

#### Es gilt das gesprochene Wort

Sehr geehrte Damen und Herren

Das Resultat des Jahres 2002 verdient auch aus der Optik der Unternehmensleitung das Prädikat «zufriedenstellend. In einem wirtschaftlich schwierigen Jahr haben wir einen Gewinn von knapp 36 Millionen Franken erwirtschaftet. Dies darf allerdings nicht darüber hinwegtäuschen, dass das Ergebnis aus operativer Tätigkeit im Vergleich zum Vorjahr nochmals rückläufig war. Die tieferen Werbeausgaben, vor allem die rückläufigen Einnahmen aus Stellenanzeigen, haben uns deshalb gezwungen, die Kostenbasis zu überprüfen.

Weil sich diese Entwicklung bereits im Sommer deutlich abgezeichnet hatte, schien es mir in einem ersten Schritt nur logisch, mehr Bescheidenheit und Bodenhaftung zu fordern. Wir sind nicht ein grosser Konzern, sondern ein bedeutendes KMU, das in der Schweizer Medienlandschaft eine wichtige Rolle spielen soll. Deshalb wurde aus dem Konzern wieder ein Unternehmen und aus dem CEO der Vorsitzende der Unternehmensleitung. Schliesslich galt es, diese Rückbesinnung auf die traditionellen Werte von Tamedia auch in den Köpfen zu verankern.

Daneben ist es mir wichtig, unternehmerisches Handeln zu fördern und klare Zuständigkeiten zu schaffen. Dies taten wir, indem wir unsere Geschäfte in die drei Kernbereiche Zeitungen, Zeitschriften und Elektronische Medien gruppiert haben. Im vierten Bereich Services sind im wesentlichen die Beteiligungen zusammengefasst. Diese Einheiten sind mit klaren Kompetenzen und Zielen ausgestattet. Schliesslich muss es uns gelingen, mittel- und langfristig in allen Bereichen profitabel zu arbeiten. Es kann nicht sein, dass die Zeitungen Geld

verdienen, nur damit die elektronischen Medien – und auch die Zeitschriften – es wieder ausgeben.

Zwei Stossrichtungen stehen bei Tamedia auch inskünftig im Vordergrund. Erstens wollen wir uns stärker in Richtung eines sprach-nationalen Medienhauses entwickeln. Zweitens möchten wir unsere Position im hartumkämpften Medienmarkt Zürich stärken. Zwei wichtige Entscheide aus dem Jahr 2002 sind dafür exemplarisch.

Mit dem Erwerb des erfolgreichen Radios Basilisk unterstrichen wir unser Bestreben, national zu wachsen. Gleichzeitig pflegten wir unseren Heimmarkt Zürich mit unserer Entscheid zum Einstieg in den Pendlerzeitungsmarkt. Gemeinsam mit der NZZ, die unser Jointventure Partner bei der Tagblatt AG ist, konnten wir schnell eine sinnvolle Lösung finden.

Das «Tagblatt der Stadt Zürich» geben wir, gleichsam als Bekenntnis zu unserem Stammgebiet und als Service Public, weiterhin zusammen heraus.

Publizistisch geht Tamedia hingegen eigene Wege. Weil wir den Grossraum Zürich in diesem Lesersegment nicht einfach der Konkurrenz aus Skandinavien überlassen wollten, arbeiteten wir ab November 2002 mit Hochdruck und viel Herzblut an der Lancierung unserer Pendlerzeitung «express» – stets im Wissen darum, dass am Schluss auch im grössten Markt Zürich nur eine Pendlerzeitung überleben würde.

Dazu ist es schneller gekommen, als viele erwartet und ich gehofft hatte. Kurz vor der Lancierung des «express» haben wir die schrittweise Übernahme der 20 Minuten (Schweiz) AG angekündigt. Die Wettbewerbskommission hat vor zehn Tagen bekannt gegeben, sie wolle unser Vorhaben vertieft prüfen. Weil es sich bei Pendlerzeitungen um eine noch junge Mediengattung handelt, mussten wir mit diesem Schritt rechnen. Dennoch sind wir zuversichtlich, dass wir im Herbst wie angekündigt die erste Tranche von 20 Minuten übernehmen können, weil vor allem Zürich mit Abstand der wettbewerbsintensivste Medienmarkt der Schweiz ist.

Wir tätigen diese Investition bei 20Minuten im übrigen gemeinsam mit der Berner Zeitung. Und dies gilt auch für die finanziell bedeutsame Investition in neue Zeitungsdruckmaschinen. Gemeinsam mit der Espace Media Groupe, dem Mehrheitseigentümer der Berner Zeitung, haben wir der Firma Koenig & Bauer im Mai 2002 einen Auftrag für die fällige Ablösung der Rotationsmaschinen in Zürich und Bern erteilt. Der Auftritt mit unserem Partner hat unsere Verhandlungsposition

deutlich gestärkt. So werden wir die für den Zeitungsdruck budgetierten 150 Millionen Franken unterschreiten. Mit der Rota 2005 wollen wir die Rahmenbedingungen für die Weiterentwicklung unserer Zeitungen stärken.

Partnerschaft haben wir 2002 auch im Radiogeschäft gross geschrieben. Mit Radio 24, dem führenden Lokalradio auf dem Platz Zürich, sind wir der Vermarktungsgesellschaft Citypool von Radio Basilisk, Radio ExtraBern, Radio Zürisee und Radio Pilatus beigetreten. Auch im Verband Schweizer Privatradios bringen wir uns mittlerweile engagiert ein.

Wenn es die Kundenbedürfnisse erfordern, das Kriterium der Wirtschaftlichkeit erfüllt und die publizistische Vielfalt nicht gefährdet sind, setzt Tamedia auf Partnerschaft – auch mit der direkten Konkurrenz.

Nach dem Rückblick auf das vergangene Jahr möchte ich Ihnen jetzt noch erläutern, wo wir im laufenden Jahr die Schwerpunkte unserer Arbeit sehen.

Im ersten Semester 2003 sind wir erneut mit sinkenden Erträgen konfrontiert. Seit fast drei Wochen ist auch das Verdikt der Konjunkturforscher eindeutig: Die Schweizer Wirtschaft befindet sich in einer Rezession. Und eine Besserung ist nicht in Sicht. Diese Einschätzung teilen wir, denn in unserer täglichen Arbeit stellen wir fest, wie gross die Verunsicherung der Kunden und die Zurückhaltung unserer Leser ist.

Auch wir hoffen natürlich, dass die Wirtschaft im nächsten Jahr wieder anzieht. Doch die fetten Jahre, wie wir sie vor und bis zur Jahrtausendwende gekannt haben, werden so schnell nicht zurückkehren. Im Gegenteil – wir haben uns auf mehrere schwierige Jahre einzustellen. Hinzu kommt noch, dass sich auch das Mediennutzungsverhalten unserer Leserinnen und Leser verändert. Deshalb werden wir unsere Kostenstruktur an diese Gegebenheiten anpassen müssen.

All diese Umstände machen unser Ziel, die Zeitschriften und die Elektronischen Medien in die schwarzen Zahlen zu führen, zu einer grossen Herausforderung.

Dem Bereich Zeitschriften wird im 3. Quartal des laufenden Jahres unser Hauptaugenmerk gelten. Vergleiche mit internationalen Verlagshäusern zeigen, dass

deren Zeitschriften auch in schlechten Zeiten positive Beiträge zum Unternehmensergebnis liefern. Das muss, das wird auch uns gelingen.

Bei den Elektronischen Medien sehen wir deutliche Schritte zur Besserung, obwohl der Bereich als Ganzes noch immer in den roten Zahlen operiert. Die Sparmassnahmen des letzten Jahres zeigen Wirkung. Und dies notabene, ohne dass unsere Zuschauerinnen und Zuschauer oder die User im Internet ferngeblieben wären – im Gegenteil. Es ist uns gelungen zu sparen und gleichzeitig bei TeleZüri neue Zuschauerrekorde zu vermelden. Auch auf der Ertragsseite zeigen sich Anzeichen zur Besserung. Dennoch werden wir in diesem Bereich genau auf die Kostenbasis achten müssen, damit wir unser Ziel erreichen.

Das gilt auch für den Bereich Zeitungen, der traditionell unser wichtigster Umsatz- und Ertragsbringer ist. Die grosse Abhängigkeit von den Erträgen aus Stelleninseraten wirkt sich in guten Jahren sehr positiv aus und führt, wie beispielsweise im Jahr 2000, zu Rekordresultaten. Wenn die Wirtschaft aber mehrere Jahre nacheinander lahmt, brechen die Erträge ein. Das spüren wir seit rund zweieinhalb Jahren schmerzlich. Auch hier muss es uns deshalb gelingen, Strukturen zu schaffen, welche dem Abwärtstrend besser standhalten. Das gilt auch für die Kosten in den zentralen Abteilungen, dem sogenannten Overhead. Diese Aufgabenstellungen werden uns im 4. Quartal des laufenden Jahres beschäftigen.

Es ist mir bewusst, dass solche Reorganisationen von den Mitarbeitenden sehr viel abverlangen. Doch diese Schritte sind nötig, damit Tamedia auch künftig ein grundsolides, bedeutendes Medienunternehmen bleibt. Für die Flexibilität und den Einsatz der Mitarbeitenden möchte ich mich an dieser Stelle herzlich bedanken.

Einer, der sich um unsere Zahlen nicht mehr sorgen muss, ist Patrick Eberle. Der langjährige Tamedia-Finanzchef verliess das Haus Ende März, um auf Weltreise zu gehen. Herr Eberle hat in seinen acht Jahren bei Tamedia ein modernes Finanzmanagement eingeführt, den Börsengang begleitet und die Rechnungslegung auf IAS umgestellt. Ihm gebührt ein grosses Dankeschön. Die Leitung des Bereichs Finanzen liegt seit April 2003 in den Händen von Christoph Tonini. Er wird Ihnen gleich die Eckdaten des Abschlusses 2002 präsentieren.

Vorher möchte ich jedoch an Sie, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, ein besonderes Wort des Danks richten. Auch von Ihnen verlangt diese Zeit ein gerütteltes Mass an

Geduld und Unterstützung. Dass Sie uns dieses im vergangenen Jahr geschenkt haben, war für uns eine Freude und Motivation. Zugleich empfinden wir es aber auch als Verpflichtung, Ihr Unternehmen Tamedia voranzubringen. Ich bin sehr zuversichtlich, dass die erneuerte Führung in der Lage ist, gemeinsam mit den Mitarbeitenden dieser Verpflichtung gerecht zu werden. In diesem Sinne danke ich für die Aufmerksamkeit und übergebe das Wort jetzt meinem Kollegen Christoph Tonini.