

tamedia:

Communiqué

Tamedia 2006 mit starkem Wachstum Betriebsergebnis (EBIT) steigt um 18 Prozent auf 112 Mio. CHF

**Erstmals sämtliche Bereiche auf EBIT-Stufe mit schwarzen Zahlen
Konzernergebnis mit 98 Mio. CHF deutlich höher als im Vorjahr (80 Mio. CHF)
Ausschüttung einer Dividende von 3 CHF beantragt**

Zürich, 27. März 2007 – Im Geschäftsjahr 2006 erzielte Tamedia erneut einen deutlichen Anstieg des Umsatzes (Betriebsertrag) um 11 Prozent auf 723,6 Mio. CHF. Vor allem das Wachstum bei den Stellenanzeigen und bei *20 Minuten* sowie die Integration der *Thurgauer Zeitung* führten zusammen mit der erstmaligen Vollkonsolidierung der Huber PrintPack AG (vormals Meier Waser Druck AG) zu einem Umsatzanstieg von 73,5 Mio. CHF.

Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) verbesserte sich ebenfalls deutlich um 11,9 Mio. CHF bzw. 9 Prozent auf 139,0 Mio. CHF. Mit 12 Prozent stieg der Betriebsaufwand leicht überproportional, was zu einem geringen Rückgang der EBITDA-Marge von 20 auf 19 Prozent führte.

Das Betriebsergebnis (EBIT) stieg um 18 Prozent oder 17,0 Mio. CHF auf 112,2 Mio. CHF. Insgesamt beliefen sich die einmaligen Erlöse und Aufwendungen vor Steuern im Geschäftsjahr 2006 auf 0,1 Mio. CHF (negativer Effekt im Vorjahr: 7,9 Mio. CHF). Weil kein Impairment auf Goodwill notwendig war, das im Vorjahr bei *Radio Basilisk* und Bury Verlag AG 7,3 Mio. CHF betragen hatte, fielen die Abschreibungen deutlich tiefer aus. Die EBIT-Marge konnte darum von 15 auf 16 Prozent gesteigert werden. Im Geschäftsjahr 2006 schrieben erstmals sämtliche Bereiche auf Stufe EBIT schwarze Zahlen.

Das Konzernergebnis stieg vor allem aufgrund höherer Ergebnisanteile der assoziierten Gesellschaften sogar um 23 Prozent auf 98,4 Mio. CHF. Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung die Ausschüttung einer Dividende von 3,00 CHF pro Aktie.

Zeitungsgeschäft mit überproportionalem Ergebnisanstieg

Der Geschäftsbereich **Zeitungen** steigerte den Umsatz (Betriebsertrag) gegenüber Dritten um gut 10 Prozent auf 492,0 Mio. CHF. Dieser Anstieg ist in erster Linie auf die Integration der *Thurgauer Zeitung* und auf das Umsatzwachstum bei *20 Minuten* und den Stellenanzeigen zurückzuführen. Die im März 2007 neu gestartete Westschweizer Pendlerzeitung *20 minutes* trug ebenfalls signifikant zum Umsatzwachstum bei, während die vier neuen Regionalausgaben des *Tages-Anzeigers* auf Grund ihrer Lancierung im November 2006 erst einen geringen Einfluss auf den Umsatz hatten. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) stieg mit rund 18

Prozent überproportional auf 89,6 Mio. CHF. Die EBITDA-Marge konnte auf 18 Prozent gesteigert werden (Vorjahr 17 Prozent).

Zeitschriften: *annabelle* und *Schweizer Familie* steigern Umsatz

Der Unternehmensbereich **Zeitschriften** weist einen um 5 Prozent auf 91,7 Mio. CHF gestiegenen Umsatz gegenüber Dritten aus. Träger des Wachstums sind vor allem der Zeitschriftenverlag der Huber & Co. AG sowie *annabelle* und *Schweizer Familie*. Die Umsätze von *Facts* waren hingegen leicht rückläufig. Das EBITDA stieg mit rund 4 Prozent unterdurchschnittlich auf 7,0 Mio. CHF, während die Marge mit 8 Prozent konstant blieb.

Elektronische Medien: Starkes Wachstum im Bereich Online

Der Geschäftsbereich **Elektronische Medien** steigerte seinen Umsatz gegenüber Dritten um mehr als 16 Prozent auf 58,7 Mio. CHF. Das Umsatzwachstum ist vor allem auf die positive Entwicklung im Online-Stellenmarkt, bei *20minuten.ch* sowie bei *TeleZüri* und *Radio Basilisk* zurückzuführen. Hauptsächlich die Investitionen in *Piazza.ch* sowie die unbefriedigende Ertragsentwicklung von *TeleZüri* und *Radio 24* führten jedoch zu einem um 16 Prozent tieferen Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) von 4,0 Mio. CHF. In der Folge sank die EBITDA-Marge auf 7 Prozent (Vorjahr 9 Prozent).

Services wachsen dank Zuvo und Huber PrintPack AG

Der Geschäftsbereich **Services** steigerte den Umsatz (Betriebsertrag) überproportional um 22 Prozent auf 81,2 Mio. CHF. Neben der erstmals zu 100 Prozent konsolidierten Huber PrintPack AG, die 2005 als Meier Waser Druck AG mittels Quotenkonsolidierung berücksichtigt worden war, beeinflusste vor allem auch die ausgebaute Frühzustellung bei der ZUVO den Umsatz positiv. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) sank um 3 Prozent auf 38,5 Mio. CHF, die Marge auf nach wie vor hohe 16 Prozent (Vorjahr 18 Prozent).

Eigenfinanzierungsgrad steigt auf 64 Prozent

Die Bilanzsumme nahm von 719,0 Mio. CHF um 69,9 Mio. CHF auf 789,0 Mio. CHF zu. Diese Veränderung ist zu einem grossen Teil auf die positive Entwicklung der Liquidität zurück zu führen. Der Eigenfinanzierungsgrad beträgt bei einer Zunahme des Eigenkapitals um 72,7 Mio. CHF auf 503,5 Mio. CHF neu 64 Prozent.

Veränderungen nach dem Bilanzstichtag

Per 1. März 2007 hat Tamedia von der NZZ-Tochtergesellschaft Freie Presse Holding ein Aktienpaket von 25 Prozent der Tagblatt der Stadt Zürich AG übernommen. Tamedia besitzt nun 85 Prozent der Aktien, die Freie Presse Holding bleibt mit 15 Prozent weiterhin beteiligt. Die Partner NZZ und Tamedia setzen damit ihre bewährte Zusammenarbeit beim *Tagblatt der Stadt Zürich* fort.

Per 2. März 2007 hat Tamedia von der BaZ-Gruppe ein Aktienpaket von 50 Prozent der RV Radio Vision AG übernommen. In dieser Gesellschaft bündeln die drei Radiostationen *Radio Basilisk*, *Basel 1* und *Regenbogen* ihre Verkaufsaktivitäten.

Leserschaftszahlen: 20 Minuten mit mehr Leserinnen und Lesern

Gemäss den am 27. März von der WEMF publizierten Leserschaftszahlen konnten die meisten Titel von Tamedia ihre Leserschaftszahlen weitgehend halten. Mit einem Plus von 12,6 Prozent gegenüber der Vorjahreserhebung weist *20 Minuten* einen weiteren signifikanten Anstieg aus und konnte seine Leserzahl auf 1,17 Millionen ausbauen.

Ausblick: Wachstum im Werbemarkt

Für 2007 rechnen die Wirtschaftsforschungsinstitute mit einer Abschwächung des Wirtschaftswachstums. Tamedia geht deshalb von nur leicht steigenden Ausgaben für kommerzielle Anzeigen aus. Durch die fortschreitende Erholung am Arbeitsmarkt dürfte das Wachstum der Stellenanzeigen als Hauptumsatzträger im Rubrikengeschäft weitergehen, die Zunahme bleibt aber gegenüber früheren Konjunkturzyklen unterdurchschnittlich. Weiterhin positiv dürfte sich die Online-Werbung entwickeln, die über das Wachstum der kommerziellen Werbung hinaus von einer Verlagerung der Rubrikanzeigen aus dem Print-Geschäft profitiert.

Tamedia-Gruppe Konsolidierte Erfolgsrechnung	2005 in Mio. CHF	2006 in Mio. CHF	Veränderung in %
Betriebsertrag*	650,0	723,6	11,3
Zeitungen	445,6	492,0	10,4
Zeitschriften	87,1	91,7	5,3
Elektronische Medien	50,7	58,7	15,6
Services	66,6	81,2	21,9
Betriebsergebnis			
vor Abschreibungen (EBITDA)	127,2	139,0	9,3
Zeitungen	76,1	89,6	17,7
Zeitschriften	6,8	7,0	3,9
Elektronische Medien	4,7	4,0	(15,6)
Services	39,6	38,4	(2,9)
EBITDA-Marge (in %)	19,6	19,2	(1,8)
Betriebsergebnis (EBIT)	95,2	112,2	17,8
EBIT-Marge (in %)	14,6	15,5	5,9
Konzernergebnis	79,7	98,4	23,4
Bilanzsumme	719,0	789,0	9,7
Eigenfinanzierungsgrad	59,9	63,8	6,5
Konzernergebnis pro Aktie (in CHF)	7,95	9,85	24,0
Dividende pro Aktie (in CHF)**	2.50	3.00	20,0
Personalbestand per 31.12.2006	1 839	1 893	2,9

* Betriebsertrag gegenüber Dritten

** Antrag des Verwaltungsrates

Zahlen in Klammern sind Minuszahlen. Die aufgeführten Zahlenangaben werden gerundet ausgewiesen. Da die Berechnungen mit einer grösseren Zahlengenauigkeit erfolgen, können geringe Rundungsdifferenzen entstehen.

Die Medienorientierung findet heute um 10.30 Uhr und die Analystenkonferenz um 14.15 Uhr am Hauptsitz in Zürich statt.

Weitere Auskünfte:

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

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

Detaillierter Finanzbericht 2006 auf www.tamedia.ch unter Investor Relations
> Publikationen