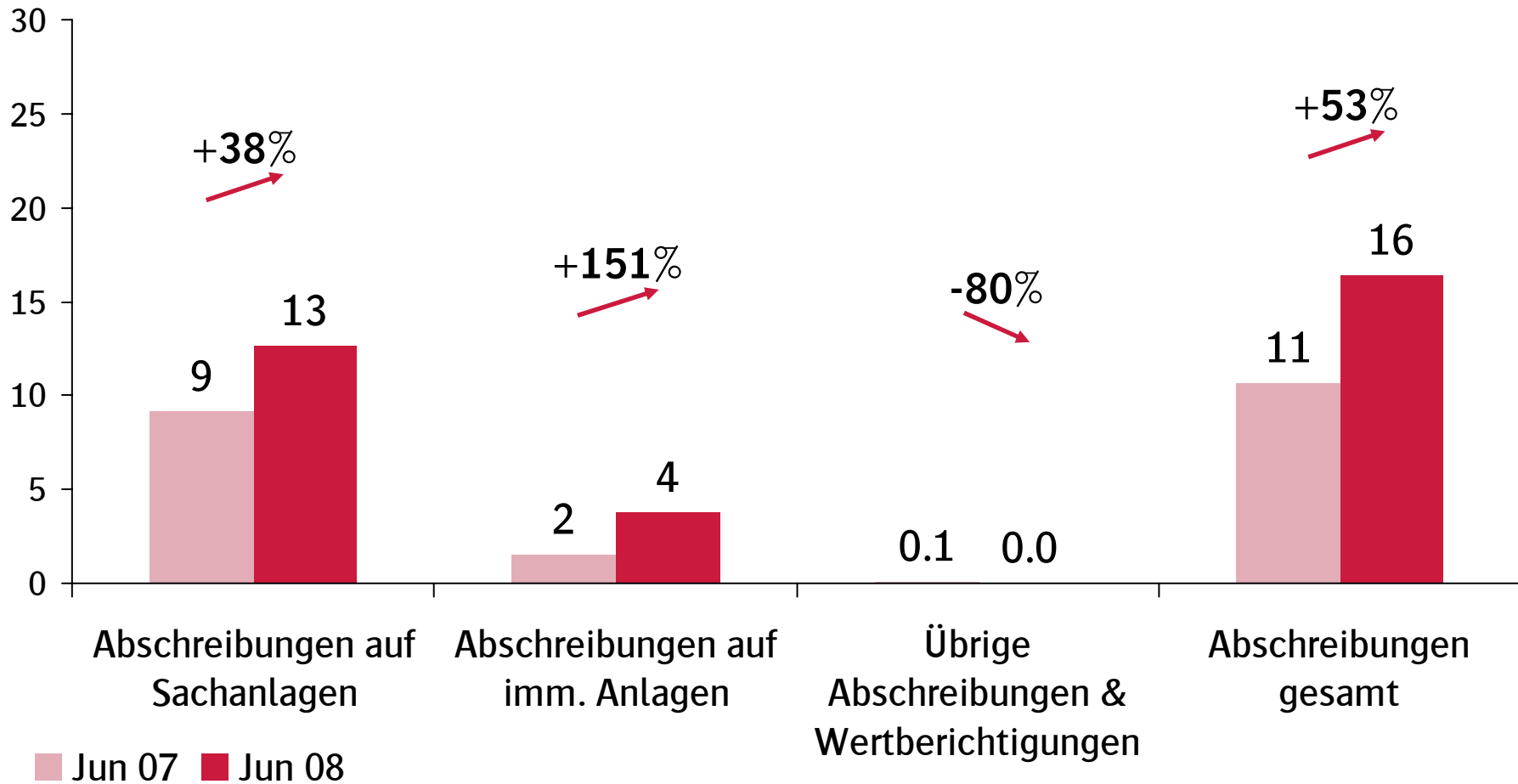
in MCHF



Die Zahlen beziehen sich jeweils auf die weitergeführten Bereiche

Abschreibungen steigen um 53 Prozent und liegen bei 16 MCHF

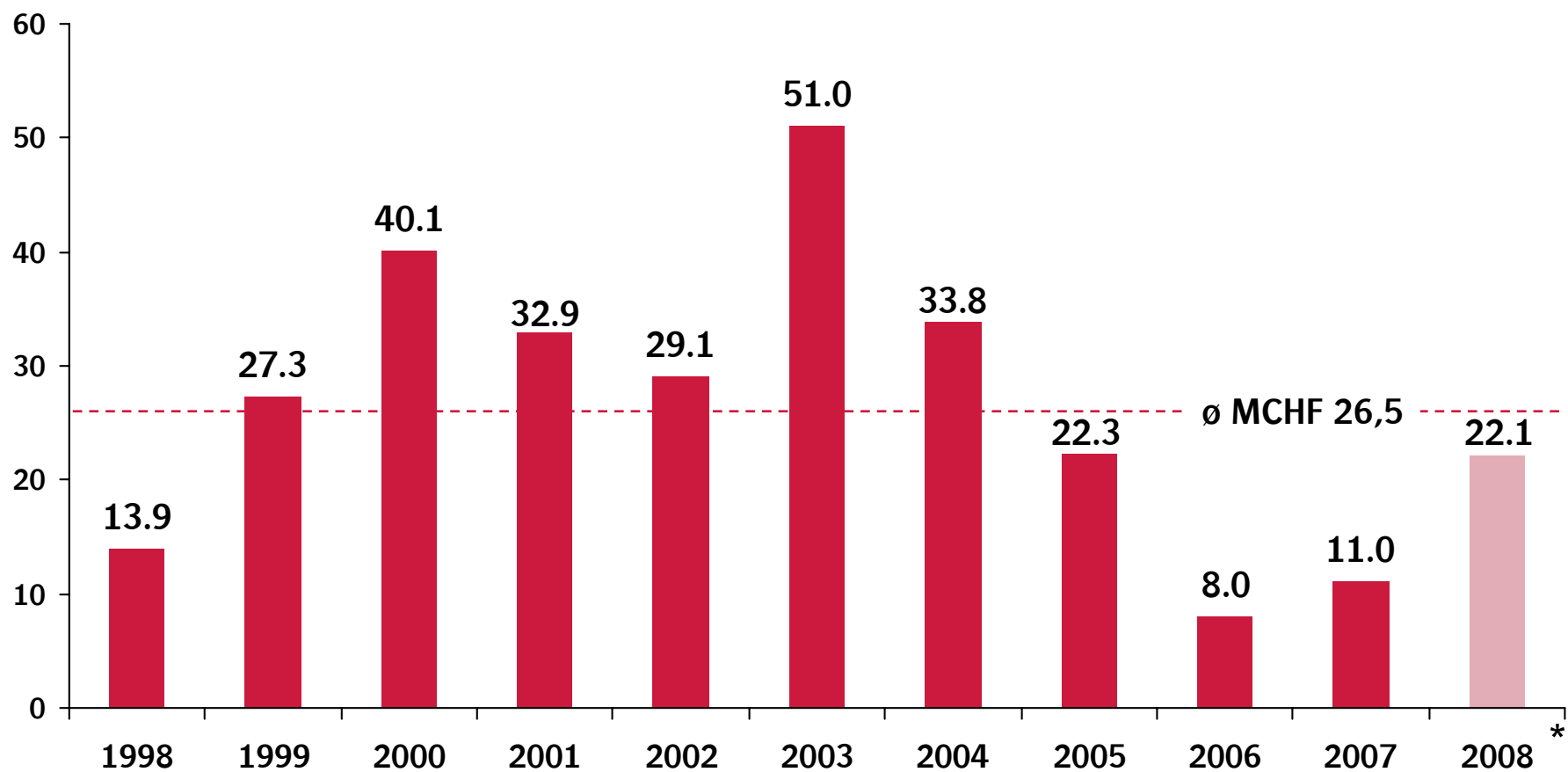
in MCHF



Capex steigt erneut an, ist aber weiterhin unter dem Durchschnitt

Investitionen in betriebliche Anlagen (Capex) in den Jahren 1998 bis 2008

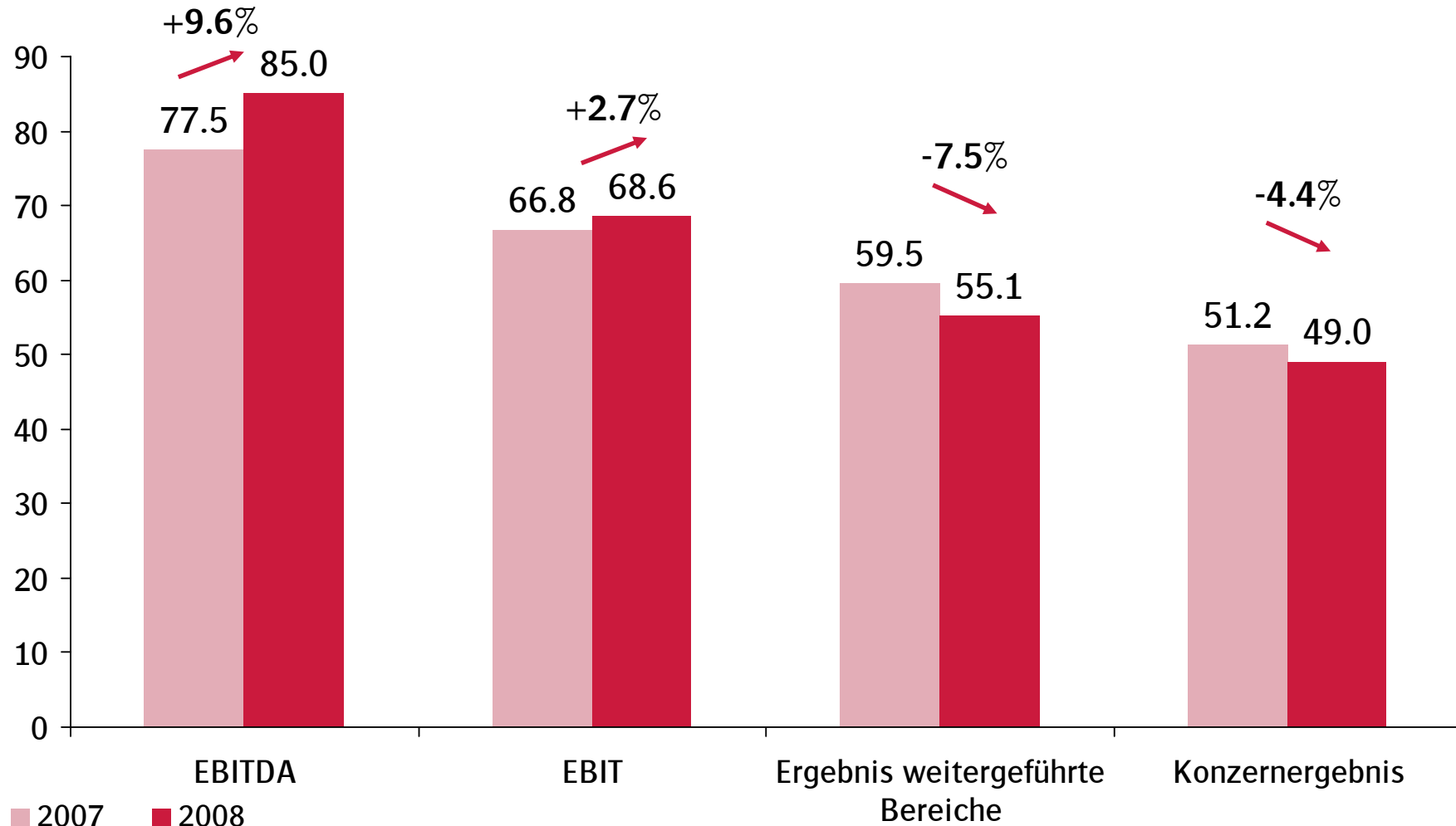
in MCHF



* Schätzung

Ergebnis der weitergeführten Bereiche sinkt um 7,5%

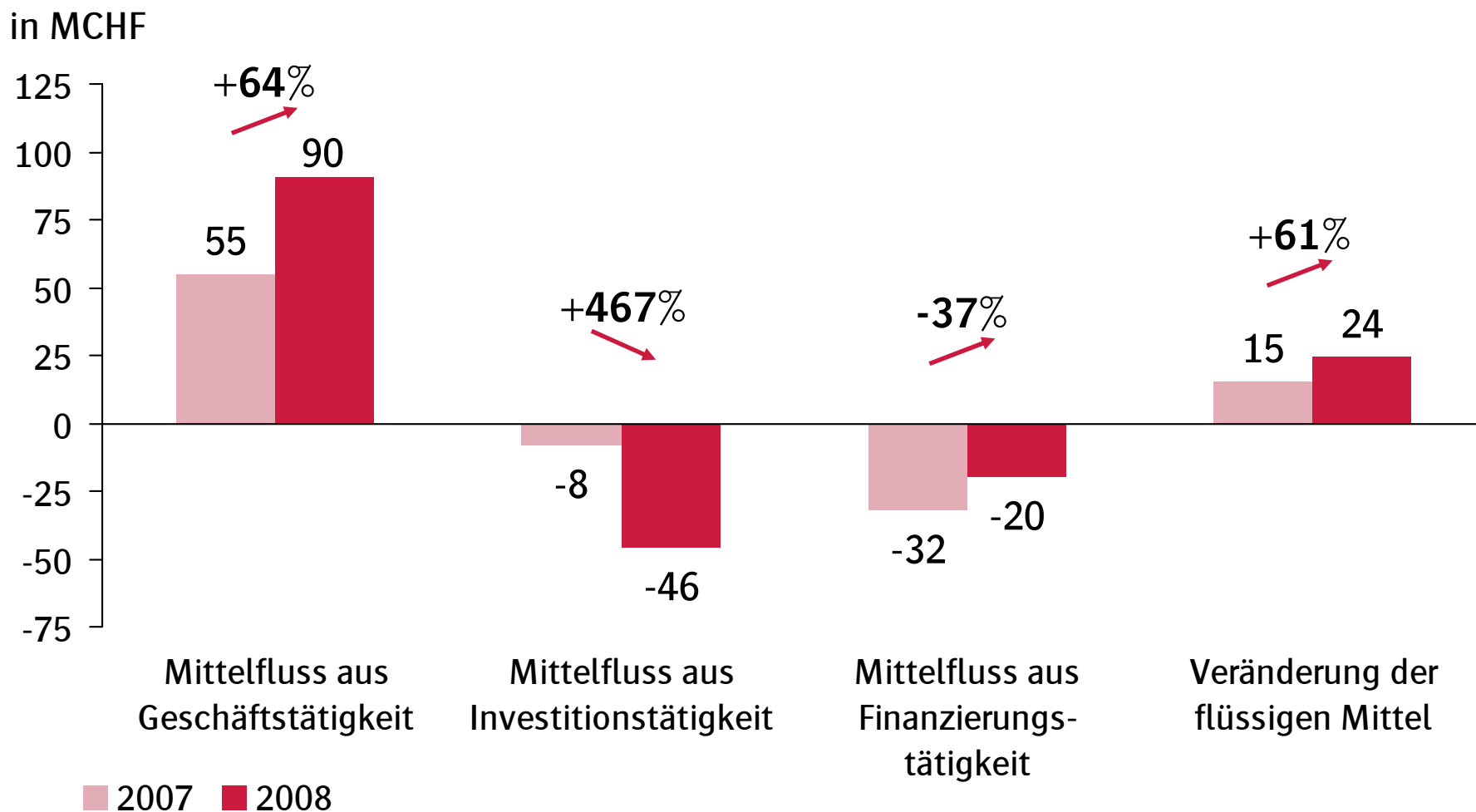
in MCHF



■ 2007 ■ 2008

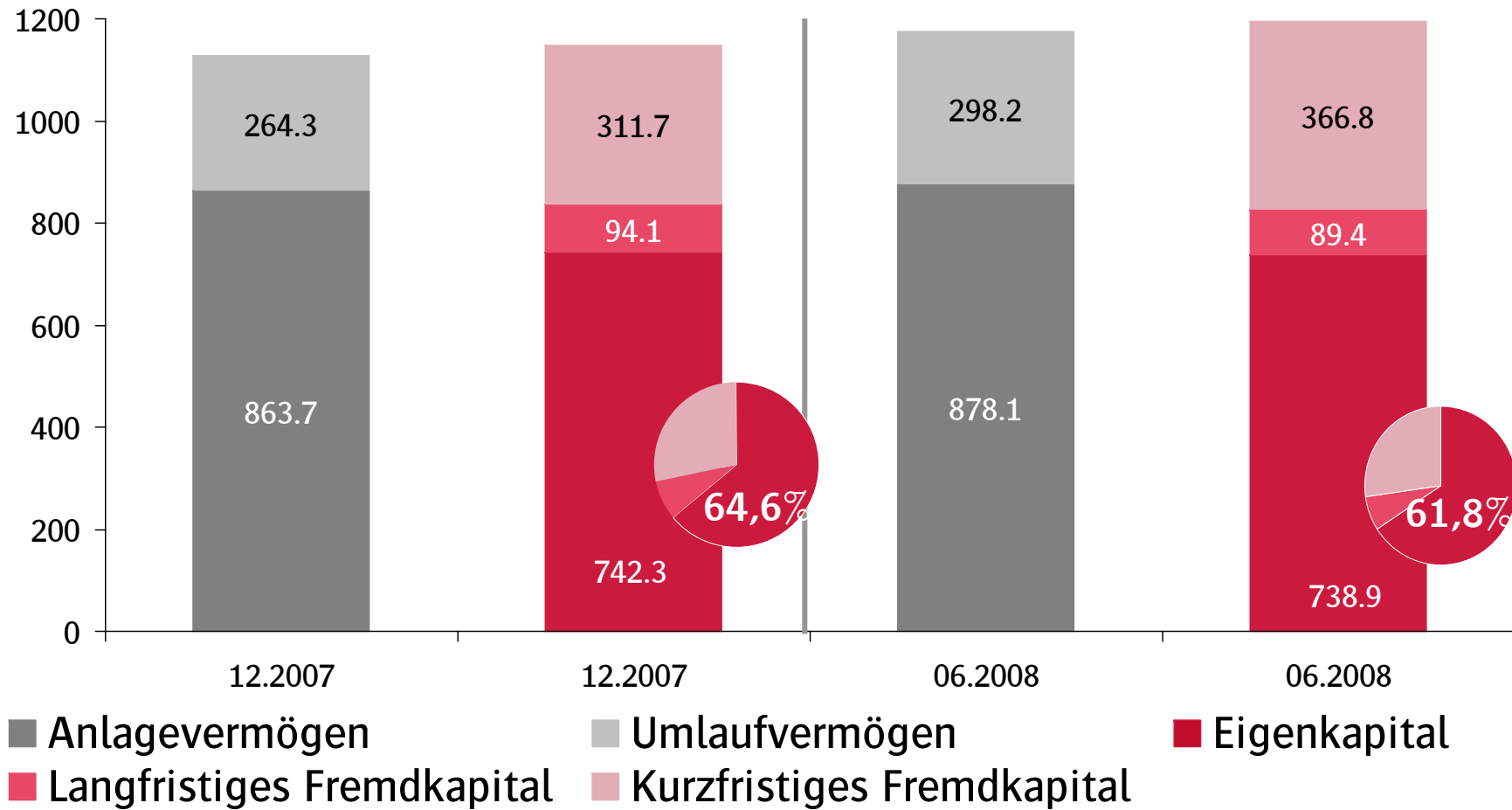
tamedia:

Liquiditätsanstieg trotz deutlicher höherer Investitionstätigkeit

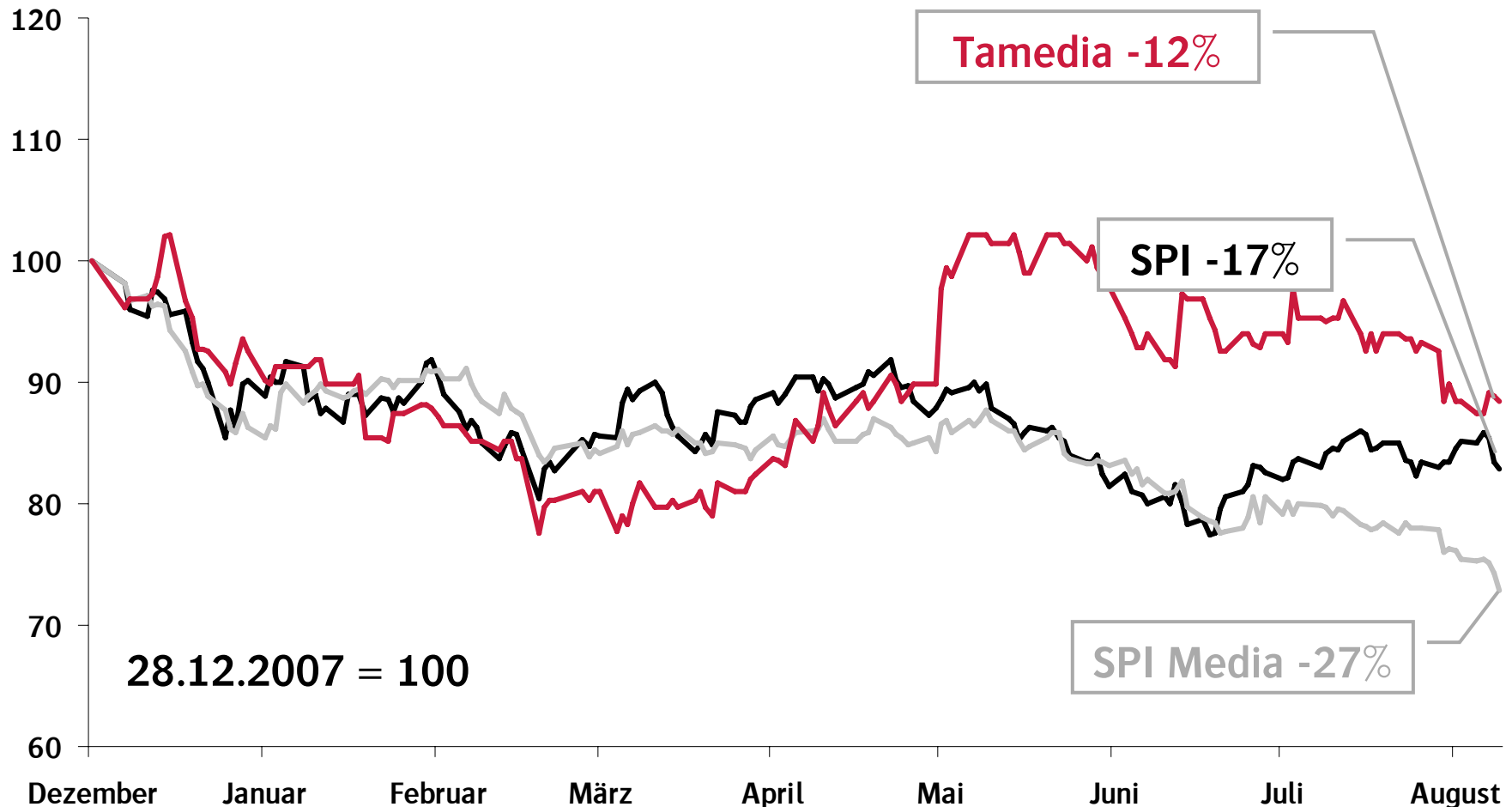


Eigenkapitalquote sinkt leicht auf 61.8%; weiterhin hohes Niveau

in MCHF



Aktienkurs im 1. Halbjahr 2008: Die Aktie von Tamedia schlägt sich besser als der Gesamtmarkt und die Medienbranche



SPI Media = 26.6 % Publigroupe N; 24.0 % Tamedia N; 14.6 % Orell Füssli N; 12.5 % Affichage N; 9.7 % Edipresse I; 7.3 % Goldbach Media AG N; 5.3 % Agen N;

tamedia:

Danke für Ihre Aufmerksamkeit

