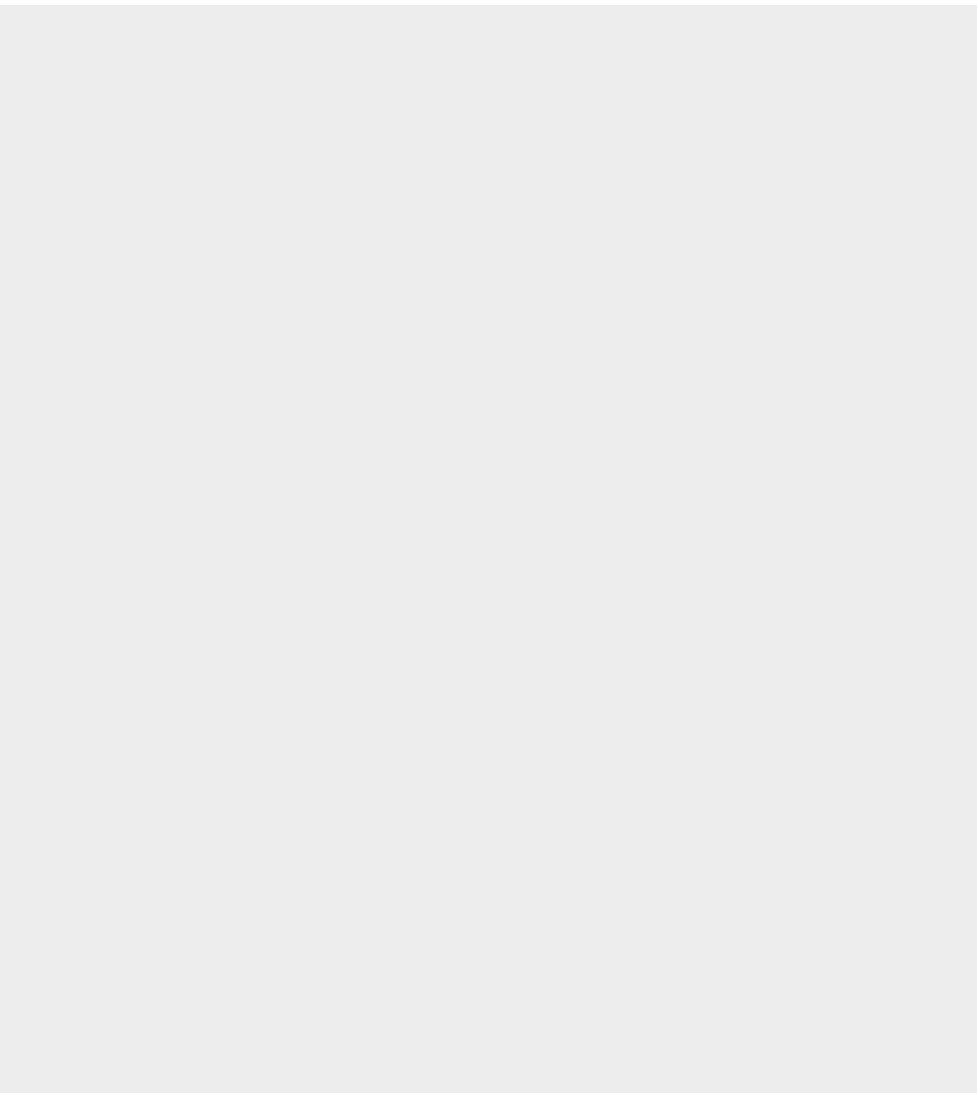


tamedia:



Kennzahlen

	2009 in Mio. CHF	2008 in Mio. CHF	Veränderung in %
Erfolgsrechnung			
Betriebsertrag	765,9	890,1	-13,9%
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	91,7	168,1	-45,5%
Marge	in % 12,0	18,9	-36,6%
Betriebsergebnis (EBIT)	51,6	133,6	-61,3%
Marge	in % 6,7	15,0	-55,1%
Ergebnis	46,7	105,8	-55,8%
Betriebsertrag nach Geschäftsfeld mit Dritten			
Zeitungen	491,5	604,1	-18,6%
Zeitschriften	93,9	100,8	-6,8%
Elektronische Medien	91,2	83,9	8,7%
Services	89,4	101,3	-11,8%
Bilanz			
Umlaufvermögen	303,9	270,6	12,3%
Anlagevermögen	841,1	828,1	1,6%
Bilanzsumme	1 145,0	1 098,7	4,2%
Fremdkapital	334,6	351,2	-4,7%
Eigenkapital	810,3	747,5	8,4%
Finanzkennzahlen			
Eigenfinanzierungsgrad	70,8	68,0	4,0%
Eigenkapital-Rentabilität	5,8	14,1	-59,3%
Personalkennzahlen			
Mitarbeiterbestand per Bilanzstichtag ¹	2 358	2 474	-4,7%
Betriebsertrag pro Mitarbeiter/in ²	in CHF 000 324,8	363,0	-10,5%
Kennzahlen pro Aktie			
Gewinn pro Aktie	in CHF 4,48	10,27	-56,4%
Dividende pro Aktie	in CHF 1,50 ³	3,00	-50,0%
Dividenden-Rendite	in % 2,0	6,0	-66,9%
Kurs-Gewinn-Verhältnis ⁴	x 16,9	4,9	246,2%

¹ Anzahl Vollzeitstellen der weitergeführten Bereiche

² Basierend auf durchschnittlichem Mitarbeiterbestand

³ Antrag des Verwaltungsrates

⁴ Basierend auf Jahresendkurs

Inhalt

Überblick

Editorial des Präsidenten	2
Verwaltungsrat	4
Kommentar des Unternehmensleiters	6
Unternehmensleitung	8

Organigramm	10
--------------------	-----------

Jahresbericht 2009	11
---------------------------	-----------

Operative Berichterstattung und Marktumfeld	13
Finanzielle Berichterstattung	29
Mehrjahresvergleich	35
Information für Investoren	36
Tamedia-Gruppe	38
Grossaktionäre	45

Kontakt/Impressum	46
--------------------------	-----------

Editorial des Präsidenten
Für den Strukturwandel gerüstet



Dr. Pietro Supino, Präsident des Verwaltungsrates

Sehr geehrte Damen und Herren

Als Folge der Wirtschaftskrise gestaltete sich das Geschäftsjahr 2009 für die Medienbranche weltweit und auch für unser Haus anspruchsvoll. Nach einer schwarzen Null im ersten Halbjahr zeigten unsere Bemühungen um eine Verbesserung der Kostenbasis erste positive Wirkungen und erlaubten es uns, das Jahr mit einem befriedigenden Ergebnis abzuschliessen.

Über kurzfristige Massnahmen hinaus hat unser Unternehmen sich auch im letzten Jahr intensiv mit der Frage auseinandergesetzt, wie ein Medienhaus den Strukturwandel nicht nur bewältigen, sondern auch als Chance verstehen kann. Unser Ziel steht fest: Wir wollen als unabhängiges Schweizer Medienunternehmen öffentliche Räume schaffen, die mit Journalismus zu einer demokratischen Gesellschaft beitragen und der Befriedigung vielfältiger Bedürfnisse des täglichen Lebens dienen. Der weitere Weg ist durch den Zusammenschluss mit den Schweizer Aktivitäten von Edipresse vorgezeichnet. Aufgrund unserer Erfahrungen aus dem Zusammenschluss mit der Berner Espace Media Groupe kennen wir die Möglichkeiten der Zusammenarbeit zwischen weiterhin unabhängigen Medien und die damit verbundenen Synergiepotentiale. Und als nationales Unternehmen sind wir in der Lage, auch im Wettbewerb mit grossen internationalen Anbietern neue Medienangebote zu entwickeln und am Markt durchzusetzen.

Im Lichte der aktuellen Veränderungen haben wir unser Leitbild aus dem Jahr 2003 überarbeitet. Viele Aspekte des bisherigen Leitbildes wurden dabei übernommen, teilweise aber neu gewichtet. Dies gilt zum Beispiel für die kulturelle Vielfalt, die im Zuge des Zusammenschlusses mit Edipresse über die Sprachgrenzen hinweg noch bedeutender geworden ist. Unser neues Leitbild stellt auch klar, dass wir unser traditionelles Geschäft mit Tageszeitungen erfolgreich in die Zukunft führen wollen. Ein gelungenes Beispiel dafür ist die Kooperation zwischen unseren Traditionstiteln *Tages-Anzeiger* und *Bund*. Einerseits ist es uns gelungen, die Kosten den rückläufigen Erlösen aus dem Leser- und Anzeigenmarkt anzupassen. Andererseits, und darauf sind wir stolz, konnten wir die Qualitäten der beiden Tageszeitungen in einem veränderten Umfeld steigern. Die Redaktionen haben ein Konzept umgesetzt, das über die verlässliche Zusammenfassung der Nachrichtenlage hinaus thematische Schwerpunkte setzt, welche es der interessierten Leserschaft erlauben, wichtige

Geschehnisse besser einzuordnen und Entwicklungen zu verstehen. Dank dieser Massnahmen entwickeln sich die beiden Zeitungen unter dem Strich bereits nach wenigen Monaten positiv.

Vor zehn Jahren wurde als zusätzliche Massnahme zur Sicherung der publizistischen Qualität unserer Medien eine Ombudsstelle geschaffen. Seither hat Dr. Arthur Liener diese Aufgabe mit hoher Kompetenz und grosser Empathie erfüllt. Auf Ende April 2010 tritt Arthur Liener als Ombudsmann der Tamedia AG zurück. Der Verwaltungsrat hat Ignaz Staub, langjähriger Redaktor des *Tages-Anzeigers*, zu seinem Nachfolger ernannt. Namens des Verwaltungsrats und der Unternehmensleitung danke ich Arthur Liener für sein erfolgreiches Wirken und wünsche Ignaz Staub Erfolg und Befriedigung bei seiner Aufgabe.

Im Zuge des Zusammenschlusses zwischen Tamedia und Edipresse hat die Generalversammlung der Tamedia AG am 12. Mai 2009 Pierre Lamunière in den Verwaltungsrat unseres Unternehmens gewählt, wo er seither als geschätzter und engagierter Kollege mitwirkt. Auf die Generalversammlung vom 11. Mai 2010 hat Dr. Robert Karrer, Vizepräsident unseres Verwaltungsrats und dessen Mitglied seit 1992, seinen Rücktritt erklärt. Während seiner 18-jährigen Tätigkeit im Verwaltungsrat der Tamedia AG erlebten wir Robert Karrer als intelligenten, integren, manchmal unorthodoxen und stets interessierten Kollegen. Er hat über die Jahre zum Erfolg und zur Kultur unseres Unternehmens beigetragen. Als erster Präsident unseres Revisionsausschusses hat er dieses wichtige Gremium aufgebaut und geprägt. Dafür bleiben wir Robert Karrer zu Anerkennung und Dank verpflichtet. Als sein Nachfolger in dieser Funktion ist Dr. Martin Bachem vorgesehen, dessen Wahl in den Verwaltungsrat der Generalversammlung vom 11. Mai 2010 beantragt wird.

Angesichts des gegenwärtigen Umfelds und grosser Investitionen in die Zukunft des Unternehmens ist die Ausschüttung einer Dividende nicht selbstverständlich. Umso mehr freut mich, dass wir der Generalversammlung die Ausschüttung einer Dividende von CHF 1.50 beantragen können. Möglich ist dies dank des grossen Einsatzes unserer Mitarbeitenden und unserer Unternehmensleitung unter der Führung von Martin Kall. Im Namen des Verwaltungsrates herzlichen Dank!



Dr. Pietro Supino
Präsident des Verwaltungsrates



Pietro Supino



Robert Karrer



Pierre Lamunière



Konstantin Richter

Pietro Supino, Präsident des Verwaltungsrats, Vorsitzender des Publizistischen Ausschusses, des Ernennungs- und Entlöhnungsausschusses und des Geschäftsentwicklungsausschusses Dr. Pietro Supino (CH/1965) übernahm im Mai 2007 die Funktion des Verwaltungsratspräsidenten. Er gehört seit 1991 dem Verwaltungsrat von Tamedia an. Pietro Supino sammelte von 1989 bis 1998 Berufserfahrungen als Unternehmensberater bei McKinsey & Company, Zürich und als Rechtsanwalt in der Anwaltskanzlei Bär & Karrer, bevor er mit Partnern die Family Office Bank Private Client Partners in Zürich gründete. Heute ist er zudem Mitglied der Verwaltungsräte der Espace Media Groupe AG und der Presse publications SR S.A. sowie des Präsidiums des Verbands Schweizer Presse. Pietro Supino schloss sein Studium der Rechtswissenschaft und Ökonomie an der Universität St. Gallen mit dem Doktorat ab. Ausserdem erwarb er einen Master an der London School of Economics and Political Science.

Robert Karrer, Vizepräsident und Präsident des Revisionsausschusses Dr. Robert Karrer (CH/1937) wurde 1992 Mitglied des Verwaltungsrats, 1993 übernahm er die Funktion des Vizepräsidenten. Robert Karrer übt seit 1965 den Beruf eines Rechtsanwalts aus, von 1969 bis 2001 als Partner und seit 2001 als Konsulent der Zürcher Anwaltsfirma Bär & Karrer AG. Er schloss sein Studium an der Universität Zürich mit dem Doktorat ab und erwarb 1966 den Master of Comparative Law an der Universität Chicago.

Pierre Lamunière, Mitglied des Geschäftsentwicklungsausschusses Pierre Lamunière (CH/1950) ist seit Mai 2009 Mitglied des Verwaltungsrats. Nach seinem Studium in den USA (MBA Wharton School, University of Pennsylvania) stiess Pierre Lamunière 1977 zur Edipresse-Gruppe. Ab 1987 leitete er das Unternehmen als Generaldirektor, 1998 wurde er zum Präsidenten und Verwaltungsratsdelegierten ernannt. Von 1997 bis 2002 war Pierre Lamunière Mitglied des Verwaltungsrats der Post. Er ist Präsident von Lamunière SA und deren Tochtergesellschaften. Pierre Lamunière ist Mitglied des Vorstands des Weltverbandes der Zeitschriftenverleger (FIPP), dessen Präsident er von 2007 bis 2009 war. Seit März 2008 ist er Verwaltungsratsmitglied der Waadt-länder Kantonalbank (BVC).

Konstantin Richter, Mitglied des Revisionsausschusses und des Publizistischen Ausschusses Konstantin Richter (D/1971) ist seit 2004 Mitglied des Verwaltungsrats. Er begann seine berufliche Laufbahn 1997 als Redaktionsassistent der Medienfachzeitschrift *Columbia Journalism Review* in New York. Er hat 1998 als Redaktor des *Cambodia Daily* in Phnom Penh gearbeitet und wurde 1999 Reporter des *Wall Street Journal* in Brüssel. Im Jahr 2001 gab er diese Stelle auf, um einen Roman zu schreiben, der im September 2007 unter dem Titel «Bettermann» bei Kein & Aber in Zürich erschienen ist. Von 2004 bis 2005 war er als Ko-Geschäftsführer des Rogner & Bernhard Verlags tätig. Er lebt als Autor und Journalist in Berlin und schreibt weiterhin regelmässig für das *Wall Street Journal Europe*. Konstantin Richter hat seinen Bachelor in Englischer Literatur und Philosophie an der Universität von Edinburgh gemacht. Ausserdem hat er das Masters-Programm der Columbia University Graduate School of Journalism in New York absolviert.

Iwan Rickenbacher, Mitglied des Publizistischen Ausschusses und des Geschäftsentwicklungsausschusses Prof. Dr. Iwan Rickenbacher (CH/1943) ist seit 1996 Mitglied des Verwaltungsrats. Iwan Rickenbacher begann seine berufliche Laufbahn 1975 als Direktor des Lehrerseminars des Kantons Schwyz. Von 1988 bis 1992 war er Generalsekretär der Christlichdemokratischen Volkspartei der Schweiz (CVP) in Bern. Seit 1992 arbeitet er als selbständiger Kommunikationsberater. Im Jahr 2000 wurde er Honorarprofessor an der Universität Bern. Iwan



Iwan Rickenbacher



Andreas Schulthess



Karl Dietrich Seikel



Charles von Graffenried

Rickenbacher ist Mitglied des Verwaltungsrats der Espace Media Groupe AG. Er ist überdies Mitglied des Verwaltungsrats der Eskamed AG in Basel und Präsident des Stiftungsrats der Schweizer Journalistenschule (MAZ) in Luzern. Nach dem Erwerb des Lehrerdiploms absolvierte Iwan Rickenbacher das Studium der Erziehungswissenschaften, das er mit dem Doktorat abschloss.

Andreas Schulthess, Mitglied des Revisionsausschusses und des Ernennungs- und Entlöhnungsausschusses Andreas Schulthess (CH/1970) ist seit Mai 2007 Mitglied des Verwaltungsrats. Seine berufliche Laufbahn begann er 1993 in der Personalabteilung von Tamedia als Werkstudent im Teilzeitpensum. Nach Studienabschluss arbeitete er ab 2000 als IT-Business Consultant mit Spezialgebiet Neue Technologien und E-Business bei Applied International Informatics und Cap Gemini Schweiz AG. Während dieser Zeit war er international tätig und baute unter anderem während eines Jahres ein neues Consulting-Team in Wien auf. Nach einer Weiterbildung zum Coach und entsprechender Tätigkeit im Bereich Führungs- und Persönlichkeitsentwicklung führte ihn sein Weg ins operative Human Resources zurück. Seit 2004 ist er im Human Resources bei Swiss Life Schweiz AG tätig und leitet das Human Resources Management Schweiz. Andreas Schulthess hat 1999 sein Studium als lic. oec. publ. an der Universität Zürich abgeschlossen. Ausserdem absolvierte er ein Nachdiplomstudium FH zum Executive Master of Human Resources Management am Institut für Angewandte Psychologie in Zürich.

Karl Dietrich Seikel, Mitglied des Ernennungs- und Entlöhnungsausschusses Karl Dietrich Seikel (D/1946) wurde 1996 Mitglied des Verwaltungsrats. Er begann seine berufliche Laufbahn als Lehrbeauftragter für Volks- und Betriebswirtschaft an der Universität Frankfurt/Main. 1977 wechselte er zur WIBAU-Maschinenfabrik Hartmann AG als Leiter Personal und Zentrale Dienste. 1980 begann Karl Dietrich Seikel seine Tätigkeit bei der Spiegel-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG in Hamburg, wo er zunächst den Personalbereich leitete. 1985 wurde er Mitglied der Konzernleitung des Spiegel-Verlags. Von 1991 bis Ende 2006 war er alleinvertretungsberechtigter Geschäftsführer des Spiegel-Verlags und der Spiegel TV GmbH sowie Vorsitzender der Gesellschaftsversammlungen der manager magazin Verlagsgesellschaft mbH und der SpiegelNet GmbH. Seit 2007 ist er als Medienberater unter anderem als Medienkoordinator beim Ersten Bürgermeister der Hansestadt Hamburg tätig. Er ist Ehrenmitglied des Verbands Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) und war bis Ende 2007 Vorsitzender des Vorstands der Publikumszeitschriften im VDZ. Karl Dietrich Seikel schloss seine Studien an der Technischen Hochschule Darmstadt und an der Universität Frankfurt als Diplom-Volkswirt ab.

Charles von Graffenried, Mitglied des Geschäftsentwicklungsausschusses Charles von Graffenried (CH/1925) wurde im Juni 2007 Mitglied des Verwaltungsrats. Er hat in Bern seine Studien als Rechtsanwalt und Notar abgeschlossen. Im väterlichen Notariatsbüro wurde er Unternehmer und baute Vermögensdienstleistungen, Portfolio-Management, Liegenschafts- und Treuhandtätigkeiten zur heutigen Berner Von Graffenried-Gruppe (GR) aus. Die ihm gehörende Gruppe besteht aus vier Tochtergesellschaften: der Privatbank Von Graffenried, der GR-Liegenschaftsunternehmung, dem GR-Treuhandbüro und der Von Graffenried & Cie. Recht. Charles von Graffenried betreut als Vermögensberater weiterhin vornehmlich Privatpersonen und Familiengesellschaften. Er ist Präsident des Verwaltungsrats des Berner Medienunternehmens Espace Media Groupe AG, das er aus kleinen Anfängen aufgebaut hat, sowie Verleger der *Berner Zeitung BZ* und der Zeitung *Der Bund*. Die Espace Media Groupe AG ist heute mit der Tamedia AG zusammengeschlossen.

Kommentar des Unternehmensleiters
Langfristige Entwicklungen im Auge



Martin Kall, Vorsitzender der Unternehmensleitung

Die grösste Wirtschaftskrise seit 1975 hat in der Medienbranche tiefe Spuren hinterlassen. Die Werbeumsätze der Tagespresse sanken um 22 Prozent, die Stellenanzeigen brachen gar um 45 Prozent ein. Der starke Rückgang der Werbeumsätze prägt auch das Ergebnis von Tamedia. Im vergangenen Jahr hat unser Unternehmen Werbeumsätze im Umfang von 113,6 Mio. CHF verloren. Dies führte auf Stufe EBIT zu einem Ergebnis von 51,6 Mio. CHF. Die Anstrengungen der letzten Jahre zahlen sich damit in einem wirtschaftlich sehr schwierigen Umfeld mit einer EBIT-Marge von rund 7 Prozent aus.

Angesichts der unsicheren Vorhersagen für die nächsten Monate ist es umso wichtiger, sich mit den längerfristigen Entwicklungen auseinanderzusetzen. In den vergangenen Jahren hatten die regionalen Tageszeitungen vom hervorragenden Wirtschaftsumfeld profitiert. In der Krise traten nun die strukturellen Probleme der Regionalzeitungen umso deutlicher hervor. Die abonnierten Tageszeitungen von Tamedia haben im vergangenen Jahr in der Summe hohe Verluste erwirtschaftet. Besonders betroffen waren *Der Bund* sowie der *Tages-Anzeiger*. Harte und für die Mitarbeitenden schmerzhaft Einschnitte waren deshalb leider unumgänglich.

In den nächsten Jahren wird sich der Strukturwandel verschärfen. Die steigenden Werbeinvestitionen, die mit einem Aufschwung verbunden sein werden, dürfen uns nicht über die strukturellen Herausforderungen der regionalen Tageszeitungen hinweg täuschen. Wir müssen unsere Tageszeitungen beständig weiterentwickeln und jedes Jahr Produktivitätssteigerungen erreichen, wenn wir diese traditionsreichen und für die Meinungsbildung wichtigen Medien für die Zukunft sichern wollen. Die redaktionelle Zusammenarbeit zwischen *Bund* und *Tages-Anzeiger*, die die Weiterführung des Berner Modells ermöglichte, ist ein Beispiel, in welche Richtung die Entwicklung gehen könnte.

Die Zeitschriften unseres Hauses haben sich im vergangenen Jahr besser gehalten als die Zeitungen. Trotz eines Umsatzrückgangs weisen sie auch 2009 ein stabiles Ergebnis aus. Der Strukturwandel trifft die Zeitschriften in geringerem Ausmass als die Zeitungen. Die Wertigkeit der *Schweizer Familie* stimmt genauso zuverlässig wie die erfreuliche Entwicklung des jungen People-Magazins *20 Minuten Friday*.

Um Erfolg zu haben, müssen wir in unserem Kerngeschäft überdurchschnittliche Leistungen erbringen. Urs Schweizer hat als Mitglied der Unternehmensleitung in den vergangenen zwei Jahren dazu beigetragen,

Segmentinformationen

in CHF 000	2009	2008
Zeitungen	521 078	636 712
Zeitschriften	94 629	101 892
Elektronische Medien	92 990	85 293
Services	224 857	285 651
Elimination Intersegment	(167 605)	(219 466)
Betriebsertrag	765 949	890 083
Zeitungen	(506 562)	(543 274)
Zeitschriften	(82 839)	(90 463)
Elektronische Medien	(85 803)	(80 818)
Services	(166 698)	(226 902)
Elimination Intersegment	167 605	219 466
Betriebsaufwand	(674 297)	(721 991)
Zeitungen	14 516	93 438
Zeitschriften	11 790	11 429
Elektronische Medien	7 187	4 475
Services	58 159	58 749
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	91 652	168 091
Zeitungen	2,8%	14,7%
Zeitschriften	12,5%	11,2%
Elektronische Medien	7,7%	5,2%
Services	25,9%	20,6%
EBITDA-Marge	12,0%	18,9%

dass aus dem Druckzentrum Bubenberg in Zürich und dem Druckzentrum Büchler Grafino in Bern der führende Zeitungsdruckverbund der Schweiz entstand. Dafür möchte ich Urs Schweizer, der im Herbst zur NZZ-Gruppe wechselte, herzlich danken. Gleichzeitig bin ich froh, dass wir mit Andreas Schaffner, der von Ringier zu uns gestossen ist, einen ausgewiesenen Fachmann für die Unternehmensleitung gewinnen konnten. Er wird den Unternehmensbereich Verlagsservices als Dienstleister für unsere Zeitungen und Zeitschriften in den nächsten Jahren weiterentwickeln. Ebenfalls seit dem Herbst verstärkt Ueli Eckstein die Unternehmensleitung. Er arbeitete bereits von 1976 bis 1997 bei Tamedia und war zuletzt stellvertretender CEO der AZ Medien. Als Delegierter des Verwaltungsrates wird Ueli Eckstein das nach dem Zusammenschluss mit Tamedia neu aufgestellte Berner Medienhaus Espace Media in die Zukunft führen und seine langjährige Erfahrung in die Unternehmensleitung von Tamedia einbringen.

Weiter vorangetrieben haben wir im vergangenen Jahr auch die Digitalisierung unseres Medienportfolios. In unserem traditionellen Kerngeschäft konnten die Nachrichtenplattformen *20 Minuten Online* und *Newsnetz* neue Nutzerinnen und Nutzer für sich gewinnen. Im zweiten Pfeiler unseres Kerngeschäf-

tes, den Rubrikenanzeigen, machten wir ebenfalls entscheidende Fortschritte. Bereits im vergangenen Herbst haben Edipresse und Tamedia ihre Marktplätze zusammengeführt. Dadurch entstand eine leistungsfähige Classified Online-Organisation mit *homegate.ch* als Marktführer im Immobilienmarkt und dem reichweitenstärksten Stellennetzwerk der Schweiz unter einem Dach. Die zum Jahresende vereinbarte Partnerschaft mit *car4you.ch* ergänzt unsere Marktplätze im Bereich Fahrzeuge.

Die Mehrheitsbeteiligung an der führenden Verzeichnisplattform *search.ch*, die wir im Herbst von der Schweizerischen Post übernehmen konnten, oder an der führenden Bauausschreibungsplattform *olmero.ch* ermöglichen es uns, unser Engagement in neue Bereiche auszuweiten. Die Strategie, unser Portfolio schrittweise auszubauen, erweist sich als erfolgreich. Die Online-Medien und -Unternehmen, an denen Tamedia beteiligt ist, haben im vergangenen Jahr bereits einen Umsatz von deutlich über 100 Mio. CHF erwirtschaftet. In den nächsten Jahren werden wir die Online-Medien zu einer tragenden Säule ausbauen. 2012 sollen sie bereits einen Viertel zum Ergebnis beitragen.

Folgt die Entwicklung des Werbemarktes in diesem Zyklus der Entwicklung in der letzten Konjunkturkrise, so wird das laufende Jahr erneut schwierig. Wir rechnen bei unseren Zeitungen und Zeitschriften deshalb mit rückläufigen Werbeumsätzen. Der Zusammenschluss mit Edipresse wird es uns ermöglichen, im rückläufigen Zeitungsgeschäft die Vorteile eines grösseren Unternehmens zu nutzen. Online bietet sich uns die Chance, sprachübergreifende Angebote und starke Netzwerke im Nachrichten-, Rubriken- und Servicebereich zu schaffen. Damit sind Edipresse und Tamedia als Schweizer Medienhaus gut gerüstet für den Wettbewerb in einem sich weiter konsolidierenden und immer internationaleren Medienmarkt.



Martin Kall
Vorsitzender der Unternehmensleitung



Martin Kall, Vorsitzender der Unternehmensleitung Martin Kall (D/1961) ist seit April 2002 Vorsitzender der Unternehmensleitung von Tamedia. Vor seinem Eintritt bei Tamedia leitete er bei der Ringier AG als Mitglied der Konzernleitung sowohl den Verlag Europa als auch die Zeitschriften Schweiz. Zwischen 1989 und 1996 arbeitete er bei der Bertelsmann AG, zuletzt als Geschäftsführer der Bertelsmann Fachinformation GmbH in München. 1989 erwarb er an der Harvard Business School den MBA. Seine Studien der Geschichte und Wirtschaftswissenschaften an der Universität Freiburg im Breisgau und an der London School of Economics and Political Science schloss er 1987 als Diplom-Volkswirt ab.

Christoph Tonini, Stellvertretender Vorsitzender der Unternehmensleitung, Leiter Bereich Medien Schweiz Christoph Tonini (CH/1969) ist seit 2007 stellvertretender Vorsitzender der Unternehmensleitung und seit 1. Januar 2008 verantwortlich für den Bereich Medien Schweiz. Er kam im April 2003 als Leiter Finanzen und Mitglied der Unternehmensleitung zu Tamedia. Im Oktober 2004 übernahm er zusätzlich die Verantwortung für den damaligen Bereich Services und per 1. Dezember 2005 den auf diesen Zeitpunkt neu geschaffenen Bereich Zeitungen Schweiz. Von 1998 bis 2003 war Christoph Tonini in diversen Funktionen für Ringier tätig. Zuletzt zeichnete er als Leiter Ringier Ungarn und Ringier Rumänien verantwortlich. Christoph Tonini absolvierte von 2001 bis 2003 ein MBA-Studium an der Universität in St. Gallen. Von 1990 bis 1993 studierte der gelernte Offsetdrucker an der Schweizer Ingenieurschule für Druck und Verpackung (esig) in Lausanne.

Rolf Bollmann, Leiter Bereich Medien Zürich & Nordostschweiz Rolf Bollmann (CH/1948) ist seit Dezember 2005 Mitglied der Unternehmensleitung und seit 1. Januar 2008 zuständig für den Bereich Medien Zürich & Nordostschweiz. Zuvor verantwortete er den damaligen Bereich Zeitungen Zürich sowie die Verlagsleitung des *Tages-Anzeigers*. Im Dezember 1999 lancierte Rolf Bollmann in Zürich die Pendlerzeitung *20 Minuten*, als deren Geschäftsführer er anschliessend amtierte. Er war davor unter anderem als Marketingleiter von Adidas Schweiz und Helsana tätig. Später übernahm er die Verlagsleitung des *Badener Tagblatts* und betreute dessen Zusammenschluss mit dem *Aargauer Tagblatt* zur *Aargauer Zeitung*, deren Verlag er nach der Fusion leitete. Bei der Scout Holding war er für die Einführung des Internet-Marktplatzes für Rubrikanzeigen in der Schweiz verantwortlich. Rolf Bollmann schloss unter anderem Studiengänge am Forschungsinstitut für Absatz und Handel sowie am Institut für Rechnungslegung und Controlling der Hochschule St. Gallen ab.



Ueli Eckstein



Sandro Macciachini



Andreas Schaffner

Ueli Eckstein, Leiter Bereich Espace Media Ueli Eckstein (CH/1952) ist seit September 2009 Mitglied der Unternehmensleitung und zuständig für den Bereich Espace Media. Zuvor war er als stellvertretender CEO und Leiter des Bereichs Printmedien der AZ Medien tätig. Der gelernte Schriftsetzer arbeitete bereits von 1976 bis 1997 bei Tamedia. Nach seinem Einstieg im Rechnungswesen der damaligen Tages-Anzeiger AG war er unter anderem Mitarbeiter im Stab der Geschäftsleitung, Leiter des Rechnungswesens sowie Direktor Controlling und stellvertretender Verlagsleiter des *Tages-Anzeigers*. Vor seinem Wechsel zu den AZ Medien leitete Ueli Eckstein von 1995 bis 1997 den Verlag der *SonntagsZeitung*. Unter anderem absolvierte er die Technikerschule der Grafischen Industrie Zürich (TGZ) und die Controller-Akademie Gauting in Deutschland.

Sandro Macciachini, Leiter Bereich Finanzen Sandro Macciachini (CH/1966) ist seit 1. Januar 2008 Mitglied der Unternehmensleitung und zuständig für den Bereich Finanzen. 2003 übernahm er die Leitung des Rechtsdienstes von Tamedia. Sandro Macciachini beendete 1995 sein Studium der Rechtswissenschaft mit der Patentierung zum Fürsprecher, war danach in einer Berner Anwaltskanzlei tätig und anschliessend bis 1999 Rechtskonsulent des Verbandes Schweizer Presse. Im April 2003 schloss er seine Doktorarbeit zu einem medienrechtlichen Thema ab. 2006 beendete er eine CAS-Weiterbildung zum Finanz- und Rechnungswesen. 2009 erwarb er den Master of Advanced Studies Corporate Finance.

Andreas Schaffner, Leiter Bereich Verlagsservices Andreas Schaffner (CH/F/1963) ist seit 1. November 2009 Mitglied der Unternehmensleitung und zuständig für den Bereich Verlagsservices. In dieser Funktion verantwortet er die beiden Druckzentren in Bern und Zürich, die Bereiche Vorstufenleistungen und Verlagslogistik sowie die Lesermarkt-Services. Nach einer Lehre als Buchbinder sammelte Andreas Schaffner Berufs- und Führungserfahrung in der grafischen Industrie, bevor er Ingenieurwissenschaften an der Ecole Suisse d'Ingénieur des Industries Graphiques in Lausanne studierte. 1995 stiess er als Projektleiter zu Ringier. Bei der Ringier AG leitet Andreas Schaffner verschiedene Service- und Druckbereiche und wurde 2005 Geschäftsleiter von Ringier Print Adligenswil. 2007 bis 2009 war Andreas Schaffner, der ein berufsbegleitendes Executive MBA-Studium absolvierte, Mitglied der Geschäftsleitung von Ringier Schweiz.

Generalversammlung der Tamedia AG

Verwaltungsrat

Präsident
Pietro Sulpino^{2, 3, 4}

Vizepräsident
Robert Karer¹

Mitglieder

Pierre Laminiere¹
Konstantin Richter^{1, 2}
Iwan Rickenbacher^{2, 4}
Andreas Schulthess^{1, 3}
Karl Dietrich Selkel³
Charles von Graffenried⁴

¹ Mitglieder Revisionsausschuss
² Mitglieder Publizistischer Ausschuss
³ Mitglieder Ernennungs- und Entlohnungsausschuss
⁴ Mitglieder Geschäftsentwicklungsausschuss

Generalsekretariat
Reto Spiri

Unternehmensleitung

Vorsitzender der Unternehmensleitung
Martin Kall
Sv. Christoph Tonini

Unternehmenskommunikation
Christoph Zimmer

Personal-Management
Jacqueline Wüthrich

Projekte/Marktforschung
Roland Witmann

<p>Espace Media Ueli Eckstein</p>	<p>Medien Zürich & Nordostschweiz Rolf Bollmann</p>	<p>Medien Schweiz Christoph Tonini</p>	<p>Verlagsservices Andreas Schaffner</p>	<p>Finanzen Sandro Macchiacchi</p>
<p>Anzeiger von Kerzers Bantiger Post Berner Bär Berner Zeitung bernerzeitung.ch Bümpfiz Woche CapitalFM Der Bund derbund.ch Der Murtenbieter Solothurner Woche TeleBär Beteiligungen: Berner Oberländer Thuner Tagblatt</p>	<p>Huber & Co. Newsnetz Radio 24 Stellenanzeiger / Alpha Tagblatt der Stadt Zürich Tages-Anzeiger tagesanzeiger.ch TeleZüri Thurgauer Zeitung Züritipp Beteiligungen: Ziegler Druck- und Verlags-AG (Der Landbote)</p>	<p>20 Minuten / 20 minutes 20 Minuten Friday 20 Minuten Online Annabelle Automobil Revue / Revue Automobile Das Magazin Finanz und Wirtschaft Jobonline Schweizer Familie SonntagsZeitung search.ch tilllate.com Beteiligungen: eloadd24.com / ratschlag24.com fashionfriends.ch homagate.ch jobsuchmaschine.ch L'essentiel Proseller.ch Schweizer Bauer TVtäglich zattoo.ch</p>	<p>AD Services Büchler Grafino, Druckzentrum Bern Digital Management Lesermarkt-Services Schaer Thun Tamedia Druckzentrum Tamedia Production Services Verlagslogistik</p>	<p>Controlling Finanz- und Rechnungswesen Immobilien-Management Informatik Rechtsdienst Unternehmensfinanzen Unternehmensplanung und -reporting</p>

Inhaltsverzeichnis

Operative Berichterstattung und Marktumfeld	13
Marktbeurteilung	13
Geschäftsfelder im Überblick	16
Zeitungen	16
Zeitschriften	22
Elektronische Medien	24
Services	26
Geschäftsfelder im Überblick (tabellarische Darstellung)	27
Finanzielle Berichterstattung	29
Rechnungslegung im 2009	29
Veränderungen im Konsolidierungskreis	29
Umsatz (Betriebsertrag)	30
Betriebsaufwand	31
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	32
Bilanz	32
Veränderung des Eigenkapitals	33
Mittelfluss	34
Mehrjahresvergleich	35
Information für Investoren	36
Tamedia-Gruppe	38
Konsolidierte Erfolgsrechnung	38
Konsolidierte Gesamtergebnisrechnung	39
Konsolidierte Bilanz	40
Konsolidierte Mittelflussrechnung	41
Veränderung des Eigenkapitals	42
Beteiligungen	43
Grossaktionäre	45

Marktbeurteilung

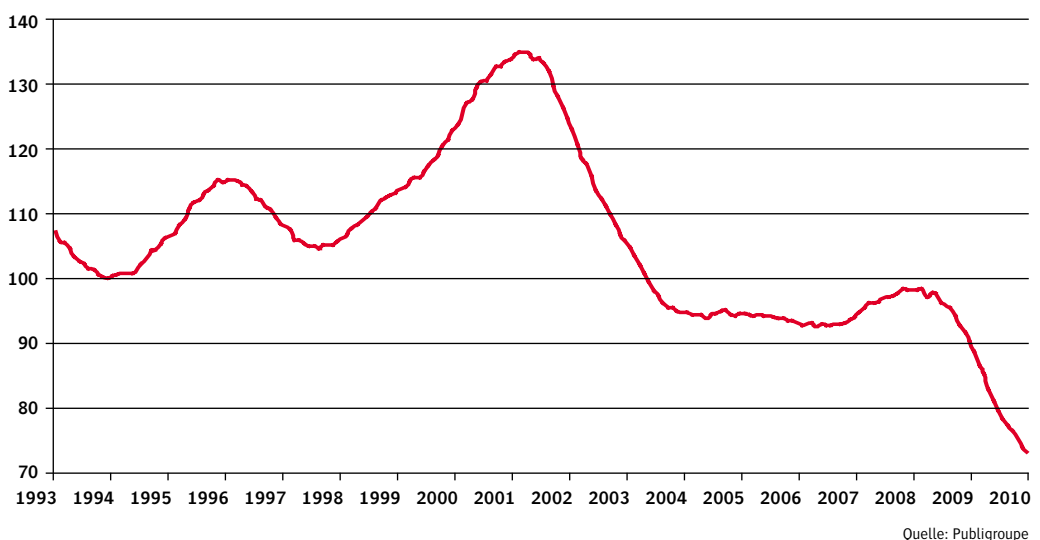
Rückgang der Werbeinvestitionen – Onlinemedien gehören 2009 zu den Gewinnern

Die scharfe Wirtschaftskrise erreichte im vergangenen Jahr ihren Höhepunkt. Im Jahresdurchschnitt sank das reale Bruttoinlandprodukt mit – 1,5 Prozent so stark wie seit 1975 infolge der Ölkrise nicht mehr. Der deutliche Rückgang ist in erster Linie auf die Entwicklung in der ersten Jahreshälfte zurückzuführen. Im zweiten Halbjahr setzte nach vier rückläufigen Quartalen die Trendwende ein. Im vierten Quartal wuchs das Bruttoinlandprodukt im Vorjahresvergleich bereits um 0,6 Prozent.

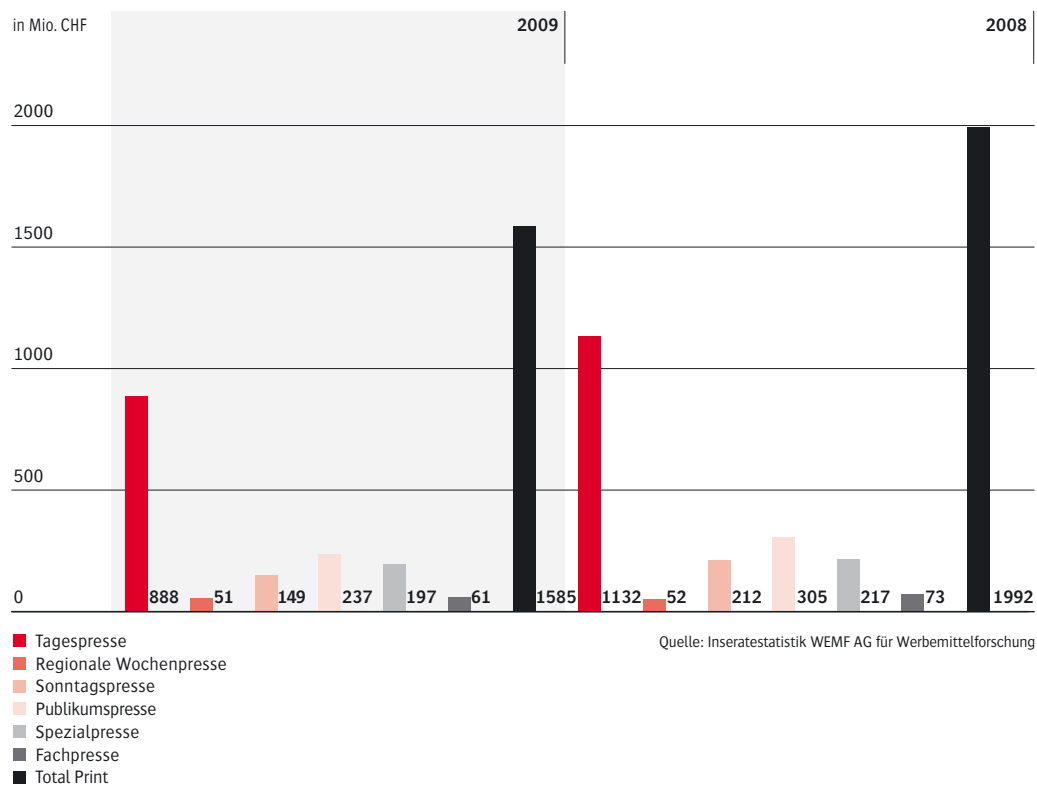
Auf die Medienbranche wirkt sich eine positive Konjunktorentwicklung in der Regel erst mit Verzögerung aus. Die meisten Wirtschaftszweige haben ihre Werbeinvestitionen gemäss Media Focus von GfK Schweiz und AC Nielsen im vergangenen Jahr denn auch gekürzt. Besonders deutlich sanken die Werbeinvestitionen für Tabakwaren (– 41 Prozent), Finanzprodukte (– 19 Prozent) sowie Bekleidung und Wäsche (– 14 Prozent). In Prozentpunkten etwas weniger stark, angesichts ihrer relativen Bedeutung für den Werbemarkt jedoch trotzdem erheblich, gingen die Werbeausgaben für Fahrzeuge zurück (– 9 Prozent). Höhere Werbeausgaben als noch ein Jahr zuvor weisen die Reinigungsbranche (+24 Prozent) sowie der Energiesektor (+16 Prozent) aus. Mehr in Werbung investierten auch die Hersteller von Kosmetik- und Körperpflegeprodukten (+10 Prozent). Die von Media Focus ausgewiesenen Werbeinvestitionen sind Brutto-Werte. Ein Inserat oder ein TV-Spot werden dabei zum geltenden Listenpreis erfasst. Angesichts des in wirtschaftlich schwierigen Zeiten steigenden Rabattierungsdrucks bilden die Brutto-Werte von Media Focus den effektiven Rückgang der Werbeinvestitionen deshalb nur ansatzweise ab.

Das wahre Ausmass des Rückgangs verdeutlicht ein Blick in die Inseratestatistik der Wemf AG für Werbemedienforschung. In der Inseratestatistik werden die von den teilnehmenden Medienhäusern gemeldeten effektiven Netto-Werbeumsätze ausgewiesen. Gemäss Inseratestatistik brachen die Werbeinvestitionen in Printmedien im vergangenen

Publicitas-Index: Entwicklung der Werbeausgaben in Tageszeitungen



Nettowerbeausgaben Print 2009



Jahr um 20 Prozent ein. Mit 22 Prozent leicht überdurchschnittlich sanken die Werbeumsätze in der für Tamedia wichtigen Mediengattung der überregionalen Tageszeitungen. In gleichem Umfang gingen auch die Werbeinvestitionen in die Mediengattung Zeitschriften und Finanz- und Wirtschaftspresse zurück. Die Sonntagstitel verzeichneten gar einen Inseraterückgang von 29 Prozent. Etwas weniger stark traf die Wirtschaftskrise die Spezialpresse (–9 Prozent) sowie die weniger bedeutenden Mediengattungen Fachpresse (–16 Prozent) und regionale Wochenpresse (–1 Prozent). Insgesamt haben Schweizer Werbekunden 2009 rund 407 Mio. CHF weniger in gedruckte Medien investiert als noch in den zwölf Monaten zuvor.

Der Publicitas-Index, der die langfristige Entwicklung der kommerziellen Werbeausgaben in der Tagespresse auf Basis effektiver Umsatzzahlen abbildet, lag im Dezember 2009 bei 72,2 Indexpunkten (Dezember 1993 = 100 Indexpunkte). Dies entspricht einem Rückgang um 20 Prozent gegenüber dem Vorjahreswert von 89,9 Punkten. Verglichen mit dem Höhepunkt des letzten Konjunkturzyklus im Februar 2008 liegt der Rückgang bei 27 Prozent.

Die Folgen der Wirtschaftskrise führten im Jahresverlauf zu einem deutlichen Anstieg der Arbeitslosigkeit auf durchschnittlich 3,7 Prozent (Vorjahr 2,6 Prozent). Der Publicitas Index für Stelleninserate brach um 44 Prozent ein und lag im Dezember bei 105,2 Index-

punkten (Vorjahr 186,5 Punkte). Der Anstieg der Arbeitslosenquote hält trotz einer Trendwende in der Entwicklung der Gesamtwirtschaft weiter an. Ende Jahr lag die Zahl der Arbeitslosen in der Schweiz bereits bei 173 000 Menschen, was einer Arbeitslosenquote von 4,4 Prozent und gegenüber dem Vorjahr einem Zuwachs von 45 Prozent entspricht.

Das Staatssekretariat für Wirtschaft rechnet für das laufende Jahr mit einer weiteren Erhöhung der Arbeitslosenquote auf 4,9 Prozent. Dies trotz eines leichten Wachstums des Bruttoinlandproduktes um 0,7 Prozent. Tamedia geht auf dieser Basis von einem insgesamt schwierigen Jahr für die Werbewirtschaft und die Medienbranche aus. Eine eigentliche Trendwende auf dem Werbemarkt wird weiterhin erst für Ende des Jahres oder das Folgejahr erwartet.

Zeitungen

Die Pendlerzeitung **20 Minuten** verzeichnete im vergangenen Jahr erstmals in ihrer zehnjährigen Geschichte einen Umsatzrückgang. Ihr Marktanteil im Werbemarkt der überregionalen Tagespresse stieg jedoch erneut. Im Verlauf des Sommers wurde die Auflage schrittweise auf neu 500'000 Exemplare gesenkt. Die Aufлагensenkung führte in der Folge im Vorjahresvergleich zu einem leichten Rückgang der Leserschaftszahlen. *20 Minuten* bleibt jedoch weiterhin die mit Abstand leserstärkste Tageszeitung der Schweiz. Dank der Unterstützung durch zwei gemeinnützige Stiftungen berichtet *20 Minuten* seit dem Herbst 2009 wöchentlich über aktuelle Themen aus Forschung und Wissenschaft. Seit November erscheint *20 Minuten* in der Deutschschweiz zudem in einer aufgefrischten Gestaltung.



Die Westschweizer Pendlerzeitung **20 minutes** konnte Umsatz und Marktanteil im Werbemarkt im vergangenen Jahr erneut steigern. Die Leserzahlen stiegen im Vorjahresvergleich um 7 Prozent auf neu 523 000 Leserinnen und Leser. Nach der Zustimmung der Wettbewerbsbehörden zum Zusammenschluss von Edipresse und Tamedia in der Schweiz wurde *20 minutes* mit der Pendlerzeitung *Le matin bleu* zusammengelegt. Seit dem 3. November 2009 erscheint *20 minutes* in einer neuen Gestaltung, die typische Elemente von *Le matin bleu* aufnimmt. Erste Reaktionen der Leserinnen und Leser sowie des Werbemarktes auf die erneuerte Pendlerzeitung für die Romandie sind positiv.



Die Lokalzeitungen **Anzeiger von Kerzers** und **Der Murtenbieter** wiesen in der Berichtsperiode eine weitgehend stabile Umsatz- und Auflageentwicklung aus. Im April 2010 wurden die beiden Zeitungen an die Freiburger Nachrichten AG verkauft.



Die **Bantiger Post** steigerte im vergangenen Jahr Umsatz und Ergebnis. Der **Bernerbär** musste hingegen einen deutlichen Umsatzrückgang hinnehmen. Ab Sommer 2010 erscheint die Gratiszeitung jeweils einmal statt wie bisher zweimal wöchentlich mit einer optimierten Auflage von 100 000 Exemplaren. Die **Bümpliz Woche**, die im vergangenen Jahr ihr Serviceangebot ausbaute, verzeichnete einen leichten Umsatzrückgang. Die **Solothurner Woche** weist bei einem tieferen Werbeumsatz stabile Leserzahlen aus. Im November 2009 porträtierte die *Solothurner Woche* im Rahmen einer Sonderausgabe die grössten Unternehmen des Kantons Solothurn.



Die Gesamtausgabe der **Berner Zeitung BZ**, die *Berner Oberländer*, *Berner Zeitung BZ*, *Der Bund* und *Thuner Tagblatt TT* umfasst, weist für das vergangene Jahr einen Auflage- und Leserschaftsrückgang aus. Das insgesamt deutlich tiefere Werbeumsatzniveau der Gattung Tagespresse führte auch bei der *Berner Zeitung BZ* zu einem starken Ergebnisrückgang. Besonders deutlich war der Rückgang der Umsätze aus Stelleninseraten. Mit dem Aufbau einer neuen Community-Redaktion positioniert sich die *Berner Zeitung* seit November 2009 noch konsequenter als führende Regionalzeitung. Im Gegenzug zur Einstellung des *Solothurner Tagblatts* baute die *Berner Zeitung* ihre tägliche Berichterstattung über den Solothurner Amtsbezirk Bucheggberg aus.



BERNER OBERLÄNDER

THUNER TAGBLATT TT

Berner Oberländer und Thuner Tagblatt TT, die in Zusammenarbeit mit der *Berner Zeitung* erscheinen, weisen eine stabile Auflageentwicklung auf. In einem stark rückläufigen Gesamtmarkt verloren jedoch beide Titel Werbeumsatz, was trotz Kostensenkungsmassnahmen zu einer Ergebnisverschlechterung führte.

SOLOTHURNER TAGBLATT

Das vor acht Jahren lancierte **Solothurner Tagblatt** wurde im September 2009 eingestellt. Die Leserschaftsentwicklung des Titels war zuvor deutlich hinter den ursprünglichen Erwartungen zurückgeblieben. In den letzten Jahren hatte das *Solothurner Tagblatt* konstant Verluste in Millionenhöhe ausgewiesen. Die Einstellung führte zu einem Stellenabbau, der mit einem Sozialplan abgefedert wurde. Das *Solothurner Tagblatt* wird im Geschäftsbericht als nicht weitergeführter Bereich ausgewiesen.

Der Bund

Im vergangenen Jahr wies **Der Bund** bei rückläufigem Umsatz ein negatives Ergebnis aus. Seit Herbst 2009 erscheint die traditionsreiche Berner Tageszeitung neu gestaltet in enger redaktioneller Zusammenarbeit mit dem *Tages-Anzeiger*. Während der *Tages-Anzeiger* überregionale Inhalte zur Verfügung stellt, verantwortet *Der Bund* unter anderem die gemeinsame Bundeshausredaktion. Die Kooperation der beiden Titel soll es ermöglichen, das Berner Modell mit zwei publizistisch unabhängigen Tageszeitungen in einem gemeinsamen Verlag fortzusetzen und nach hohen Verlusten eine tragfähige wirtschaftliche Grundlage für den *Bund* zu schaffen. Um die Folgen des notwendigen Stellenabbaus zu mildern, schlossen Espace Media und die Personalvertreter einen längerfristigen Sozialplan ab. Gleichzeitig mit der Neulancierung wurden die Abonnementspreise erhöht.

FINANZ und WIRTSCHAFT

Die **Finanz und Wirtschaft** verzeichnete in einem negativen Umfeld für Finanz- und Wirtschaftsmedien einen starken Umsatzrückgang, der mit tieferen Kosten nur teilweise aufgefangen werden konnte. Die im Januar des Berichtsjahres weiterentwickelte Gestaltung der *Finanz und Wirtschaft* kommt bei den Leserinnen und Lesern gut an. Die Leserzahlen entwickelten sich im Vorjahresvergleich erfreulich.

L
essentiel

Die Pendlerzeitung **L'essentiel** in Luxemburg übertraf die Erwartungen sowohl beim Umsatz wie auch beim Ergebnis erneut. Die 2007 gemeinsam mit dem Partnerverlag Editpress lancierte Zeitung steigerte im vergangenen Jahr zudem ihre Leserschaft. Mit 117 000 Leserinnen und Lesern liegt *L'essentiel* bereits auf dem zweiten Platz unter den Tageszeitungen im Grossherzogtum Luxemburg.

NEWS

Die 2007 lancierte Pendlerzeitung **News** konnte sich im Markt trotz des Erfolgs bei den Leserinnen und Lesern nicht durchsetzen und schrieb erneut hohe Verluste. Nachdem sich die Partner *Basler Zeitung* und *Berner Zeitung BZ* bereits im August für einen Ausstieg entschieden hatten, wurde im Dezember auch die Ausgabe *News Tages-Anzeiger* eingestellt. Für die betroffenen Mitarbeitenden kam ein Sozialplan zur Anwendung. Im Geschäftsbericht wird *News* als nicht weitergeführter Bereich ausgewiesen.

Die **SonntagsZeitung** konnte sich dem negativen Marktumfeld nicht entziehen und verzeichnete einen starken Umsatzrückgang. Die Leserschaftszahlen entwickelten sich im Vorjahresvergleich hingegen trotz einer leicht tieferen Auflage positiv. Als Reaktion auf die rückläufigen Werbeumsätze fasste die *SonntagsZeitung* die Berichterstattung zu Multimedia-Themen im Wissen-Bund zusammen. Die erfolgreichen Sonderbeilagen wurden mit dem neuen Konzept unter dem Namen «10» vereinheitlicht.

SonntagsZeitung

Die Umsätze der führenden Stellenbeilagen **Alpha** und **Stellen-Anzeiger** gingen im vergangenen Jahr wie bereits in früheren Wirtschaftskrisen deutlich zurück. Die im Vorjahr erfolgte Eingliederung der beiden Stellenbeilagen in den Verlag des Tages-Anzeigers ermöglichte deutliche Einsparungen in den Bereichen Produktion, Technik und Marketing.

STELLEN ANZEIGER
Das grösste Stellenmarkt-Magazin der Schweiz

ALPHA
DES VERLAGS DER TAGES-ANZEIGER

Das **Tagblatt der Stadt Zürich** steigerte sein Ergebnis im vergangenen Jahr dank tieferen Kosten. Nachdem im Vorjahr erstmals seit Jahren ein knapp positives Ergebnis erzielt werden konnte, festigte das amtliche Publikationsorgan damit im vergangenen Jahr seine wirtschaftliche Basis und gewann neue Leserinnen und Leser. Der Umsatz entwickelte sich in einem schwierigen Umfeld nur leicht rückläufig.

Tagblatt
DER STADT ZÜRICH

Der Rückgang der Werbeinvestitionen in die Tagespresse schlug sich im vergangenen Jahr in einem deutlichen Umsatzrückgang beim **Tages-Anzeiger** nieder. Um die Kostenstruktur den seit Jahren sinkenden Werbeerträgen anzupassen, wurde das Konzept der grössten abonnierten Tageszeitung der Schweiz im vergangenen Jahr umfassend überarbeitet. Das neue Konzept hatte einen Stellenabbau in Redaktion, Verlag und Druck zur Folge. Zur Unterstützung der betroffenen Mitarbeitenden schloss das Unternehmen einen Sozialplan ab. Seit September erscheint der *Tages-Anzeiger* erstmals seit 1997 in neuer Gestaltung und neu mit vier Zeitungsbinden. Das neue Konzept ermöglicht spätere Abschlusszeiten in der Regionalberichterstattung und fokussiert auf redaktionelle Eigenleistung. Die Leserzahlen des *Tages-Anzeigers* entwickelten sich im Vorjahresvergleich stabil.

Tages-Anzeiger

Die **Thurgauer Zeitung** verteidigte ihren Marktanteil im Werbemarkt im Berichtsjahr trotz rückläufigen Umsätzen. Die vor 200 Jahren erstmals unter diesem Namen erschienene Tageszeitung gewann im vergangenen Jahr neue Leserinnen und Leser. Seit Februar erscheint die *Thurgauer Zeitung* mit den regelmässigen Jugendseiten «Mostindia». Im März wurde gemeinsam mit dem Newsnetz das Nachrichtenportal *thurgauerzeitung.ch* lanciert. Auf Anfang 2010 bauten die Partner *Thurgauer Zeitung* und *Der Landbote* ihre redaktionelle Zusammenarbeit mit den *Schaffhauser Nachrichten* im Rahmen des Zeitungsverbundes Nordostschweiz aus.

ThurgauerZeitung
Die Nordostschweiz

Die Ausgehmagazin **Zuritipp** schloss das vergangene Jahr mit einem Umsatzrückgang ab. Einsparungen im Verkauf sowie im Aussen- und Innendienst führten jedoch zu einer Ergebnisverbesserung. Für das laufende Jahr ist eine Neugestaltung des Ausgehmagazins geplant.

zuritipp

Der Umsatz (Betriebsertrag) des **Geschäftsfeldes Zeitungen** gegenüber Dritten sank um 18,6 Prozent auf 491,5 Mio. CHF. Der Rückgang ist in erster Linie auf die deutlichen Umsatzverluste von *Berner Zeitung*, *SonntagsZeitung*, den Stellenbeilagen sowie des *Tages-Anzeigers* zurückzuführen. Die regionalen Tageszeitungen von Tamedia schrieben 2009 hohe Verluste. Die im Verlauf des Jahres ergriffenen Kostensenkungsmassnahmen wurden erst gegen das Jahresende ergebniswirksam. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) ging in der Folge um 84,5 Prozent auf 14,5 Mio. CHF zurück. Die EBITDA-Marge liegt mit 2,8 Prozent deutlich unter dem Niveau des Vorjahres (14,7 Prozent).

Leserzahlen

Titel	MACH 2010-I ¹	MACH 2009-I	Veränderung in %
20 Minuten	1 361 000	1 365 000	-1.2
20 Minutes	523 000	488 000	+5.6
Berner Zeitung BZ Gesamtausgabe	373 000	388 000	-4.4
Finanz und Wirtschaft	135 000	131 000	+3.0
Solothurner Woche	80 000	79 000	+1.3
Sonntagszeitung	797 000	774 000	+2.2
Tagblatt der Stadt Zürich	130 000	122 000	+5.1
Tages-Anzeiger ²	481 000	479 000	+0.4
Thurgauer Zeitung	72 000	63 000	+13.3
20 Minuten Friday	422 000	–	–
Annabelle	346 000	325 000	+6.6
Automobil Revue	161 000	175 000	-9.8
Das Magazin	681 000	630 000	+7.4
Revue Automobile	76 000	70 000	+8.6
Schweizer Familie	754 000	719 000	+4.1
TVtäglich	1 012 000	981 000	+2.2

Quelle: WEMF

¹ Betrifft Leserzahlen: Befragungszeitraum Oktober 2008 bis Ende September 2009

² Tages-Anzeiger: Es wurde berücksichtigt, dass der Tages-Anzeiger ab Ende Februar 2007 eine wöchentliche Grossauflage hat. Die Medienwerte beziehen sich auf 6 Monate ohne und 6 Monate mit Grossauflage.

Auflagen

Titel	Auflage 2009	Auflage 2008 ¹	Veränderung in %
20 Minuten	536 473	529 618	+1.3
20 Minutes	229 729	221 560	+3.7
Anzeiger von Kerzers	1 448	1 447	+0.1
Bantiger Post	21 751	21 713	+0.2
Berner Oberländer	22 790	22 947	-0.7
Berner Zeitung BZ Gesamtausgabe ²	200 117	212 648	-5.9
Bernerbär	136 407	136 329	+0.1
Bümpliz Woche	22 137	22 192	-0.2
Der Bund	52 705	54 233	-2.8
Der Murtenbieter	4 252	4 290	-0.9
Finanz und Wirtschaft	33 347	35 324	-5.6
Solothurner Woche	78 980	78 169	+1.0
Sonntagszeitung	194 764	202 141	-3.6
Tagblatt der Stadt Zürich	146 096	140 473	+4.0
Tages-Anzeiger	202 297	213 738	-5.4
Thuner Tagblatt	24 556	24 731	-0.7
Thurgauer Zeitung	33 784	34 804	-2.9
20 Minuten Friday	115 127	–	–
Annabelle	70 214	70 117	+0.1
Automobil Revue	29 264	29 835	-1.9
Revue Automobile	14 658	15 066	-2.7
Schweizer Bauer	31 315	30 232	+3.6
Schweizer Familie	185 174	182 866	+1.2

Quelle: WEMF

¹ Erhebungszeitraum beginnt am 1. Juli und endet am 30. Juni. Publiziert wird jeweils am 1. Oktober.

² Berner Zeitung Gesamtausgabe inkl. der hier auch separat ausgewiesenen Titel Der Bund, Berner Oberländer, Thuner Tagblatt

Bei den Gratistiteln wird jeweils die verteilte Auflage ausgewiesen. Bei den bezahlten Titeln wird jeweils die total verkaufte Auflage angegeben.

* provisorische Beglaubigung

Zeitschriften

Das kostenlose People-Magazin **20 Minuten Friday**, das *20 Minuten* gemeinsam mit *Annabelle* und *tilllate.com* verlegt, erreichte im vergangenen Jahr bereits 426 000 Leserinnen und Leser. Aufgrund der grossen Nachfrage insbesondere durch junge Leserinnen und Leser wurde die Auflage schrittweise auf 172 000 Exemplare erhöht. Auch im Werbemarkt entwickelte sich das erst im Oktober 2008 neu lancierte Magazin erfreulich. Im vergangenen Jahr übertraf *Friday* die Erwartungen sowohl in Bezug auf den Umsatz als auch das Ergebnis. Die Investitionen in das junge Magazin fielen dadurch deutlich geringer aus als erwartet.



Die Werbeumsätze der **Annabelle** gaben im vergangenen Jahr leicht nach. Redaktion und Verlag konnten den Umsatzrückgang jedoch durch frühzeitig ergriffene Massnahmen auffangen und das Ergebnis gegenüber dem Vorjahr leicht steigern. Im Jahresvergleich gewann die Schweizer Frauenzeitschrift bei einer stabilen Auflageentwicklung neue Leserinnen und Leser hinzu. Im November wurde die Onlineplattform *annabelle.ch* neu gestaltet und ein Frauen-Webbrowser vorgestellt.

annabelle

Die **Automobil Revue** und die **Revue Automobile** verloren in einem stark rückläufigen Marktumfeld für Automobilanzeigen Umsatz und Marktanteile. Die Leserzahlen entwickelten sich rückläufig. Um mittelfristig wieder positive Ergebnisse zu erreichen, ergriffen die Fachmedien Mobil verschiedene Sparmassnahmen. Für die betroffenen Mitarbeitenden kam ein Sozialplan zur Anwendung. Seit Anfang 2009 erscheinen *Automobil Revue* und *Revue Automobile* in neuer Gestaltung. Gleichzeitig wurden die Onlineaktivitäten gestrafft. Die französischsprachige *Revue Automobile* erscheint seit 2010 neu alle zwei Wochen statt wie bisher wöchentlich.

**AUTOMOBIL
REVUE**
**REVUE
AUTOMOBILE**

Das Magazin gewann im vergangenen Jahr trotz eines Umsatzrückgangs Marktanteile im Werbemarkt. Ausgesprochen erfreulich entwickelten sich die Leserschaftszahlen. Mit 681 000 Leserinnen und Lesern weist die 2009 konzeptionell und gestalterisch erneuerte Wochenendbeilage einen neuen Rekordwert aus. Seit dem Oktober wird *Das Magazin* auch dem *Bund* beigelegt. Die Auflage stieg in Folge trotz eines Auflagenrückgangs bei der *Berner Zeitung BZ* sowie der Einstellung des *Solothurner Tagblatts*.

DAS MAGAZIN

Die Motorradzeitschriften **Moto Sport Schweiz** und **Moto Sport Suisse**, die in einem schwierigen Umfeld Werbeumsatzverluste hinnehmen mussten, wurden im November an die MotorMedia GmbH veräussert. Die beiden Motorradzeitschriften werden deshalb im Geschäftsbericht als nicht weitergeführte Bereiche ausgewiesen.



Schweizer Bauer Der gemeinsam mit der Oekonomischen und Gemeinnützigen Gesellschaft des Kantons Bern verlegte **Schweizer Bauer** weist für das vergangene Geschäftsjahr eine stabile Umsatzentwicklung aus. Die zweimal wöchentliche erscheinende Zeitung für die Landwirtschaft konnte ihre Auflage 2009 steigern. Die Straffung der Organisation sowie die Neuausrichtung der Online-Aktivitäten erlaubte dem Verlag Fachmedien Agrar die stärkere Konzentration auf den Haupttitel *Schweizer Bauer*. Die Beilage *Land & Leben* erscheint seit dem Sommer sechsmal jährlich statt monatlich.



Die **Schweizer Familie** gewann im Jahresvergleich erneut Leserinnen und Leser hinzu. Trotz eines Rückgangs der Werbeumsätze gelang es Redaktion und Verlag, den Marktanteil im Werbemarkt sowie das Ergebnissniveau gegenüber dem Vorjahr zu steigern. Auf grossen Anklang stiess das gemeinsam mit dem Winzerverband lancierte Projekt zur Förderung der Schweizer Weine. Im Sommer wurden die rund 500 *Schweizer Familie*-Feuerstellen in den Kartendienst von *search.ch* aufgenommen. Für das laufende Jahr ist eine Neugestaltung des Onlineportals *schweizerfamilie.ch* geplant.



Die Programmbeilage **TVtäglich**, die gemeinsam mit Ringier verlegt wird, wurde im Juni neu gestaltet. Die Leserführung der leserstärksten Programmzeitschrift der Schweiz wurde verbessert und das Tagesprogramm auf einer Doppelseite zusammengefasst. Umsatz und Ergebnis entwickelten sich rückläufig, während *TVtäglich* im Jahresvergleich steigende Leserzahlen ausweist.

Das **Geschäftsfeld Zeitschriften** schliesst das vergangene Jahr mit einem 6,8 Prozent tieferen Umsatz (Betriebsertrag) gegenüber Dritten von 93,9 Mio. CHF ab. Der Rückgang ist auf die konjunkturell bedingte Entwicklung des Werbemarktes zurückzuführen. Dank der positiven Entwicklung von *Schweizer Familie*, *Annabelle* sowie Fachmedien Agrar stieg das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) trotz der Investitionen in *20 Minuten Friday* um 3,2 Prozent auf 11,8 Mio. CHF. Die EBITDA-Marge nahm von 11,2 Prozent im Vorjahr auf 12,5 Prozent zu. Das Geschäftsfeld Zeitschriften festigte damit seine im Jahr 2007 erreichte Position als wichtiger Ergebnisfeiler des Unternehmens.

Elektronische Medien

20minuten.ch und **20minutes.ch** steigerten ihren Umsatz 2009 erneut und übertrafen die Ergebniserwartungen deutlich. Der kontinuierliche Ausbau des Angebotes führte zu einem starken Anstieg der Besucherzahlen bei der führenden Schweizer Nachrichtenplattform. Seit September bieten *20minuten.ch* und *20minutes.ch* ein umfassendes Nachrichten- und Serviceangebot auf Gemeindeebene an. Äusserst erfolgreich entwickelte sich auch die 2008 lancierte iPhone-Applikation, die im Verlauf des Berichtsjahres um eine kostenpflichtige Live-TV-Applikation ergänzt wurde. Im März des laufenden Jahres erneuerten *20minuten.ch* und *20minutes.ch* ihre Gestaltung. Die Kleinanzeigenplattform *piazza.ch* wurde Anfang 2009 in *20minuten.ch* integriert. Die Anzahl eingestellter Inserate nahm im Jahresvergleich, auch dank der Partnerschaft mit der Westschweizer Kleinanzeigenplattform *anibis.ch*, leicht zu. Der Umsatz entwickelte sich positiv.



Das Berner Radio **Capital FM** konnte die Ziele im Werbemarkt nicht erreichen und weist im Berichtsjahr einen leichten Umsatz- und Ergebnisrückgang aus. Im Verlauf des Jahres wurde die Verkaufsorganisation von *Capital FM* und dem Partnersender *TeleBärn* verselbstständigt und neu aufgestellt. Mit Live-Events, neuen Sendeformaten sowie der Jahresserie «50 Jahre Berner Rock» gemeinsam mit *Berner Zeitung BZ* und *bernerzeitung.ch* schärfte *Capital FM* sein Profil als Musik- und Informationsradio der Hauptstadtregion.



Die Onlineplattform der *Finanz und Wirtschaft* unter **fuw.ch** zog mehr Besucherinnen und Besucher an als im Vorjahr. Seit Frühling 2009 erscheint der Vorbörsenbericht «FuW-Report» auf den Nachrichtenportalen der Newsnetz-Partner.



Die führende Schweizer Immobilienplattform **homegate.ch** setzte ihr Wachstum auch im vergangenen Jahr fort. Die Zahl der eingestellten Immobilien sowie die Besucherzahlen erreichten einen neuen Höchststand. Ebenfalls positiv entwickelten sich Umsatz und Ergebnis. Im Frühling wurde ein neues interaktives *homegate.ch*-Magazin aufgeschaltet, im August eine iPhone-Applikation mit standortbezogener Immobiliensuche lanciert und Google Street View in das Angebot eingebunden. Seit September wird *homegateTV* neu auch in der Region Bern auf *TeleBärn* ausgestrahlt. Nach der Zustimmung der Wettbewerbsbehörden zum Zusammenschluss der Schweizer Aktivitäten von Edipresse mit Tamedia wurde *homegate.ch* gemeinsam mit den Stellen- und Partnerschaftsplattformen in eine gemeinsame Online-Rubrikenorganisation eingebracht.



Die Stellenplattformen **alpha.ch** und **jobwinner.ch** spürten – wie die gedruckten Stellenbeilagen – den negativen Einfluss der steigenden Arbeitslosenzahlen. Obwohl die Verlagerung der Stellenanzeigen ins Internet weiter voranschreitet und die Stellenplattformen insgesamt Marktanteile gewinnen, gingen Umsatz und Ergebnis 2009 deutlich zurück. Im Januar beteiligte sich Tamedia am Stellensuchportal *jobsuchmaschine.ch*. Durch die Partnerschaft entstand der bezüglich Inserate und Reichweite zweitstärkste Stellenplattformenverbund der Schweiz. Ende 2009 wurden *alpha.ch* und *jobwinner.ch* gemeinsam mit *jobup.ch* Teil der neuen Classified Online-Organisation von Edipresse und Tamedia. Für das laufende Jahr ist die Aufschaltung einer neuen technischen Plattform geplant.





Das im Sommer 2008 gestartete **Newsnetz** baute seine Nutzerschaft im zweiten Jahr seines Bestehens weiter aus und verteidigte erfolgreich seine Position als zweitstärkste Nachrichtenplattform der Schweiz. Die Umsatz- und Ergebnisentwicklung konnte die hohen Erwartungen erfüllen. Seit dem März verstärkt das Nachrichtenportal *thurgauerzeitung.ch* den Newsnetz-Verbund. Gleichzeitig wurde das Angebot mit dem erfolgreichen Mama-Blog ausgebaut, und seit dem Sommer bietet ein Lokalportal Nachrichten auf Gemeinde-Ebene an. Äusserst erfolgreich entwickelten sich auch die im Verlauf des Jahres lancierten iPhone-Applikationen für *bazonline.ch*, *bernerzeitung.ch*, *derbund.ch*, *tagesanzeiger.ch* und *thurgauerzeitung.ch*, die mit einer Breaking-News-Funktion auf Wunsch aktiv über wichtige Ereignisse informieren.



Radio 24 blieb 2009 das hörerstärkste Privatrado im wettbewerbsintensiven Radiomarkt Zürich. Trotz eines Umsatzrückgangs hielt *Radio 24* die Marktführerschaft auch im Werbemarkt. Der Sender weist lediglich ein leicht tieferes Ergebnis als im Vorjahr aus. Im April wurde die Onlineplattform *radio24.ch* ausgebaut und neu gestaltet. Im Oktober feierte *Radio 24* sein dreissigjähriges Jubiläum mit einem rauschenden Fest für Hörerinnen und Hörer, Kunden, Partner und Mitarbeitende. Ebenfalls ein rundes Jubiläum feierte im Herbst die 1999 entwickelte Sende- und Partyreihe «Friday Nite».



Immer ein Volltreffer.

Nachdem die eidgenössische Wettbewerbskommission der geplanten Übertragung im Herbst 2009 zugestimmt hatte, beteiligte sich Tamedia mit 75 Prozent an der Räber Information Management GmbH als Betreibergesellschaft von **search.ch**. Die Schweizerische Post hält als Partner weiterhin 25 Prozent. Das führende Schweizer Service- und Verzeichnisportal baute seine Reichweite im vergangenen Jahr aus. Die erfolgreichen Dienste wurden weiterentwickelt und das Angebot um eine neue Produktsuche ergänzt. Die Anfang 2010 lancierte iPhone-Applikation gehört seit ihrer Aufschaltung zu den meistgeladenen Applikationen. Um die Stellung im Werbemarkt zu festigen, verstärkte *search.ch* seine Verkaufsorganisation.



Das Regionalfernsehen **TeleBärn** schloss das Jahr 2009 mit einem im Vorjahresvergleich tieferen Umsatz ab. Die Verluste konnten hingegen leicht reduziert werden. Im Verlauf des Jahres stellte *TeleBärn* auf das neue Sendeformat 16:9 um, frischte das Senderdesign auf und baute die Informationsleistung aus. Die Weiterentwicklung des Senders konnte den negativen Trend bei den Zuschauerzahlen bisher noch nicht umkehren. Im März 2010 feierte der Sender seinen 15. Geburtstag.



Auch **TeleZüri** konnte das Umsatz- und Ergebnisniveau 2009 in einem negativen Marktumfeld nicht halten. Der Sender bleibt jedoch im Werbemarkt das mit Abstand stärkste Regionalfernsehen. Die Zusammenarbeit mit anderen Regionalfernsehen konnte im Werbeverbund Regio News Combi erneuert werden. Die Zuschauerzahlen entwickelten sich stabil. Nach dem 2008 gefällten Entscheid für einen Sendebetrieb ohne Konzession weitete *TeleZüri* sein Sendegebiet etappenweise auf die Regionen Appenzell, Schaffhausen, St. Gallen, Thurgau und Zentralschweiz aus. Nach Abschluss des Ausbaus verfügt der Sender neu über ein Zuschauerpotenzial von 2,7 Millionen Personen.

Die Umsatzentwicklung von **tilllate.com** blieb in einem wettbewerbsintensiven Umfeld deutlich hinter den Erwartungen zurück. Trotz umfangreicher Kostensenkungsmassnahmen musste die Beteiligung an *tilllate.com* in der Folge wertberichtigt werden. Zuversichtlich stimmt, dass *tilllate.com* seine Position als Nummer 1 unter den Schweizer Nightlife-Plattformen im vergangenen Jahr erfolgreich verteidigen konnte. Zudem wurde die Gestaltung der Plattform erneuert, ein neues Logo eingeführt und das Angebot *tilllate.biz* für Geschäftskunden gestärkt.



Der Umsatz (Betriebsertrag) des **Geschäftsfeldes Elektronische Medien** gegenüber Dritten nahm um 8,7 Prozent auf 91,2 Mio. CHF zu. Während der Umsatz aus den Radio- und TV-Aktivitäten zurückging, stiegen die Onlineumsätze insbesondere durch das Wachstum von *20minuten.ch*, *homegate.ch* und *Newsnetz* sowie die Akquisition von *search.ch* deutlich. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) verbessert sich um 60,6 Prozent auf 7,2 Mio. CHF. Die EBITDA-Marge liegt in der Folge mit 7,7 Prozent deutlich über dem Niveau des Vorjahres (5,2 Prozent).

Services

Die Frühzustellorganisation **Bevo AG** wies in den ersten drei Quartalen des Berichtsjahres eine stabile Umsatzentwicklung aus, während die **Zuvo Zustell- und Vertriebsorganisation AG** einen Umsatzrückgang hinnehmen musste. Beide Gesellschaften wurden nach der Zustimmung der Wettbewerbsbehörden im November 2009 an die Schweizerische Post übertragen und werden im Geschäftsbericht als nicht weitergeführte Bereiche ausgewiesen.



Die **Lesermarkt-Services**, die zentrale Lesermarkt- und Vertriebsaufgaben für alle abonnierten Medien sowie das neu in Zürich konzentrierte Call Center umfassen, steigerten im vergangenen Jahr ihre Umsätze. Das Wachstum ist in erster Linie auf die Integration der Medien von Espace Media zurückzuführen. Im März des laufenden Jahres bezog das Call Center neue Räumlichkeiten im Druckzentrum Bubenberg.

Der Umsatz des **Druckzentrums Bubenberg** in Zürich sank aufgrund rückläufiger Volumen sowie der Konsolidierung des Pendlerzeitungsmarktes. Neu gewonnene Aufträge, unter anderem für den Blick am Abend, konnten den Umsatzrückgang nicht kompensieren. Das neue Vier-Bund-Konzept des *Tages-Anzeigers*, das bei gleichbleibender Auflage einen rascheren Druck ermöglicht, wirkte sich ebenfalls negativ auf die Auslastung aus. Im März des laufenden Jahres richtete das Druckzentrum deshalb seine Organisation neu aus. Die schlankere Organisation, die mit einem Stellenabbau verbunden war, soll es dem Druckzentrum ermöglichen, weiterhin wettbewerbsfähige Druckpreise anzubieten. Bereits im Berichtsjahr positiv auf die Kostenentwicklung wirkten sich die sinkenden Papierpreise aus.

tamedia:
druckzentrum



Buechler Grafino AG

Das **Druckzentrum Buechler Grafino** in Bern weist für das vergangene Jahr einen leicht tieferen Umsatz aus. Dank sinkenden Papierpreisen sowie verschiedener Kostensenkungsmassnahmen konnte das Ergebnis jedoch auf hohem Niveau gehalten werden. Die neu gewonnenen oder erneuerten Druckaufträge für den *Blick am Abend*, das *Migros Magazin* und die *HTR Hotel Revue* wirkten sich stabilisierend auf die Gesamtauslastung aus.

Die **Production Services**, in denen die Vorstufenleistungen der meisten Medien von Tamedia zusammengefasst sind, trennten sich im vergangenen Jahr vom Geschäft mit Drittkunden. Die Konzentration auf interne Dienstleistungen, die deutlich tieferen Volumen der internen Zeitungs- und Zeitschriftenkunden sowie die Einstellung von *News* und *Solothurner Tagblatt* führten zu einem starken Umsatzrückgang, der trotz zahlreicher Kostensenkungsmassnahmen nicht kompensiert werden konnte. Mit der Einführung neuer Redaktions- und Anzeigensysteme bei verschiedenen internen Kunden wurden im vergangenen Jahr wichtige Grundlagen für die Harmonisierung der Prozesse geschaffen.



Schaer Thun AG

Die **Schaer Thun AG** verlagerte ihre Aktivitäten im Berichtsjahr von Uetendorf nach Thun. Der Umsatz sank in Folge der im Vorjahr eingeleiteten Fokussierung der Geschäftstätigkeit auf Druckvorstufenleistungen für den *Thuner Anzeigenzeiger*.

Der Umsatz (Betriebsertrag) des **Geschäftsfeldes Services** gegenüber Dritten sank im vergangenen Jahr um 11,8 Prozent auf 89,4 Mio. CHF. Die tieferen Umsätze widerspiegeln hauptsächlich die konjunkturell bedingten Volumenrückgänge der Zeitungskunden sowie die Einstellung einzelner Titel. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) liegt mit 58,2 Mio. CHF um 1,0 Prozent unter dem Vorjahresergebnis von 58,7 Mio. CHF. Mit einer EBITDA-Marge von 25,9 Prozent weist das Geschäftsfeld Services erneut eine hohe Rentabilität aus (Vorjahr 20,6 Prozent).

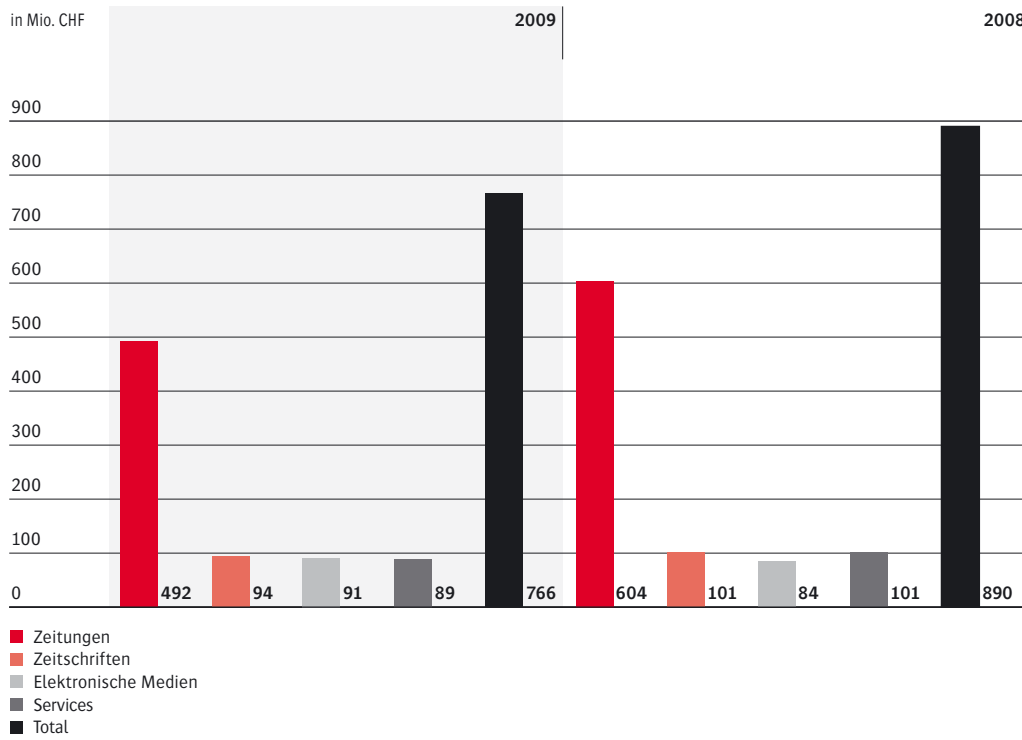
Geschäftsfelder im Überblick (tabellarische Darstellung)

in CHF 000

	Zeitungen	Zeitschriften	Elektronische Medien	Services	Eliminationen	Total
2009						
Betriebsertrag Dritte und Intersegment	521 078	94 629	92 990	224 857	(167 605)	765 949
Betriebsaufwand	(506 562)	(82 839)	(85 803)	(166 698)	167 605	(674 297)
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	14 516	11 790	7 187	58 159	–	91 652
Betriebsergebnis (EBIT)	10 950	11 533	(1 410)	30 571	–	51 643
Durchschnittlicher Mitarbeiterbestand	1 001	166	405	845	–	2 417
2008						
Betriebsertrag Dritte und Intersegment	636 712	101 892	85 293	285 651	(219 466)	890 083
Betriebsaufwand	(543 274)	(90 463)	(80 818)	(226 902)	219 466	(721 991)
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	93 438	11 429	4 475	58 749	–	168 091
Betriebsergebnis (EBIT)	89 065	11 160	1 365	32 002	–	133 592
Durchschnittlicher Mitarbeiterbestand	1 021	174	324	933	–	2 452

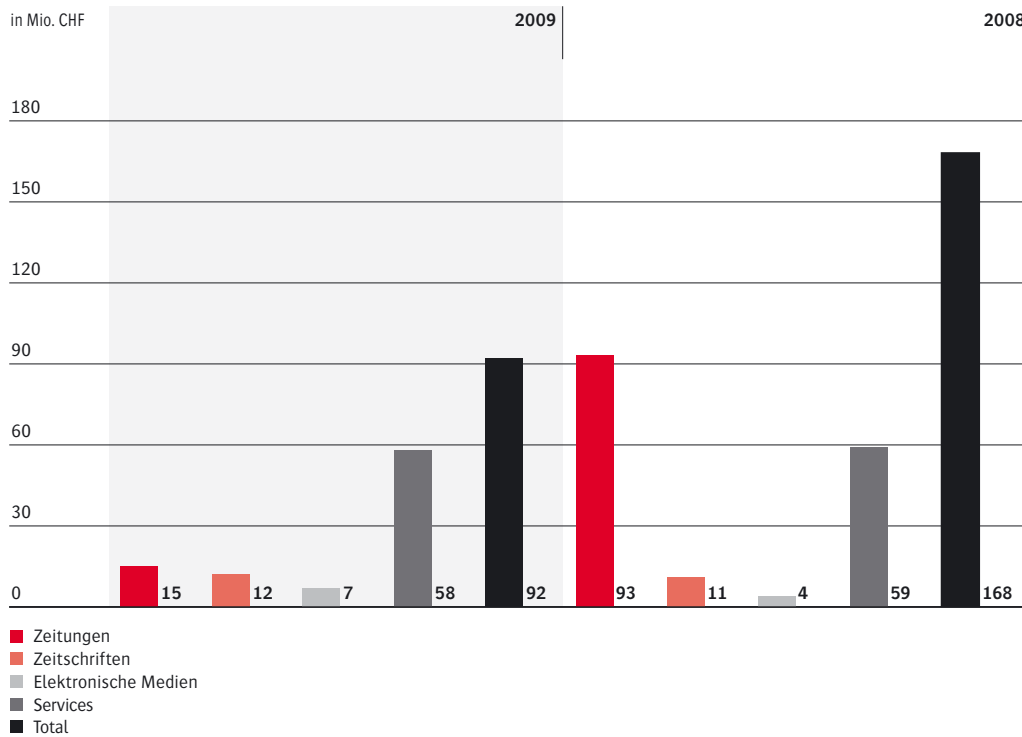
Betriebsertrag (Umsatz) Dritte nach Geschäftsbereichen

Grafik 1



EBITDA nach Geschäftsfeld

Grafik 2



Finanzieller Überblick

Rechnungslegung im 2009

Im Geschäftsjahr 2009 waren verschiedene neue und revidierte Standards (IFRS) und Interpretationen (IFRIC) erstmals anzuwenden. Die wesentlichsten Einflüsse ergeben sich aus IFRS 8 «Operative Segmente». Die Anwendung des neuen Standards und die vorzeitige Anwendung der «Verbesserungen an IFRS (2009)» im Zusammenhang mit IFRS 8 bewirkten jedoch keine Veränderung der dargestellten Geschäftsfelder und der für diese ermittelten Angaben. Einzelne bisher offengelegte Angaben werden nicht mehr gezeigt. Diese sind auch nicht in der internen Berichterstattung enthalten.

Veränderungen im Konsolidierungskreis

Akquisitionen

Die Veränderungen im Konsolidierungskreis betrafen die Übernahme einer Beteiligung von 75 Prozent an der Räber Information Management GmbH von der Schweizerischen Post per 1. November 2009. Die Gesellschaft betreibt das führende Verzeichnis- und Serviceportal *search.ch*. Die Schweizerische Post bleibt mit 25 Prozent weiterhin an *search.ch* beteiligt.

Veräusserung von konsolidierten Gesellschaften

Auf den 1. November 2009 hat Tamedia ihre 50 Prozent-Beteiligungen an der Zuvo Zustell- und Vertriebsorganisation AG und sowie der Bevo AG sowie ihre 100 Prozent-Beteiligung an der Espace Media Vertrieb AG an die Schweizerische Post veräussert.

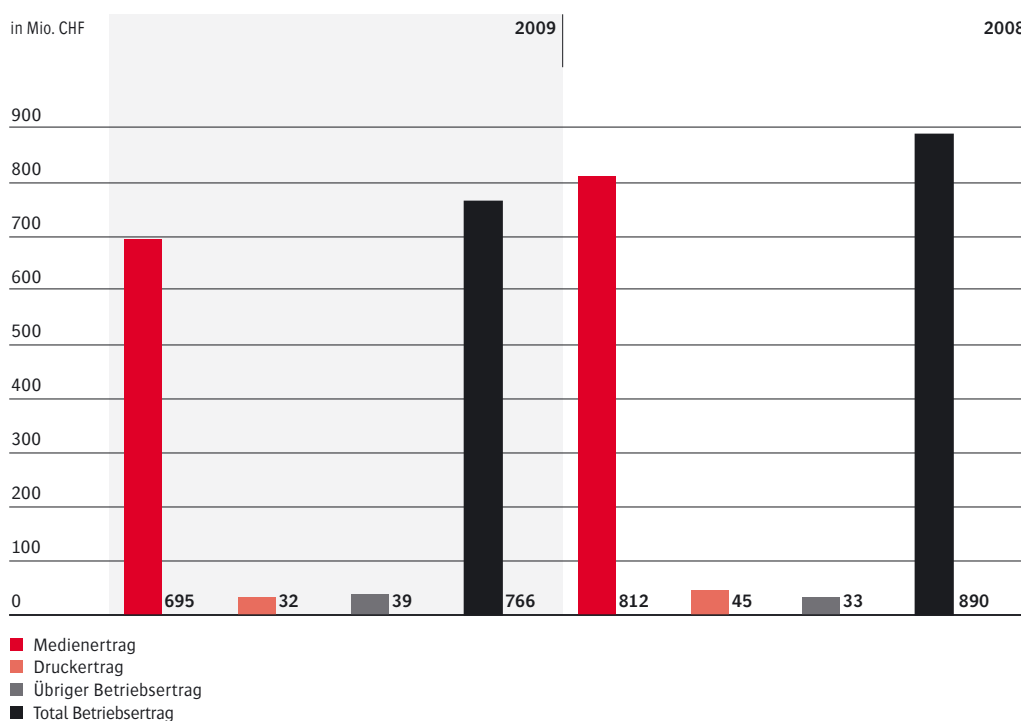
Umsatz (Betriebsertrag)

Das Geschäftsjahr 2009 stand unter dem Eindruck eines konjunkturell bedingten rückläufigen Werbemarktes. Der Umsatz (Betriebsertrag) von Tamedia ging in der Folge um 14 Prozent oder 124,1 Mio. CHF auf 766,0 Mio. CHF zurück. Einen positiven Beitrag zur Umsatzentwicklung leisteten die Aktivitäten der Pendlerzeitung *L'essentiel*, die Online-Aktivitäten von *homegate.ch*, *tilllate.ch* und *Newsnetz* sowie der neu erworbenen Plattform *search.ch*. Die eingestellte Pendlerzeitung *News*, die veräusserten Motorradzeitschriften *Moto Sport Schweiz* und *Moto Sport Suisse* sowie die Frühzustellaktivitäten werden unter den nicht weitergeführten Bereichen ausgewiesen. Die nicht weitergeführten Bereiche erwirtschafteten einen Umsatz von 53,0 Mio. CHF (Vorjahr: 75,3 Mio. CHF). Im Vorjahr sind in den nicht weitergeführten Bereichen auch die Druckaktivitäten von Benteli Hallwag enthalten.

Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)

Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) sank um 76,4 Mio. CHF oder 45,5 Prozent auf 91,7 Mio. CHF. Dass der Rückgang nicht höher ausfiel, ist der positiven Entwicklung der Pendlerzeitung *L'essentiel*, der *Schweizer Familie*, den Online-Aktivitäten von *homegate.ch* und *Newsnetz* sowie dem sich erfreulich entwickelnden Call Center zuzuschreiben. Mit 7,1 Prozent sank der Betriebsaufwand in deutlich geringerem Ausmass als der Umsatz,

Grafik 3

Umsatz (Betriebsertrag)

was zu einem Rückgang der EBITDA-Marge von 18,9 auf 12,0 Prozent führte. Die separat ausgewiesenen nicht weitergeführten Bereiche verzeichnen auf Stufe EBITDA einen Verlust von –9,0 Mio. CHF (Vorjahr: –16,8 Mio. CHF).

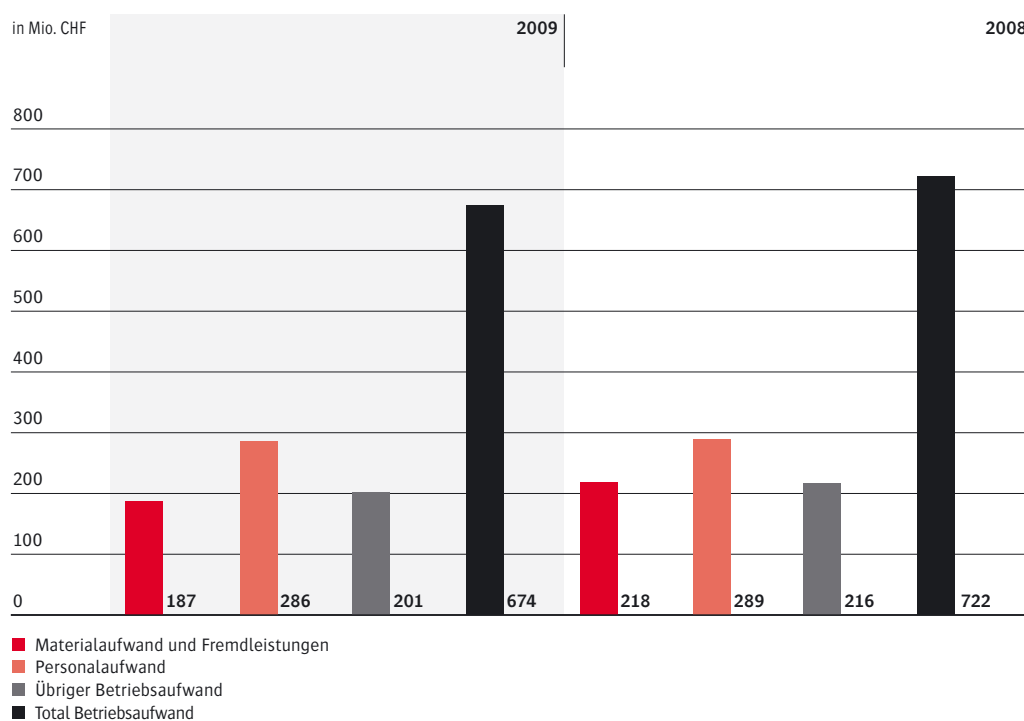
Das Betriebsergebnis (EBIT) sank um 61,3 Prozent oder 81,9 Mio. CHF und beträgt neu 51,6 Mio. CHF. Die Abschreibungen fielen mit 40,0 Mio. CHF um 5,5 Mio. CHF oder 16 Prozent höher aus als im Vorjahr. Der Anstieg ist fast ausschliesslich auf die notwendige Wertberichtigung des Goodwills von *tilllate.com* im Umfang von 4,6 Mio. CHF zurückzuführen. Die EBIT-Marge ging deutlich von 15,0 auf 6,9 Prozent zurück. Mit Ausnahme der elektronischen Medien schrieben auf Stufe EBIT sämtliche Geschäftsfelder schwarze Zahlen.

Ergebnis

Das Ergebnis 2009 liegt mit 46,7 Mio. CHF um 55,8 Prozent oder 59,1 Mio. CHF unter dem Vorjahreswert von 105,7 Mio. CHF. Der Ergebnisanteil an assoziierten Gesellschaften nahm im Berichtsjahr um 1,6 Mio. CHF auf –0,9 Mio. CHF ab. Dazu trugen vor allem die neuen Beteiligungen an Online-Portalen bei, die sich mehrheitlich in einer Aufbauphase befinden.

Das Finanzergebnis nahm um 9,2 Mio. CHF auf 10,2 Mio. CHF ab. Zu diesem Rückgang trug vor allem das Finanzergebnis aus IAS 19 bei, das um 23,2 Mio. CHF auf –3,6 Mio. CHF abnahm. Demgegenüber stehen einmalige Gewinne aus dem Verkauf der Beteiligungen

Grafik 4

Betriebsaufwand

an der Zuvo Zustell- und Vertriebsorganisation AG, der Bevo AG sowie der Espace Media Vertriebs AG.

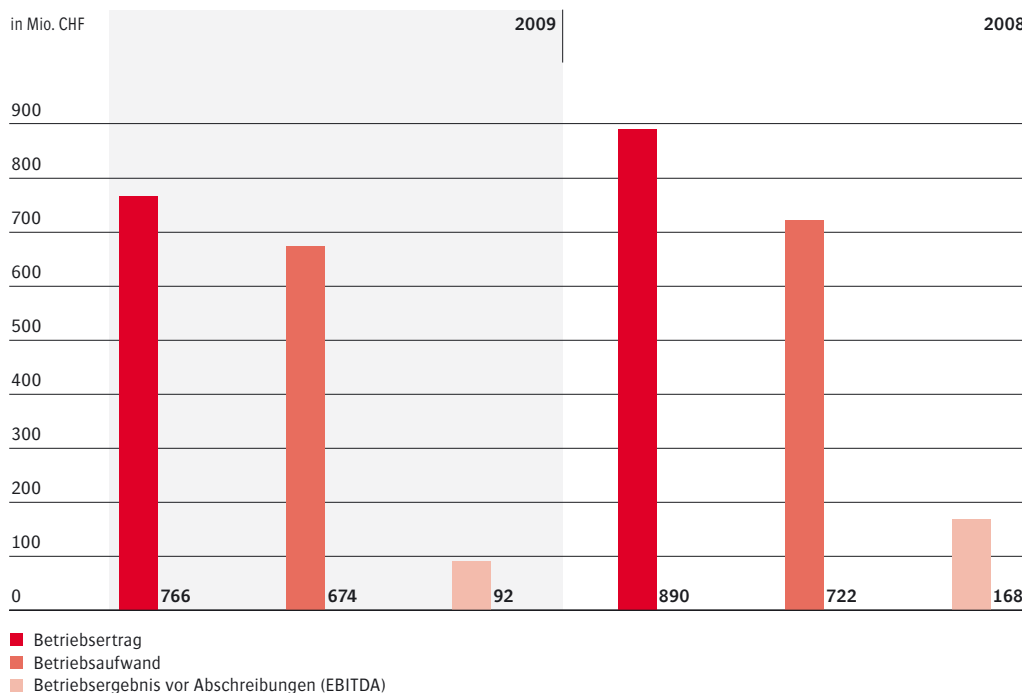
Der effektive Steuersatz nahm um 15 Prozentpunkte auf 4 Prozent ab. Im Geschäftsjahr konnten Verlustvorträge, deren Realisierung bisher als nicht wahrscheinlich gegolten hatte, definitiv genutzt und latente Steuerverbindlichkeiten, die bislang als notwendig eingeschätzt worden waren, aufgelöst werden. Ferner fielen im Rahmen von Sanierungsmassnahmen steuerwirksame Aufwendungen in den weitergeführten Bereichen an, denen keine steuerbaren Erträge in den nicht weitergeführten Bereichen entgegenstanden.

Bilanz und Eigenkapital

Die Bilanzsumme nahm von 1 098,7 Mio. CHF um 46,3 Mio. CHF auf 1 145,0 Mio. CHF zu. Der Eigenfinanzierungsgrad stieg dank einer absoluten Zunahme des Eigenkapitals um 62,9 Mio. CHF auf 810,3 Mio. CHF beziehungsweise auf 70,8 Prozent. Die Berechnungen nach IAS 19 und IFRIC 14 führen sowohl bei den zu bilanzierenden Vorsorgeguthaben und -verbindlichkeiten als auch bei den direkt in der Gesamtergebnisrechnung erfassten versicherungsmathematischen Veränderungen zu erheblichen Schwankungen. 2009 wurde dadurch ein Betrag von 48,9 Mio. CHF (nach latenten Steuern) in der Gesamtergebnisrechnung erfasst, während im Vorjahr noch ein Abzug von 110,0 Mio. CHF verzeichnet worden war. Die Aussagekraft der Eigenkapitalquote als solcher, aber auch deren Ver-

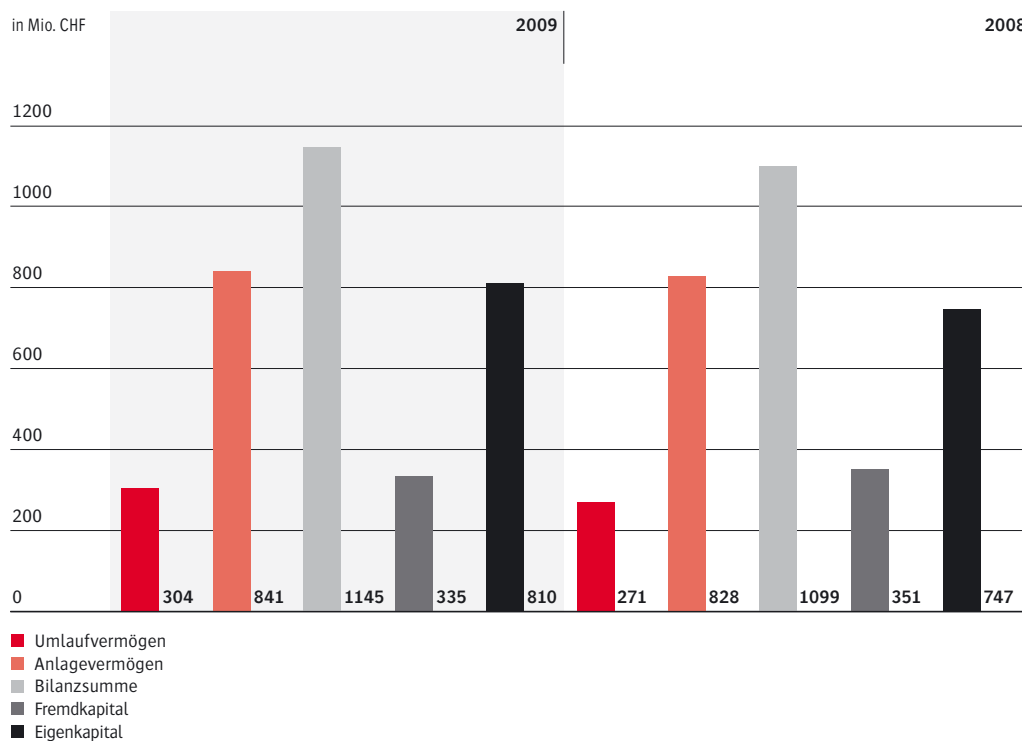
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)

Grafik 5



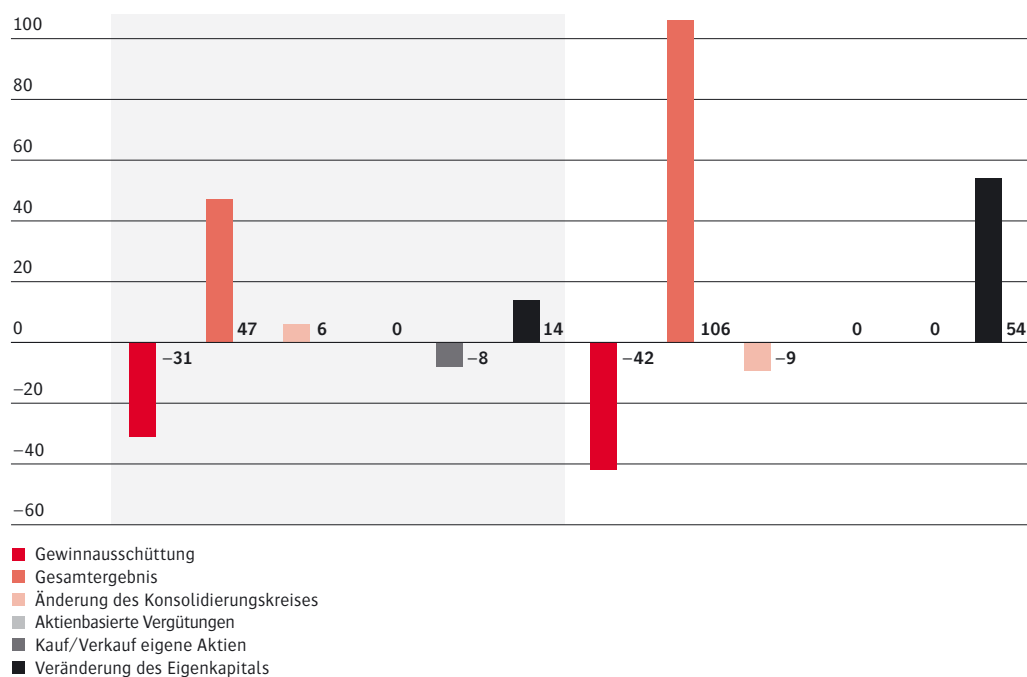
Bilanz

Grafik 6



Grafik 7

Veränderung des Eigenkapitals



änderung ist, dadurch stark beeinträchtigt. 31,4 Mio. CHF wurden im vergangenen Jahr als Dividende an die Aktionäre der Tamedia AG ausgeschüttet.

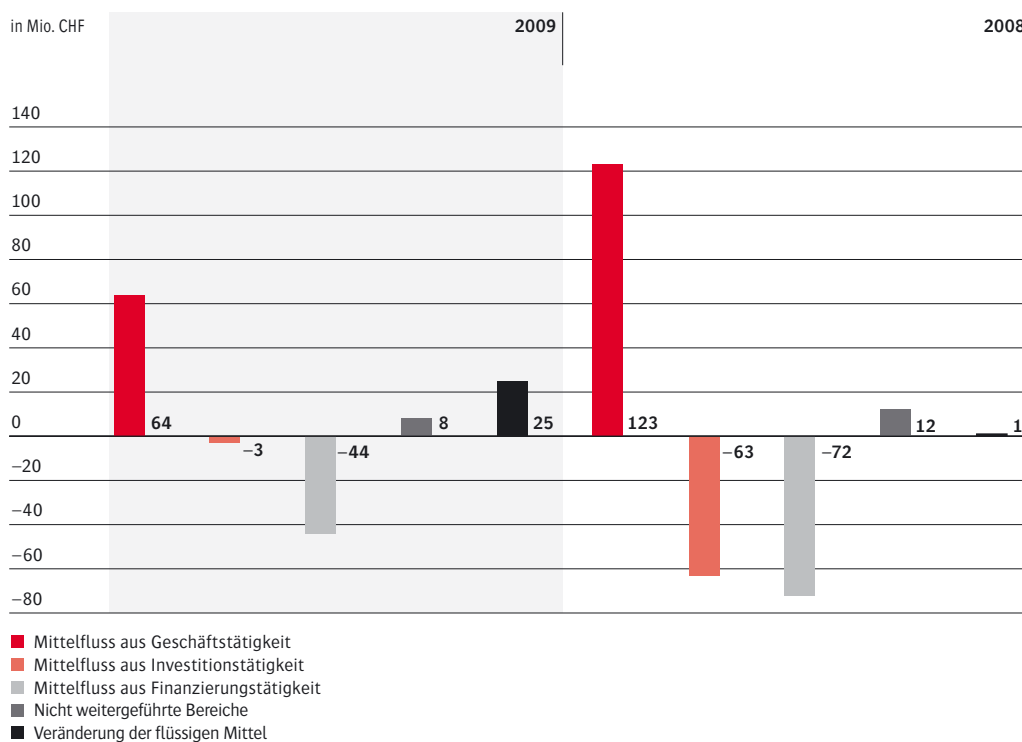
Das Umlaufvermögen der weitergeführten Bereiche stieg um 26,5 Mio. CHF auf 271,9 Mio. Die flüssigen Mittel nahmen deutlich um 25,3 Mio. CHF zu, während bei allen anderen Positionen insgesamt keine wesentliche Veränderung zu verzeichnen war. Ende Jahr übertrafen die flüssigen Mittel inklusive kurzfristigen Finanzanlagen die Finanzverbindlichkeiten um 106,5 Mio. CHF (Vorjahr: 79,6 Mio. CHF).

Die zur Veräusserung bestimmten Vermögenswerte nahmen um insgesamt 6,7 Mio. CHF auf 32,0 Mio. CHF zu. Zu dieser Veränderung beigetragen haben vor allem die Entscheidung, zwei Liegenschaften mit einem Buchwert von 15,5 Mio. CHF zum Verkauf vorzusehen, sowie die im November 2009 erfolgte Veräusserung der Frühzustellaktivitäten, deren Vermögenswerte im Vorjahr noch mit 8,1 Mio. CHF berücksichtigt worden waren.

Die Zunahme des Anlagevermögens um 13,0 Mio. CHF oder 1,6 Prozent ergibt sich aus der Zunahme aller Positionen mit Ausnahme der Sachanlagen. Bei den Sachanlagen standen Investitionen von 4,5 Mio. CHF (Vorjahr 19,4 Mio. CHF) Abschreibungen von 27,0 Mio. CHF gegenüber. Die im vergangenen Jahr erworbenen Anteile an der Comfriends SA, der Fashion Friends AG, der Jobsuchmaschine AG, der Proseller AG und der Zattoo Schweiz AG führten zu einem Anstieg der Beteiligungen an assoziierten Gesellschaften auf 27,7 Mio. CHF. Die übrigen langfristigen Finanzanlagen stiegen um 52,1 Mio. CHF auf 83,1 Mio. CHF. Den grössten Einfluss auf diese Zunahme hatten die Vorsorgeguthaben nach

Grafik 8

Mittelfluss



IAS 19 mit einem Zuwachs von 51,4 Mio. CHF. Die immateriellen Anlagen umfassen insbesondere die bei der Erstkonsolidierung ermittelten Werte inklusive Goodwill. Die Überprüfung der Werthaltigkeit dieser Goodwillpositionen auf allfällige Minderwerte (Impairment) ergab 2009 einen Wertminderungsbedarf in der Höhe von 4,6 Mio. CHF auf dem Goodwill von *tilllate.com*.

Das kurzfristige Fremdkapital der weitergeführten Bereiche nahm um 10,7 Mio. CHF auf 265,0 Mio. CHF ab. Mit Ausnahme der übrigen passiven Rechnungsabgrenzungen verzeichneten alle Positionen des kurzfristigen Fremdkapitals der weitergeführten Bereiche einen Rückgang.

Die Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zur Veräusserung bestimmten Vermögenswerten enthalten insbesondere latente Steuerverbindlichkeiten, die diesen Vermögenswerten zuzuordnen sind.

Das langfristige Fremdkapital verblieb unverändert bei 65,4 Mio. CHF. Dabei stiegen die latenten Steuerverbindlichkeiten um 2,6 Mio. CHF, während die langfristigen Rückstellungen um 2,4 Mio. CHF auf 6,7 Mio. CHF abgebaut werden konnten.

Mehrfjahresvergleich

		2009	2008	2007	2006	2005
Betriebsertrag	Mio. CHF	765,9	890,1	743,2	657,9	650,0
Wachstum	%	(13,9)	19,8	13,0	1,2	14,7
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	Mio. CHF	91,7	168,1	159,8	141,0	127,2
Wachstum	%	(45,5)	5,2	13,3	10,9	23,4
Marge ¹	%	12,0	18,9	21,5	21,4	19,6
Ergebnis (der weitergeführten Bereiche)	Mio. CHF	51,7	124,5	162,3	103,1	79,7
Wachstum	%	(58,5)	(23,3)	57,4	29,3	55,6
Marge ¹	%	6,8	14,0	21,8	15,7	12,3
Mitarbeiterbestand (Durchschnitt) ²	Anzahl	2 417	2 452	1 789	1 541	1 616
Betriebsertrag pro Mitarbeiter	CHF 000	316,9	363,0	415,5	426,8	402,3
Umlaufvermögen	Mio. CHF	303,9	270,6	287,9	271,5	172,8
Anlagevermögen	Mio. CHF	841,1	828,1	931,6	517,4	546,2
Bilanzsumme	Mio. CHF	1 145,0	1 098,7	1 219,4	789,0	719,0
Fremdkapital	Mio. CHF	334,6	351,2	416,3	285,4	288,2
Eigenkapital	Mio. CHF	810,3	747,5	803,1	503,5	430,8
Mittelfluss aus Geschäftstätigkeit	Mio. CHF	63,9	123,3	159,9	116,3	126,9
Mittelfluss aus Investitionstätigkeit	Mio. CHF	(2,7)	(62,8)	(223,9)	3,9	(195,7)
Mittelfluss nach Investitionstätigkeit	Mio. CHF	61,1	60,5	(64,0)	120,2	(68,8)
Mittelfluss aus Finanzierungstätigkeit	Mio. CHF	(43,8)	(71,9)	15,1	(35,9)	(19,8)
Mittelfluss aus nicht weitergeführten Bereichen	Mio. CHF	7,9	12,4	(5,0)	(3,7)	–
Veränderung der flüssigen Mittel	Mio. CHF	25,3	1,3	(49,0)	84,3	(88,6)
Eigenkapital-Rentabilität ³	%	5,8	14,1	18,7	19,5	18,5
Eigenfinanzierungsgrad ⁴	%	70,8	68,0	65,9	63,8	59,9
Innenfinanzierungsgrad der Nettoinvestitionen ⁵	%	n.a.	196,2	71,4	n.a.	64,8
Liquiditätsgrad II ⁶	%	101,3	87,6	82,9	118,3	76,8
Verschuldungsfaktor ⁷	x	1,0	0,9	1,0	0,2	1,0

1 In Prozent des Betriebsertrags

2 Mitarbeiterbestand der weitergeführten Bereiche

3 Ergebnis inklusive Minderheitsanteile zu Eigenkapital per 31. Dezember

4 Eigenkapital zu Bilanzsumme

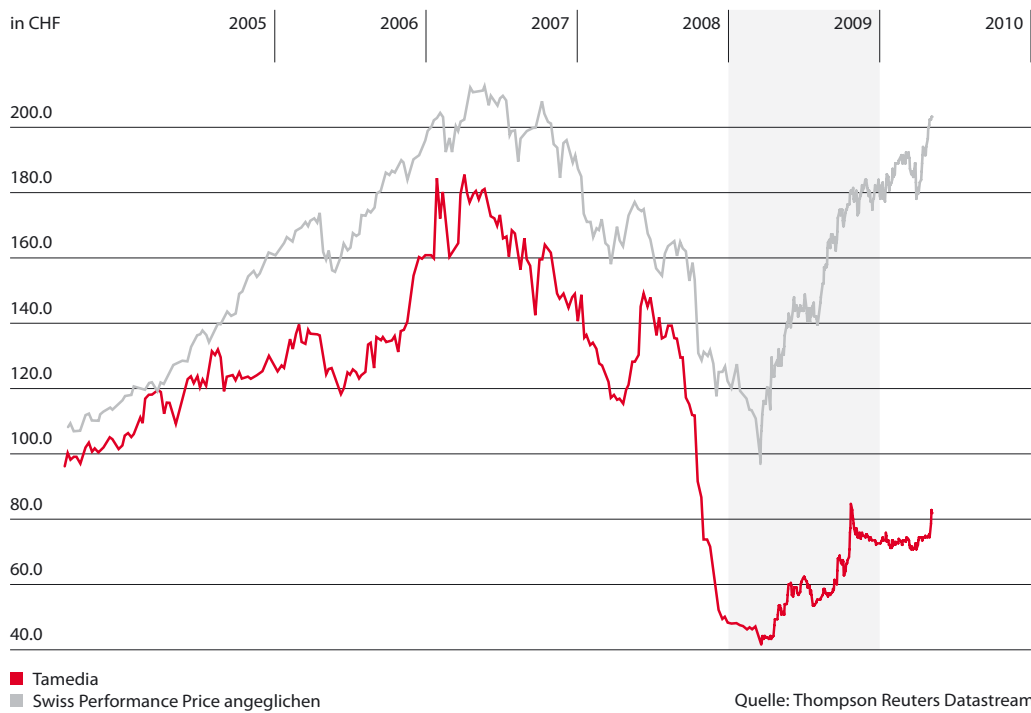
5 Mittelfluss aus Geschäftstätigkeit zu Mittelfluss aus Investitionstätigkeit

6 Umlaufvermögen ohne Vorräte zu kurzfristigem Fremdkapital

7 Nettoverschuldung (Fremdkapital abzüglich Umlaufvermögen ohne Vorräte) zu Mittelfluss aus Geschäftstätigkeit

Information für Investoren

Aktienkursentwicklung vom 2. Oktober 2004 bis 11. März 2010



Aktienkurs

in CHF	2009	2008	2007	2006	2005
Höchst	87.50	150.00	186.90	162.00	136.50
Tiefst	40.00	49.20	141.40	115.00	101.00
Jahresende	75.50	50.00	146.90	160.50	127.90

Börsenkapitalisierung

in Mio. CHF	2009	2008	2007	2006	2005
Höchst	928	1 590	1 869	1 620	1 365
Tiefst	424	522	1 499	1 150	1 010
Jahresende	800	530	1 557	1 605	1 279

Finanzkalender

Generalversammlung
Halbjahresberichterstattung

11. Mai 2010
1. September 2010

Kennzahlen pro Aktie

in CHF	2009	2008	2007	2006	2005
Ergebnis pro Aktie (unverwässert)	4.48	10.27	14.79	9.85	7.95
Ergebnis pro Aktie (verwässert)	4.48	10.27	14.79	9.85	7.95
EBIT pro Aktie	4.93	12.61	13.16	11.83	9.52
EBITDA pro Aktie	8.75	15.86	15.08	14.10	12.72
Free Cash Flow pro Aktie	5.84	5.71	(6.04)	12.02	(6.88)
Eigenkapital pro Aktie	77.34	70.54	75.77	50.35	43.08
Dividende pro Aktie	1.50 ¹	3.00	4.00	3.00	2.50
Ausschüttungsgrad ²	% 30,8	25,5	26,1	29,1	31,4
Dividenden-Rendite ³	% 2,0	6,0	2,7	1,9	2,0
Kurs-Gewinn-Verhältnis ³	x 16,9	4,9	9,9	16,3	16,1
Kurs-EBIT-Verhältnis ³	x 15,3	4,0	11,2	13,6	13,4
Kurs-EBITDA-Verhältnis ³	x 8,6	3,2	9,7	11,4	10,1
Kurs-Umsatz-Verhältnis ³	x 1,0	0,6	2,1	2,4	2,0
Kurs-Free Cash Flow-Verhältnis ³	x 12,9	8,8	(24,3)	13,4	(18,6)
Kurs-Eigenkapital-Verhältnis ³	x 1,0	0,7	1,9	3,2	3,0

1 Antrag des Verwaltungsrates

2 Basierend auf Ergebnis der weitergeführten Bereiche

3 Basierend auf Jahresendkurs

Kapitalstruktur

Das Aktienkapital von 106 Mio. CHF ist in 10 600 000 Namenaktien zu 10 CHF eingeteilt. Davon stammen 600 000 Aktien aus der Kapitalerhöhung, die im Oktober 2007 im Rahmen der Akquisition der Espace Media Groupe durchgeführt wurde. Es besteht kein genehmigtes oder bedingtes Kapital. Für die Aktienbeteiligungspläne hält das Unternehmen eigene Aktien gemäss Anmerkung 32, 44 und 45. Für 67,00 Prozent der Aktien besteht ein Aktionärsbindungsvertrag. Die Mitglieder des Aktionärsbindungsvertrages besitzen derzeit 71,80 Prozent der Aktien.

Ergebnisverwendung

Tamedia betreibt eine ergebnisorientierte Ausschüttungspraxis. In der Regel werden 35 bis 45 Prozent des Ergebnisses als Dividende ausgeschüttet.

Investor Relations

Tamedia AG
Christoph Zimmer
Leiter Unternehmenskommunikation
Werdstrasse 21
CH-8021 Zürich
Telefon: +41 44 248 41 35
Telefax: +41 44 248 50 26
E-Mail: christoph.zimmer@tamedia.ch

Tamedia-Gruppe

Konsolidierte Erfolgsrechnung

in CHF 000	Anmerkung	2009	2008
Medienertrag	4	694 917	811 558
Druckertrag	5	32 201	45 461
Übriger Betriebsertrag	6	38 831	33 063
Betriebsertrag		765 949	890 083
Materialaufwand und Fremdleistungen	7	(187 076)	(217 529)
Personalaufwand	8	(285 808)	(288 647)
Übriger Betriebsaufwand	9	(201 413)	(215 815)
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)		91 652	168 091
Abschreibungen	10	(40 009)	(34 499)
Betriebsergebnis (EBIT)		51 643	133 592
Ergebnisanteil an assoziierten Gesellschaften	11	(890)	756
Finanzertrag	12	14 904	21 503
Finanzaufwand	12	(4 746)	(2 100)
Ergebnis vor Steuern		60 911	153 750
Ertragssteuern	13	(9 205)	(29 271)
Ergebnis der weitergeführten Bereiche		51 705	124 479
Nicht weitergeführte Bereiche	15	(5 013)	(18 726)
Ergebnis		46 693	105 752
davon			
Anteil Aktionäre der Tamedia		46 919	108 780
Anteil Minderheitsaktionäre	16	(227)	(3 028)

Gewinn pro Aktie

in CHF	Anmerkung	2009	2008
Ergebnis pro Aktie (verwässert und unverwässert)	17	4.48	10.27
Ergebnis der weitergeführten Bereiche pro Aktie (unverwässert)	17	4.94	11.75
Ergebnis der weitergeführten Bereiche pro Aktie (verwässert)	17	4.93	11.75

Konsolidierte Gesamtergebnisrechnung

in CHF 000	Anmerkung	2009	2008
Ergebnis		46 693	105 752
Wertschwankung Finanzanlagen	39	192	(209)
Versicherungsmathematische Gewinne/(Verluste) IAS 19		48 856	(109 987)
Umrechnungsdifferenzen		7	310
Direkt im Eigenkapital erfasstes Ergebnis		49 054	(109 887)
Gesamtergebnis		95 747	(4 134)
davon			
Anteil Aktionäre der Tamedia		95 974	(1 106)
Anteil Minderheitsaktionäre		(227)	(3 028)

Konsolidierte Bilanz

in CHF 000, per 31. Dezember

	Anmerkung	2009	2008
Flüssige Mittel		113 604	88 315
Kurzfristige Finanzanlagen		1	28
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	18	128 611	130 057
Kurzfristige Finanzforderungen		2 005	1 493
Laufende Steuerforderungen		702	291
Übrige Forderungen		12 082	9 017
Aktive Rechnungsabgrenzungen		11 507	12 246
Vorräte	19	3 395	3 919
Umlaufvermögen der weitergeführten Bereiche		271 906	245 365
Zur Veräusserung bestimmte Vermögenswerte	15	31 953	25 238
Umlaufvermögen		303 859	270 602
Sachanlagen	20	331 811	386 982
Beteiligungen an assoziierten Gesellschaften	11	27 033	22 053
Übrige langfristige Finanzanlagen	22/23	83 125	30 976
Latente Steuerforderungen	14	4 310	3 012
Immaterielle Anlagen	24/25	394 817	385 054
Anlagevermögen		841 096	828 076
Aktiven		1 144 955	1 098 679
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	26	366	1 747
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	27	44 706	51 353
Laufende Steuerverbindlichkeiten		11 900	16 195
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	28	18 349	21 616
Passive Rechnungsabgrenzungen	29	181 879	177 356
Kurzfristige Rückstellungen	30	7 839	7 328
Kurzfristiges Fremdkapital der weitergeführten Bereiche		265 038	275 595
Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zur Veräusserung bestimmten Vermögenswerten	15	4 165	10 173
Kurzfristiges Fremdkapital		269 203	285 768
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	26	6 775	7 013
Latente Steuerverbindlichkeiten	14	51 672	49 064
Langfristige Rückstellungen	30	6 746	9 099
Übrige langfristige Verbindlichkeiten		250	277
Langfristiges Fremdkapital		65 444	65 453
Fremdkapital		334 647	351 220
Aktienkapital	31	106 000	106 000
Eigene Aktien	32	(8 201)	(675)
Reserven		706 834	642 670
Eigenkapital, Anteil der Aktionäre Tamedia		804 633	747 995
Minderheitsanteile		5 675	(536)
Eigenkapital		810 308	747 458
Passiven		1 144 955	1 098 679

Konsolidierte Mittelflussrechnung

in CHF 000

	2009	2008
Direkte Methode		
Einnahmen aus verkauften Lieferungen und Leistungen	733 464	902 259
Ausgaben für Personal	(279 146)	(290 883)
Ausgaben für bezogene Lieferungen und Leistungen	(372 179)	(456 769)
Mittelfluss aus betrieblicher Tätigkeit	82 140	154 607
Dividenden von assoziierten Gesellschaften	995	1 084
Bezahlte Zinsen	(355)	(831)
Erhaltene Zinsen	511	1 482
Übriges Finanzergebnis	(518)	(893)
Bezahlte Ertragssteuern	(18 915)	(32 148)
Mittelfluss aus Geschäftstätigkeit	63 857	123 301
Investitionen in Sachanlagen	(5 376)	(19 355)
Devestitionen von Sachanlagen	18 834	4 108
Investitionen in konsolidierte Gesellschaften	(6 166)	(27 479)
Kauf von Minderheitsanteilen	–	(10 977)
Investitionen in Beteiligung an assoziierten Gesellschaften	(2 953)	(4 654)
Investitionen in übrige Finanzanlagen	(484)	(4 545)
Devestitionen von übrigen Finanzanlagen	120	4 065
Investitionen in immaterielle Anlagen	(6 690)	(4 007)
Mittelfluss aus Investitionstätigkeit	(2 715)	(62 844)
Mittelfluss nach Investitionstätigkeit	61 143	60 458
Dividende	(31 408)	(42 400)
Zu-/ (Ab)nahme Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	(1 381)	(26 316)
Zu-/ (Ab)nahme Langfristige Finanzverbindlichkeiten	(3 000)	(2 475)
Zu-/ (Ab)nahme Übrige langfristige Verbindlichkeiten	(27)	14
(Rückkauf)/Verkauf Eigene Aktien	(8 118)	(675)
Zu-/ (Ab)nahme Minderheitsanteile	178	–
Mittelfluss aus Finanzierungstätigkeit	(43 755)	(71 852)
Mittelfluss nicht weitergeführte Bereiche	7 909	12 399
Fremdwährungseinfluss	(7)	260
Veränderung der flüssigen Mittel	25 289	1 264
Flüssige Mittel per 1. Januar	88 315	87 050
Flüssige Mittel per 31. Dezember	113 604	88 315
Veränderung der flüssigen Mittel	25 289	1 264

Veränderung des Eigenkapitals

in CHF 000

	Aktienkapital	Eigene Aktien	Umrechnungs- differenzen	Reserven	Eigenkapital, Anteil der Aktionäre Tamedia	Minderheits- anteile am Eigenkapital	Eigenkapital
Stand 31. Dezember 2007	106 000	(535)	(2)	686 009	791 473	11 665	803 137
Gewinnausschüttung	–	–	–	(42 400)	(42 400)	–	(42 400)
Ergebnis	–	–	–	108 779	108 779	(3 028)	105 752
Wertschwankung Finanzanlagen	–	–	–	(209)	(209)	–	(209)
Versicherungsmathematische Gewinne/(Verluste) IAS 19	–	–	–	(109 987)	(109 987)	–	(109 987)
Umrechnungsdifferenzen	–	–	310	–	310	–	310
Gesamtergebnis	–	–	310	(1 417)	(1 106)	(3 028)	(4 134)
Änderung des Konsolidierungskreises	–	–	–	–	–	(9 173)	(9 173)
Aktienbasierte Vergütungen	–	–	–	169	169	–	169
Kauf/Verkauf eigene Aktien	–	(141)	–	–	(141)	–	(141)
Stand 31. Dezember 2008	106 000	(675)	308	642 361	747 995	(536)	747 458
Gewinnausschüttung	–	–	–	(31 408)	(31 408)	–	(31 408)
Ergebnis	–	–	–	46 919	46 919	(227)	46 693
Wertschwankung Finanzanlagen	–	–	–	192	192	–	192
Versicherungsmathematische Gewinne/(Verluste) IAS 19	–	–	–	48 856	48 856	–	48 856
Umrechnungsdifferenzen	–	–	7	–	7	–	7
Gesamtergebnis	–	–	7	95 967	95 974	(227)	95 747
Änderung des Konsolidierungskreises	–	–	–	–	–	6 438	6 438
Aktienbasierte Vergütungen	–	–	–	(401)	(401)	–	(401)
Kauf/Verkauf eigene Aktien	–	(7 526)	–	–	(7 526)	–	(7 526)
Stand 31. Dezember 2009	106 000	(8 201)	315	706 519	804 633	5 675	810 308

Anmerkung 42

Beteiligungen

Per 31. Dezember 2009 umfassen die Gruppengesellschaften von Tamedia:

Name	Sitz	Währung	Grundkapital (in CHF 000)	Geschäfts- bereich	Konsolidierungs- methode	Konzern- Kapitalanteil 2009	Konzern- Stimmenanteil 2009
Tamedia AG	Zürich	CHF	106 000	N	V	–	–
20 Minuten AG	Zürich	CHF	5 000	N	V	100,0%	100,0%
20 Minutes Romandie SA	Lausanne	CHF	100	N	Q	50,0%	50,0%
Belcom AG	Zürich	CHF	506	E	V	100,0%	100,0%
Radio 24 AG	Zürich	CHF	100	E	V	100,0%	100,0%
Zürivision AG ¹	Zürich	CHF	60	E	V	66,6%	66,6%
Comfriends SA	Lausanne	CHF	1 000	E	E	20,0%	20,0%
EDITA SA	Luxemburg	EUR	50	N	Q	50,0%	50,0%
Eload24 AG	Baar	CHF	100	E	A	15,0%	15,0%
Espace Media Groupe AG	Bern	CHF	100	S	V	100,0%	100,0%
Espace Media AG	Bern	CHF	500	N	V	100,0%	100,0%
Betriebsgesellschaft Schweizer Bauer ²	Wabern	CHF	–	M	V	50,0%	50,0%
Burgdorfer Tagblatt AG	Burgdorf	CHF	82	N	E	30,0%	30,0%
Conradio-TV AG	Bern	CHF	300	E	V	100,0%	100,0%
Espace Media Radio AG	Bern	CHF	367	E	V	96,8%	96,8%
Verlags-AG Schweizer Bauer	Wabern	CHF	100	M	V	49,0%	49,0%
Büchler Grafino AG	Wabern	CHF	10 000	S	V	100,0%	100,0%
FMM Fachmedien Mobil AG	Wabern	CHF	100	M	V	100,0%	100,0%
Schaer Thun AG	Thun	CHF	2 250	S	V	100,0%	100,0%
Berner Oberland Medien AG	Uetendorf	CHF	500	N	Q	50,0%	50,0%
Thuner Amtsanzeiger	Thun	CHF	–	N	E	45,0%	45,0%
Radio Canal 3 AG	Biel	CHF	600	E	E	31,2%	31,2%
Fashion Friends AG	Langenthal	CHF	178	E	E	25,0%	25,0%
homegate AG	Adliswil	CHF	10 000	E	Q	45,0%	45,0%
Swissimo SA	Lausanne	CHF	1 000	E	Q	45,0%	45,0%
Huber & Co. AG	Frauenfeld	CHF	1 000	N	V	100,0%	100,0%
jobsuchmaschine AG	Bern	CHF	100	E	E	20,0%	20,0%
Newsnetz ²	Zürich	CHF	–	N	V	81,3%	81,3%
NP News Print AG	Zürich	CHF	100	N	V	100,0%	100,0%
PrintOnline AG	Schlieren	CHF	1 600	S	E	25,0%	25,0%
Proseller AG	Zug	CHF	100	E	E	30,0%	30,0%
Räber Information Management GmbH	Küssnacht	CHF	20	E	V	75,0%	75,0%
Schweizerische Depeschagentur AG	Bern	CHF	2 000	S	A	14,2%	14,2%
SMD Schweizer Mediendatenbank AG	Zürich	CHF	900	S	E	33,3%	33,3%
Swissdox AG	Zürich	CHF	100	S	E	33,3%	33,3%
Tagblatt der Stadt Zürich AG	Zürich	CHF	200	N	V	85,0%	85,0%
Tages-Anzeiger Verlag AG	Zürich	CHF	100	N	V	100,0%	100,0%
Tilllate Schweiz AG	Adliswil	CHF	100	E	V	86,0%	86,0%
Tvtäglich ²	Zürich	CHF	–	M	Q	50,0%	50,0%
Verlag Finanz und Wirtschaft AG	Zürich	CHF	1 000	N	V	100,0%	100,0%

Name	Sitz	Währung	Grundkapital (in CHF 000)	Geschäfts- bereich	Konsolidierungs- methode	Konzern- Kapitalanteil 2009	Konzern- Stimmenanteil 2009
Winner AG	Zürich	CHF	100	E	V	100,0%	100,0%
Zattoo Schweiz AG	Zürich	CHF	130	E	E	24,5%	24,5%
Ziegler Druck- und Verlags-AG	Winterthur	CHF	3 326	N	E	20,0%	20,0%

1 33,3% werden von der Tamedia AG gehalten, 33,3% von der Belcom AG

2 Einfache Gesellschaft

Geschäftsbereich:

N = Zeitungen

M = Zeitschriften

E = Elektronische Medien

S = Services

Konsolidierungs- und Bewertungsmethoden:

V = Vollkonsolidierung

Q = Quotenkonsolidierung

E = Equity-Bewertung

A = Bewertet zu Anschaffungskosten oder tieferem Marktwert

Die wesentlichen Veränderungen bei den konsolidierten Beteiligungen werden in Anmerkung 1 erläutert, diejenigen bei Beteiligungen an assoziierten Gesellschaften in Anmerkung 11.

Grossaktionäre

	2009 ¹	2008 ¹	2007 ¹
Dr. Severin Coninx, Bern	13,20%	13,20%	13,58%
Rena Maya Coninx Supino, Zürich	12,95%	12,95%	12,95%
Dr. Hans Heinrich Coninx, Küsnacht	11,93%	11,93%	11,93%
Annette Coninx Kull, Wettswil a.A.	11,85%	11,85%	11,85%
Ellermann Lawena Stiftung, FL-Vaduz	6,94%	6,94%	6,94%
Ellermann Pyrit GmbH, D-Stuttgart	6,93%	6,93%	6,93%
Ellermann Rappenstein Stiftung, FL-Vaduz	5,86%	5,86%	5,86%
Übrige Mitglieder Aktionärsbindungsvertrag	2,15%	2,15%	1,77%
Total Mitglieder Aktionärsbindungsvertrag	71,80%	71,80%	71,80%
Tweedy Browne Company LLC	4,63%	5,55%	5,88%
Regula Hauser-Coninx, Weggis	4,63%	4,63%	4,63%
Montalto Holding AG, Zug	1,83%	1,83%	1,83%
Epicea Holding AG, Zug	1,42%	1,42%	1,42%
Weitere Mitglieder der Aktionärsgruppe	0,69%	0,69%	0,69%
Total Mitglieder Aktionärsgruppe Reinhard Scherz	3,94%	3,94%	3,94%

¹ Die Angaben per 31. Dezember beziehen sich auf die total ausgegebenen 10,6 Mio. Namensaktien.

Kontakt

Tamedia AG
Werdstrasse 21
CH-8021 Zürich
Tel. +41 (0) 44 248 41 11
Web www.tamedia.ch
E-Mail kommunikation@tamedia.ch

Investor Relations

Tamedia AG
Christoph Zimmer
Leiter Unternehmenskommunikation
Werdstrasse 21
CH-8021 Zürich
Tel. +41 (44) 248 41 35
E-Mail christoph.zimmer@tamedia.ch

Impressum

Unternehmenskommunikation Tamedia (Projektleitung)
Generalsekretariat (Koordination Verwaltungsrat)
Nose Design AG, Zürich (Konzept und Gestaltung)
Thomas Burla (Fotografie)
MDD Management Digital Data AG, Schlieren (Produktion)
Tamedia (Lektorat)
df media, Flawil (Druck)

Hier können Sie den Geschäftsbericht bestellen:
Tamedia AG, Unternehmenskommunikation, Werdstrasse 21, CH-8021 Zürich,
Tel. +41 (0)44 248 41 90, Fax +41 (0)44 248 50 26, kommunikation@tamedia.ch, www.tamedia.ch

