

Halbjahreszahlen 2010

Medien- und Analysteninformation
Bern und Zürich, 1. September 2010

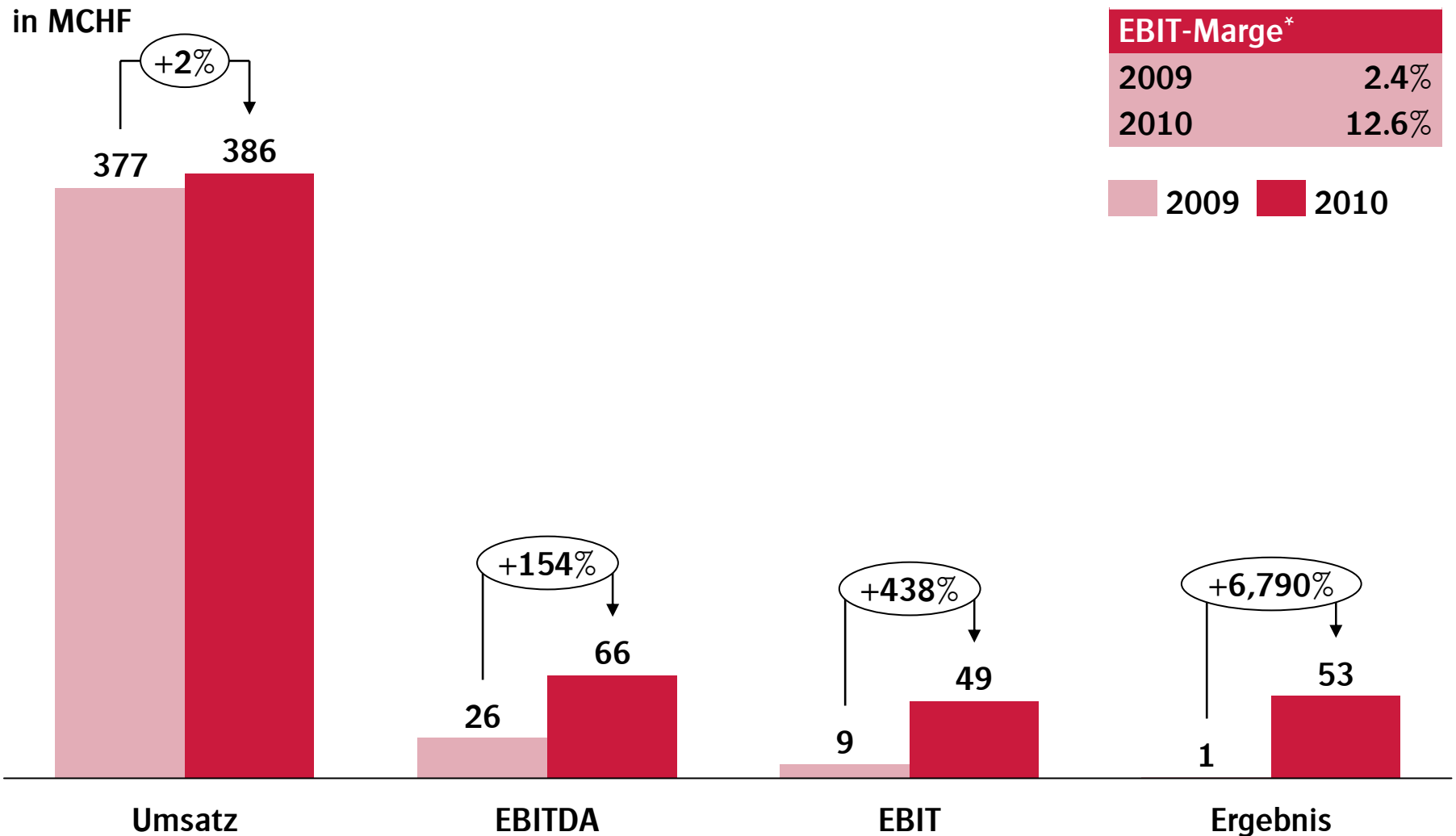


Übersicht 1. Halbjahr 2010

Martin Kall

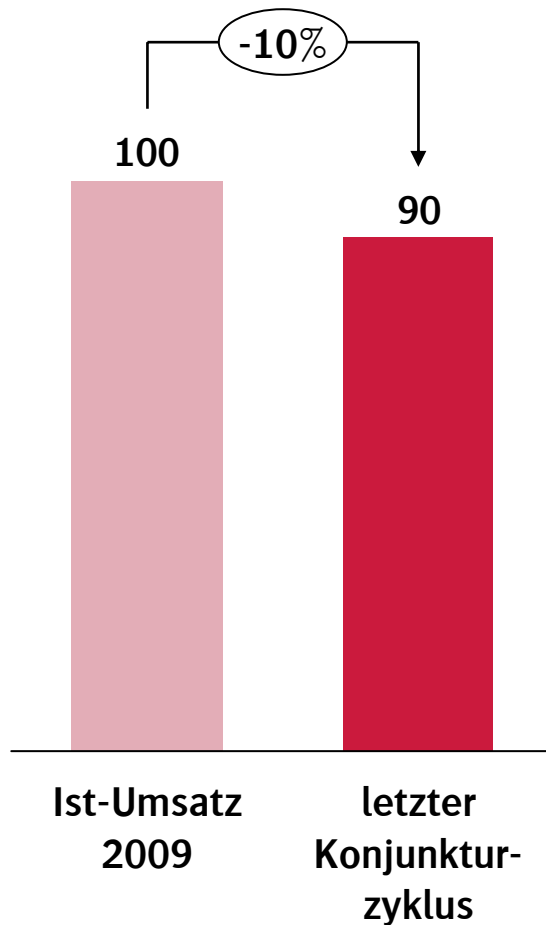
Vorsitzender der Unternehmensleitung

Ergebnissprung trotz eines lediglich leichten Umsatzwachstums

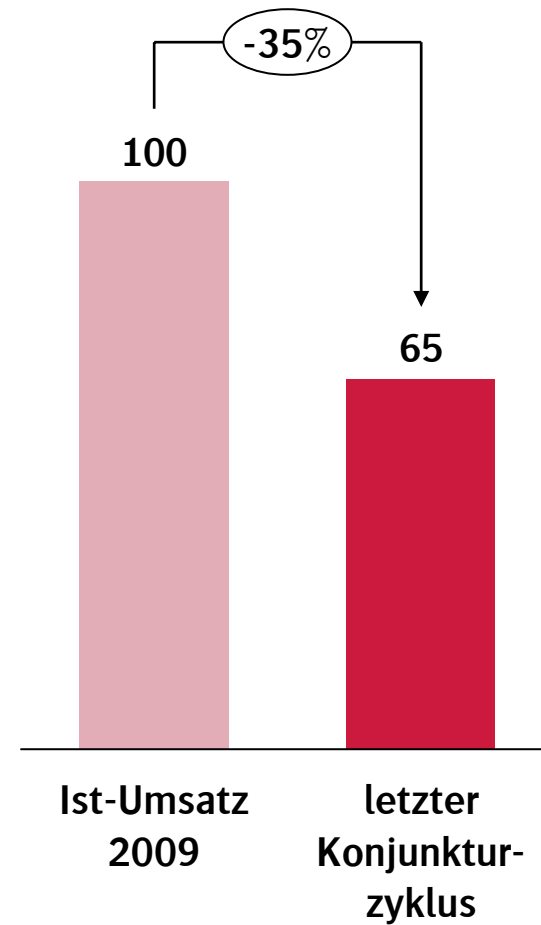


Zeitungen: Tamedia hatte deutlichen Werberückgang erwartet

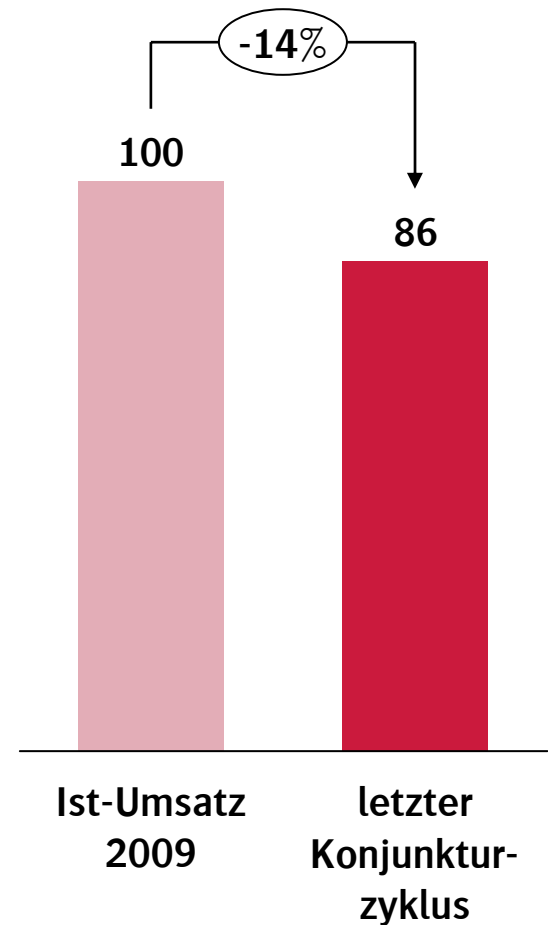
Prognose Kommerzielle Werbung Anfang 2010



Prognose Stellenanzeigen in Zeitungen Anfang 2010

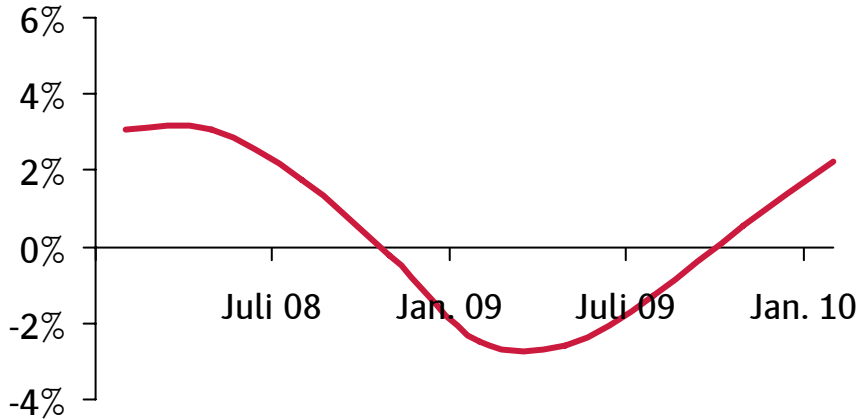


Prognose gesamte Werbung Anfang 2010

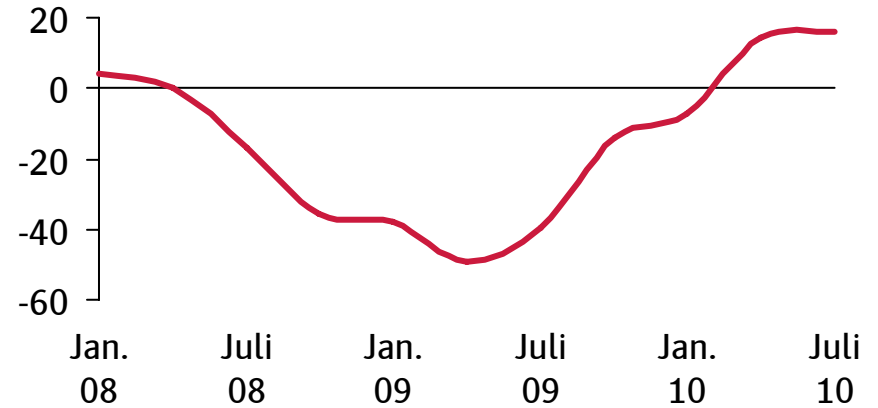


Wirtschaft erholt sich rascher als zu Jahresbeginn erwartet...

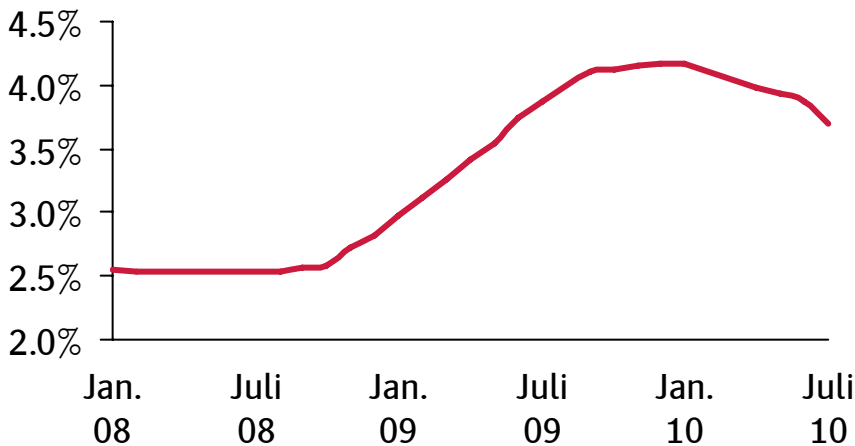
Veränderung BIP real in % zu Vorjahresquartal



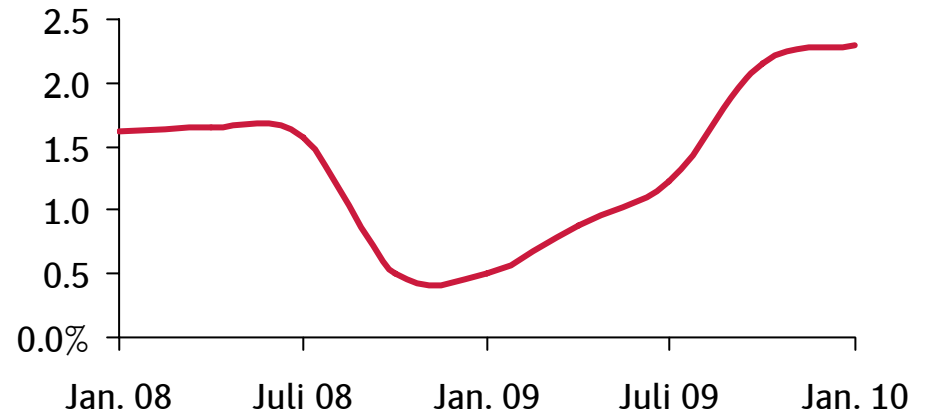
Index der Konsumentenstimmung (Indexpunkte)



Arbeitslosenquote in % der Erwerbstätigen



Veränd. Privatkonsum in % zu Vorjahresquartal



...das Wachstum stoppte den Rückgang der Werbeinvestitionen

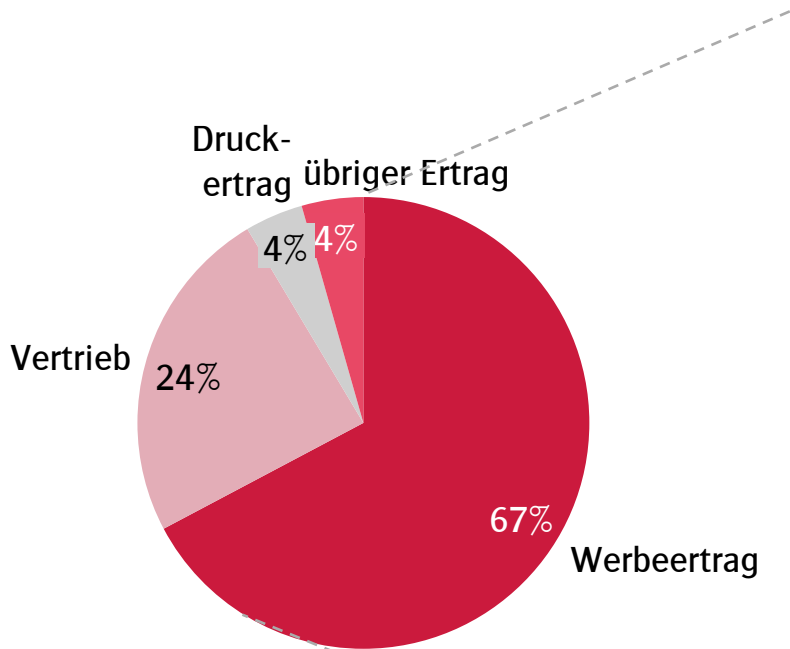
Januar – Juni 2009/2010, Nettowerbeumsätze Print gemäss Typologie Schweizer Presse

Gattungen	2010		2009		Veränderung		+/- MA
	MCHF	MA	MCHF	MA	MCHF	in %	in %
Tagespresse	454	56.2	458	56.9	-4	-0.9	-0.8
Reg. Wochenpresse	21	2.6	22	2.7	-0.9	-4.2	-0.1
Sonntagspresse	78	9.6	78	9.7	-0.3	-0.4	-0.1
Finanz und Wirtschaft*	25	3.1	23	2.9	2	8.4	0.2
Zeitungen	577	71.5	581	72.2	-3	-0.5	-0.7
Publikumspresse	99	12.2	96	12.0	3	2.8	0.3
Spezialpresse	103	12.8	98	12.2	6	5.6	0.6
Fachpresse	28	3.5	29	3.6	-1	-3.9	-0.2
Zeitschriften	230	28.5	223	27.8	7	3.2	0.7
Print-Total	808	100	1'062	100	4	0.4	0

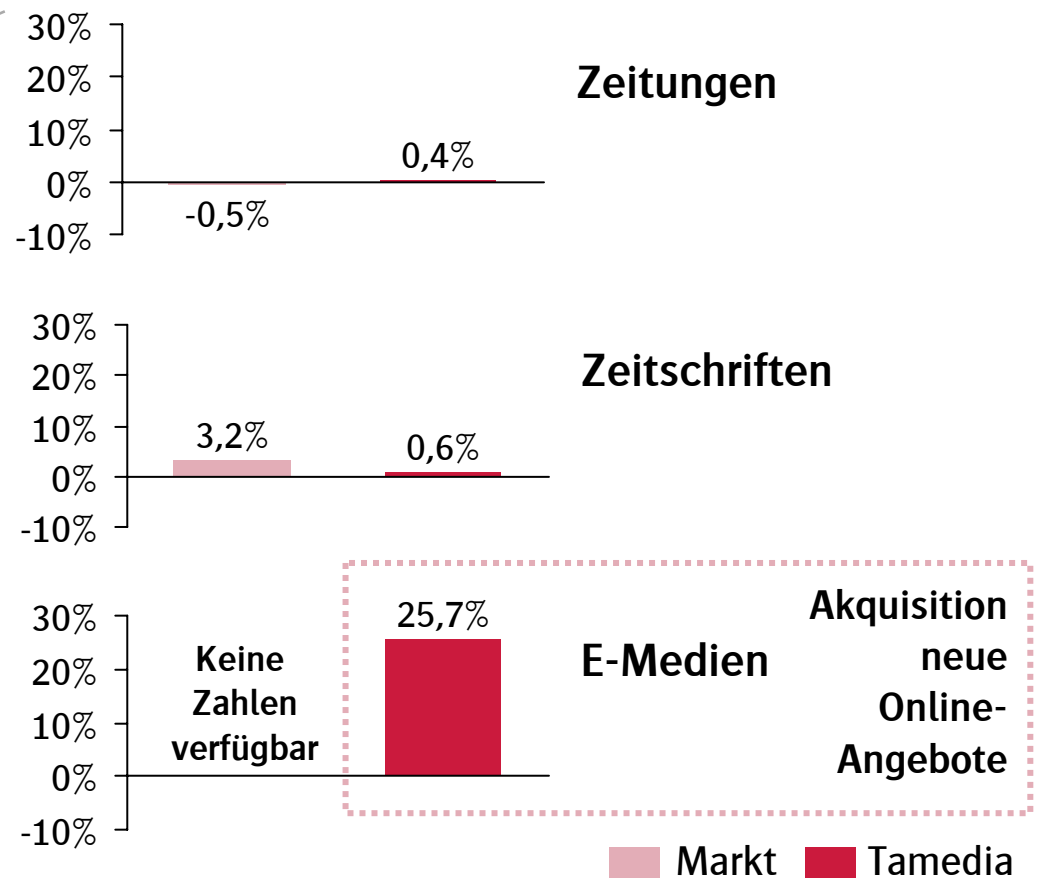
Quellen: Inseratestatistik Verband Schweizer Presse; * nicht identisch mit dem Titel «Finanz und Wirtschaft»

Insbesondere Onlinemedien verzeichneten ein starkes Wachstum

Aufteilung Umsatz nach Ertragsart im ersten Halbjahr 2010

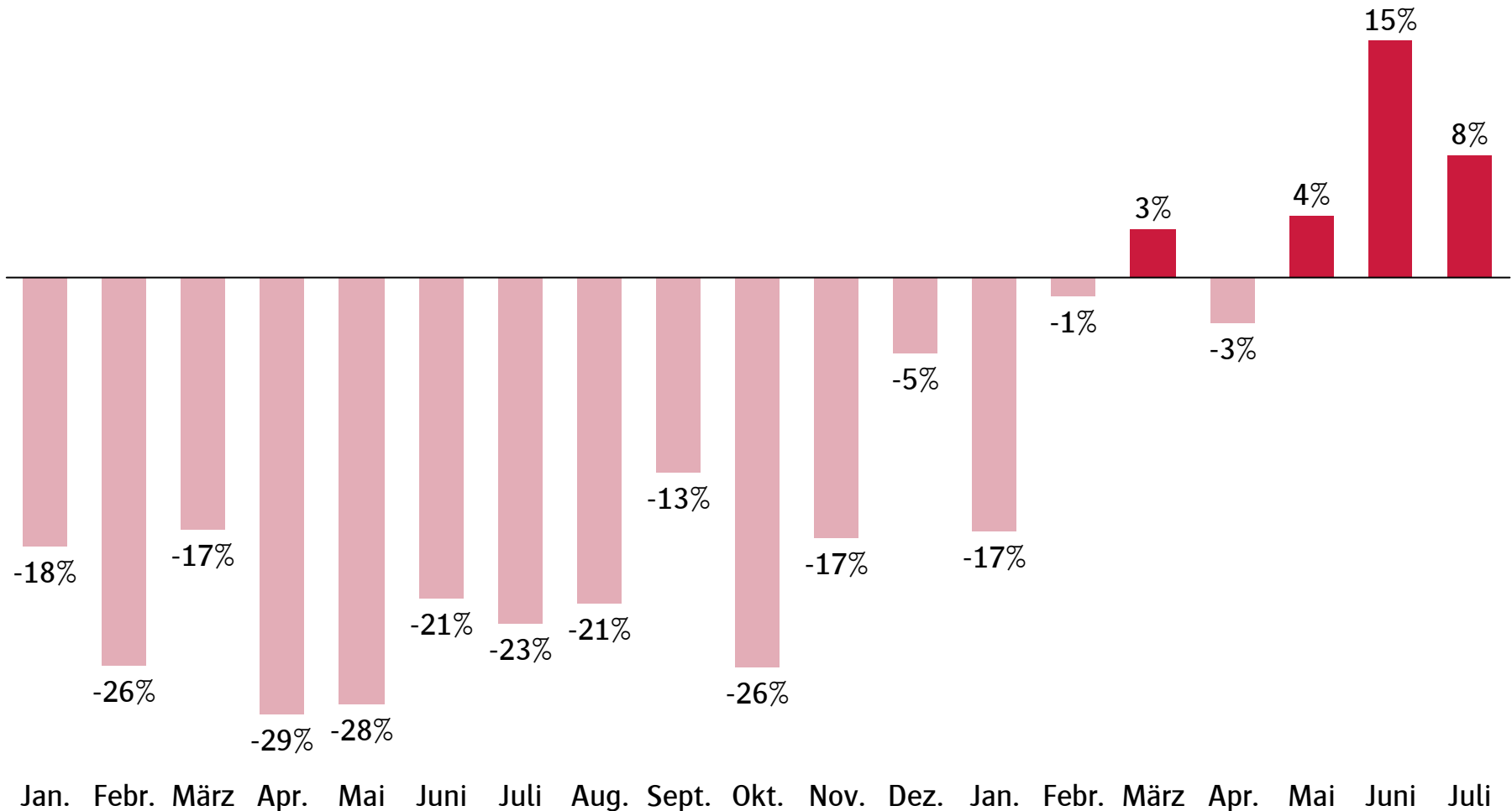


Entwicklung Werbeumsätze nach Gattungen Januar bis Juni 2010 zu Januar bis Juni 2009



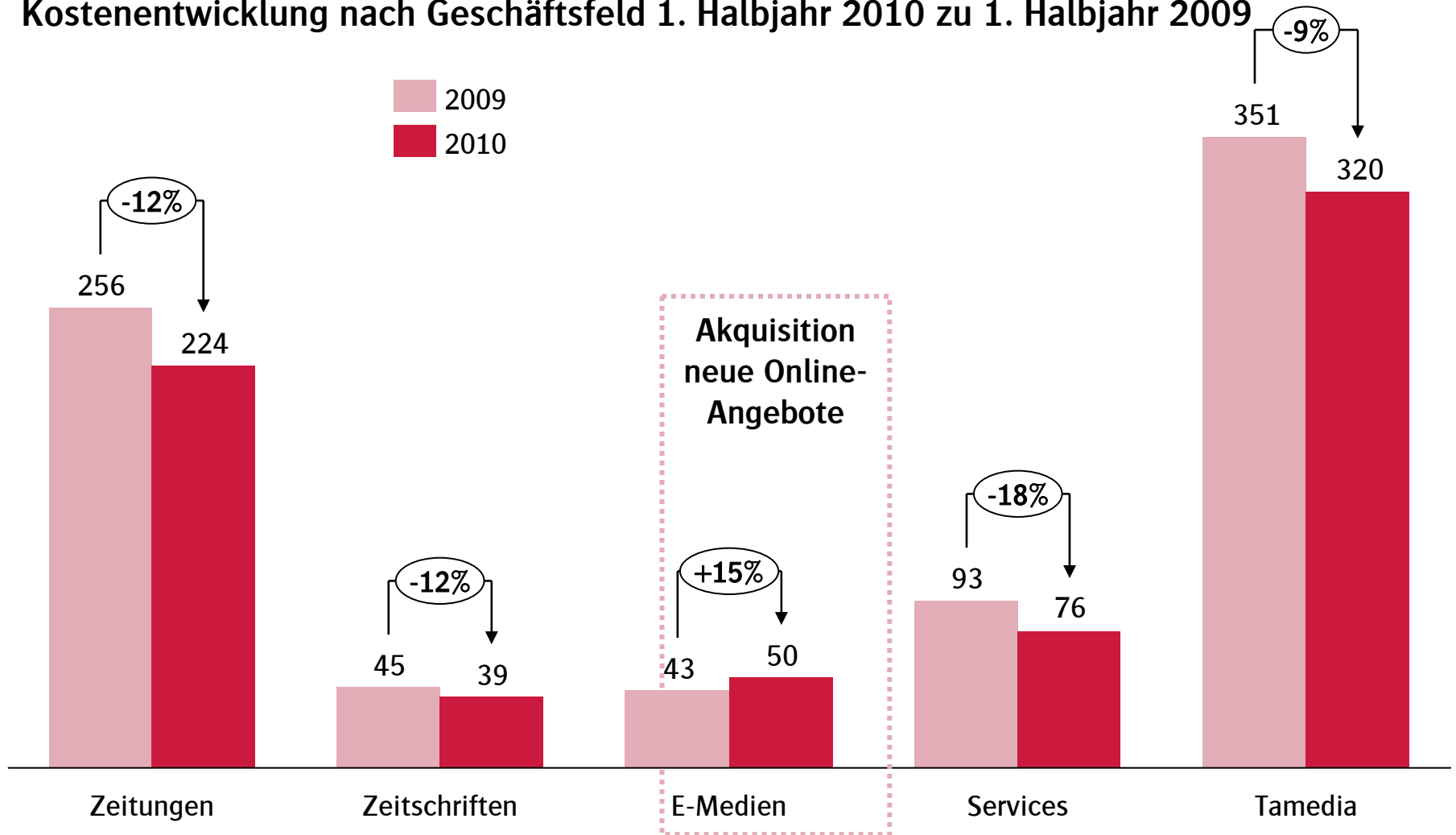
Seit März weisen verschiedene Monate ein Werbewachstum aus

Veränderung Netto-Werbeausgaben zum jeweiligen Vorjahresmonat in Prozent



Ergebniswachstum in erster Linie dank deutlich tieferen Kosten

Kostenentwicklung nach Geschäftsfeld 1. Halbjahr 2010 zu 1. Halbjahr 2009



Zeitungen: überregionale als Ergebnisfeiler, regionale Break-even

Zeitungen in MCHF	Januar - Juni 2009	Januar – Juni 2010	2009/10
Umsatz	253,8	255,0	+ 0,4%
EBIT	- 3,7	28,5	-
EBIT-Marge	- 1,5%	11,2%	-

Generelle Themen

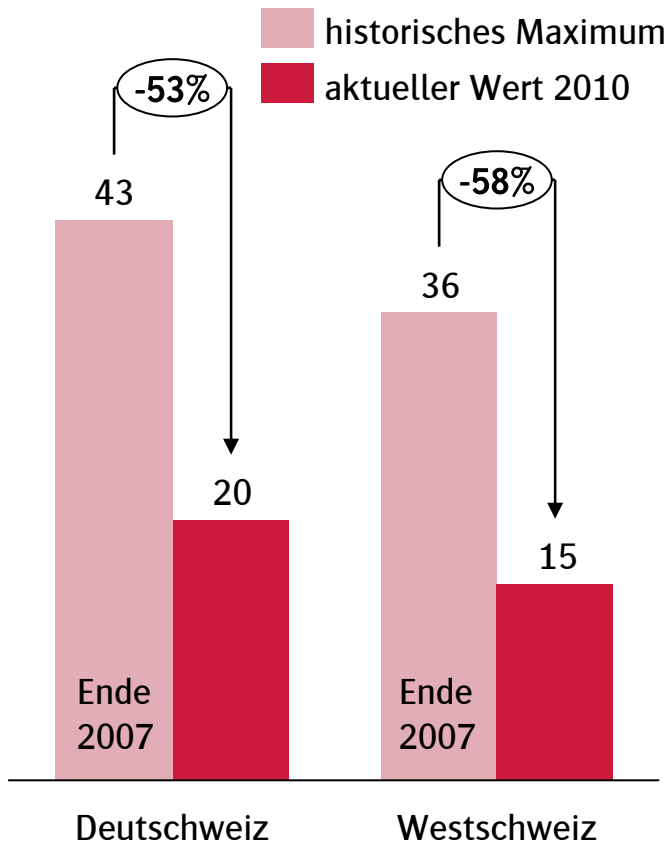
- Weiterer Rückgang des Werbevolumens in Tageszeitungen im ersten Halbjahr 2010
- Verkäufe Basler Zeitung Medien, Le Nouvelliste, Zürcher Landzeitungen

Tamedia

- 20 Minuten und Finanz und Wirtschaft steigern den Werbeumsatz und leisten einen erheblichen Ergebnisbeitrag
- Die Sonntagszeitung ist nach einem schwierigen 2009 zurück auf Wachstumskurs
- Ausgangslage Regionalzeitungen bleibt schwierig: nur knapp ausgeglichenes Ergebnis
- Berner Zeitung verzeichnet nach 2009 erneut einen leichten Umsatzrückgang
- Der Bund weist erstmals seit mehr als einem Jahrzehnt ein ausgeglichenes Ergebnis aus
- Tages-Anzeiger erneut mit Umsatzrückgang; Projekte zur Zusammenarbeit mit Zürcher Unterländer, Zürichsee-Zeitung und weiteren Partnern stehen 2010 im Mittelpunkt

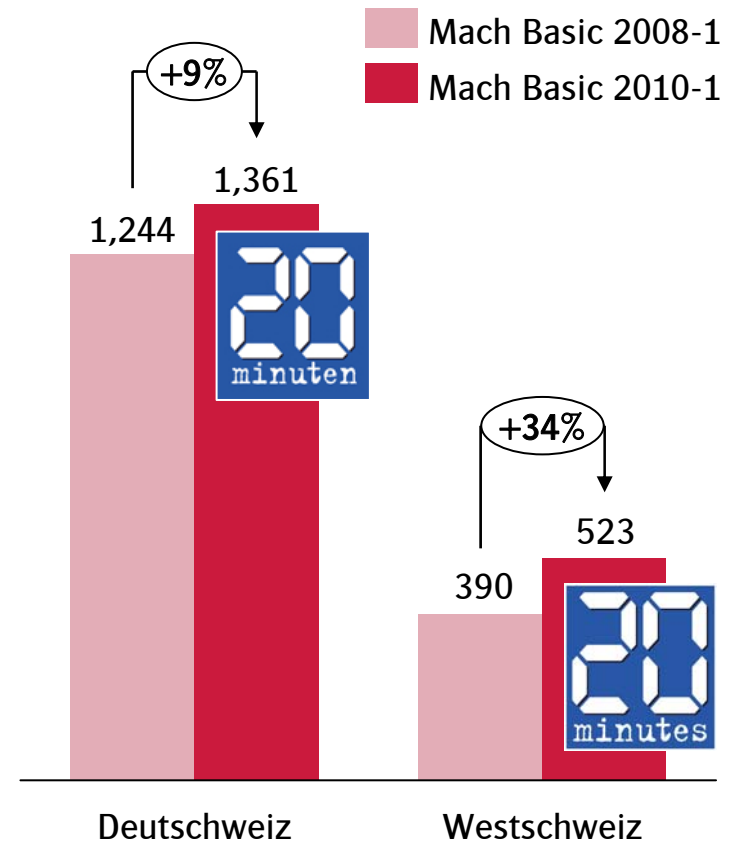
20 Minuten: historisch starke Position im Pendlerzeitungsmarkt

Anzahl Exemplare tägliche Pendlerzeitungen je 100 Einwohner in der Deutsch- und Westschweiz



Leserschaftsentwicklung im gleichen Zeitraum

Leserschaftsentwicklung 20 Minuten und 20 minutes 2008 bis 2010-1 in Tausend



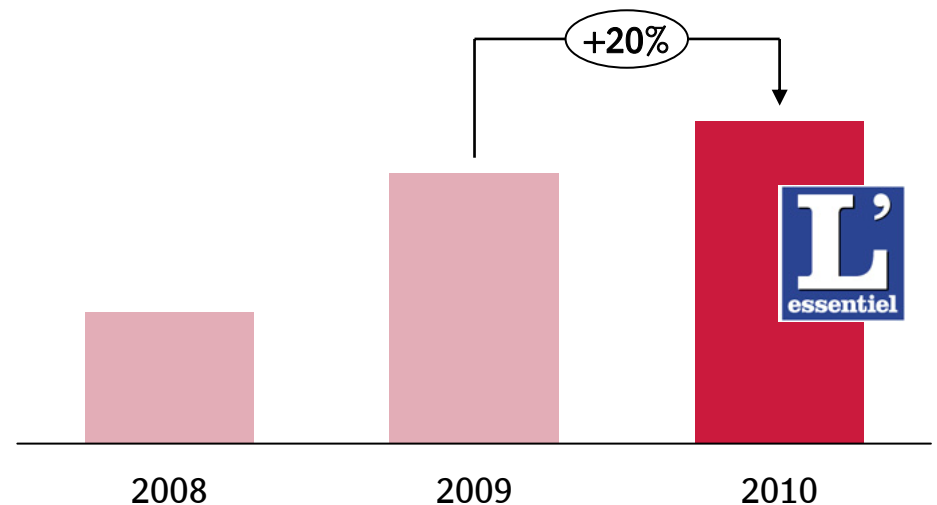
Pendlerzeitung L'essentiel in Luxemburg übertrifft Erwartungen



L'essentiel bereits mit Ergebnisbeitrag

- Mit 172'000 Leserinnen und Lesern ist L'essentiel die reichweitenstärkste Tageszeitung bei Lesern zwischen 15 bis 49 Jahren
- Vor drei Jahren lanciert, erreichte L'essentiel 2009 früher als geplant die Gewinnschwelle
- Im ersten Halbjahr 2010 erwirtschaftete L'essentiel bereits einen Ergebnisbeitrag

Umsätze L'essentiel im ersten Halbjahr



Der neue Bund: positive Zwischenbilanz nach zehn Monaten



Ausbau redaktionelle Seiten

- Start neuer Bund in redaktioneller Zusammenarbeit mit dem Tages-Anzeiger im Oktober 2009
- Ausbau der Anzahl redaktioneller Seiten um 3 Prozent im Vergleich zum ersten Halbjahr 2009



Leser schätzen Zusammenarbeit

- Erhöhung Abopreis auf CHF 398
- 97 Prozent der Leserinnen und Lesern führen ihr Abonnement trotz Preiserhöhung weiter
- Rückgang des Werbeumsatz um 4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr



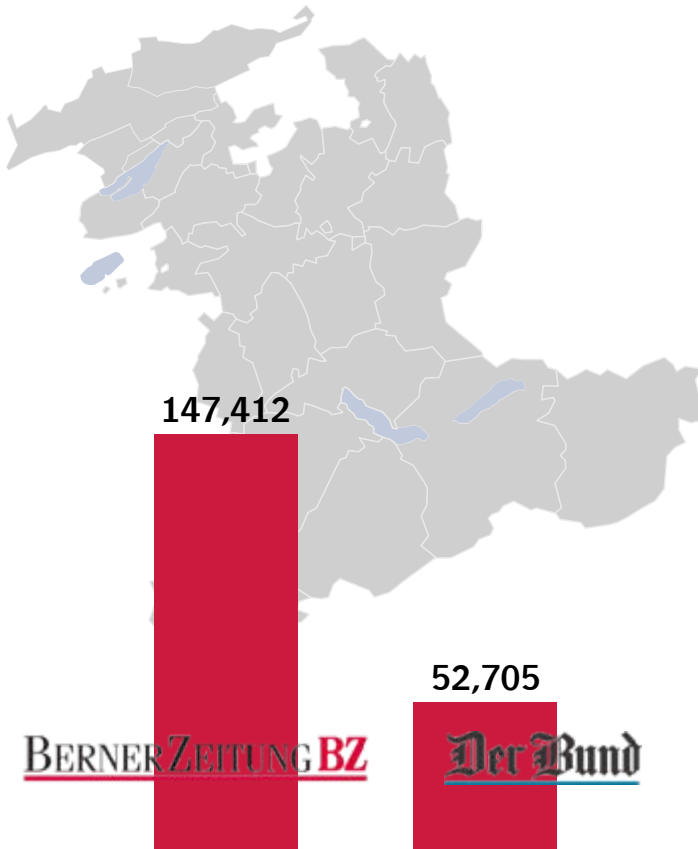
Erstmals leicht positives Ergebnis

- Erstmals seit zehn Jahren weist der Bund im ersten Halbjahr 2010 ein positives Ergebnis aus

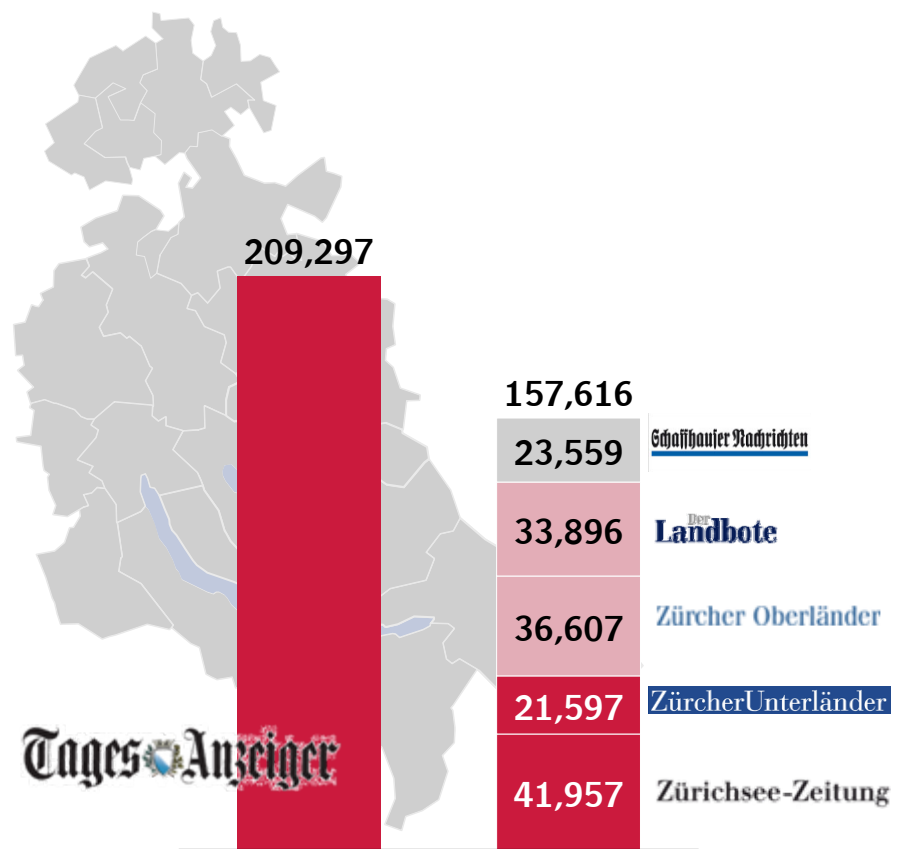


Berner Modell: zwei Zeitungen unter einem Dach sind möglich

Auflagen der Regionalzeitungen Berner Zeitung und Der Bund im Raum Bern



Auflagen des Tages-Anzeigers und eines Zeitungsverbands im Raum Zürich



Quelle: Wemf Auflagebulletin 2009

Zürichsee Presse und Zürcher Unterland Medien im Überblick

Medien Zürichsee Presse AG und der Zürcher Unterland Medien AG



Geschäftsführer Erland Herkenrath



- 63-jährig
- Seit 1992 Verlagsleiter Zürcher Unterländer
- Seit 1998 gleichzeitig Verlagsleiter der Zürichsee-Zeitung
- Vor seinem Wechsel zum Zürcher Unterländer war er bei Ex Libris, Union Druck und Verlag AG Solothurn sowie Tevag Basel tätig
- Erland Herkenrath sorgt als Verlagsleiter der beiden Tageszeitungen für Kontinuität und vertritt die beiden Zeitungen in den Projektteams

Gemeinsame Lokalredaktionen für zwei Zeitungen als Option

Mögliche Zusammenarbeit in der Lokalberichterstattung

Zürcher Unterland



Zürcher Oberland



Zürichsee linkes Ufer



Zürichsee rechtes Ufer



Tamedia bestätigt Chefredaktoren im Unterland und am Zürichsee

Stefan Riedel, Chefredaktor Zürcher Unterländer (Dielsdorf)



- 39-jährig
- Vor seinem Wechsel zum Zürcher Unterländer als freier Journalist für verschiedene Medien sowie als Chefredaktor von

Tele M1 und Radio Ri tätig

- Seit 2003 beim Zürcher Unterländer
- Chefredaktor seit 2007
- Leitung des Projektes für eine gemeinsame Lokalredaktion im Zürcher Unterland

Benjamin Geiger, Chefredaktor Zürichsee-Zeitung (Stäfa)



- 45-jährig
- Vor seinem Wechsel zur Zürichsee-Zeitung als freier Journalist für verschiedene Medien tätig
- Seit 1993 bei der Zürichsee-Zeitung

- 1999 bis 2001 Leiter der Regionalredaktion Horgen
- Chefredaktor Zürichsee-Zeitung seit dem Jahr 2002
- Leitung des Projektes für gemeinsame Lokalredaktionen im Erscheinungsgebiet der Zürichsee-Zeitung

Gemeinsame Arbeiten am Projekt neue Zürcher Regionalzeitung

Übersicht Organisation und Module des Projektes Zürcher Regionalzeitung



Beteiligungsverhältnisse erfordern Gespräche mit allen Partnern

Übersicht Partner und Beteiligungen



Zürichsee
Medien AG

Zürcher Unterländer

PUBLI *Groupe*

Zürichsee-Zeitung

Die Zeitung mit mehr Region.

Neues Bülacher Tagblatt

tamedia:

 Zürcher Landzeitung

Zürcher Oberländer



Die Nordostschweiz

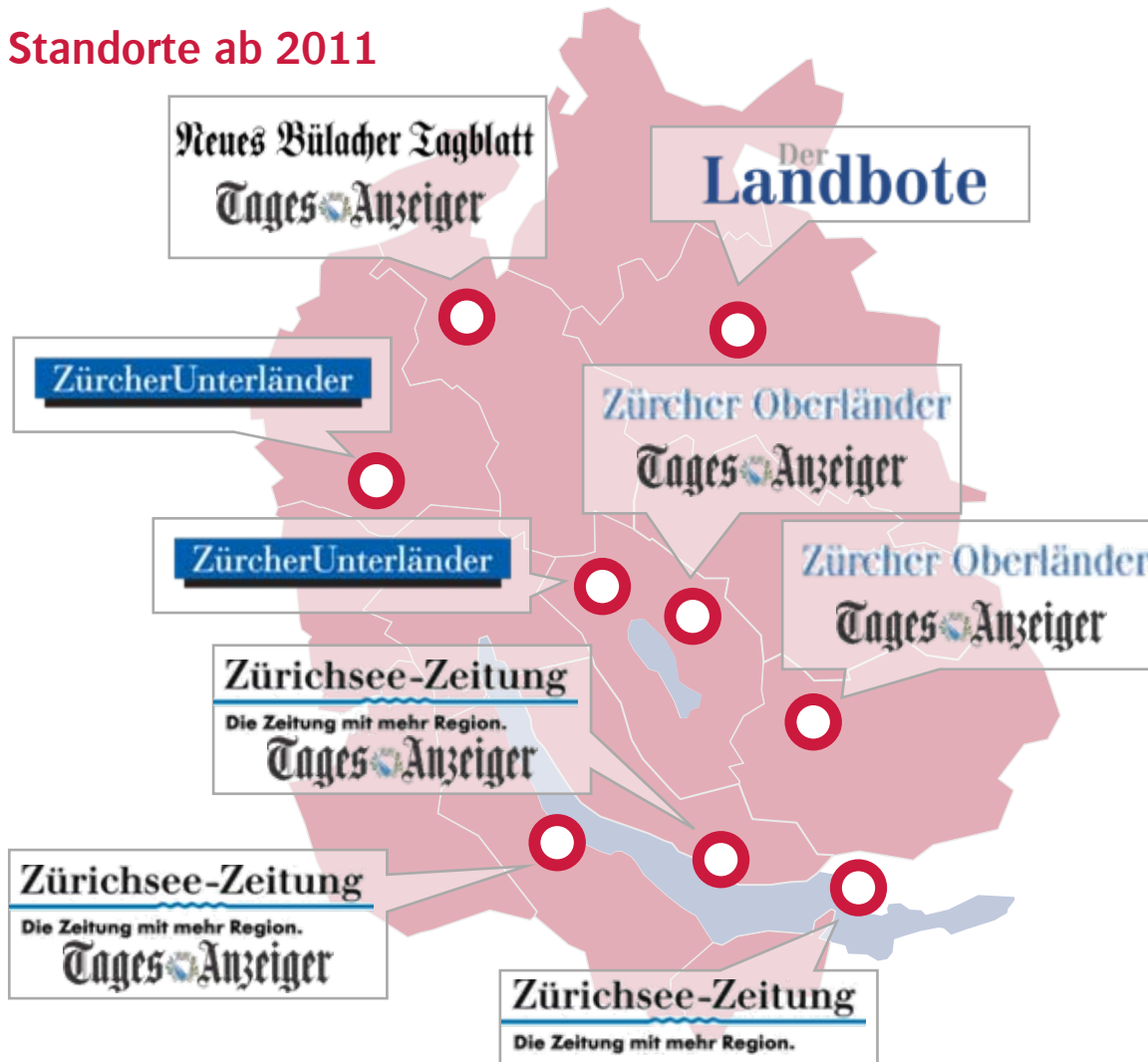


Schaffhauser Nachrichten

Der
Landbote

Vermarktung ab 2011 bei allen Regionalzeitungen in Eigenregie

Standorte ab 2011



Gemeinsame Vermarktung

- Landbote, Tages-Anzeiger Regionalausgaben, Zürcher Oberländer, Zürcher Unterländer sowie Zürichsee Zeitung führen Verkauf ab 2011 selbst
- Verträge mit Publicitas laufen Ende Jahr aus

Rund 30 neue Stellen

- Bei Tamedia werden durch den Aufbau der regionalen Verkaufsstellen rund 30 neue Stellen geschaffen
- Die Leitung des Anzeigenverkaufs übernimmt Robin Tanner, bisher Anzeigenleiter Landbote

Zeitschriften: breit abgestützte Ergebnisverbesserung zu 2009

Zeitschriften in MCHF	Januar - Juni 2009	Januar – Juni 2010	2009/10
Umsatz	48,4	48,7	+ 0,6%
EBIT	3,6	9,2	+ 157,3%
EBIT-Marge	7,4%	19,0%	-

Generelle Themen

- Werbeinvestitionen in Zeitschriften verzeichneten im ersten Halbjahr ein Wachstum

Tamedia

- Das People-Magazin 20 Minuten Friday steigerte seinen Umsatz gegenüber 2009 erneut
- Automobil Revue und Revue Automobile weisen erstmals wieder ein Wachstum aus
- Der Umsatz der Annabelle ging in einem wettbewerbsintensiven Marktumfeld zurück
- TVtäglich verzeichnet bei sinkender Auflage erneut leicht rückläufige Anzeigenumsätze
- Die Fachmedien Agrar mit dem Schweizer Bauer konnten den Umsatzrückgang mit Kostensenkungsmassnahmen auffangen und schafften den Sprung in die Gewinnzone
- Die Schweizer Familie baute ihre Rolle als Leistungsträger des Geschäftsfeldes Zeitschriften mit einem erneuten Umsatzwachstum im ersten Halbjahr 2010 weiter aus

Elektronische Medien: Wachstum Online, Radio und TV stagnieren

E-Medien in MCHF	Januar - Juni 2009	Januar – Juni 2010	2009/10
Umsatz	42,0	52,8	+ 25,7%
EBIT	-3,1	0,4	-
EBIT-Marge	-7,3%	0,7%	-

Generelle Themen

- Online-Medien wiesen auch im ersten Halbjahr 2010 erneut ein überdurchschnittliches Wachstum aus; verlässliche Marktdaten fehlen jedoch weiterhin

Tamedia

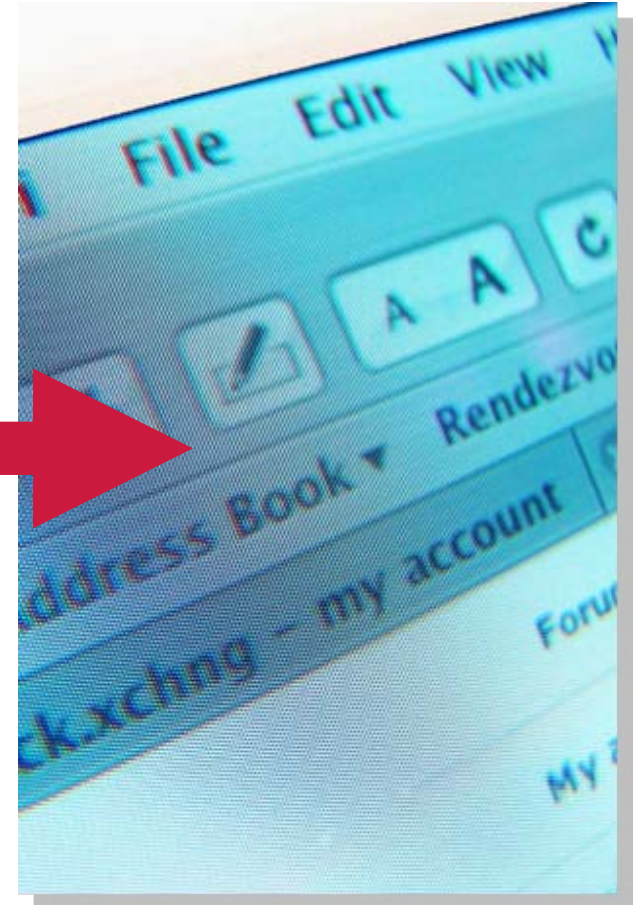
- Die Radio- und TV-Aktivitäten blieben im laufenden Jahr hinter den Erwartungen zurück und leisten keinen Ergebnisbeitrag
- Das Newsnetz steigerte seinen Umsatz und übertraf die Erwartungen 2010 erneut
- 20 Minuten Online verzeichnete ebenfalls ein weiteres Umsatz- und Ergebniswachstum
- Die mit Edipresse aufgebaute Classified-Online-Organisation mit homegate.ch, jobup.ch, swissfriends.ch und weiteren Portalen konnte den hohen Erwartungen gerecht werden
- Der Ausbau der führenden Verzeichnisplattform search.ch schreitet planmässig voran
- In der zweiten Jahreshälfte werden zahlreiche iPhone- und iPad-Apps neu lanciert

Zeitungen und Online als Plattformen für ein breites Publikum...

Früher: Tageszeitung



Heute: Onlinemedien



Plattform für
Inhalte,
Ankündigungen,
Rubriken,
Transaktionen,
Services,



...Tamedia besetzt diese bisherigen Kernfelder konsequent

1

Publizistische Sites



z.B. 20minuten.ch



- 2 Nachrichten sowie 4 kleinere Informationsportale
- 130 Mitarbeitende
- Positiver Ergebnisbeitrag 
- Verbesserung Ergebnis ggü. Vorjahr 
- Starkes Wachstum

2

Marktplätze



z.B. homegate.ch



- 10 Portale
- 100 Mitarbeitende
- Deutlich positiver Ergebnisbeitrag 
- Ergebniswachstum ggü. Vorjahr
- Im Wachstum begriffen 

3

Services



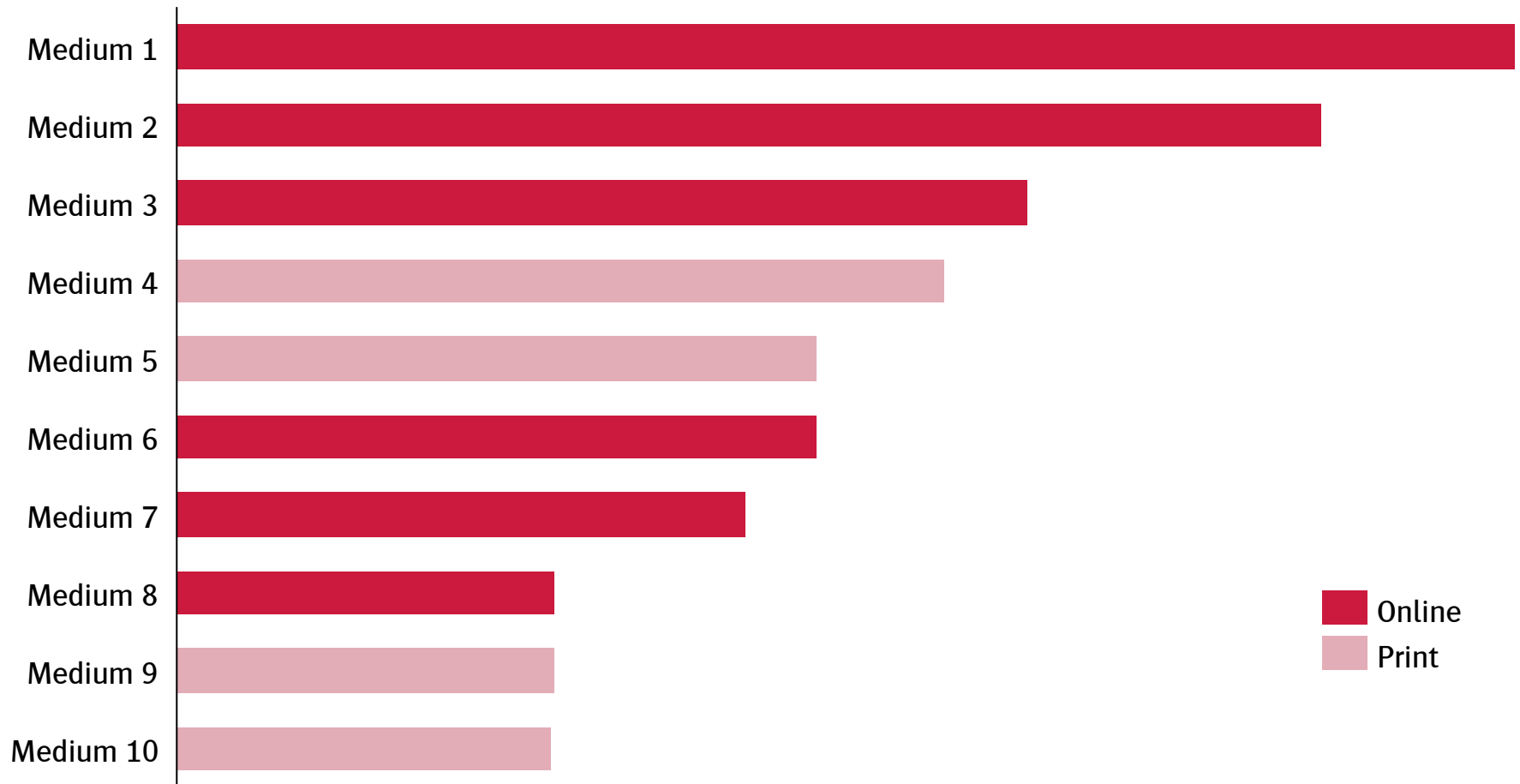
z.B. search.ch

- 6 Portale inkl. Beteiligungen
- 250 Mitarbeitende
- Negativer Ergebnisbeitrag aufgrund von Investitionen 
- Verbesserung Ergebnis ggü. Vorjahr 
- Starkes Wachstum

Quelle: Finanzen Tamedia, Unternehmensangaben; ohne Medien von PPSR (Edipresse Schweiz) aber inkl. gemeinsame Joint Ventures

Online: Sechs der zehn profitabelsten Medien sind Onlinemedien

Medien und Beteiligungen von Tamedia nach EBITDA-Marge im ersten Halbjahr 2010



Quelle: Produktergebnisrechnung Tamedia; Onlinereporting Tamedia; Rentabilität der Tamedia-Produkte, inkl. Beteiligungen, Betrachtung von jeweils 100%

Seit 2008 hat sich ein umfangreiches iApp-Angebot entwickelt...



20minuten.ch



Kostenlose iApp (iPhone, iPad) für News, Wetter, Kino, kostenpflichtige TV-App



Newsnetz



Erste Nachrichtenapp mit Breaking-News-Funktion, kostenlos; kostenpflichtige iPad-App in Planung



Zattoo



App (iPhone und iPad) für Live-TV. 5 Kanäle kostenlos, Gesamtangebot (43 Kanäle) kostenpflichtig.



Capital FM



Kostenlose App fürs iPhone, Live Radio mit Hits aus vierzig Jahren, News und Unterhaltung.



Radio 24



Kostenlose App fürs iPhone, Live Radio von Radio 24 und Radio 24 Rock



Züritipp



iApp (kostenlos) mit Veranstaltungstipps, Kino, geobasierte Eventsuche



homegate.ch



Führende Immobilien-App (kostenlos) mit über 50'000 Objekten



search.ch



App für iPhone und iPad (kostenlos) mit Telefonbuch, Wetter und Fahrplan

...das demnächst durch attraktive Neulancierungen ergänzt wird

SonntagsZeitung



- Kostenpflichtige App fürs iPad
- News, Reportagen, Unterhaltung, Hintergrund
- Ergänzend zur Printausgabe: multimediale Inhalte, Bildstreifen
- Launch August 2010

Das Magazin



- Kostenpflichtige App fürs iPad
- Berichte über Menschen und Entwicklungen aus allen Wissensgebieten
- Ergänzend zur Printausgabe: längere Interviews, Filme, Fotostrecken
- Launch September 2010

Finanz und Wirtschaft

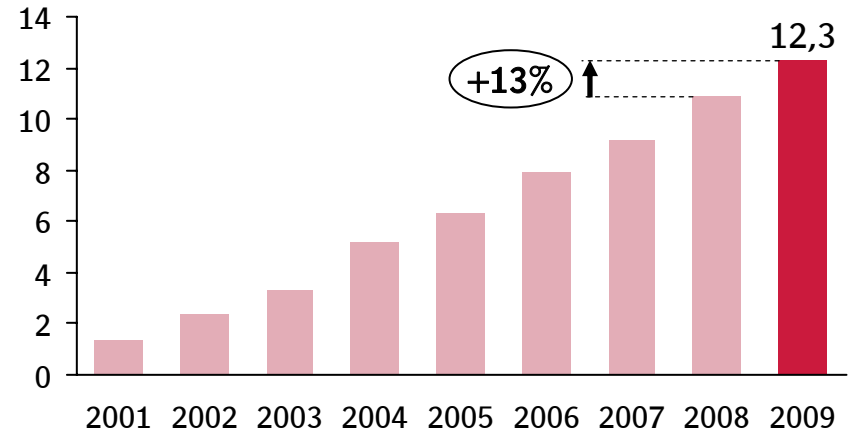


- Kostenlose App für Smartphones und iPhone
- Tägliche Börsennews
- Launch September 2010

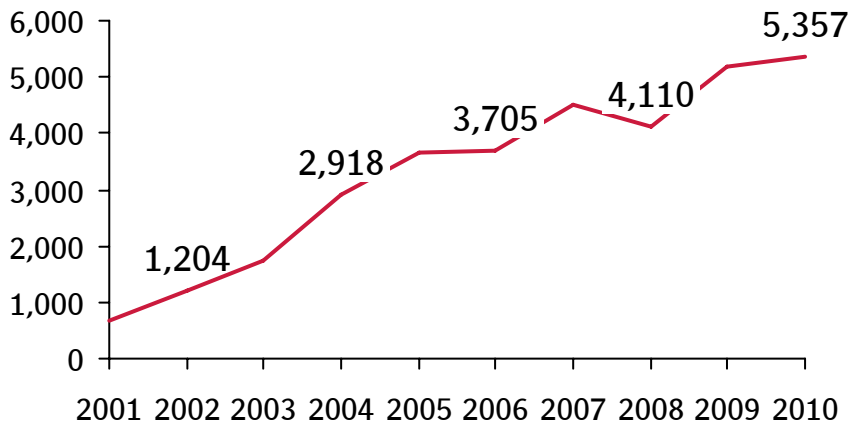
Olmero: starkes Wachstum der Handwerkerplattform reovero.ch



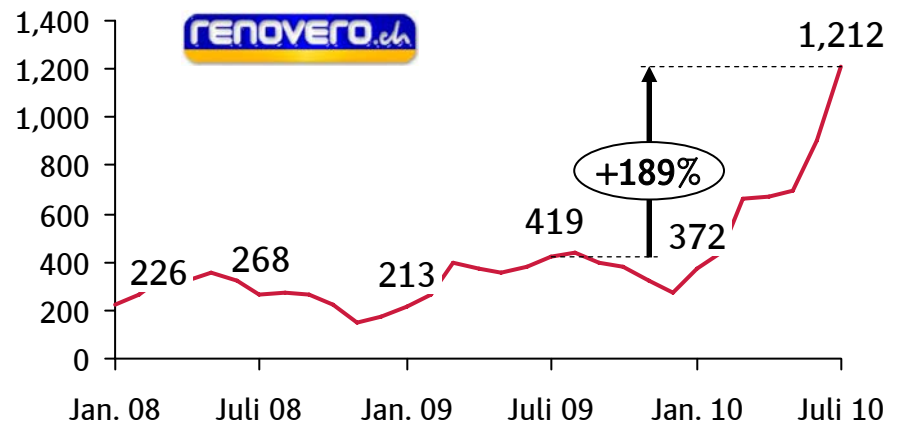
Umsätze Olmero AG pro Jahr in MCHF



olmero.ch Ausschreibungen im 1. Halbjahr



reovero.ch Ausschreibungen pro Monat



Services: Umsatzrückgang aufgrund geringerer Druckvolumen

Services in MCHF	Januar - Juni 2009	Januar – Juni 2010	2009/10
Umsatz	119,3	99,4	- 16,7%
EBIT	12,3	10,7	- 12,7%
EBIT-Marge	10,3%	10,8%	-

Generelle Themen

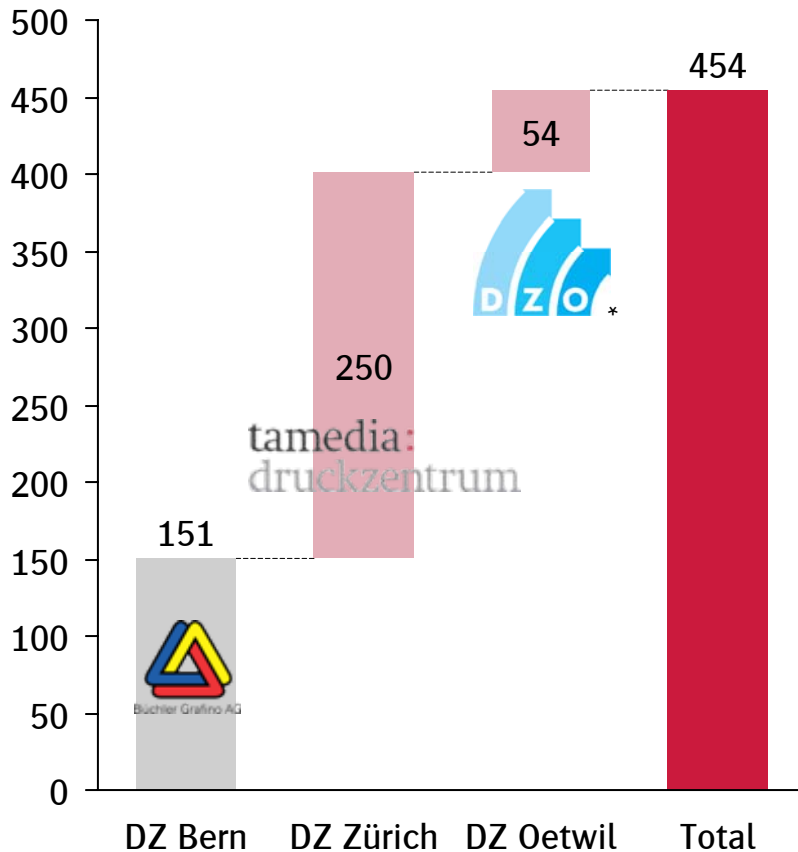
- Stark rückläufige Druckaufträge aufgrund von Volumenreduktionen bei den Zeitungen
- Nach einem starken Rückgang für 2010 ist mittelfristig wieder mit einem Anstieg der Preise für Zeitungsdruckpapier in Euro zu rechnen

Tamedia

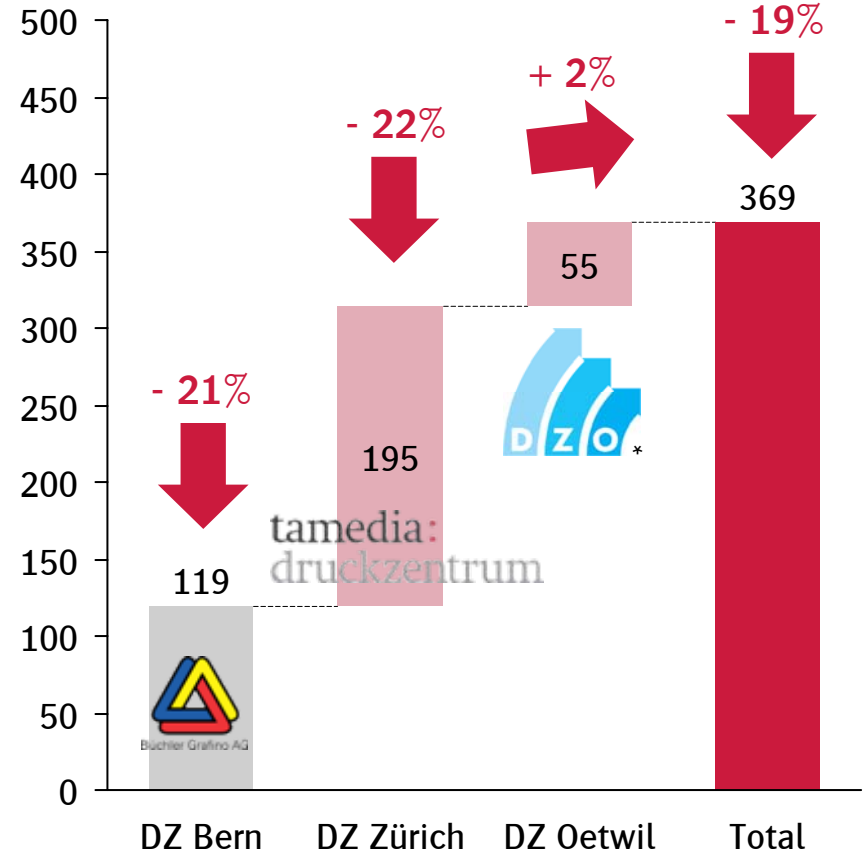
- Geschäftsfeld enthält erstmals auch Umsätze des Druckzentrums DZO Oetwil am See
- Geringere Volumina im Zeitungsdruck führen zu Umsatzrückgang in den Druckzentren; Überkapazitäten können nur teilweise mit Restrukturierungen aufgefangen werden
- Auslastung der Vorstufenbereiche geht aufgrund sinkender Umfänge ebenfalls zurück

Die Druckvolumen in den Tamedia Druckzentren sinken deutlich

Anzahl gedruckte Zeitungsexemplare
Januar – Juni 2009, in Millionen



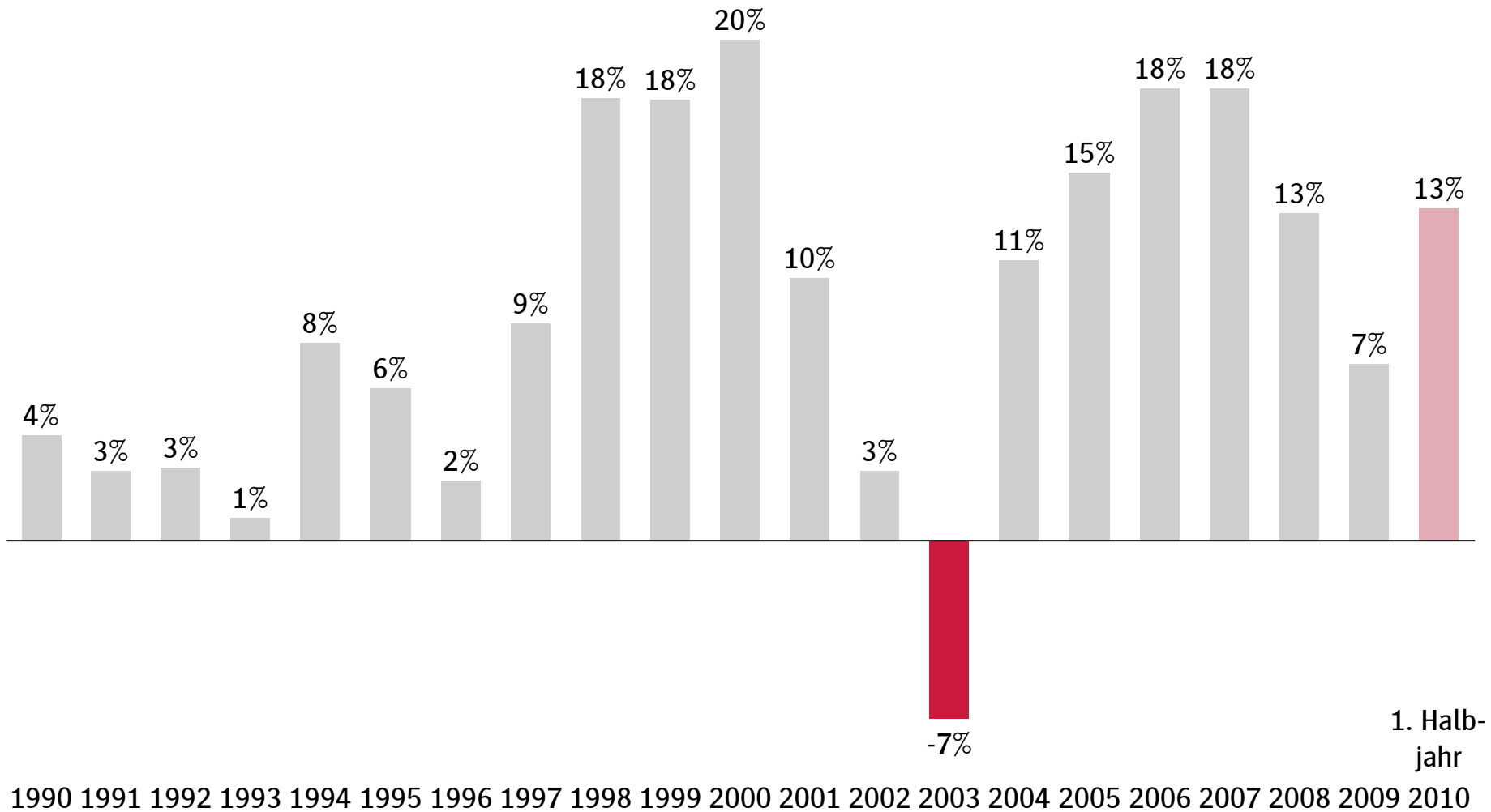
Anzahl gedruckte Zeitungsexemplare
Januar – Juni 2010, in Millionen



Quelle: Controlling Druckzentren Tamedia; * Beteiligung

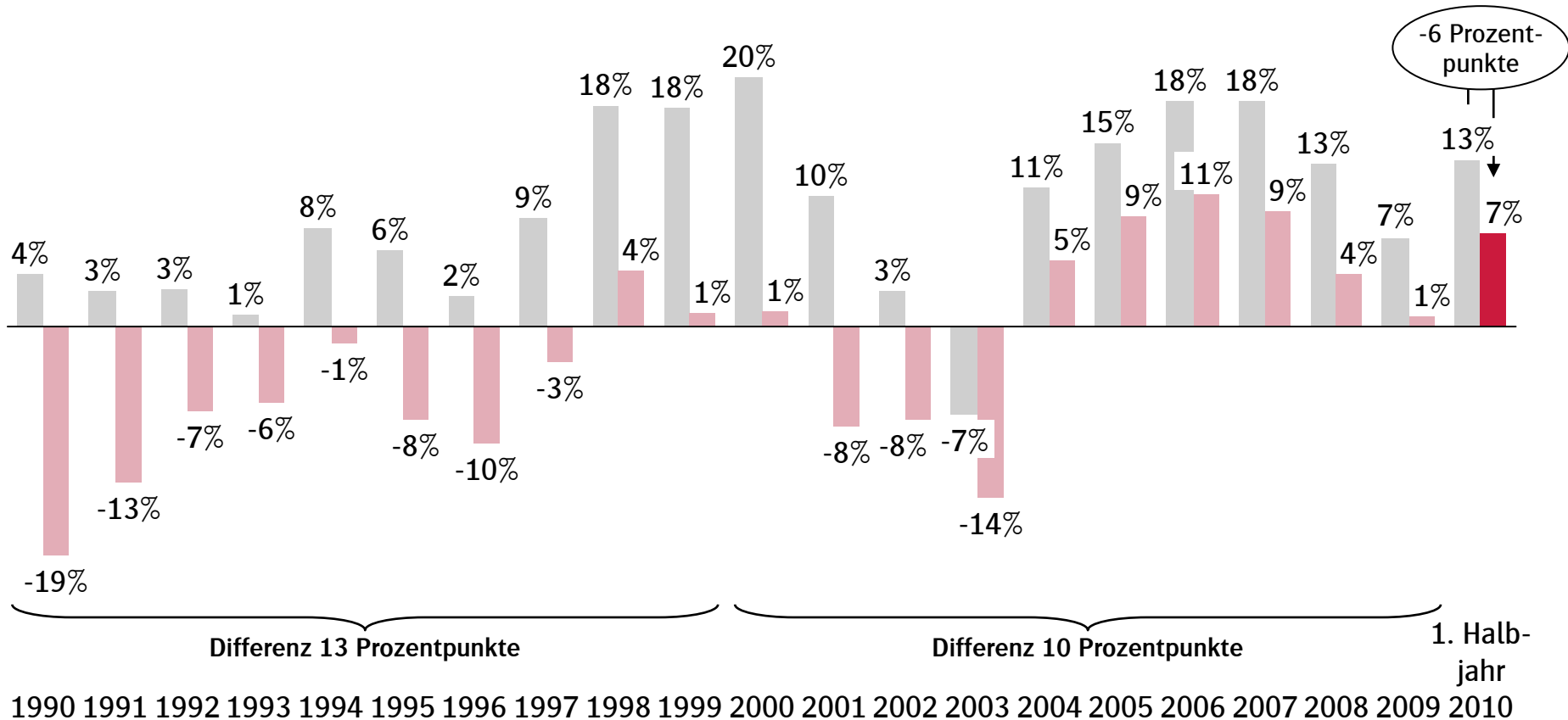
EBIT-Marge von Tamedia dank Kostensenkungen bei 13 Prozent

Entwicklung EBIT-Marge Tamedia seit 1990



Abhängigkeit von Stellenanzeigen geringer als in 1990er-Jahren

Entwicklung EBIT-Marge Tamedia seit 1990 ■ Tamedia ohne Stellen (bis 2004 ohne STA und Alpha)

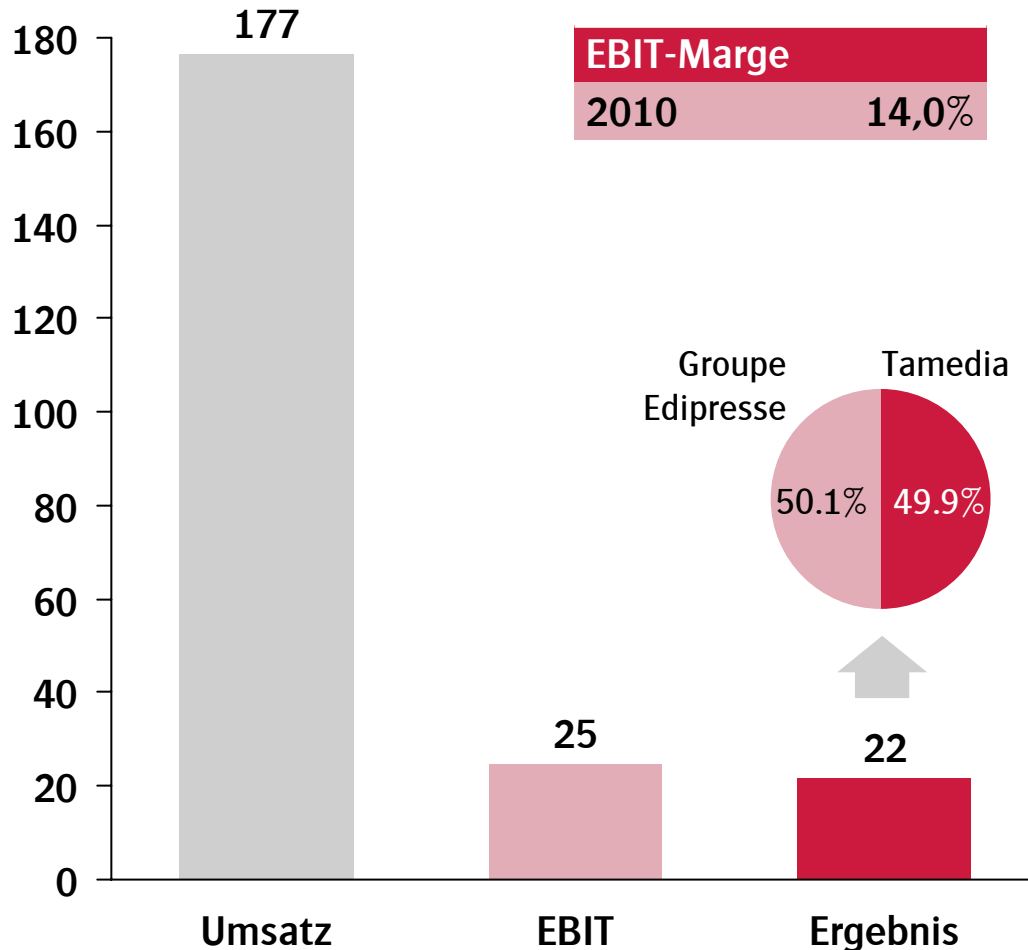


* Das EBIT-Produktergebnis wurde bis 1995 vom Tamedia EBITDA in Abzug gebracht. Für die Jahre 1990-1994 wurde der EBIT anhand eines durchschnittlichen Seitenerlöses und einer 80 Prozent Marge errechnet; Facts/Basilisk/HPP/Huber/Benteli Hallwag als nicht weitergeführte Bereiche behandelt

** Stellen-Anzeigen beinhalten: Stellen-Anzeiger, Alpha, BZ/Bund, Thurgauer Zeitung und 20 Minuten (durchschnittlicher Seitenerlös/80% Marge bis 07/70 % Marge ab 08)

Edipresse Schweiz mit erfreulicher EBIT-Marge von 14,0 Prozent

Kennzahlen PPSR 1. Halbjahr 2010 in MCHF



Beteiligung seit Ende April 2010

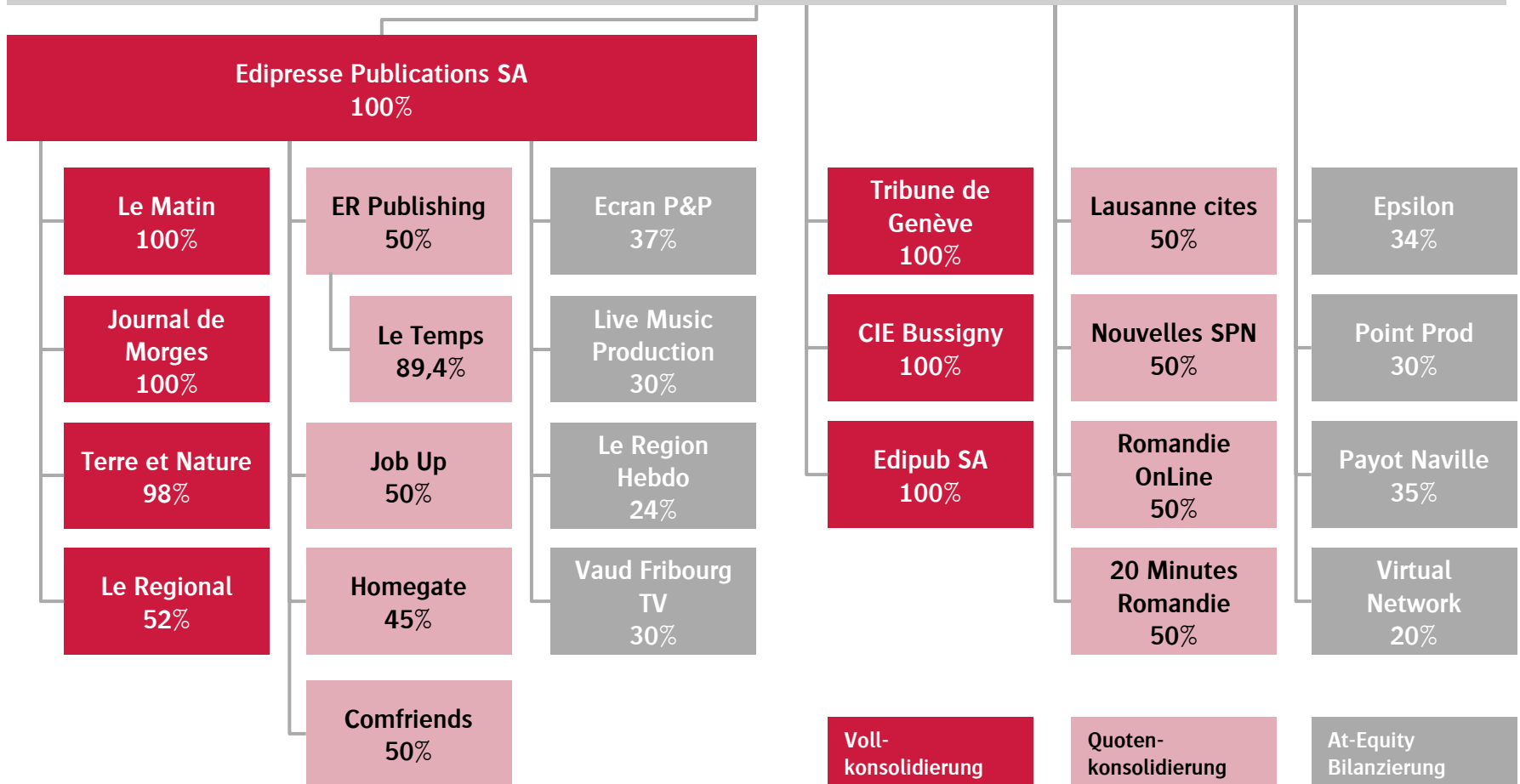
- Tamedia ist seit April 2010 mit 49.9 Prozent an der Presse Publications SR S.A. beteiligt
- Die Erhöhung auf 50,1 Prozent folgt 2011, die Aufstockung auf 100 Prozent Anfang 2013

Positive Entwicklung 2010

- PPSR (Edipresse Schweiz) konnte den hohen Erwartungen im ersten Halbjahr 2010 gerecht werden
- EBIT-Marge liegt mit 14,0 Prozent über der Marge von Tamedia
- Aufgrund der Minderheitsbeteiligung fließen 49,9 Prozent des Ergebnisses in die Erfolgsrechnung von Tamedia ein

PPSR umfasst wesentlichste Schweizer Aktivitäten von Edipresse

Presse Publications SR SA (Edipresse Schweiz)



Jobup AG: Wachstum dank Bündelung aller Stellenplattformen



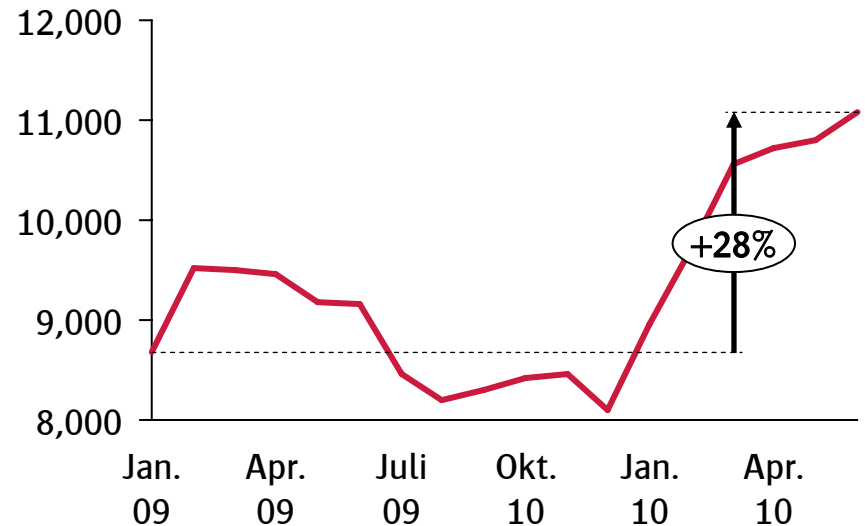
alpha.ch erster nationaler Kadermarkt

- Relaunch alpha.ch auf neuer Plattform und mit neuem Design im Mai 2010
- Start von alpha.ch als Kaderstellenportal in der Westschweiz Ende August 2010

Zusammenschluss der Kräfte

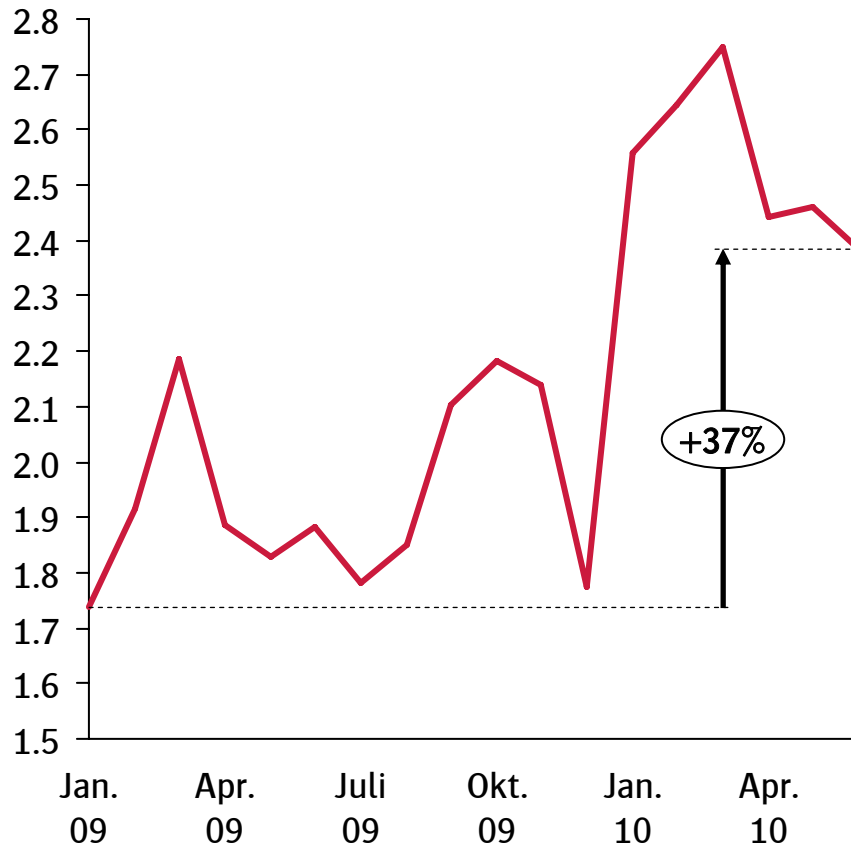
- Zusammenschluss Online-Stellenmärkte von Edipresse mit jobup.ch und Tamedia mit alpha.ch und jobwinner.ch
- Gründung der gemeinsamen Tochter Jobup AG mit rund 40 Mitarbeitenden an den Standorten Genf und Zürich

Inseratebestand Jobup in Stück

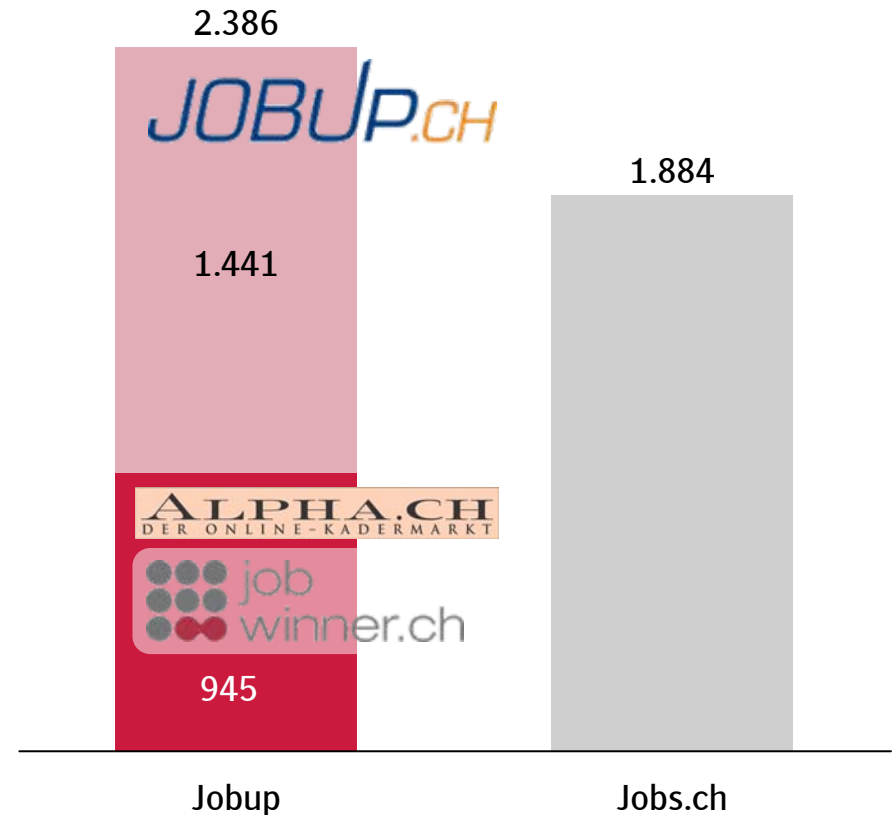


Stellenplattformen von Jobup bereits die Nummer 1 beim Traffic

Visits Stellenplattformen Jobup AG in Millionen von Januar 2009 bis Juni 2010



Visits Stellenplattformen Jobup AG im Vergleich zu Jobs.ch im Juni 2010



Quellen: Jobwinner.ch inkl. alpha.ch WEMF Net-Matrix Audit, jobup.ch Angaben Jobup AG

Quellen: Jobs.ch und Jobwinner.ch inkl. alpha.ch WEMF Net-Matrix Audit, jobup.ch Angaben Jobup AG

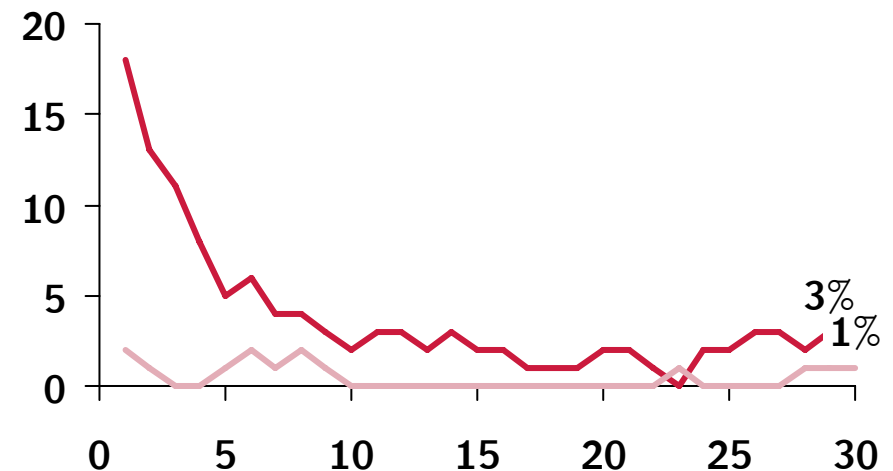
Erfreuliche Entwicklung der erneuerten Pendlerzeitung 20 minutes



Ziele im Lesermarkt erreicht

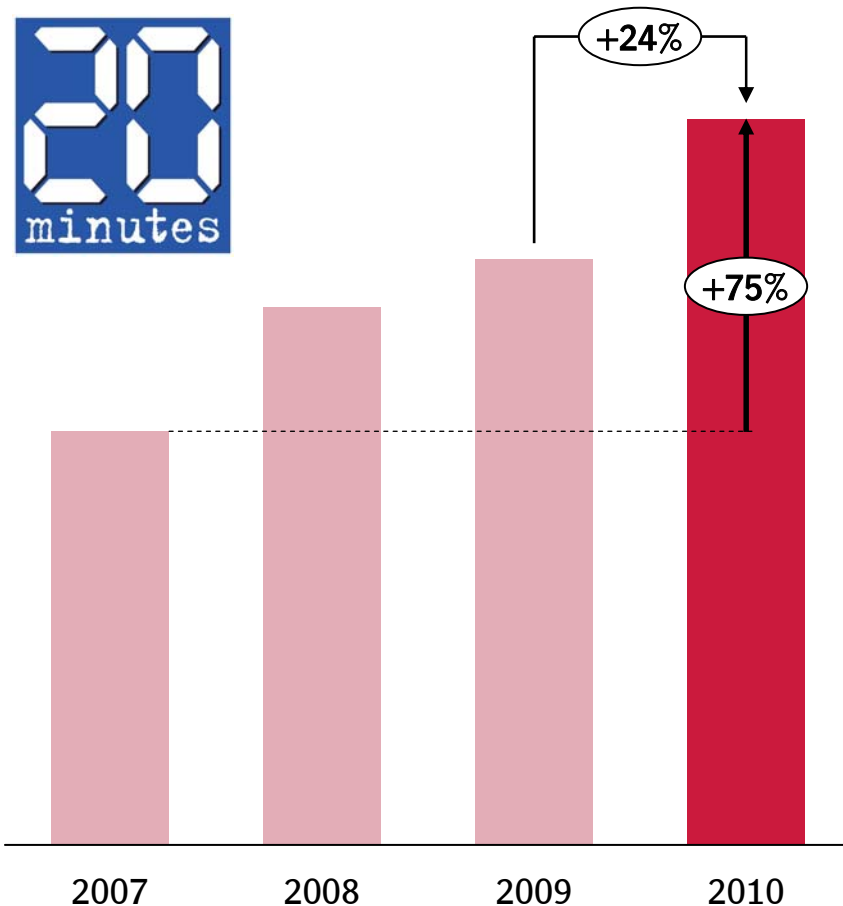
- Die Auflage lag in den letzten neun Monaten bei rund 204'000 Exemplaren
- Die Remissionsquote sank auf tiefe 1 bis 3 Prozent der gedruckten Auflage
- Das Ziel von rund 500'000 Leserinnen und Lesern konnte erreicht werden
- Die Leserschaftszahlen werden sich auf diesem Niveau einpendeln

Entwicklung Remissionsquote in Prozent



20 minutes steigert den Umsatz und schreibt schwarze Zahlen

Umsätze Pendlerzeitung 20 minutes im ersten Halbjahr 2007 bis 2010



Höhere Umsätze seit Neustart

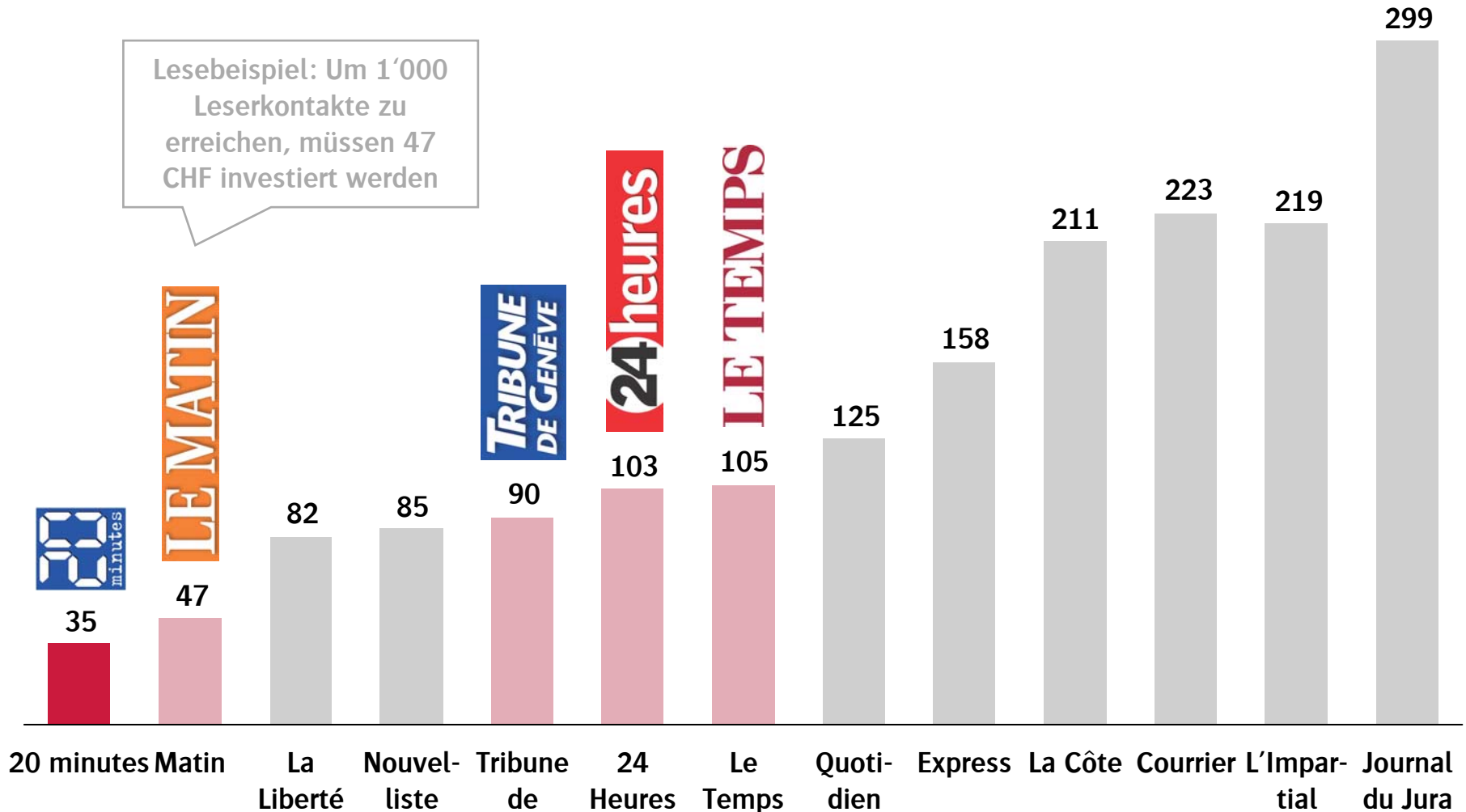
- Seit dem Start der erneuerten Pendlerzeitung 20 minutes im Oktober 2009 konnten die Werbeumsätze deutlich gesteigert werden
- Im ersten Halbjahr lagen die Umsätze von 20 minutes deutlich über Plan

20 minutes: bereits schwarze Zahlen

- In fünf von sechs Monaten schrieb 20 minutes schwarze Zahlen
- Das Ziel, eine gesunde wirtschaftliche Basis für 20 minutes zu schaffen, wurde damit früher als erwartet erreicht

Der Erfolg ist auch auf attraktive Werbepreise zurückzuführen

Tausenderkontaktpreis in ausgewählten Zeitungen der Romandie in CHF



Ausblick: Wirtschaftswachstum

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

- Das Staatssekretariat für Wirtschaft hat seine Prognosen in den letzten Monaten nach oben korrigiert und rechnet nun für 2010 mit einem Wachstum des Bruttoinlandprodukts um 1,8 Prozent; 2011 dürfte die Wirtschaft um 1,6 Prozent wachsen
- Bei der Arbeitslosenquote rechnet das Staatssekretariat für Wirtschaft mit einem weiteren leichten Rückgang; im Jahresdurchschnitt 2011 erwartet es jedoch weiterhin eine eher hohe Arbeitslosenquote von 3,7 Prozent

Auswirkungen Werbeinvestitionen

- Tamedia rechnet damit, dass die kommerzielle Werbung bis Ende 2010 lediglich leicht wachsen wird und geht frühestens 2011 von einem stärkeren Wachstum aus
- Bei den Stellenanzeigen rechnet Tamedia mit einer eher negativen Entwicklung

Kernaufgaben bei Tamedia bis 2011

- Projekt neue Zürcher Regionalzeitung gemeinsam mit den beteiligten Partnern
- Zusammenschluss mit dem Schweizer Geschäft von Edipresse bis 2013
- Ausbau des Onlineengagements aus eigener Kraft und mit weiteren Akquisitionen

Übersicht 1. Halbjahr 2010

Sandro Macciacchini

Leiter des Unternehmensbereichs Finanzen

Bemerkungen zum Halbjahresabschluss 2010 von Tamedia (1/2)

IFRS-Standards

- Der ungeprüfte konsolidierte Halbjahresabschluss per 30. Juni 2010 wurde in Übereinstimmung mit dem International Accounting Standard (IAS) 34 Zwischenberichterstattung erstellt; es wurden die gleichen Rechnungslegungsregeln wie im Geschäftsbericht 2009 angewandt.
- Die per 1. Januar 2010 zu berücksichtigenden neuen Standards und Interpretationen hatten keinen wesentlichen Einfluss auf die Berichterstattung; die später in Kraft tretenden neuen und revidierten Standards (IFRS) und Interpretationen (IFRIC) werden nicht vorzeitig angewandt.

Veränderungen im Konsolidierungskreis im 1. HJ 2010

- Beteiligung von 50 Prozent an den Gesellschaften Jobup SA und Comfriends SA zusammen mit Presse Publications SR SA per 1. Januar 2010 (Quotenkonsolidierung)
- Erwerb von 100 Prozent der Zürichsee Presse AG und der Zürcher Unterland Medien AG per 1. Mai 2010 (Vollkonsolidierung)
- Verkauf der Lokalzeitungen Der Murtenbieter und Anzeiger von Kerzers per 1. April 2010 und der Huber & Co. AG per 1. Mai 2010
- Fusion der Espace Media Radio AG und der Conradio AG in die Espace Media AG per 1. Januar 2010

Bemerkungen zum Halbjahresabschluss 2010 von Tamedia (2/2)

Veränderungen bei den assoziierten Beteiligungen

- Erwerb der ersten Tranche der PPSR in der Höhe von 49,9 Prozent per 1. Januar 2010.
- Beteiligung an der Olmero AG mit 20 Prozent per 23. Februar 2010, an der Car4you Schweiz AG mit 15 Prozent per 5. März 2010 und an der Zürcher Oberland Medien AG mit 37,6 Prozent per 1. Mai 2010.

Nicht weitergeführte Bereiche

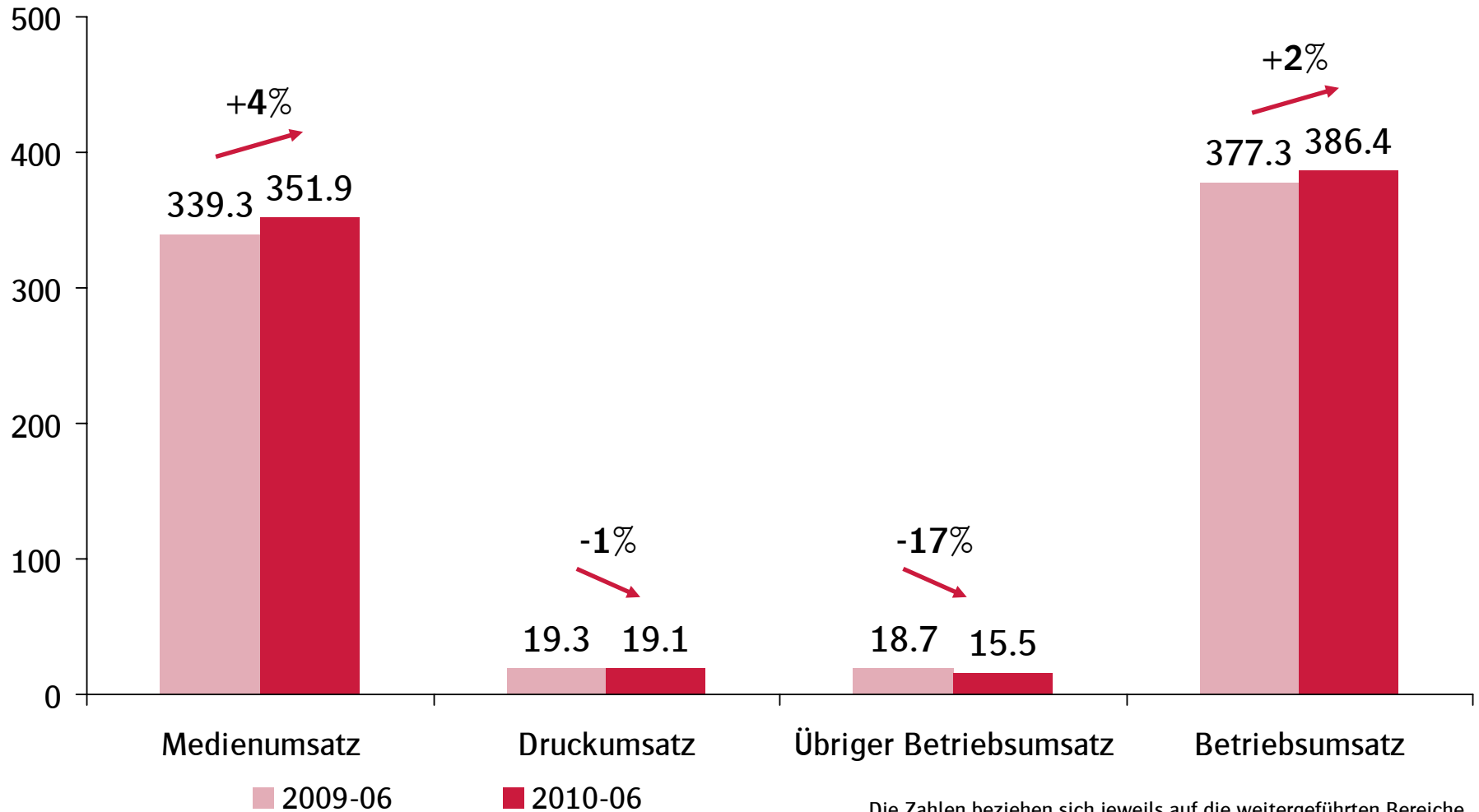
- Der Murtenbieter, Anzeiger von Kerzers und Thurgauer Zeitung werden als nicht weitergeführte Bereiche ausgewiesen.
- Im Vorjahr sind unter den nicht weitergeführten Bereichen zudem die Frühzustellaktivitäten, News sowie Moto Sport Schweiz und Moto Sport Suisse enthalten.
- Die nicht weitergeführten Aktivitäten werden auch in der Vorperiode unter den nicht weitergeführten Bereichen ausgewiesen. Die Vorjahreswerte dieser Berichtsbestandteile wurden deshalb angepasst.

Pro memoria: Wesentliche Veränderungen im Konsolidierungskreis im 2. HJ 2009

- Übernahme von 75 Prozent der Räber Information Management GmbH (search.ch) per 1. November 2009 (Vollkonsolidierung).
- Gründung der 20 Minutes Romandie per 25. September 2009 gemeinsam mit Presse Publication SR SA.; Tamedia hält 50% der Aktien (Quotenkonsolidierung).

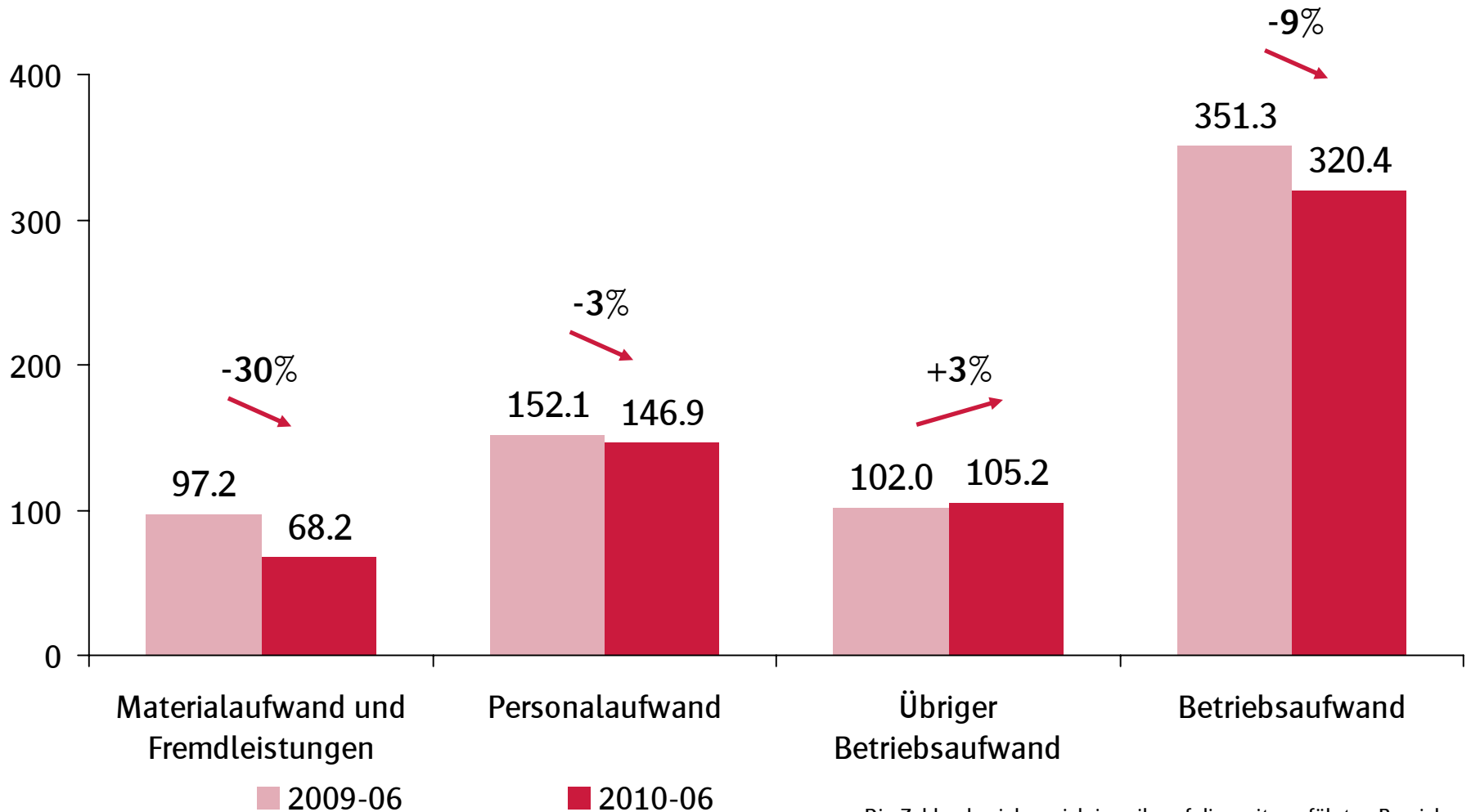
Medienumsatz steigt um 4 Prozent

in MCHF



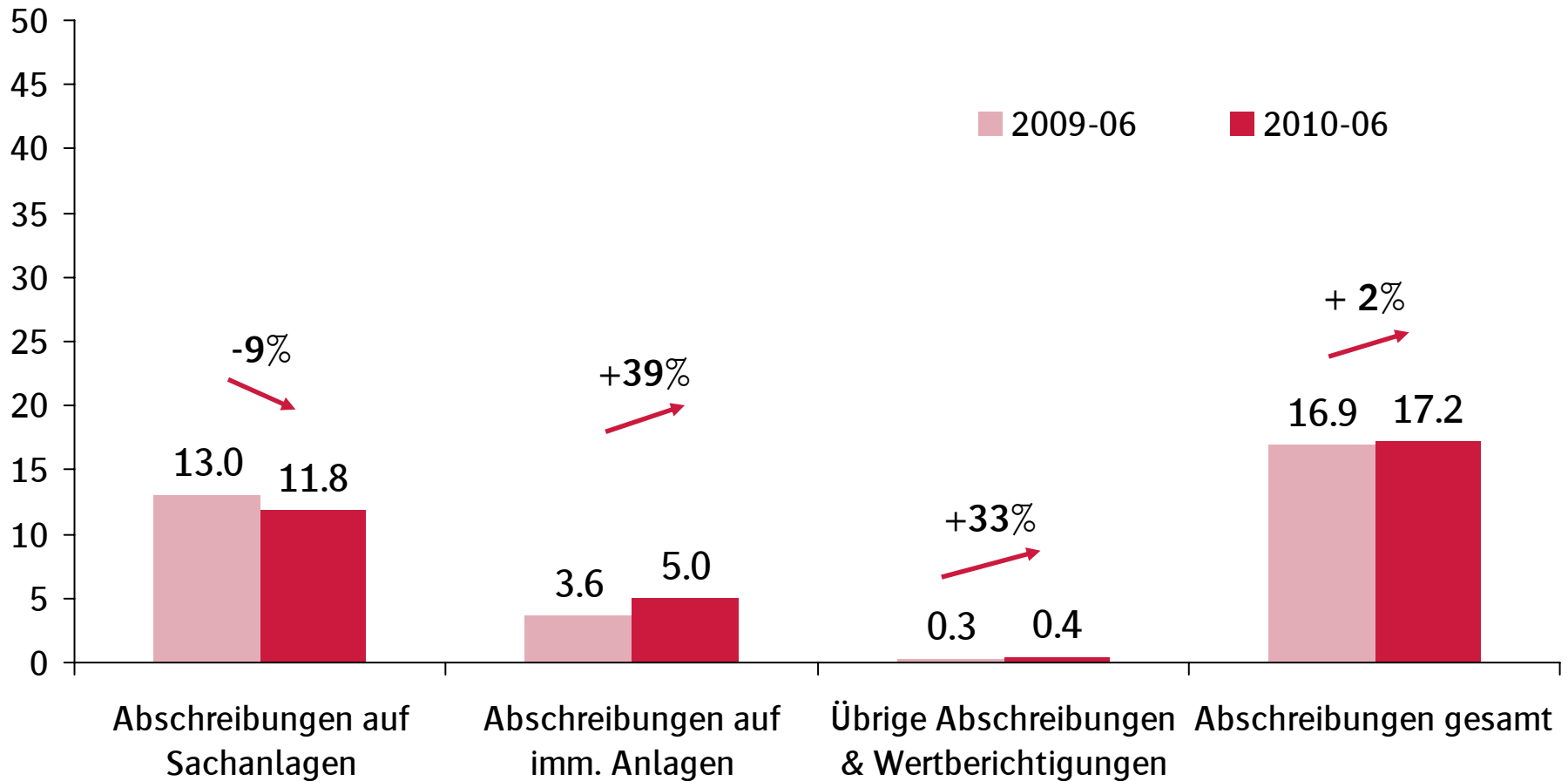
Betriebsaufwand sinkt um 9 Prozent

in MCHF



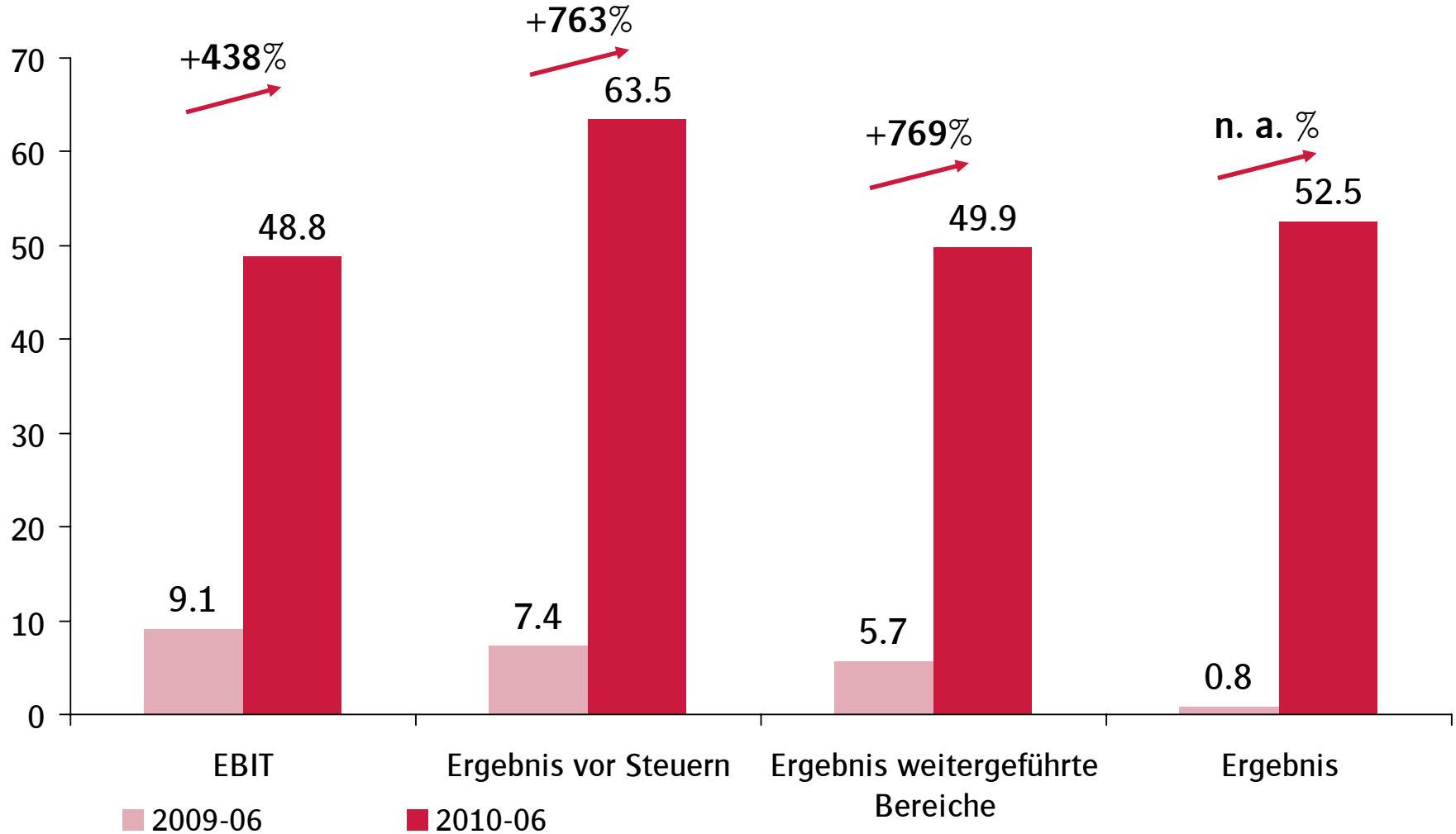
Abschreibungen gesamthaft weitgehend unverändert

in MCHF

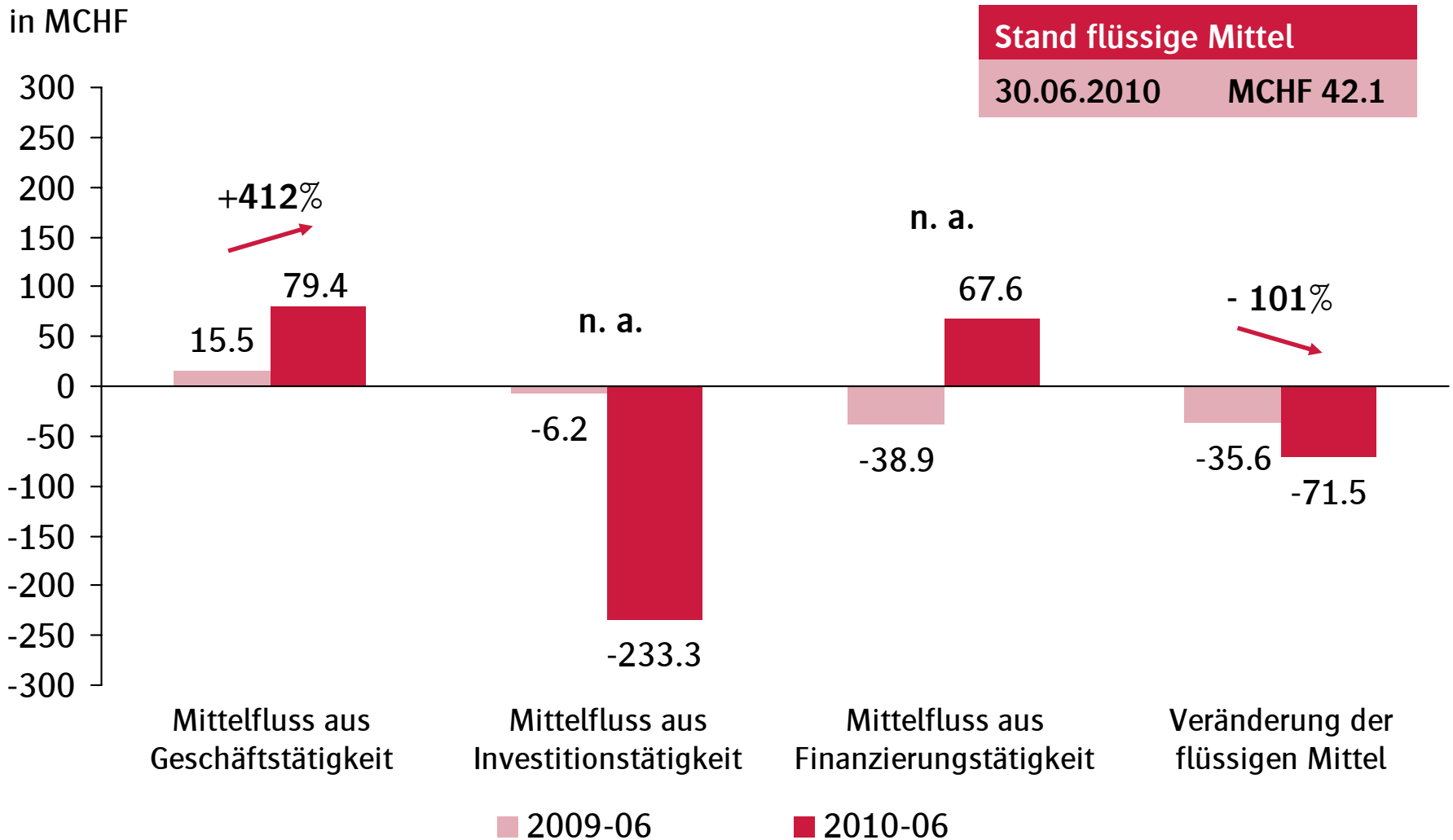


Das Ergebnis steigt auf MCHF 53 – PPSR im Ergebnis vor Steuern

in MCHF



Mittelfluss aus Geschäftstätigkeit steigt auf fast MCHF 80

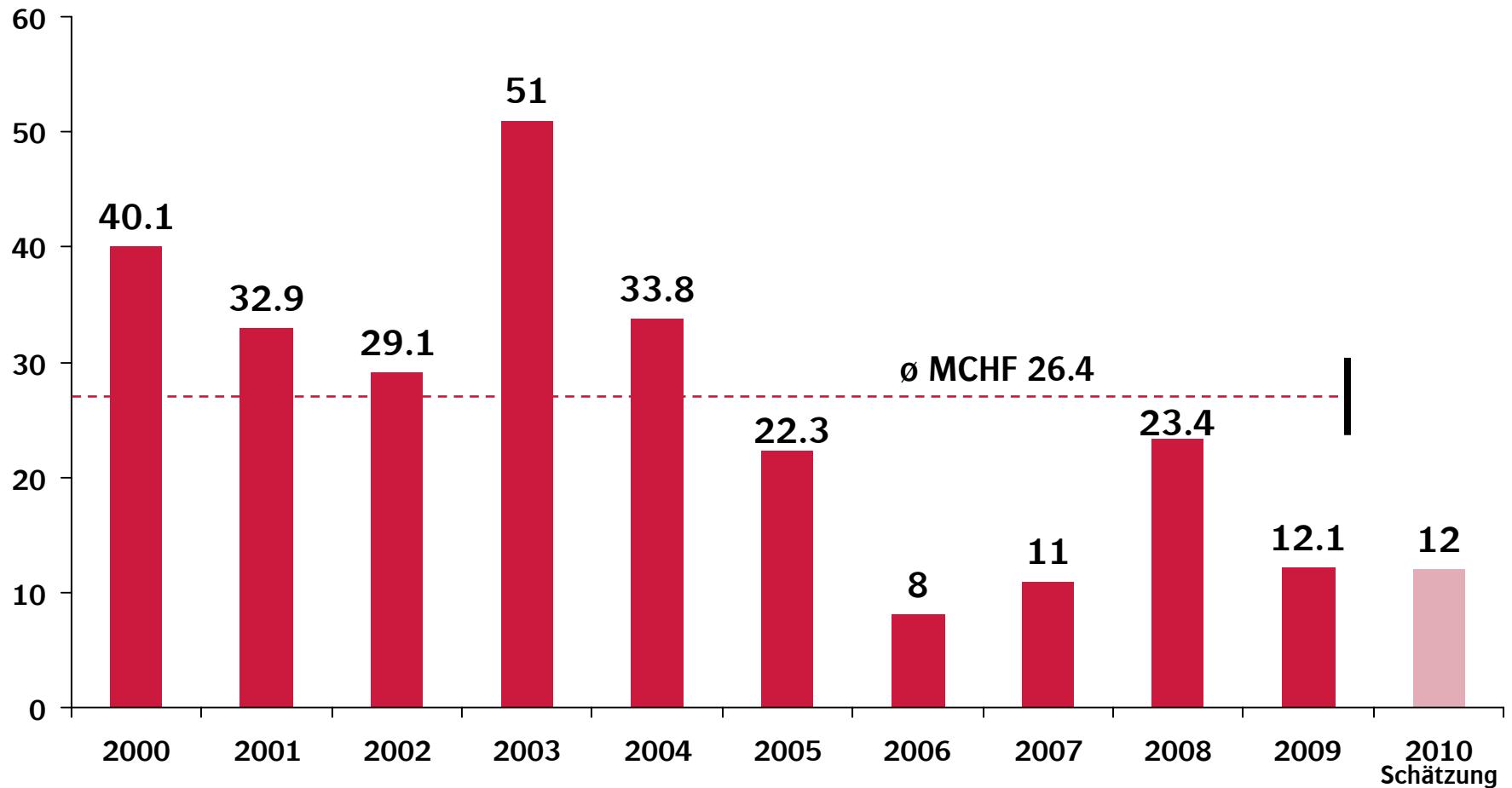


Die Zahlen beziehen sich auf die weitergeführten Bereiche.

Geschätzter Capex von MCHF 12 für 2010 weiterhin unter dem mehrjährigen Durchschnitt

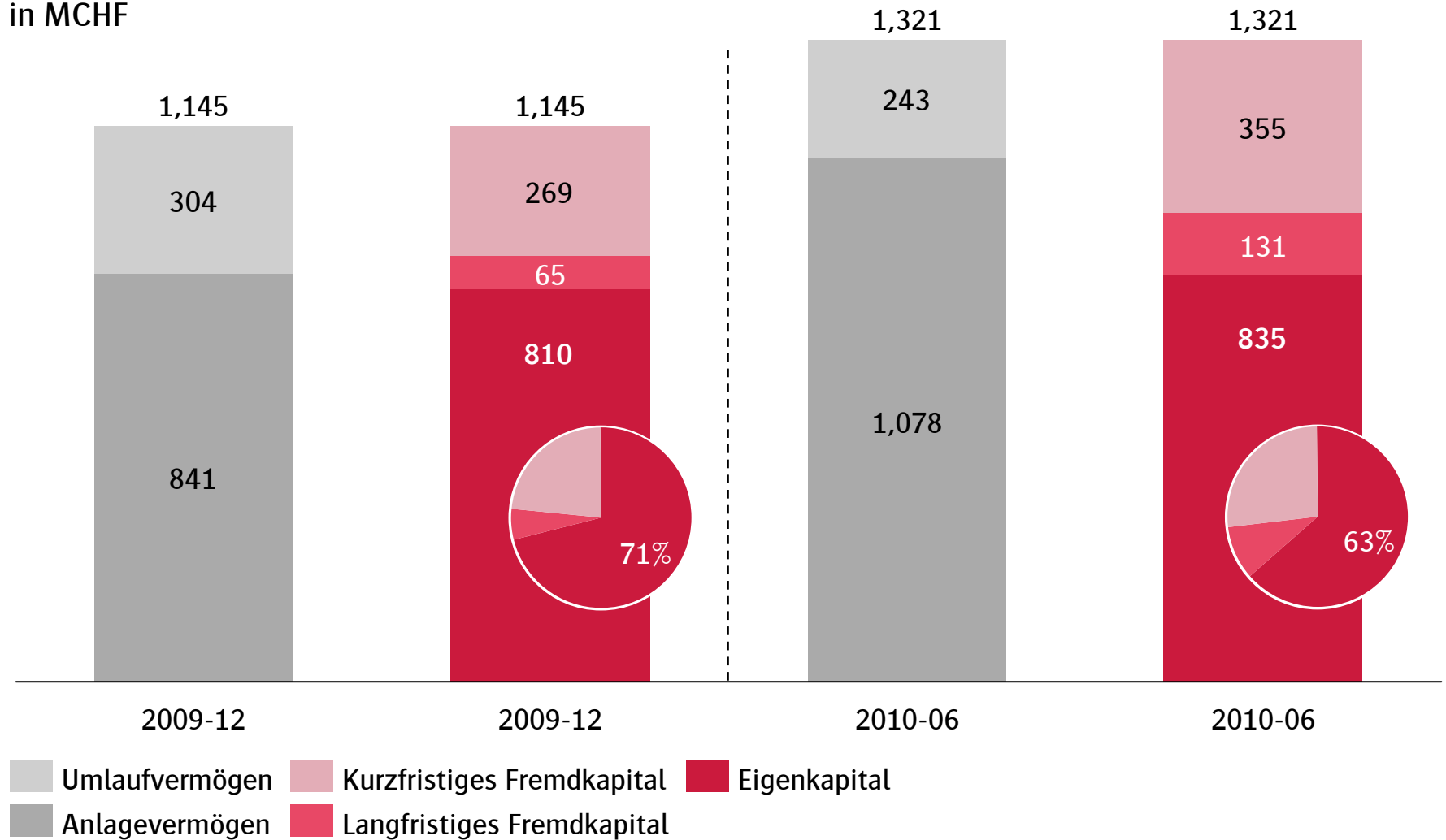
Investitionen in betriebliche Anlagen (Capex)

in MCHF

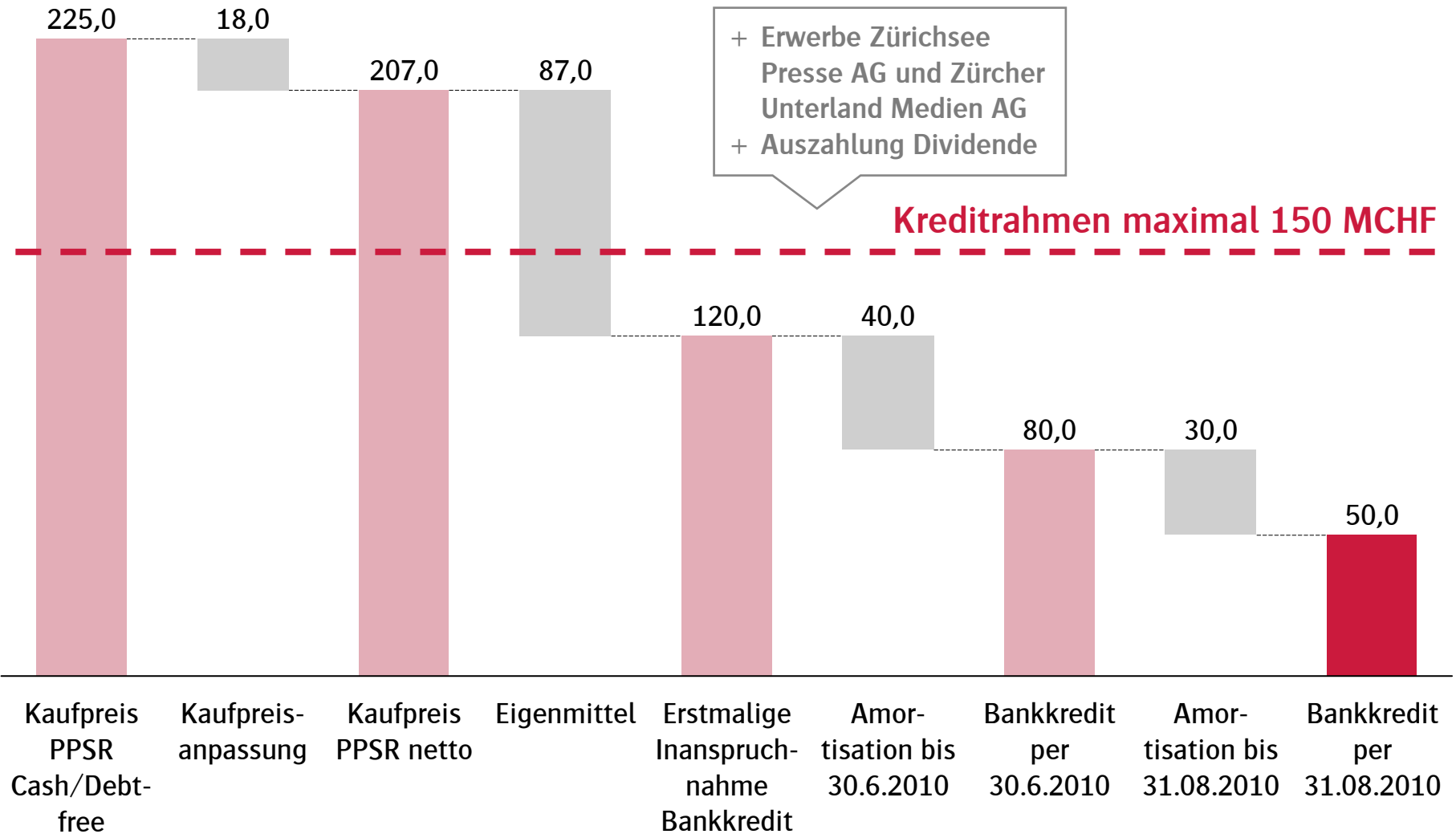


Eigenkapitalquote sinkt auf 63.2 Prozent

in MCHF

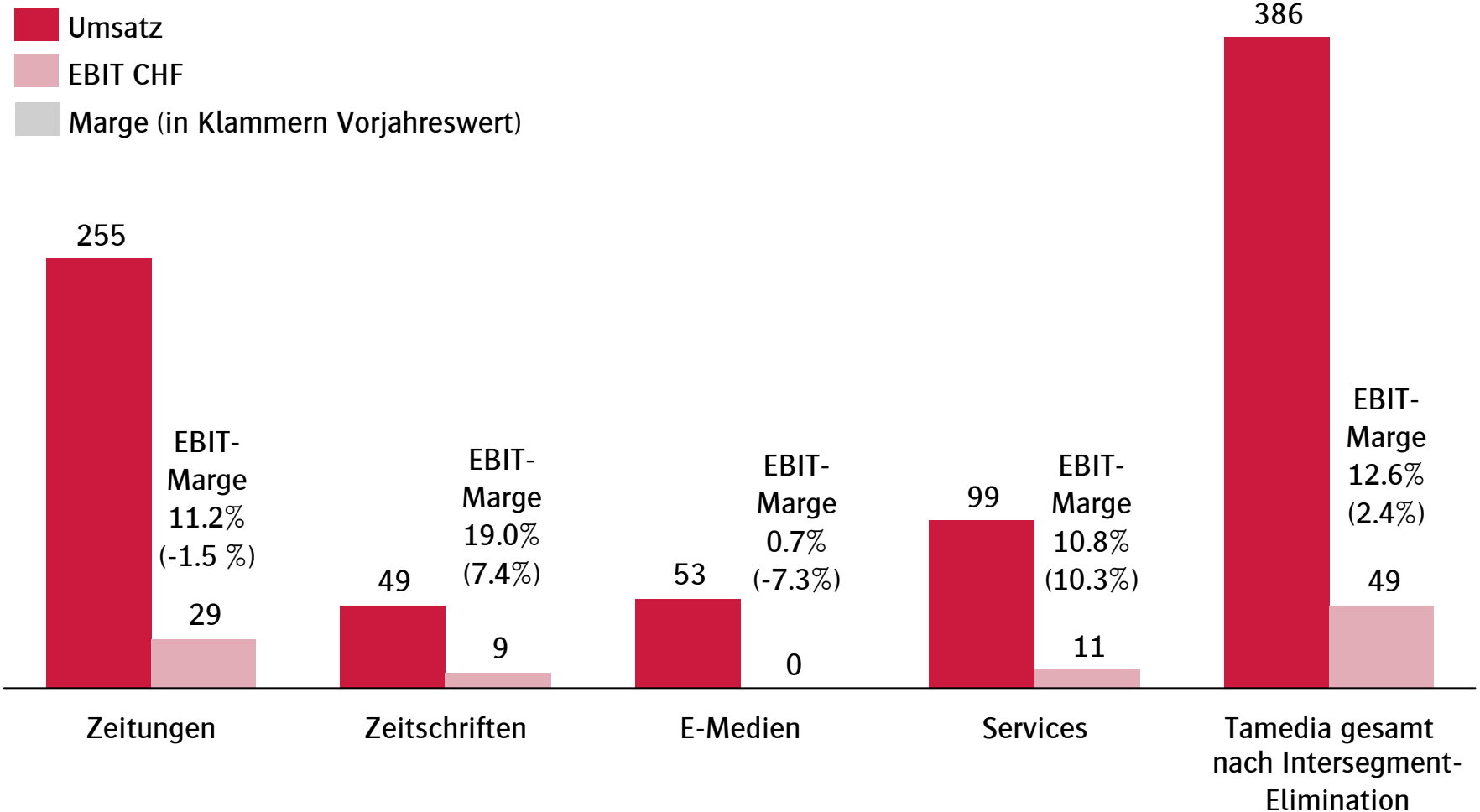


Kredit von 150 MCHF nur noch zu einem Drittel beansprucht

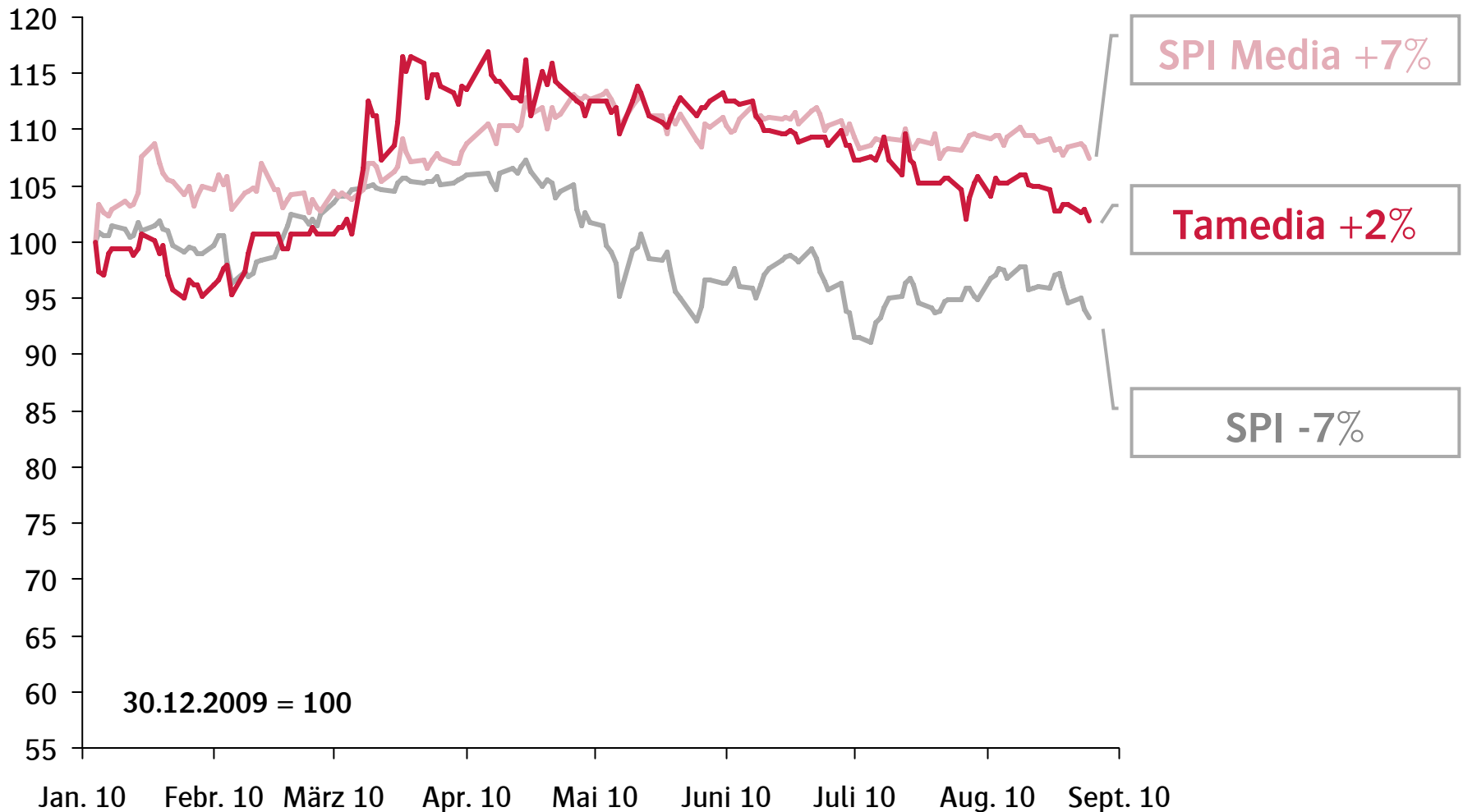


EBIT-Margen der Medienbereiche deutlich gestiegen

Umsatz und Ergebnisse der Geschäftsfelder von Tamedia im ersten Halbjahr in MCHF



Aktienkurs im 1. Halbjahr: Entwicklung liegt unter SPI Media



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;