

tamedia:

Communiqué

Zusammenschluss mit Espace Media Groupe führt zu Umsatzwachstum bei Tamedia

Das Schweizer Medienhaus Tamedia hat 2008 seinen Umsatz erneut gesteigert. Das Umsatzwachstum ist wesentlich auf die Espace Media Groupe zurückzuführen, die erstmals während eines ganzen Jahres konsolidiert wurde. Das Ergebnis vor Steuern (EBIT) verzeichnete, in erster Linie aufgrund von Investitionen in neue Medienprojekte, einen Rückgang. Das Ergebnis ging, nach hohen einmaligen Steuer- und Verkaufseffekten im Vorjahr, überproportional zurück.

Zürich, 8. April 2009 – Im Geschäftsjahr 2008 steigerte Tamedia den Umsatz (Betriebsertrag) erneut deutlich um 21 Prozent auf 897,5 Mio. CHF. Der Anstieg um 154,3 Mio. CHF ist wesentlich auf die erstmals während eines ganzen Jahres berücksichtigte Espace Media Groupe zurückzuführen. Zum Wachstum beigetragen haben auch die Pendlerzeitungen 20 Minuten, L'essentiel und News sowie die Onlineplattformen Homegate und Newsnetz. Die negative konjunkturelle Entwicklung schlug sich insbesondere in der zweiten Jahreshälfte in rückläufigen Werbeumsätzen nieder.

Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) ging um 6,0 Mio. CHF oder 4 Prozent auf 153,9 Mio. CHF zurück. Positiv auf das EBITDA-Ergebnis wirkten sich 20 Minuten und Homegate sowie die erstmals während eines gesamten Jahres erfasste Espace Media Groupe aus. Die Investitionen in die neuen Medienprojekte L'essentiel, die Pendlerzeitung News sowie das Newsnetz führten zu einem überproportionalen Anstieg des Betriebsaufwands um 27 Prozent. Die EBITDA-Marge sank in der Folge von 21 auf 17 Prozent.

Das Betriebsergebnis (EBIT) nahm um 11 Prozent oder 14,1 Mio. CHF ab und beträgt 2008 119,4 Mio. CHF. Sämtliche Geschäftsfelder schrieben auf Stufe EBIT schwarze Zahlen. Die Abschreibungen fielen mit 34,5 Mio. CHF um 8,1 Mio. CHF beziehungsweise 31 Prozent höher aus als im Vorjahr. Die Zunahme ist vollumfänglich auf die Espace Media Groupe und Homegate zurückzuführen, während die Abschreibungen bei den bisherigen Aktivitäten leicht zurück gingen. Die EBIT-Marge sank deutlich von 18 auf 13 Prozent.

Das Ergebnis 2008 liegt mit 105,8 Mio. CHF um 30 Prozent oder 44,8 Mio. CHF unter dem Vorjahreswert von 150,6 Mio. CHF. Der Ergebnisanteil an assoziierten Gesellschaften nahm im Berichtsjahr um 5,3 Mio. CHF auf 0,8 Mio. CHF ab. Neben den anteiligen Ergebnissen der Berner Zeitung AG und der Bevo AG, die durch die Integration der Espace Media Groupe seit dem vierten Quartal 2007 vollkonsolidiert werden, entfällt ab Januar 2008 auch der Ergebnisanteil von Homegate.

Zusammenschluss Espace Media und Tamedia kommt voran

Der Zusammenschluss von Espace Media und Tamedia kam im vergangenen Jahr zügig voran. Sämtliche Servicebereiche konnten analysiert und zusammengeführt werden. Die Espace Media Groupe, die erstmals während eines ganzen Geschäftsjahres enthalten ist, erwirtschaftete 2008 einen Umsatz von 224,6 Mio. CHF und leistete auf Stufe EBIT einen Ergebnisbeitrag von 20,6 Mio. CHF. Die Mitarbeitenden der Espace Media Groupe werden an diesem Ergebnis zum ersten Mal in der Unternehmensgeschichte mit einer Gewinn-

beteiligung partizipieren. Das Gewinnbeteiligungsprogramm für die Mitarbeitenden von Tamedia wird unverändert fortgesetzt.

Die Druckaktivitäten von Benteli Hallwag und der Huber Gruppe sowie die Frühzustellaktivitäten von Bevo, Zuvo und Espace Media Groupe, die einen Umsatz von 67,8 Mio. CHF (Vorjahr: 92,2 Mio. CHF) erwirtschafteten, werden unter den nicht weitergeführten Bereichen ausgewiesen. Die nicht weitergeführten Bereiche verzeichnen auf Stufe EBITDA, in erster Linie aufgrund von Sozialplanaufwendungen, einen Verlust von -4,5 Mio. CHF (Vorjahr: -11,8 Mio. CHF).

Regionalzeitungen mit weiterem Marktanteilsverlust

Das Geschäftsfeld Zeitungen steigerte seinen Umsatz (Betriebsertrag) gegenüber Dritten um 11 Prozent auf 608,7 Mio. CHF. Der Anstieg ist auf die Integration der Espace Media Groupe sowie auf die Pendlerzeitung 20 Minuten zurückzuführen. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) ging, hauptsächlich aufgrund der Investitionen in 20 minutes, L'essentiel und News, um 26 Prozent auf 74,4 Mio. CHF zurück. Die EBITDA-Marge liegt mit 11,6 Prozent deutlich unter dem Niveau des Vorjahres (18,2 Prozent). Der Marktanteilsverlust der regionalen Tageszeitungen im Leser- und Werbemarkt setzte sich fort. Im Rahmen verschiedener Projekte wird deshalb derzeit an der Weiterentwicklung der regionalen Tageszeitungen in Bern und Zürich gearbeitet.

Das Geschäftsfeld Zeitschriften weist gegenüber Dritten einen Umsatzzuwachs von 12 Prozent auf 103,7 Mio. CHF aus. Das Wachstum geht auf die erstmals während eines ganzen Geschäftsjahres enthaltenen Fachmedien Agrar und Fachmedien Mobil der Espace Media Groupe zurück. Das EBITDA des Geschäftsfeldes Zeitschriften sank um 18 Prozent auf 12,7 Mio. CHF. Die EBITDA-Marge liegt mit 12,2 Prozent deutlich unter dem Vorjahreswert (16,6 Prozent). Zum Margenrückgang trug insbesondere die unterdurchschnittliche Rentabilität der Fachmedien Agrar sowie der Fachmedien Mobil bei.

Elektronische Medien und Services mit starkem Wachstum

Das Geschäftsfeld Elektronische Medien steigerte seinen Umsatz gegenüber Dritten um 43 Prozent auf 84,0 Mio. CHF. Das Umsatzwachstum ist vor allem auf die höhere Beteiligung an Homegate, die Newsplattformen 20 Minuten Online und Newsnetz sowie die erstmals während zwölf Monaten enthaltenen elektronischen Medien von Espace Media zurückzuführen. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) stieg um 50 Prozent auf 4,5 Mio. CHF. Die EBITDA-Marge bleibt mit 5,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (4,8 Prozent) stabil. Der Anteil des Geschäftsfeldes elektronische Medien am Gesamtumsatz und am Ergebnis des Unternehmens soll in den kommenden Jahren weiter ansteigen.

Das Geschäftsfeld Services steigert seinen Umsatz mit Dritten im Berichtsjahr deutlich um 131 Prozent auf 101,3 Mio. CHF. Der Umsatzsprung geht in erster Linie auf die erstmalige Berücksichtigung des Zeitungsdrucks der Böhler Grafino AG während eines vollständigen Jahres zurück. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) stieg um 52 Prozent auf 62,2 Mio. CHF. Die EBITDA-Marge nahm von 19,9 Prozent im Vorjahr auf 21,4 Prozent zu.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag: Fusion mit Edipresse Schweiz

Am 4. März 2009 haben Edipresse und Tamedia über die geplante Zusammenführung ihrer Schweizer Geschäfte informiert. Bis Anfang 2013 wird Tamedia in drei Schritten die Presse Publications SR S.A. (PPSR) übernehmen, welche die wesentlichen Schweizer Medienaktivitäten von Edipresse umfasst. Der Kaufpreis für die ersten beiden Beteiligungsschritte von insgesamt 50,1 Prozent liegt bei 226 Mio. CHF. Der Preis der dritten Tranche von 49,9 Prozent ist abhängig vom Geschäftsgang von Edipresse Schweiz. Im Rahmen des dritten Schrittes wird sich die Groupe Edipresse mit einem Aktienpaket an Tamedia beteiligen.

Gemeinsam werden die beiden Partner neue Angebote für ihre Werbekunden entwickeln und insbesondere auch nationale Lösungen anbieten können. Die Fusion erlaubt zudem substanzielle Kostenverbesserungen in den zentralen Servicebereichen sowie die Entwicklung neuer Medienangebote. Mit Blick auf das Potential des Werbemarktes Romandie planen die Partner eine rasche Zusammenlegung der beiden Pendlerzeitungen 20 minutes und Le Matin bleu.

Die Transaktion unterliegt den geltenden Vorschriften des Wettbewerbsrechts und tritt erst nach erfolgter Zustimmung durch die eidgenössische Wettbewerbskommission in Kraft.

Konsolidierte Erfolgsrechnung	2007	2008	Veränderung
	in Mio. CHF	in Mio. CHF	in %
Tamedia-Gruppe			
Umsatz (Betriebsertrag)*	743,2	897,5	+ 20,8
Betriebsergebnis			
vor Abschreibungen (EBITDA)	159,8	153,9	- 3,7
EBITDA-Marge (in %)	21,5	17,1	- 20,3
Betriebsergebnis (EBIT)	133,5	119,4	- 10,6
EBIT-Marge (in %)	18,0	13,3	- 25,9
Ergebnis	150,6	105,8	- 29,8
Ergebnis pro Aktie (in CHF)	14,79	10,27	- 30,6
Dividende pro Aktie (in CHF)**	4,00	3,00	- 25,0
Mittelfluss aus Geschäftstätigkeit	159,9	135,7	- 24,2
Bilanzsumme	1 219	1 099	- 9,9
Eigenfinanzierungsgrad (in %)	65,9	68,0	+ 3,3
Zeitungen			
Umsatz (Betriebsertrag)***	547,7	608,7	+ 11,1
EBITDA	100,3	74,4	- 25,8
EBITDA-Marge (in %)	18,2	11,6	-
Zeitschriften			
Umsatz (Betriebsertrag)***	92,9	103,7	+ 11,6
EBITDA	15,6	12,7	- 18,5
EBITDA-Marge (in %)	16,6	12,2	-
Elektronische Medien			
Umsatz (Betriebsertrag)***	58,6	84,0	+ 43,1
EBITDA	3,0	4,5	+ 49,7
EBITDA-Marge (in %)	4,8	5,2	-
Services			
Umsatz (Betriebsertrag)***	43,9	101,3	+ 130,7
EBITDA	40,8	62,2	+ 52,3
EBITDA-Marge (in %)	19,9	21,4	-
Personalbestand per 31.12.****	2 442	2 513	+ 2,9

* Betriebsertrag gegenüber Dritten

** Antrag des Verwaltungsrates

*** Betriebsertrag inklusive Intersegment

**** Anzahl Vollzeitstellen der weitergeführten Bereiche ohne Verträge

Ausblick: Rückgang der Werbeinvestitionen erwartet

Tamedia erwartet für 2009 keine wirtschaftliche Erholung. Eine weiter steigende Arbeitslosigkeit sowie das rückläufige Wirtschaftswachstum dürften zu einem Rückgang der Werbeinvestitionen führen. Tamedia geht davon aus, dass diese Entwicklung den

Strukturwandel in der Medienbranche vorantreiben sowie zu einer steigenden Kostensensibilität der Werbekundinnen und Werbekunden führen wird. Tamedia hat bereits Ende des letzten Jahres erste Kostensenkungsmassnahmen ergriffen und wird wie bisher diejenigen Medien überprüfen, die ihre Ziele nicht erreicht haben.

Medienorientierung und Analysteninformation

Die Medienorientierung findet heute um 10.30 Uhr am Hauptsitz von Tamedia an der Werdstrasse 21 in Zürich statt. Für Analysten und Investoren wird zudem um 13.30 Uhr eine Analystenkonferenz sowie um 17:30 Uhr ein Conference Call durchgeführt

Weitere Auskünfte:

Christoph Zimmer, Leiter Unternehmenskommunikation Tamedia,
Telefon +41 (0)44 248 41 00, E-Mail christoph.zimmer@tamedia.ch

Weitere Informationen zu Tamedia: www.tamedia.ch mit Newsletter-Service

Geschäftsbericht 2008 auf www.tamedia.ch unter Investor Relations > Finanzberichte