

tamedia:

Communiqué

Tamedia steigert Umsatz und hält Ergebnis auf hohem Niveau

Erstmalige Berücksichtigung der Espace Media Groupe und Investitionen in neue Medienprojekte führen zu Rückgang der Rentabilität

Zürich, 9. September 2008 – Die erstmalige Berücksichtigung der Espace Media Groupe sowie Investitionen in neue Medienprojekte prägenden Halbjahresabschluss 2008 von Tamedia. Der Umsatz (Betriebsertrag) stieg vor allem durch die Berücksichtigung der Tageszeitungen, Anzeiger, Fachtitel, elektronischen Medien und Services der Espace Media Groupe um 32,1 Prozent auf 472,8 Mio. CHF (Vorjahr 358,0 Mio. CHF). Die geringere Rentabilität der Espace Media Groupe und die hohen Kosten für die Lancierung von L'essentiel, News und Newsnetz sowie für den weiteren Ausbau von 20minuten.ch führten zu einem deutlichen Rückgang der Margen. Gleichzeitig wirkten sich die im Rahmen des Zusammenschlusses von Tamedia und Espace Media Groupe bereits identifizierten Synergiepotentiale im ersten Halbjahr noch nicht positiv auf das Ergebnis aus. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) verzeichnete in der Folge ein unterdurchschnittliches Wachstum um 9,7 Prozent auf 85,0 Mio. CHF (Vorjahr 77,5 Mio. CHF). Die EBITDA-Marge ging von 21,7 Prozent im ersten Halbjahr 2007 auf 18,0 Prozent zurück. Das Betriebsergebnis nach Abschreibungen (EBIT) stieg ebenfalls nur leicht und legte im Vergleich zur Vorjahresperiode um 2,7 Prozent auf 68,6 Mio. CHF zu (Vorjahr 66,8 Mio. CHF). Die EBIT-Marge liegt damit neu bei 14,5 Prozent (Vorjahr 18,7 Prozent).

Das Ergebnis der weitergeführten Bereiche ging im ersten Halbjahr 2008 um 7,5 Prozent auf 55,1 Mio. CHF (Vorjahr: 59,5 Mio. CHF) zurück. Darin nicht enthalten sind die Druckaktivitäten der Huber PrintPack AG in Frauenfeld und der Benteli Hallweg Druck AG in Wabern. Das Gesamtergebnis inklusive nicht weitergeführter Bereiche sank um 4,4 Prozent auf 49,0 Mio. CHF (Vorjahr: 51,2 Mio. CHF). Durch die bereits beschlossenen Ergebnisverbesserungsmassnahmen und die rasch voranschreitende Integration erscheint das Ziel, mit der Espace Media Groupe mittelfristig ein Rentabilitätsniveau zu erreichen, das mit den bisherigen Margen von Tamedia vergleichbar ist, weiterhin realistisch.

Die sich abschwächende Wirtschaftslage wirkte sich insbesondere zum Semesterende auf die Werbeinvestitionen aus. Der Publicitas-Index der Werbeausgaben in der Tagespresse verzeichnete nach einem leichten Anstieg zu Beginn des Jahres einen Rückgang und lag im Juni unter dem Vorjahreswert. Neben der Konjunktur scheint auch die Fussball-Europameisterschaft 2008 in der Schweiz und Österreich die Werbeausgaben negativ beeinflusst zu haben. Dennoch liegen die Umsätze mit Stellenanzeigen nach einem Rückgang im Juni kumuliert nach wie vor über dem Vergleichswert des Vorjahres.

Kennzahlen der Erfolgsrechnung

(Angaben in Mio. CHF)

	30.06.2008	30.06.2007	Veränd. in %
Betriebsertrag	472,8	358,0	+32,1
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	85,0	77,5	+9,7
Marge in %	18,0	21,7	(17,0)
Betriebsergebnis (EBIT)	68,6	66,8	+2,7
Marge in %	14,5	18,7	(22,3)
Ergebnis der weitergeführten Bereiche	55,1	59,5	(7,5)
Ergebnis der nicht weitergeführten Bereiche	(6,1)	(8,3)	(27,0)
Ergebnis	49,0	51,2	(4,4)
Marge in %	10,4	14,3	(27,6)

Zahlen in Klammern sind Minuszahlen.

Die aufgeführten Werte werden in allen Tabellen gerundet ausgewiesen. Da die Berechnungen mit einer grösseren Zahlengenauigkeit erfolgen, können geringe Rundungsdifferenzen entstehen.

Zeitungen

Der Umsatz (Betriebsertrag) des Geschäftsfeldes Zeitungen legte um 25,0 Prozent auf 337,2 Mio. CHF zu. Zum Anstieg trugen die Berücksichtigung der *Berner Zeitung Gesamtausgabe*, des *Bund* und der *Anzeiger von Espace Media* sowie *20 Minuten*, *20 minutes* und die *Thurgauer Zeitung* bei. Während sich die *Finanz und Wirtschaft* stabil entwickelte, verzeichneten *Tages-Anzeiger* und *Sonntagszeitung* einen Umsatzrückgang. *Alpha* und *Stellen-Anzeiger* weisen leicht tiefere Umsätze aus als im Vorjahr, im Gegenzug konnten *20 Minuten* und *Thurgauer Zeitung* ihre Werbeumsätze mit Stellenanzeigen deutlich steigern. Der Betriebsaufwand des Geschäftsfeldes stieg aufgrund der Investitionen in die Pendlerzeitungen *20 minutes*, *L'essentiel* und *News* sowie der neu hinzu gestossenen Zeitungen von Espace Media überproportional. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) sank in der Folge um 7,2 Prozent auf 47,9 Mio. CHF.

Das Betriebsergebnis (EBIT) des Geschäftsfeldes Zeitungen sank um 8,2 Prozent auf 46,5 Mio. CHF und trägt damit 68,1 Prozent zum Gruppenergebnis bei. Die EBIT-Marge ging um 5,0 Prozentpunkte auf 13,8 Prozent zurück.

Wichtigste Zahlen

(Angaben in Mio. CHF)

	1. HJ 2008	1. HJ 2007	Veränd. in %
Betriebsertrag	337,2	269,9	+25,0
Betriebsaufwand	(289,4)	(218,3)	+32,6
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	47,9	51,6	(7,2)
Abschreibungen	(1,4)	(0,9)	(49,9)
Betriebsergebnis (EBIT)	46,5	50,7	(8,2)

Zahlen in Klammern sind Minuszahlen.

Zeitschriften

Im Geschäftsfeld Zeitschriften sind neu auch die Fachmedien Mobil mit Automobil Revue, *Revue Automobile*, *Moto Sport Schweiz* und *Moto Sport Suisse* sowie die Fachmedien Agrar mit dem *Schweizer Bauer* enthalten. Dank der Berücksichtigung dieser Titel und einem Wachstum bei der *Schweizer Familie* weist das Geschäftsfeld Zeitschriften einen mit 54,8 Mio. CHF um 37,9 Prozent höheren Umsatz aus als in der Vorjahresperiode. Während die *Schweizer Familie* ihr Ergebniswachstum fortsetzte, verzeichnet die Frauenzeitschrift *Annabelle* einen leichten Umsatz- und Ergebnisrückgang. Das EBITDA des Geschäftsfelds Zeitschriften stieg um 58,4 Prozent auf 8,7 Mio. CHF, das Ergebnis auf Stufe EBIT im gleichen Ausmass auf 8,6 Mio. CHF. Die EBIT-Marge liegt mit 15,6 Prozent um 1,9 Prozentpunkte über dem Vorjahreswert (13,7 Prozent).

Wichtigste Zahlen

(Angaben in Mio. CHF)

	1. HJ 2008	1. HJ 2007	Veränd. in %
Betriebsertrag	54,8	39,8	+37,9
Betriebsaufwand	(46,1)	(34,3)	+34,6
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	8,7	5,5	+58,4
Abschreibungen	(0,1)	(0,1)	+139,1
Betriebsergebnis (EBIT)	8,6	5,4	+57,6

Zahlen in Klammern sind Minuszahlen.

Elektronische Medien

Der Umsatz des Geschäftsfeldes Elektronische Medien stieg um 38,7 Prozent auf 38,8 Mio. CHF. Das Wachstum ist im Wesentlichen auf das neu enthaltene Hauptstadtra-dio *Capital FM*, auf *TeleBärn* und auf die Immobilienplattform *Homegate* zurückzuführen. Ebenfalls zum Anstieg beigetragen hat die positive Entwicklung von *20minuten.ch* sowie der Stellenplattformen *alpha.ch* und *jobwinner.ch*. *Capital FM*, *Radio 24*, *TeleBärn* und *TeleZüri* konnten sich dem Rückgang der Radiowerbung und der Verlagerung der TV-Werbeausgaben zu ausländischen Werbefenstern hingegen nicht entziehen und verzeichnen einen leichten Umsatzrückgang. Der Betriebsaufwand des Geschäftsfeldes weist aufgrund der erstmaligen Berücksichtigung der elektronischen Medien von *Espace Media* und der Investitionen in das Newsnetz von *Berner Zeitung* und *Tages-Anzeiger* ein starkes Wachstum aus. Das EBITDA sank um 2,8 Mio. CHF auf -1,7 Mio. CHF. Das Betriebsergebnis (EBIT) ging um 3,7 Mio. CHF auf -3,1 Mio. CHF zurück. Die EBIT-Marge liegt neu bei -7,9 Prozent (Vorjahr 2,1 Prozent).

Wichtigste Zahlen

(Angaben in Mio. CHF)

	1. HJ 2008	1. HJ 2007	Veränd. in %
Betriebsertrag	38,8	28,0	+38,7
Betriebsaufwand	(40,5)	(26,9)	+50,6
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	(1,7)	1,1	-
Abschreibungen	(1,3)	(0,5)	+180,7
Betriebsergebnis (EBIT)	(3,1)	0,6	-

Zahlen in Klammern sind Minuszahlen.

Services

Das Geschäftsfeld Services entwickelte sich erneut erfreulich und verzeichnete ein Wachstum des Umsatzes um 51,1 Prozent auf 169,7 Mio. CHF. Der Anstieg ist mehrheitlich auf die erstmals berücksichtigten Aktivitäten des Druckzentrums Espace, der Büchler Grafino und der Berner Zustellorganisation Bevo zurückzuführen. Zur positiven Entwicklung beigetragen hat erneut auch das Druckzentrum Bubenberg in Zürich, das seinen Umsatz dank verbesserter Auslastung und neuen Aufträgen deutlich steigerte. Das EBITDA des Geschäftsfeldes Services nahm um 55,6 Prozent auf 30,2 Mio. CHF zu und trägt damit 24,2 Prozent zum Gruppenergebnis bei. Die Marge stieg leicht von 17,3 auf 17,8 Prozent. Auch das EBIT wuchs infolge unterproportional angestiegener Abschreibungen von 13,6 Mio. CHF (Vorjahr 9,3 Mio. CHF) um 63,9 Prozent auf 16,6 Mio. CHF. Die EBIT-Marge stieg um 0,8 Prozentpunkte auf 9,8 Prozent. In diesem Ergebnis nicht enthalten sind die Druckaktivitäten der Huber Print-Pack AG und der Benteli Hallwag Druck AG, die als nicht weitergeführte Bereiche ausgewiesen werden.

Wichtigste Zahlen

(Angaben in Mio. CHF)

	1. HJ 2008	1. HJ 2007	Veränd. in %
Betriebsertrag	169,7	112,3	+51,1
Betriebsaufwand	(139,5)	(92,9)	+50,1
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	30,2	19,4	+55,6
Abschreibungen	(13,6)	(9,3)	+46,6
Betriebsergebnis (EBIT)	16,6	10,1	+63,9

Zahlen in Klammern sind Minuszahlen.

Bilanz

Die Bilanzsumme stieg im ersten Halbjahr 2008 von 1 151,3 Mio. CHF um 49,1 Mio. CHF auf 1 200,4 Mio. CHF. Das Eigenkapital nahm um 2,8 Mio. CHF bzw. 0,4 Prozent auf 739,4 Mio. CHF ab. Das Eigenkapital wurde belastet durch die Ausschüttung einer Dividende von 42,4 Mio. CHF (4,00 CHF pro Aktie), die Reduktion der Minderheitsanteile um 12,8 Mio. CHF und die Abnahme eigener Aktien um 0,5 Mio. CHF zur Erfüllung der in Aktien bezogenen Mitarbeitenden-Gewinnbeteiligung 2007. Das positive Ergebnis konnte diese umfangreichen Reduktionen nur knapp nicht ausgleichen. Der Eigenfinanzierungsgrad ging leicht zurück und beträgt neu 61,6 Prozent (Ende 2007 64,5 Prozent).

Weitere Auskünfte:

Christoph Zimmer, Leiter Unternehmenskommunikation,
044 248 41 35 / 044 248 41 90

Detailliertere Angaben zum Halbjahresabschluss 2008 auf:
www.tamedia.ch > Investor Relations > Finanzberichte

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