

Es gilt das gesprochene Wort

Sehr geehrte Damen und Herren

Ich begrüße Sie sehr herzlich zur diesjährigen Generalversammlung der Tamedia AG und danke Ihnen für Ihre Teilnahme. Ich habe es schon in meinen Eröffnungsworten gesagt und wiederhole es: Es freut mich, dass Sie hierher gekommen sind, um Ihre Aktien persönlich zu vertreten. Besonders heute, wo das strahlende Wetter viel eher zu einer Bergwanderung oder einer Schifffahrt einladen würde, ist das keine Selbstverständlichkeit. Es werden deshalb alle anwesenden Aktionäre und Aktionärinnen, wie schon letztes Jahr, von mir als besonderen Dank einen Brief erhalten. Darin offerieren wir Ihnen das Jahresabonnement eines unserer Titel nach Ihrer Wahl.

Als Aktionärinnen und Aktionäre, die das Wirtschaftsgeschehen aufmerksam beobachten, ist Ihnen sicher nicht entgangen, wie schwierig das Jahr 2002 auch für die Medienbranche war. Es stand im Zeichen zunehmender Furcht vor terroristischen Attacken und der Ungewissheit über die Entwicklung der geopolitischen Lage. Die gedrückte Stimmung hat das Denken und Handeln der Akteure in der Wirtschaft entscheidend und nachhaltig geprägt. Investitions- und Risikobereitschaft, in normalen Zeiten die Motoren einer prosperierenden Wirtschaft, sind von Zögern und Zaudern verdrängt worden. Die Börsen widerspiegeln diese Mutlosigkeit brutal. Es besteht – obwohl der Irak-Krieg zu Ende ist – zur Zeit noch immer wenig Hoffnung auf einen baldigen Aufschwung.

Die Krise hat auch Tamedia getroffen. Und mit ihr die gesamte Medienbranche. Trotzdem haben wir keinen Anlass, in Selbstmitleid zu versinken. Wir dürfen für das Jahr 2002 ein Ergebnis vorlegen, welches das Prädikat «zufriedenstellend» verdient: einen Unternehmensgewinn von 35,6 Millionen Franken!

Dieses Resultat hat verschiedene Ursachen. Die wichtigste: Verwaltungsrat, Unternehmensleitung und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Tamedia haben sich vom böigen Gegenwind nicht bremsen lassen. Mit gutem Grund. In Zeiten wie diesen sind wir ganz besonders gefordert. Wir stellen Zeitungen und Zeitschriften her und produzieren TV- und Radiosendungen, die brandaktuell berichten, Hintergründe vermitteln, Zusammenhänge herstellen und Überblicke verschaffen. Wann, wenn nicht heute, erwarten Leserinnen und Leser, Zuhörerinnen und Zuhörer, Zuschauerinnen und Zuschauer einen Informationsservice, der sich auszeichnet durch hohe Fachkompetenz und klare Analysen?

Als weitere Gründe sind zu erwähnen: Bereits im Herbst 2001 haben wir uns auf die immer härter werdende Marktsituation eingestellt. Wir führten Sparrunden durch, und zwar ohne Abstriche an der journalistischen Qualität unserer Produkte. Zudem schrieben wir die Verluste, die TV3 verursacht hatte, Ende 2001 vollumfänglich ab, um eine gute Ausgangslage für das Jahresergebnis 2002 zu schaffen. Diese Massnahmen sind teils noch von unserem damaligen CEO Michel M. Favre eingeleitet worden. Nach zehn Jahren erfolgreichen Wirkens in unserem Haus setzte er damit einen Schlusspunkt, der viel Weitblick bewies. Im Namen des Verwaltungsrats danke ich ihm sehr herzlich dafür.

Im April 2002 übernahm Martin Kall die operative Leitung von Tamedia. Rasch und entschlossen stellte er sich mit der von ihm umstrukturierten Unternehmensleitung den ständig grösseren Herausforderungen des Marktes. Zwei strategisch wichtige Entscheide wurden getroffen: Tamedia übernahm den Sender «Radio Basilisk» und verstärkte damit seine Position im Privatrado-Geschäft massgeblich. Von ebenso grosser Bedeutung war der Entschluss, im Frühjahr 2003 den «Express» zu lancieren, als Antwort auf den Auftritt der Pendlerzeitung «20 Minuten» dem wir nicht länger tatenlos zuschauen wollten. Wie Sie wissen, haben wir dieses Vorhaben buchstäblich in letzter Minute gestoppt. In intensiven Verhandlungen mit den Herausgebern von «20 Minuten» konnte eine Übereinkunft erzielt werden, die uns die schrittweise Übernahme dieser Pendlerzeitung ermöglicht. Im Jahre 2006 werden wir «20 Minuten» vollumfänglich besitzen. Mit dem Zukauf, der noch von der WEKO genehmigt werden muss, werden wir unsere Position als führendes schweizerisches Medienunternehmen weiter ausbauen. Der eindruckliche Erfolg, den die «SonntagsZeitung» im Wettbewerb der Sonntagsblätter verbucht, bestärkt uns in

dieser Haltung. Wir sind stolz, dass sie es schafft, ihre Position im Markt zu verteidigen, trotz des neuen Mitbewerbers «NZZ am Sonntag».

Ähnlich Positives lässt sich über die Situation aller unserer Titel und Sender im Leser-, Zuhörer- und Zuschauermarkt sagen. Die breite Leserschaft und die hohen Reichweiten, die sie ausweisen, müssten für die Werbebranche eigentlich ein unwiderstehlicher Anreiz sein, ihre Botschaften von unseren Qualitätsprodukten verbreiten zu lassen. Diese Chance wird aber seit geraumer Zeit zunehmend schlechter genutzt. Die werbende Wirtschaft hat wenig Mut zu antizyklischem Verhalten. Das hindert uns nicht daran, weiterhin in journalistische Qualität zu investieren und durch effizientes Marketing darauf aufmerksam zu machen. Das Ergebnis 2002 beweist, dass sich dies lohnt. Tamedia ist ein profitables Unternehmen. Sein solides Fundament erlaubt es nach wie vor, bedeutende Investitionen aus eigenen Mitteln zu finanzieren. Dies gilt für die Lancierung des «Express» genau so wie für die Modernisierung unseres Druckzentrums.

Auf die triste Situation an den Börsen habe ich zu Beginn bereits hingewiesen. Auch die Tamedia-Aktie ist ein Opfer der anhaltenden Baisse. Das Potenzial unseres Hauses und ganz besonders die Arbeit aller Mitarbeitenden werden meines Erachtens vom gegenwärtigen Aktienkurs nicht angemessen gewürdigt. In dieser Überzeugung danke ich allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für den grossen Einsatz, den sie im Berichtsjahr geleistet haben. Ebenso herzlich danke ich Ihnen, unseren Aktionärinnen und Aktionären, für Ihr Interesse und Vertrauen, das Sie Tamedia entgegenbringen.

Nun wird Sie Herr Martin Kall, der Vorsitzende der Unternehmensleitung, über das Geschäftsjahr 2002 und die Perspektiven des laufenden Jahres informieren. Anschliessend wird Ihnen unser neuer CFO, Herr Christoph Tonini, die Zahlen des Jahresabschlusses 2002 noch etwas detaillierter vorstellen. Ihn begrüsse ich sehr herzlich als jüngstes Mitglied der Unternehmensleitung und wünsche ihm in seiner Funktion viel Erfolg. Seinem Vorgänger Patrik Eberle danke ich an dieser Stelle noch einmal für seinen langjährigen Einsatz für unser Unternehmen.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.