

365 Warum vergeht
die Zeit nicht
immer im gleichen
Tempo?

Kennzahlen

in CHF 000	2010	2009	Veränderung
Erfolgsrechnung			
Betriebsertrag	806.3	749.5	7,6%
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	151.7	90.2	68,2%
Marge	18,8%	12,0%	56,4%
Betriebsergebnis (EBIT)	112.4	50.8	121,5%
Marge	13,9%	6,8%	105,9%
Ergebnis	110.8	46.7	137,3%
Betriebsertrag nach Geschäftsfeld mit Dritten			
Zeitungen	510.5	466.3	9,5%
Zeitschriften	96.3	93.9	2,6%
Elektronische Medien	112.7	91.2	23,6%
Services	86.8	98.1	-11,5%
Bilanz			
Umlaufvermögen	243.5	303.9	-19,9%
Anlagevermögen	990.0	841.1	17,7%
Bilanzsumme	1 233.6	1 145.0	7,7%
Fremdkapital	389.8	334.6	16,5%
Eigenkapital	843.7	810.3	4,1%
Finanzkennzahlen			
Eigenfinanzierungsgrad	68.4	70.8	-3,4%
Eigenkapital-Rentabilität	13.1	5.8	127,9%
Personalkennzahlen			
Mitarbeiterbestand per Bilanzstichtag ¹	2 382	2 286	4,2%
Betriebsertrag pro Mitarbeiter/in ² in CHF 000	342.1	320.4	6,8%
Kennzahlen pro Aktie			
Gewinn pro Aktie in CHF	10.61	4.48	137,0%
Dividende pro Aktie in CHF	4.00 ³	1.50	166,7%
Dividenden-Rendite	3,2%	2,0%	62,2%
Kurs-Gewinn-Verhältnis ⁴ x	11.7	16.9	-30,6%

1 Anzahl Vollzeitstellen der weitergeführten Bereiche

2 Basierend auf durchschnittlichem Mitarbeiterbestand

3 Antrag des Verwaltungsrates/Ausschüttung aus Reserve aus Kapitaleinlage

4 Basierend auf Jahresendkurs

Inhalt

Überblick

Editorial des Präsidenten	2
Verwaltungsrat	4
Kommentar des Unternehmensleiters	6
Unternehmensleitung	8

Organigramm **10**

Jahresbericht 2010 **11**

Operative Berichterstattung und Marktumfeld	13
Finanzielle Berichterstattung	30
Mehrjahresvergleich	37
Information für Investoren	38
Tamedia-Gruppe	40
Grossaktionäre	48

Kontakt/Impressum **52**

Editorial des Präsidenten
Für eine reichhaltige Medienlandschaft



Dr. Pietro Supino, Präsident des Verwaltungsrates

Sehr geehrte Damen und Herren

In den Jahren 2008 und 2009 war der Geschäftsgang unseres Unternehmens wesentlich durch die Wirtschaftskrise geprägt. Im Frühling 2010 setzte eine Erholung ein. Dank eines sanften Wachstums der Werbeausgaben und der getroffenen Massnahmen zur Verbesserung der Effizienz erwirtschafteten wir im vergangenen Jahr 2010 ein gutes Ergebnis.

Unser Unternehmen zeigt: Auch bei fortschreitendem Strukturwandel sind in der Medienbranche ansprechende publizistische und wirtschaftliche Leistungen möglich. Dabei gilt es, konjunkturelle Einflüsse und strukturelle Veränderungen auseinanderzuhalten. Das Mediengeschäft war immer zyklisch. Angesichts unvorhersehbarer und heftiger Schwankungen ist es deshalb auch bei guter Konjunkturlage wichtig, das operative Geschäft straff zu führen.

Der Strukturwandel bietet mindestens so viele Chancen wie Herausforderungen. Wir wollen die Chancen nutzen und uns den Herausforderungen stellen. Das ist uns auch im vergangenen Jahr gelungen. Die Allianz, die wir mit der *Zürichsee-Zeitung*, dem *Zürcher Unterländer* und dem *Zürcher Oberländer* schliessen konnten, ist für unser Unternehmen in seinem Heimmarkt Zürich ein historisches Ereignis. Im Gegenzug gaben wir die *Thurgauer Zeitung* ab, die wir seit 2005 inhaltlich erneuert und zu wirtschaftlichem Erfolg geführt hatten.

Wir trauen uns im Verbund mit unseren Partnern zu, für den Kanton Zürich eine reichhaltige Presse-landschaft zu sichern. Dies setzt in erster Linie weiterhin gute publizistische Leistungen voraus. Darüber hinaus sind innovative Konzepte und eine laufende Verbesserung der Wirtschaftlichkeit erforderlich, was im Rahmen des Verbunds der Zürcher Regionalzeitungen möglich ist.

Von unserem Engagement im Verbund der Zürcher Regionalzeitungen profitiert dank Synergien in den Industrie- und Servicebereichen auch der *Tages-Anzeiger*. Hinzu kommt eine Kooperation in der Lokal-berichterstattung, welche der *Tages-Anzeiger* seit Dezember 2010 von den Zürcher Regionalzeitungen über-nimmt. Damit konnten wir den *Tages-Anzeiger*, dessen Wirtschaftlichkeit in den vergangenen Jahren gefährdet war, wieder auf ein starkes Fundament stellen. Vor allem aber auf Grund der Leistung ihrer Redaktion sind die Aussichten für die führende Qualitätszeitung der Schweiz wieder vielversprechend.

Eine einmalige Chance für die Gestaltung unserer Zukunft ist auch die Schaffung eines gesamtschweizerischen, starken Medienunternehmens. In den vergangenen zwei Jahren legten wir die Grundlagen für den Zusammenschluss des Schweizer Geschäfts von Edipresse mit Tamedia. Eine offene, respektvolle Zusammenarbeit über die Sprachgrenzen hinaus soll alle Beteiligten vom kulturellen Reichtum unserer Medien und den unterschiedlichen Kulturen profitieren lassen. Mit der Zusammenführung unserer Westschweizer Pendlerzeitungen, einer gemeinsamen Strategie im Zeitungsdruck sowie der Zusammenführung unserer führenden Online-Rubrikenplattformen für Stellen, Immobilien, Kontakte und Fahrzeuge wurden bereits erste Projekte erfolgreich abgeschlossen.

Der nächste Schritt ist die gemeinsame Festlegung der zukünftigen Geschäftsfelder sowie der Organisation. Die beiden Unternehmen werden, ausgehend von zentralen Diensten wie Finanzen, Personal und IT, schrittweise zusammenwachsen. Die Redaktionen und Verlage sollen jedoch weiterhin mit hoher Autonomie geführt werden. Grösse darf für uns als Unternehmen kein Selbstzweck sein. Das Ziel ist vielmehr grösstmögliche Vielfalt dank enger Zusammenarbeit bei Infrastruktur und Dienstleistungen sowie dem Austausch von Wissen und Erfahrung. Es geht darum, unsere Unabhängigkeit als Schweizer Medienunternehmen zu erhalten und ein Savoir-faire weiterzuentwickeln, um im zunehmend international geprägten Wettbewerb weiterhin und auch mit neuen Medien erfolgreich zu sein.

Karl Dietrich Seikel hat erklärt, dass er an der Generalversammlung vom 6. Mai 2011 nicht für eine Wiederwahl zur Verfügung stehen wird. Er gehörte unserem Verwaltungsrat seit 1996 an und hat unser Gremium während seiner 15-jährigen Tätigkeit bereichert. Als erfahrener Medienunternehmer leistete er mit seiner ruhigen Art, seinem Blick für das Wesentliche und seiner Weitsicht in anspruchsvollen Situationen einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung von Tamedia. Besonders von seiner reichen Führungserfahrung profitiert hat unser Ernennungs- und Entlohnungs-Ausschuss. Dafür danke ich Karl Dietrich Seikel im Namen des Verwaltungsrates. Wir werden freundschaftlich verbunden bleiben. Zur Ergänzung unseres Gremiums schlägt der Verwaltungsrat der Generalversammlung die Neuwahl von Tibère Adler, seit 2005 Geschäftsführer der Groupe Edipresse, vor.

Das gute Geschäftsergebnis 2010 erlaubt trotz grosser Investitionen eine markante Erhöhung der Ausschüttung an das Aktionariat. Anstelle einer Dividendenausschüttung beantragt der Verwaltungsrat der Generalversammlung die Ausschüttung von Agio-Kapitaleinlagen im Betrag von 4 Franken je Aktie. Voraussetzung für diese erfreuliche Entwicklung war die hervorragende Leistung unserer Mitarbeitenden und der Unternehmensleitung unter der Führung von Martin Kall. Ihnen allen danke ich an dieser Stelle sehr herzlich.



Dr. Pietro Supino
Präsident des Verwaltungsrates



Pietro Supino



Martin Bachem



Pierre Lamunière



Konstantin Richter

Pietro Supino, Präsident des Verwaltungsrats, Vorsitzender des Publizistischen Ausschusses, des Ernennungs- und Entlöhnungsausschusses und des Geschäftsentwicklungsausschusses Dr. Pietro Supino (CH/1965) übernahm im Mai 2007 die Funktion des Verwaltungsratspräsidenten. Er gehört seit 1991 dem Verwaltungsrat von Tamedia an. Pietro Supino sammelte Berufserfahrungen als Unternehmensberater bei McKinsey & Company und als Rechtsanwalt in der Anwaltskanzlei Bär & Karrer, bevor er mit Partnern die Family Office Bank Private Client Partners in Zürich gründete. Heute ist er Vizepräsident des Verbands Schweizer Medien und zudem Vizepräsident der Verwaltungsräte der Espace Media Groupe AG sowie der Presse Publications SR S.A. und Mitglied der Verwaltungsräte der Le Temps SA und der Schweizerischen Depeschagentur AG. Pietro Supino schloss sein Studium der Rechtswissenschaft und Ökonomie an der Universität St. Gallen mit dem Doktorat ab. Ausserdem erwarb er einen Master an der London School of Economics and Political Sciences.

Martin Bachem, Präsident des Revisionsausschusses Dr. Martin Bachem (CH/1958) wurde im Mai 2010 Mitglied des Verwaltungsrats. Sein Volkswirtschaftsstudium an der Universität Zürich schloss Martin Bachem mit dem Doktorat ab und absolvierte finanzspezifische Ausbildungsprogramme in New York und Chigaco. Er begann seine berufliche Laufbahn 1985 als Kapitalmarktspezialist bei J. P. Morgan. Von 1990 bis 1994 leitete er beim Schweizerischen Bankverein die Abteilung Risk Management Advisory Services, bevor er 1995 zum Chief Operating Officer des Bereichs Investment Banking Schweiz ernannt wurde. In dieser Funktion koordinierte er in der Schweiz die Zusammenführung der Investmentbanken des Schweizerischen Bankvereins und der Schweizerischen Bankgesellschaft. 2003 übernahm er die globale Verantwortung als Chief Operating Officer von Group Human Resources bei der UBS AG. Martin Bachem ist seit 2007 freiberuflich tätig. Er ist als Vertreter der Gründerfamilie ausserdem seit 1985 Mitglied und seit 1995 Präsident des Verwaltungsrats der Ziegler Druck- und Verlags-AG.

Pierre Lamunière, Mitglied des Geschäftsentwicklungsausschusses Pierre Lamunière (CH/1950) ist seit Mai 2009 Mitglied des Verwaltungsrats. Nach seinem Studium in den USA (MBA Wharton School, University of Pennsylvania) stiess Pierre Lamunière 1977 zur Edipresse-Gruppe. Ab 1987 leitete er das Unternehmen als Generaldirektor, 1998 wurde er zum Präsidenten und Verwaltungsratsdelegierten ernannt. Von 1997 bis 2002 war Pierre Lamunière Mitglied des Verwaltungsrats der Post. Er ist Präsident von Lamunière SA und deren Tochtergesellschaften. Pierre Lamunière ist Mitglied des Vorstands des Weltverbandes der Zeitschriftenverleger (FIPP), dessen Präsident er von 2007 bis 2009 war. Seit März 2008 ist er Verwaltungsratsmitglied der Waadtländer Kantonalbank (BVC).

Konstantin Richter, Mitglied des Revisionsausschusses und des Publizistischen Ausschusses Konstantin Richter (D/1971) ist seit 2004 Mitglied des Verwaltungsrats. Er begann seine berufliche Laufbahn 1997 als Redaktionsassistent der Medienfachzeitschrift *Columbia Journalism Review* in New York. Er hat 1998 als Redaktor des *Cambodia Daily* in Phnom Penh gearbeitet und wurde 1999 Reporter des *Wall Street Journal* in Brüssel. Im Jahr 2001 gab er diese Stelle auf, um einen Roman zu schreiben, der im September 2007 unter dem Titel «Bettermann» bei Kein & Aber in Zürich erschienen ist. Von 2004 bis 2005 war er als Co-Geschäftsführer des Rogner & Bernhard Verlags tätig. Er lebt als Autor und Journalist in Berlin und schreibt regelmässig für den Hamburger Wochentitel *Die Zeit*. Sein zweites Buch «Kafka war jung und er brauchte das Geld – Eine rasante Kulturgeschichte für Vielbeschäftigte» erscheint im April 2011. Konstantin Richter hat seinen Bachelor in Englischer Literatur und Philosophie an der Universität von Edinburg gemacht. Ausserdem hat er das Masters-Programm der Columbia University Graduate School of Journalism in New York absolviert.



Iwan Rickenbacher



Andreas Schulthess



Karl Dietrich Seikel



Charles von Graffenried

Iwan Rickenbacher, Mitglied des Publizistischen Ausschusses und des Geschäftsentwicklungsausschusses Prof. Dr. Iwan Rickenbacher (CH/1943) ist seit 1996 Mitglied des Verwaltungsrats. Iwan Rickenbacher begann seine berufliche Laufbahn 1975 als Direktor des Lehrerseminars des Kantons Schwyz. Von 1988 bis 1992 war er Generalsekretär der Christlichdemokratischen Volkspartei der Schweiz (CVP) in Bern. Seit 1992 arbeitet er als selbständiger Kommunikationsberater. Im Jahr 2000 wurde er Honorarprofessor an der Universität Bern. Iwan Rickenbacher ist Mitglied des Verwaltungsrats der Eskamed AG in Basel und Präsident des Stiftungsrats der Schweizer Journalistenschule (MAZ) in Luzern. Nach dem Erwerb des Lehrerdiplooms absolvierte Iwan Rickenbacher das Studium der Erziehungswissenschaften, das er mit dem Doktorat abschloss.

Andreas Schulthess, Mitglied des Revisionsausschusses und des Ernennungs- und Entlohnungsausschusses Andreas Schulthess (CH/1970) ist seit Mai 2007 Mitglied des Verwaltungsrats. Seine berufliche Laufbahn begann er 1993 in der Personalabteilung von Tamedia als Werkstudent im Teilzeitpensum. Nach Studienabschluss arbeitete er ab 2000 als IT-Business Consultant mit Spezialgebiet Neue Technologien und E-Business bei Applied International Informatics und Cap Gemini Schweiz AG. Während dieser Zeit war er international tätig und baute unter anderem während eines Jahres ein neues Consulting-Team in Wien auf. Nach einer Weiterbildung zum Coach und entsprechender Tätigkeit im Bereich Führungs- und Persönlichkeitsentwicklung führte ihn sein Weg ins operative Human Resources zurück. Seit 2005 ist er im Human Resources bei Swiss Life Schweiz AG tätig und leitet das Human Resources Management Schweiz. Andreas Schulthess hat 1999 sein Studium als lic. oec. publ. an der Universität Zürich abgeschlossen. Ausserdem absolvierte er ein Nachdiplomstudium FH zum Executive Master of Human Resources Management am Institut für Angewandte Psychologie in Zürich.

Karl Dietrich Seikel, Mitglied des Ernennungs- und Entlohnungsausschusses Karl Dietrich Seikel (D/1946) wurde 1996 Mitglied des Verwaltungsrats. Er begann seine berufliche Laufbahn als Lehrbeauftragter für Volks- und Betriebswirtschaft an der Universität Frankfurt/Main. 1977 wechselte er zur WIBAU-Maschinenfabrik Hartmann AG als Leiter Personal und Zentrale Dienste. 1980 begann Karl Dietrich Seikel seine Tätigkeit bei der Spiegel-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG in Hamburg, wo er zunächst den Personalbereich leitete. 1985 wurde er Mitglied der Konzernleitung des Spiegel-Verlags. Von 1991 bis Ende 2006 war er alleinvertretungsberechtigter Geschäftsführer des Spiegel-Verlags und der Spiegel TV GmbH sowie Vorsitzender der Gesellschaftsversammlungen der manager magazin Verlagsgesellschaft mbH und der SpiegelNet GmbH. Seit 2007 ist er als Medienberater unter anderem als Medienkoordinator beim Ersten Bürgermeister der Hansestadt Hamburg tätig. Er ist Ehrenmitglied des Verbands Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) und war bis Ende 2007 Vorsitzender des Vorstands der Publikumszeitschriften im VDZ. Karl Dietrich Seikel schloss seine Studien an der Technischen Hochschule Darmstadt und an der Universität Frankfurt als Diplom-Volkswirt ab.

Charles von Graffenried, Mitglied des Geschäftsentwicklungsausschusses Charles von Graffenried (CH/1925) wurde im Juni 2007 Mitglied des Verwaltungsrats. Er hat in Bern seine Studien als Rechtsanwalt und Notar abgeschlossen. Im väterlichen Notariatsbüro wurde er Unternehmer und baute Vermögensdienstleistungen, Portfolio-Management, Liegenschafts- und Treuhandtätigkeiten zur heutigen Berner Von-Graffenried-Gruppe (GR) aus. Die ihm gehörende Gruppe besteht aus vier Tochtergesellschaften: der Privatbank Von Graffenried, der GR-Liegenschaftsunternehmung, dem GR-Treuhandbüro und der Von Graffenried & Cie. Recht. Charles von Graffenried betreut als Vermögensberater weiterhin vornehmlich Privatpersonen und Familiengesellschaften. Er ist Präsident des Verwaltungsrats des Berner Medienunternehmens Espace Media Groupe AG, das er aus kleinen Anfängen aufgebaut hat, sowie Verleger der *BZ Berner Zeitung* und der Zeitung *Der Bund*. Die Espace Media Groupe AG ist heute mit der Tamedia AG zusammengeschlossen.

Kommentar des Unternehmensleiters

Aus Edipresse Schweiz und Tamedia entsteht ein Schweizer Medienhaus



Martin Kall, Vorsitzender der Unternehmensleitung

Das Jahr 2010 war für Tamedia entgegen den Erwartungen ein gutes Jahr. Die überraschend starke wirtschaftliche Erholung schlug sich in der zweiten Jahreshälfte mit etwas Verzögerung auch im Werbemarkt nieder. Unsere Zeitungen, Zeitschriften und elektronischen Medien profitierten damit nach zwei schwierigen Jahren erstmals wieder von steigenden Werbeausgaben. Im Jahresdurchschnitt fiel das Werbewachstum allerdings noch bescheiden aus. Das erfreuliche Ergebnis, das wir für 2010 ausweisen können, ist deshalb auch auf eine konsequente Kostendisziplin zurückzuführen. Dank rasch angegangener Kooperations- und Sparmassnahmen hat Tamedia die wirtschaftlichen Turbulenzen der vergangenen zwei Jahre gut überstanden und geht als Medienhaus gestärkt aus der Krise hervor.

Wenn ich auf das Jahr 2010 zurückblicke, stehen für mich zwei Ereignisse besonders im Mittelpunkt. Im April 2010 konnte sich Tamedia am *Zürcher Unterländer* und der *Zürichsee-Zeitung* beteiligen. Die Beteiligungen an diesen beiden Regionalzeitungen, deren Geschichte bis ins Jahr 1850 zurückreicht, ermöglichte es uns, den zersplitterten Zeitungsmarkt Zürich zu stärken. Wir orientierten uns dabei am Berner Zeitungsmodell, das dank gezielter Kooperationen den Erhalt der beiden publizistisch unabhängigen Tageszeitungen *BZ Berner Zeitung* und *Bund* sichert. Nach diesem Vorbild entwickelten wir gemeinsam mit unseren Partnern den Verbund der Zürcher Regionalzeitungen ZRZ plus. In diesem Verbund, an dem sich auch *Der Landbote*, die *Schaffhauser Nachrichten* und der *Zürcher Oberländer* beteiligen, arbeiten einzelne Partner sowohl bei der überregionalen Berichterstattung als auch im Anzeigenverkauf, im Verlag und beim Druck zusammen. Andere, wie die *Schaffhauser Nachrichten*, haben sich für eine selektive Zusammenarbeit entschieden. Besonders erfreulich ist, dass der *Zürcher Oberländer* aufgrund der positiven Erfahrungen zum Jahresende entschied, Tamedia als neue Aktionärin aufzunehmen. Der Zeitungsverbund zeigt damit: intelligente Kooperationen nützen allen Partnern.

Dank dem Verbund der Zürcher Regionalzeitungen plus, der redaktionellen Zusammenarbeit zwischen dem *Bund* in Bern und dem *Tages-Anzeiger* in Zürich sowie dem neuen Zeitungskonzept der *BZ Berner Zeitung* haben unsere Regionalzeitungen in den letzten zwei Jahren die Basis für eine erfolgreiche Zukunft geschaffen. In einem strukturell schwierigen Umfeld ist es ihnen gelungen, das Angebot für ihre Leserinnen und Leser aufrechtzuerhalten oder sogar auszubauen und gleichzeitig ihre Kosten an die gesunkenen Werbeerlöse anzupassen. Obwohl der Strukturwandel voranschreiten und uns dazu zwingen wird, die Kosten auch weiterhin im Auge zu behalten, sind die Zukunftsperspektiven unserer Regionalzeitungen damit erstmals seit Langem wieder positiv. Denn die Schweiz ist und bleibt ein Zeitungsland. Unsere hohen Reichweiten und eine wirtschaftlich solide Basis werden deshalb dafür sorgen, dass unser

Segmentinformationen

in CHF 000	2010	2009
Zeitungen	521 103	495 926
Zeitschriften	96 743	94 629
Elektronische Medien	118 676	92 990
Services	210 277	225 747
Elimination Intersegment	(140 496)	(159 766)
Betriebsertrag	806 304	749 527
Zeitungen	(451 877)	(482 854)
Zeitschriften	(75 375)	(82 839)
Elektronische Medien	(104 192)	(85 803)
Services	(163 620)	(167 589)
Elimination Intersegment	140 496	159 766
Betriebsaufwand	(654 568)	(659 319)
Zeitungen	69 227	13 072
Zeitschriften	21 368	11 790
Elektronische Medien	14 484	7 187
Services	46 657	58 159
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	151 736	90 208
Zeitungen	13,3%	2,6%
Zeitschriften	22,1%	12,5%
Elektronische Medien	12,2%	7,7%
Services	22,2%	25,8%
EBITDA-Marge	18,8%	12,0%

Regionalzeitungsgeschäft auch in Zukunft rentabel bleibt. Diese wirtschaftliche Stärke wiederum wird es unseren regional verankerten Tageszeitungen erlauben, weiterhin einen entscheidenden Beitrag zur Meinungsbildung in der Schweiz und zum Funktionieren unserer direkten Demokratie zu leisten.

Nur wenige Tage nach Bekanntgabe der Beteiligung an den Zürcher Regionalzeitungen machte auch ein zweites, für Tamedia entscheidendes Projekt einen grossen Schritt vorwärts. Ende April 2010 beteiligte sich unser Unternehmen mit 49,9 Prozent an Edipresse Schweiz. Der ein Jahr zuvor angekündigte schrittweise Zusammenschluss der beiden Medienhäuser wurde damit Realität. Bereits Ende 2009 hatten sich Edipresse und Tamedia auf eine Fusion ihrer Pendlerzeitungen in der Westschweiz geeinigt. Mit dem Aufbau einer gemeinsamen Online-Marktplatzorganisation für Immobilien-, Partnerschafts- und Stellenzeigen sowie einer neuen Zeitungsdruckstrategie folgten im vergangenen Jahr weitere erfolgreiche Meilensteine.

Seit dem 1. Januar 2011 hält Tamedia zusätzliche 0,2 Prozent an Edipresse Schweiz und damit wie geplant die Mehrheit. An der konstruktiven und partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit Edipresse Schweiz wird sich dadurch nichts ändern. Die bisherige Zusammenarbeit stimmt mich zuversichtlich, dass wir die noch anstehenden Projekte gemeinsam genauso erfolgreich über die

Ziellinie führen werden wie die bereits abgeschlossenen. Aus dem Zusammenschluss von Edipresse Schweiz und Tamedia wird ein starkes Schweizer Medienhaus entstehen. Unsere Leserinnen und Leser werden davon profitieren, dass unsere Medien professionelle und kostengünstige Servicedienstleistungen nutzen können. Unseren Werbekunden werden wir sprachübergreifende Werbeangebote aus einer Hand anbieten. Und gemeinsam werden wir in den Ausbau unserer Onlineangebote investieren.

Der Ausbau unseres Onlineangebotes bleibt auch 2011 eines unserer wichtigsten Ziele. Vor fünf Jahren beschäftigten wir in unseren Onlineredaktionen rund 25 Redaktorinnen und Redaktoren – und verloren damit Geld. Heute schreiben und recherchieren mehr als 110 Mitarbeitende für unsere beiden Nachrichtenplattformen. Resultat dieses Ausbaus: Sowohl *20 Minuten Online* als auch das *Newsnetz* schrieben im vergangenen Jahr schwarze Zahlen. Fortschritte erzielten wir gemeinsam mit Edipresse auch bei unseren Online-Marktplätzen. Die Stellenplattformen von *Jobup* erreichten 2010 die Marktführerschaft im Nutzermarkt und überzeugten mit starken Ergebniszahlen. Ab diesem Frühjahr ergänzt zudem die Fahrzeugplattform *car4you.ch* den schlagkräftigen Marktplatz-Verbund aus unseren Stellenplattformen, dem Marktführer für Immobilien, *homegate.ch*, und der Partnerschaftsplattform *swissfriends.ch*.

Partnerschaften führen nicht nur im Zeitungsgeschäft, sondern auch im Netz zum Erfolg. Bei *homegate.ch* arbeiten wir seit Jahren erfolgreich mit der Zürcher Kantonalbank zusammen. Gemeinsam mit der Schweizerischen Post investieren wir in den Ausbau der Verzeichnisplattform *search.ch*. Und auch bei der stark wachsenden Online-Boutique *fashionfriends.ch* sowie der Bauausschreibungsplattform *olmero.ch* engagieren wir uns gemeinsam mit starken Mitaktionären. Dank ihres Wissens, ihrer Branchenerfahrung und des dadurch entstandenen, weitverzweigten Netzwerks haben sie im vergangenen Jahr alle wesentlich zur positiven Entwicklung dieser Plattformen beigetragen.

Der Dank dafür, dass wir unser Projekt eines starken Schweizer Medienhauses im vergangenen Jahr einen grossen Schritt voranbringen konnten, gilt damit sowohl unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern als auch unseren Aktionärinnen und Aktionären sowie unseren Partnern und Kunden. Ihnen allen spreche ich im Namen von Tamedia meinen herzlichen Dank für ihr Engagement und ihre Treue aus.



Martin Kall
Vorsitzender der Unternehmensleitung



Martin Kall



Christoph Tonini



Rolf Bollmann

Martin Kall, Vorsitzender der Unternehmensleitung Martin Kall (D/1961) ist seit April 2002 Vorsitzender der Unternehmensleitung von Tamedia. Vor seinem Eintritt bei Tamedia leitete er bei der Ringier AG als Mitglied der Konzernleitung sowohl den Verlag Europa als auch die Zeitschriften Schweiz. Zwischen 1989 und 1996 arbeitete er bei der Bertelsmann AG, zuletzt als Geschäftsführer der Bertelsmann Fachinformation GmbH in München. 1989 erwarb er an der Harvard Business School den MBA. Seine Studien der Geschichte und Wirtschaftswissenschaften an der Universität Freiburg im Breisgau und an der London School of Economics and Political Sciences schloss er 1987 als Diplom-Volkswirt ab.

Christoph Tonini, Stellvertretender Vorsitzender der Unternehmensleitung, Leiter Bereich Medien Schweiz Christoph Tonini (CH/1969) ist seit 2007 stellvertretender Vorsitzender der Unternehmensleitung und seit 1. Januar 2008 verantwortlich für den Bereich Medien Schweiz. Er kam im April 2003 als Leiter Finanzen und Mitglied der Unternehmensleitung zu Tamedia. Im Oktober 2004 übernahm er zusätzlich die Verantwortung für den damaligen Bereich Services und per 1. Dezember 2005 den auf diesen Zeitpunkt neu geschaffenen Bereich Zeitungen Schweiz. Von 1998 bis 2003 war Christoph Tonini in diversen Funktionen für Ringier tätig. Zuletzt zeichnete er als Leiter Ringier Ungarn und Ringier Rumänien verantwortlich. Christoph Tonini absolvierte von 2001 bis 2003 ein MBA-Studium an der Universität in St. Gallen. Von 1990 bis 1993 studierte der gelernte Offsetdrucker an der Schweizer Ingenieurschule für Druck und Verpackung (esig) in Lausanne.

Rolf Bollmann, Leiter Bereich Medien Zürich Rolf Bollmann (CH/1948) ist seit Dezember 2005 Mitglied der Unternehmensleitung und seit 1. Januar 2008 zuständig für den Bereich Medien Zürich. Zuvor verantwortete er den damaligen Bereich Zeitungen Zürich sowie die Verlagsleitung des *Tages-Anzeigers*. Im Dezember 1999 lancierte Rolf Bollmann in Zürich die Pendlertzeitung *20 Minuten*, als deren Geschäftsführer er anschliessend amtierte. Er war davor unter anderem als Marketingleiter von Adidas Schweiz und Helsana tätig. Später übernahm er die Verlagsleitung des *Badener Tagblatts* und betreute dessen Zusammenschluss mit dem *Aargauer Tagblatt* zur *Aargauer Zeitung*, deren Verlag er nach der Fusion leitete. Bei der Scout Holding war er für die Einführung des Internet-Marktplatzes für Rubrikanzeigen in der Schweiz verantwortlich. Rolf Bollmann schloss unter anderem Studiengänge am Forschungsinstitut für Absatz und Handel sowie am Institut für Rechnungslegung und Controlling der Hochschule St. Gallen ab.



Ueli Eckstein



Sandro Macciachini



Andreas Schaffner

Ueli Eckstein, Leiter Bereich Espace Media Ueli Eckstein (CH/1952) ist seit September 2009 Mitglied der Unternehmensleitung und zuständig für den Bereich Espace Media. Zuvor war er als stellvertretender CEO und Leiter des Bereichs Printmedien der AZ Medien tätig. Der gelernte Schriftsetzer arbeitete bereits von 1976 bis 1997 bei Tamedia. Nach seinem Einstieg im Rechnungswesen der damaligen Tages-Anzeiger AG war er unter anderem Mitarbeiter im Stab der Geschäftsleitung, Leiter des Rechnungswesens sowie Direktor Controlling und stellvertretender Verlagsleiter des *Tages-Anzeigers*. Vor seinem Wechsel zu den AZ Medien leitete Ueli Eckstein von 1995 bis 1997 den Verlag der *SonntagsZeitung*. Unter anderem absolvierte er die Technikerschule der Grafischen Industrie Zürich (TGZ) und die Controller-Akademie Gauting in Deutschland.

Sandro Macciachini, Leiter Bereich Finanzen Sandro Macciachini (CH/1966) ist seit 1. Januar 2008 Mitglied der Unternehmensleitung und zuständig für den Bereich Finanzen. 2003 übernahm er die Leitung des Rechtsdienstes von Tamedia. Sandro Macciachini beendete 1995 sein Studium der Rechtswissenschaft mit der Patentierung zum Fürsprecher, war danach in einer Berner Anwaltskanzlei tätig und anschliessend bis 1999 Rechtskonsulent des Verbandes Schweizer Presse. Im April 2003 schloss er seine Doktorarbeit zu einem medienrechtlichen Thema ab. 2006 beendete er eine CAS-Weiterbildung zum Finanz- und Rechnungswesen. 2009 erwarb er den Master of Advanced Studies Corporate Finance.

Andreas Schaffner, Leiter Bereich Verlagsservices Andreas Schaffner (CH/F/1963) ist seit 1. November 2009 Mitglied der Unternehmensleitung und zuständig für den Bereich Verlagsservices. In dieser Funktion verantwortet er die beiden Druckzentren in Bern und Zürich, die Bereiche Vorstufenleistungen und Verlagslogistik sowie die Lesermarkt-Services. Nach einer Lehre als Buchbinder sammelte Andreas Schaffner Berufs- und Führungserfahrung in der grafischen Industrie, bevor er Ingenieurwissenschaften an der Ecole Suisse d'Ingénieur des Industries Graphiques in Lausanne studierte. 1995 stiess er als Projektleiter zu Ringier. Bei der Ringier AG leitet Andreas Schaffner verschiedene Service- und Druckbereiche und wurde 2005 Geschäftsleiter von Ringier Print Adligenswil. 2007 bis 2009 war Andreas Schaffner, der ein berufsbegleitendes Executive MBA-Studium absolvierte, Mitglied der Geschäftsleitung von Ringier Schweiz.

Generalversammlung der Tamedia AG

Verwaltungsrat

Präsident
Pietro Supino^{2, 3, 4, 5}

Mitglieder

Martin Bachern¹
Pierre Lamunière^{4, 5}
Konstantin Richter^{1, 2}
Iwan Rickenbacher^{2, 4}
Andreas Schultess^{1, 3}
Karl Dietrich Selkel³
Charles von Graffenried⁴

- ¹ Mitglieder Revisionsausschuss
- ² Mitglieder Publizistischer Ausschuss
- ³ Mitglieder Ernennungs- und Entlöhnungsausschuss
- ⁴ Mitglieder Geschäftsentwicklungsausschuss
- ⁵ Mitglieder Verwaltungsrat Presse Publications SR S.A.

Generalsekretariat
Reto Spiri

Unternehmensleitung

Vorsitzender der Unternehmensleitung
Martin Kall^{2, 3, 4, 5}
Srv. Christoph Tonini

Presse Publication SR S.A.
Beteiligung

Unternehmenskommunikation
Christoph Zimmer

Personal-Management
Jacqueline Wuttrich

Projekte /Marktforschung
Roland Wittmann

Espace Media	Medien Zürich	Medien Schweiz	Verlagsservices	Finanzen
Ueli Eckstein	Rolf Bollmann	Christoph Tonini	Andreas Schaffner	Sandro Macciacchini
Bantiger Post Bernerbär Berner Zeitung Bernerzeitung.ch Bümpliz Woche CapitalFM Der Bund derbund.ch Schaer Thum TeleBäm Beteiligungen: Berner Oberländer Thuner Tagblatt	Furrtaler Glatttaler Kilchberger Newsnetz Radio 24 Rümlanger Sihltaler Stellenanzeiger / Alpha Tagblatt der Stadt Zürich Tages-Anzeiger tagesanzeiger.ch TeleZüri Thalwiler Anzeiger Volketwiler Zolliker Bote Zürcher Unterländer / Neues Bülacher Tagblatt Zürchsee-Zeitung ZürTipp Beteiligungen: Ziegler Druck- und Verlags-AG (Der Landbote) Zürcher Oberländer	20 Minuten / 20 minutes 20 Minuten Friday 20 Minuten Online piazza.ch tillate.com Annabelle Automobil Revue / Revue Automobile Das Magazin Finanz und Wirtschaft homegate.ch Jobup AG alpha.ch jobwiner.ch Schweizer Familie search.ch SonntagsZeitung swissfinds.ch Beteiligungen: car4you.ch eloadd24.com / ratschlag24.com fashionfinds.ch jobsuchmaschine.ch l'essentiel olmero.ch / renovero.ch proseller.ch Schweizer Bauer TV täglich zattoo.ch	AD Services Digital Management Druckzentrum Bern Büchler Grafino AG Druckzentrum Oetwil am See Lesermarkt-Services Tamedia Druckzentrum Zürich Tamedia Production Services Verlagslogistik	Controlling Finanz- und Rechnungswesen Immobilien-Management Informatik Rechtsdienst Unternehmensfinanzen Unternehmensplanung und -reporting

Inhaltsverzeichnis

Operative Berichterstattung und Marktumfeld	13
Marktbeurteilung	13
Geschäftsfelder im Überblick	15
Zeitungen	15
Zeitschriften	21
Elektronische Medien	23
Services	27
Geschäftsfelder im Überblick (tabellarische Darstellung)	28
Finanzielle Berichterstattung	30
Rechnungslegung im Jahre 2010	30
Veränderungen im Konsolidierungskreis	30
Umsatz (Betriebsertrag)	31
Betriebsaufwand	32
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	33
Bilanz	33
Veränderung des Eigenkapitals	34
Mittelfluss	35
Mehrjahresvergleich	37
Information für Investoren	38
Tamedia-Gruppe	40
Konsolidierte Erfolgsrechnung	40
Konsolidierte Gesamtergebnisrechnung	41
Konsolidierte Bilanz	42
Konsolidierte Mittelflussrechnung	43
Veränderung des Eigenkapitals	44
Beteiligungen	45
Grossaktionäre	48

Marktbeurteilung

Konjunkturelle Erholung führt zu Wachstum des Werbemarktes

Nach der tiefsten Rezession seit der Ölkrise fand die Schweizer Wirtschaft im vergangenen Jahr unerwartet rasch auf den Wachstumspfad zurück. Das Bruttoinlandprodukt wuchs 2010 gemäss dem Staatssekretariat für Wirtschaft Seco kräftig um +2,7 Prozent. Die Lage im Arbeitsmarkt blieb im vergangenen Jahr jedoch weiterhin angespannt. Mit 175 765 als arbeitslos gemeldeten Personen oder einer Quote von 4,5 Prozent stieg die Arbeitslosigkeit im Januar des Berichtsjahres auf den höchsten Stand seit zwölf Jahren. Das anziehende Wirtschaftswachstum führte in den Folgemonaten zu einem Rückgang der Arbeitslosenquote auf bis zu 3,5 Prozent im Oktober 2010. Im Jahresdurchschnitt lag die Arbeitslosenquote 2010 aufgrund des hohen Ausgangsniveaus mit 3,9 Prozent jedoch erneut über dem Vorjahreswert von 3,7 Prozent.

Medien- und Werbebranche profitierten von der positiven konjunkturellen Entwicklung. Gemäss Media Focus von GfK Schweiz und Nielsen wuchs der Werbedruck gesamthaft um +9 Prozent. Der Anstieg ist breit abgestützt. Fast alle Wirtschaftsbranchen erhöhten ihren Werbedruck im Vergleich zum Vorjahr. Besonders deutlich stieg er bei Tabakwaren (+91 Prozent), Unterhaltungselektronik und Fotografie (+33 Prozent) sowie Kosmetik und Körperpflege (+21 Prozent). In absoluten Zahlen trugen die Nahrungsmittel-, die Kosmetik- sowie die Automobilbranche am meisten zum Wachstum bei. Die Grossverteiler Migros und Coop blieben auch 2010 die mit Abstand grössten Werbeauftraggeber der Schweiz.

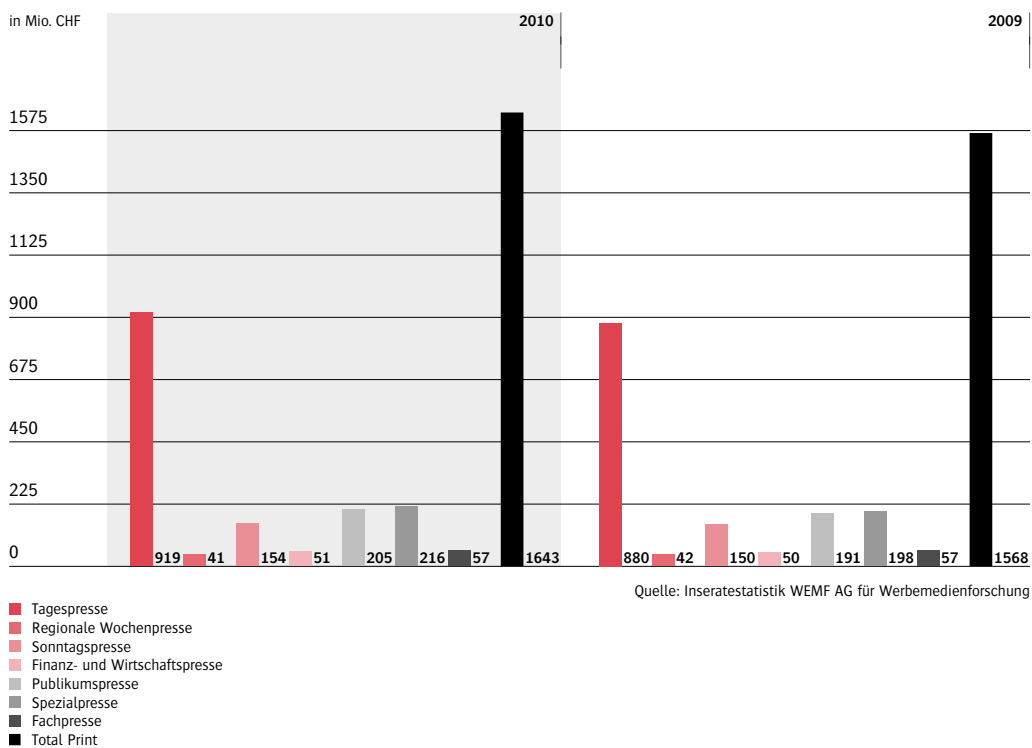
Zeitungen und Zeitschriften weisen mit 51 Prozent weiterhin den höchsten Marktanteil im Werbemarkt auf, verloren gegenüber dem Vorjahr (52 Prozent) jedoch erneut leicht Marktanteile. Rund 30 Prozent des Brutto-Werbedrucks (Vorjahr 29 Prozent) entfielen 2010 auf das Fernsehen, das vor der Aussenwerbung mit 10 Prozent (Vorjahr 11 Prozent) den zweithöchsten Marktanteil erreichte. Besonders kräftig wuchs mit +33 Prozent auch im vergangenen Jahr der Werbedruck der Onlinemedien, die jedoch weiterhin lediglich 4 Prozent des gesamten Schweizer Werbemarktes für sich gewinnen konnten.

Die Inseratestatistik der Wemf AG für Werbemedienforschung, die sich auf die von den Medienhäusern gemeldeten Netto-Werbeumsätze stützt, weist mit +5 Prozent ein leicht tieferes Wachstum aus als die Brutto-Werbedruckstatistik von Media Focus. Besonders deutlich verbesserten sich gemäss Inseratestatistik die Spezialpresse (+9 Prozent), die Zeitschriften (+7 Prozent) sowie die regionale Tagespresse (+7 Prozent). Das Wachstum der für Tamedia wichtigen überregionalen Tagespresse blieb mit +4 Prozent hingegen unterdurchschnittlich. Ebenfalls geringer als der Gesamtmarkt wuchsen die Sonntagszeitungen (+3 Prozent) sowie die Finanz- und Wirtschaftspresse (+2 Prozent). Als einzige Pressegattung nicht vom Wachstum profitieren konnte die regionale Wochenpresse, deren Werbeumsätze um rund – 4 Prozent zurückgingen.

Die Stelleninserate in der Schweizer Presse blieben gemäss Inseratestatistik der Wemf im Gesamtjahr 2010 stabil. Zulegen konnten gemäss Adecco Swiss Job Market Index hingegen die Online-Stellenportale.

Die Konjunkturaussichten des Staatssekretariats für Wirtschaft sind für das laufende Jahr verhalten optimistisch. Angesichts der leicht abgekühlten Wirtschaftsentwicklung in

Nettowerbeausgaben Print 2010



verschiedenen Exportmärkten gehen die Experten jedoch von einem Wachstum des Bruttoinlandproduktes aus, das mit 1,5 Prozent deutlich tiefer ausfallen dürfte als noch 2010. Die Arbeitslosenquote dürfte im Jahresmittel moderat auf 3,4 Prozent zurückgehen. Treffen diese Prognosen zu, rechnet Tamedia mit einem entsprechenden Wachstum der Werbeinvestitionen und im Jahresverlauf steigenden Umsätzen mit Stelleninseraten.

Zeitungen



Die Pendlerzeitung **20 Minuten** profitierte vom Wachstum des Werbemarktes. Dank eines deutlichen Umsatzwachstums baute *20 Minuten* seinen Marktanteil im Werbemarkt für Tageszeitungen in der Deutschschweiz aus. Die 2009 schrittweise gesenkte Auflage wirkte sich wie erhofft positiv auf die Nutzung der verteilten Zeitungen aus. Während die halbjährlich erhobenen Leserschaftszahlen im ersten Halbjahr leicht nachgaben, zeichnete sich im zweiten Halbjahr ungeachtet einer tieferen Auflage wieder ein Wachstum ab. *20 Minuten* bleibt damit die mit Abstand leserstärkste Tageszeitung der Schweiz. Mit der Lancierung von *20 Minuten Mobile* erweiterte der Medienverbund 20 Minuten sein Angebot im vergangenen Jahr um ein eigenständiges Mobilfunkangebot.



Die Westschweizer Pendlerzeitung **20 minutes**, die Ende 2009 mit der Pendlerzeitung *Le matin bleu* zusammengelegt worden war, schaffte 2010 den Sprung in die Gewinnzone. Die Leserschaftszahlen gingen durch den Zusammenschluss der beiden Pendlerzeitungen und eine etwas tiefere Auflage erwartungsgemäss leicht zurück. Die Reichweite von *20 minutes* in der Westschweiz liegt jedoch weiterhin über der Reichweite von *20 Minuten* in der Deutschschweiz. Die Redaktionen von Pendlerzeitung und Onlineportal wurden im Berichtsjahr zusammengelegt und unterstehen neu einem gemeinsamen Chefredaktor.

BZ BERNER ZEITUNG

Die Gesamtausgabe der **BZ Berner Zeitung**, die *BZ Berner Zeitung*, *TT Thuner Tagblatt*, *BO Berner Oberländer* und *Der Bund* umfasst, weist im Vorjahresvergleich als Folge einer tieferen Aktionsauflage einen leichten Leserschaftsrückgang aus. Im Werbemarkt profitierte die *BZ Berner Zeitung* hingegen von den steigenden Werbeausgaben. Die Anpassung der internen Verrechnungspreise im Zeitungsdruck führte zu deutlichen Einsparungen in der Produktion. Dies und die positive Umsatzentwicklung schlugen sich in einer markanten Ergebnisverbesserung nieder. Seit November 2010 erscheint die *BZ Berner Zeitung* in einer grundlegend erneuerten Aufmachung mit zwei statt wie bisher vier Zeitungsbinden. Das neue Konzept stellt die regionale Berichterstattung in den Mittelpunkt und stärkt die Positionierung der *BZ Berner Zeitung* als führende Regionalzeitung im Kanton Bern.

BO BERNER OBERLÄNDER
TT THUNER TAGBLATT

BO Berner Oberländer und **TT Thuner Tagblatt**, die in Zusammenarbeit mit der *BZ Berner Zeitung* erscheinen, schliessen das Geschäftsjahr mit einem leicht höheren Werbeumsatz ab. Dank rückläufiger Produktionskosten steigerten beide Tageszeitungen ihre Ergebnisse in der Folge deutlich. Gleichzeitig mit der Neugestaltung der *BZ Berner Zeitung* wurden auch Blattarchitektur und Layout von *BO Berner Oberländer* und *TT Thuner Tagblatt* erneuert.

Der Bund

Die Berner Tageszeitung **Der Bund** weist 2010 erstmals seit mehr als einem Jahrzehnt ein positives Ergebnis aus. Grund für die erfreuliche Entwicklung sind neben einem leichten Umsatzwachstum in erster Linie deutlich tiefere Kosten in Redaktion und Produktion. Die enge redaktionelle Zusammenarbeit mit dem *Tages-Anzeiger*, die die bereits seit 2004 bestehende gemeinsame Verlagsorganisation mit der *BZ Berner Zeitung* ergänzt, stösst auch bei den Leserinnen und Lesern auf breite Zustimmung. Im Oktober 2010 feierte *Der Bund* mit einer Sonderausgabe, die in den Strassen Berns verteilt wurde, seinen 160. Geburtstag.

Die **Finanz und Wirtschaft** steigerte 2010 den Werbeumsatz und baute ihren Marktanteil im Werbemarkt für Finanz- und Wirtschaftspublikationen leicht aus. Die Leserschaftszahlen verzeichneten hingegen einen Rückgang. Nach der Erneuerung der Gestaltung im Vorjahr lancierte die *Finanz und Wirtschaft* im Berichtsjahr eine neue App für die mobile Nutzung des täglichen FuW-Reports sowie gemeinsam mit *Bilan* das Luxus-Magazin *Luxe*.



Die Pendlerzeitung **L'essentiel** in Luxemburg konnte die Erwartungen erneut übertreffen. Mit 186 000 Leserinnen und Lesern ist die 2007 gemeinsam mit dem Partnerverlag Editpress lancierte Pendlerzeitung neu die reichweitenstärkste Tageszeitung des Grossherzogtums. Das Leserschaftswachstum schlug sich in steigenden Werbeumsätzen nieder. Nachdem *L'essentiel* im vergangenen Jahr erstmals die Gewinnzone erreicht hatte, verbesserte sich die Pendlerzeitung weiter und schloss das Berichtsjahr mit einem sehr erfreulichen Ergebnis ab. Im Oktober wurde die Nachrichtenplattform *lessentiel.lu* um ein deutschsprachiges Angebot erweitert.



Die **SonntagsZeitung** verteidigte ihre führende Position im Werbemarkt im vergangenen Jahr erfolgreich und legte beim Umsatz zu. Das Ergebnis entwickelte sich aufgrund der höheren Werbeumsätze und tieferer Produktionskosten erfreulich. Die Leserschaftszahlen hingegen verzeichneten im Vorjahresvergleich einen leichten Rückgang. Im August lancierte die *SonntagsZeitung* als erste Sonntagszeitung eine digitale Version für das iPad. Die Redaktion, die seit Sommer von Martin Spieler geleitet wird, schuf zusätzliche Ressourcen für investigativen Journalismus und baute ein neues Recherche-Desk auf. Gleichzeitig wurden neue Kommentargefässe eingeführt.



Die Stellenbeilagen **Alpha** und **Stellen-Anzeiger** konnten ihre führende Position im Werbemarkt erfolgreich verteidigen. Günstigere Produktionskosten führten gleichzeitig zu einem deutlichen Ergebniswachstum.



Dank eines leichten Umsatzanstiegs verbesserte das **Tagblatt der Stadt Zürich** im vergangenen Jahr sein Ergebnis erneut. Die Zahl der Leserinnen und Leser des amtlichen Publikationsorgans blieb im Vorjahresvergleich stabil.



Der **Tages-Anzeiger**, der seit 2009 in der überregionalen Berichterstattung mit der Tageszeitung *Der Bund* in Bern zusammenarbeitet, konnte den Leserschaftsrückgang stoppen und weist im Vorjahresvergleich stabile Leserschaftszahlen aus. Vom Aufschwung auf dem Werbemarkt profitierte der *Tages-Anzeiger* hingegen bisher noch nicht. Das 2010 eingeführte neue Konzept mit vier Zeitungsbinden führte jedoch zu einem deutlichen Rückgang der Produktionskosten. Dank der tieferen Kosten schloss der *Tages-Anzeiger* das Geschäftsjahr 2010 nach einem Verlust im Vorjahr wieder mit einem leicht positiven Ergebnis ab. Seit Dezember 2010 bezieht der *Tages-Anzeiger* die lokale Berichterstattung aus den Regionen von den Partnerzeitungen *Zürcher Oberländer*, *Zürcher Unterländer* und *Zürichsee-Zeitung*. Dieser redaktionelle Austausch sowie die gleichzeitig vereinbarte Zusammenarbeit im Werbemarkt sollen im laufenden Jahr zu einer weiteren Ergebnisverbesserung führen.



Thurgauer Zeitung
Die Nordostschweiz

Die **Thurgauer Zeitung** wurde im April 2010 der NZZ-Mediengruppe übertragen und wird neu als nicht weitergeführter Bereich ausgewiesen.

Zürcher Unterländer
Neues Bülacher Tagblatt

Die seit dem 1. Mai 2010 berücksichtigten Tageszeitungen **Zürcher Unterländer** und **Neues Bülacher Tagblatt** weisen für das vergangene Jahr trotz eines schwachen Umsatzrückgangs eine leichte Ergebnisverbesserung aus. Die Zahl der Leserinnen und Leser blieb im Vorjahresvergleich stabil. Seit dem 1. Januar 2011 arbeiten *Zürcher Unterländer* und *Neues Bülacher Tagblatt* in der überregionalen Berichterstattung im Rahmen des Zeitungsverbundes Zürcher Regionalzeitungen plus mit dem *Landboten*, den *Schaffhauser Nachrichten*, dem *Zürcher Oberländer* und der *Zürichsee-Zeitung* zusammen. Gleichzeitig gingen die Partner eine Zusammenarbeit mit dem *Tages-Anzeiger* im regionalen Werbeverkauf ein und stellen dem *Tages-Anzeiger* die Lokalberichterstattung zur Verfügung.

Zürichsee-Zeitung
Sihltaler
Thalwiler Anzeiger

Die **Zürichsee-Zeitung**, die ebenfalls seit dem 1. Mai 2010 berücksichtigt wird und neben drei Regionalausgaben auch die Lokalzeitungen **Sihltaler** und **Thalwiler Anzeiger** umfasst, steigerte im vergangenen Jahr Werbeumsatz und Ergebnis. Im Lesermarkt musste die *Zürichsee-Zeitung* hingegen einen Rückgang hinnehmen. Die Zusammenarbeit im Rahmen des Zeitungsverbundes Zürcher Regionalzeitungen plus sollte bei der *Zürichsee-Zeitung*, wie auch beim *Zürcher Unterländer* und beim *Neuen Bülacher Tagblatt*, im laufenden Jahr zu einer deutlichen Ergebnisverbesserung führen.

ZÜRITIPP

Das Ausgehmagazin **Zuritipp** erscheint seit Herbst 2010 in frischer Gestaltung und mit einem überarbeiteten Konzept. Längere Titelgeschichten sollen auch Leserinnen und Leser ansprechen, die nicht mehr regelmässig ausgehen. Die neue Seitengestaltung verleiht den Bildern mehr Gewicht und die thematisch geordneten Veranstaltungskalender schliessen neu an die dazugehörige redaktionelle Berichterstattung an. Günstigere Produktionskosten führten trotz eines leichten Umsatzrückganges im Werbemarkt zu einer Ergebnisverbesserung.

Bantiger Post
BERNERBÄR
BümplizWoche
Solothurner Woche
Anzeiger von Kerzers
Der Murtenbieter
FURTTALER
GLATTALER
RÜMLANGER
Zolliker Bote
KILCHBERGER

Die Gratiszeitung **Bantiger Post** steigerte im vergangenen Jahr ihre Werbeerträge erneut. Zum Umsatzwachstum trugen neben der Wirtschaftslage auch die kantonalen Wahlen vom Frühjahr 2010 bei. Der **Bernerbär** erscheint seit August 2010 jeweils einmal statt wie bisher zweimal wöchentlich und in neuer Gestaltung. Das neue Konzept führte bereits im vergangenen Jahr zu einer deutlichen Ergebnisverbesserung. Die **Bümpliz Woche** weist bei einem stabilen Umsatz einen leichten Ergebnisrückgang aus. Die Gratiszeitung **Solothurner Woche** sowie die Lokalzeitungen **Anzeiger von Kerzers** und **Der Murtenbieter** wurden im Berichtsjahr verkauft und werden als nicht weitergeführte Bereiche ausgewiesen. Erstmals berücksichtigt werden hingegen **Furttaler**, **Glattaler** und **Rümlanger**, die Anzeiger der Zürcher Unterland Medien AG, sowie die beiden Titel **Zolliker Bote** und **Kilchberger**, die zur Zürichsee Presse AG gehören.

Der Umsatz (Betriebsertrag) des **Geschäftsfeldes Zeitungen** gegenüber Dritten stieg 2010 um 9 Prozent auf 510.5 Mio. CHF (Vorjahr 466.3 Mio. CHF). Das Wachstum ist insbesondere auf die neu erworbenen Tageszeitungen *Zürcher Unterländer* und *Zürichsee-Zeitung* zurückzuführen. Zur positiven Entwicklung trugen aber auch die Pendlerzeitungen *20 Minuten*, *20 minutes* und *L'essentiel* bei, während die weiteren regionalen Tageszeitungen lediglich ein schwaches Umsatzwachstum auswiesen. Die im Verlauf des Jahres 2010 vorgenommene Anpassung der internen Verrechnungspreise im Zeitungsdruck führte zu einem deutlichen Rückgang der Herstellungskosten. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) stieg in der Folge um 429,6 Prozent auf 69.2 Mio CHF (Vorjahr 13.1 Mio. CHF). Die EBITDA-Marge liegt mit 13,3 Prozent deutlich über derjenigen des Vorjahres (2,6 Prozent).

Leserzahlen

Titel	MACH 2011-1 ¹	MACH 2010-1 ¹	Veränderung
20 Minuten	1 351 000	1 361 000	-0,7%
20 Minutes	472 000	523 000	-9,8%
BZ Berner Zeitung, Gesamtausgabe inkl. Der Bund	352 000	373 000	-5,6%
Finanz und Wirtschaft	121 000	135 000	-10,4%
Furttaler	20 000	22 000	-9,1%
Glattaler	26 000	24 000	8,3%
SonntagsZeitung	757 000	797 000	-5,0%
Tagblatt der Stadt Zürich	126 000	130 000	-3,1%
Tages-Anzeiger	477 000	481 000	-0,8%
Zürcher Unterländer	47 000	45 000	4,4%
Zürichsee-Zeitung	72 000	85 000	-15,3%
20 Minuten Friday	447 000	422 000	5,9%
Annabelle	303 000	346 000	-12,4%
Automobil Revue	180 000	161 000	11,8%
Das Magazin	721 000	681 000	5,9%
Revue Automobile	78 000 ²	76 000	2,6%
Schweizer Familie	745 000	754 000	-1,2%
TVtäglich	960 000	1 012 000	-5,1%

Quelle: WEMF, MACH Basic 2011-1/2010-1

¹ Betrifft Leserzahlen: Befragungszeitraum Oktober bis Ende September

² Seit Oktober 2009 erscheint Revue Automobile nicht mehr wöchentlich, sondern 14-täglich. Die Medienwerte sind ein Durchschnitt der Werte vor und nach der Umstellung.

Auflagen

Titel	Auflage 2010 ¹	Auflage 2009 ¹	Veränderung
20 Minuten	494 368	536 473	-7,8%
20 Minutes	207 112	229 729	-9,8%
Bantiger Post	21 953	21 751	0,9%
Berner Oberländer	21 393	22 790	-6,1%
BZ Berner Zeitung, Gesamtausgabe ²	181 705	200 117	-9,2%
Bernerbär ³	129 782	136 407	-4,9%
Bümpliz Woche	22 189	22 137	0,2%
Der Bund	51 183	52 705	-2,9%
Finanz und Wirtschaft	30 582	33 347	-8,3%
Furttaler	14 888	14 795	0,6%
Glattaler/Volketswiler	9 550	9 206	3,7%
Kilchberger ⁴	4 400	4 400	0,0%
Rümlanger	3 543	3 488	1,6%
Sihltaler	1 897	2 134	-11,1%
SonntagsZeitung	188 658	194 764	-3,1%
Tagblatt der Stadt Zürich	141 467	146 096	-3,2%
Tages-Anzeiger	203 636	209 297	-2,7%
Thalwiler Anzeiger	4 570	5 151	-11,3%
Thuner Tagblatt	22 983	24 556	-6,4%
Zolliker Bote	7 080	7 319	-3,3%
Zürcher Unterländer	20 477	21 597	-5,2%
Zürichsee-Zeitung	39 994	41 957	-4,7%
20 Minuten Friday	159 884	151 127	5,8%
Annabelle	70 117	70 214	-0,1%
Automobil Revue	25 322	29 264	-13,5%
Das Magazin	451 788	500 000 ⁴	-9,6%
Revue Automobile	13 881	14 658	-5,3%
Schweizer Bauer	31 302	31 315	-0,0%
Schweizer Familie	186 098	185 174	0,5%

Quelle: WEMF, Auflagenbulletin

1 Erhebungszeitraum beginnt am 1. Juli und endet am 30. Juni.

2 Berner Zeitung Gesamtausgabe inkl. der hier auch separat ausgewiesenen Titel Der Bund, Berner Oberländer, Thuner Tagblatt

Bei den Gratistiteln wird jeweils die Gratisauflage ausgewiesen. Bei den bezahlten Titeln wird jeweils die total verkaufte Auflage angegeben.

3 Dienstags-Ausgabe

4 Druckauflage gemäss Verlagsangabe

Zeitschriften



Das kostenlose People-Magazin **20 Minuten Friday**, das 20 Minuten gemeinsam mit *Annabelle* und *tilllate.com* verlegt, steigerte seine Leserschaft im vergangenen Jahr erneut. Insbesondere bei jungen Leserinnen und Lesern hat sich das 2008 lancierte People-Magazin innerhalb von nur zwei Jahren einen festen Platz gesichert. Die Auflage wurde zum dritten Mal in Folge erhöht. Dank eines starken Umsatzwachstums übertraf *20 Minuten Friday* die hohen Erwartungen und erreichte im starken vierten Quartal 2010 erstmals schwarze Zahlen.

annabelle

Der Frauenzeitschrift **Annabelle** gelang es im vergangenen Jahr, ihren Werbeumsatz zu steigern und ihr Ergebnis damit weiter zu verbessern. Während die Leserzahlen im Jahresvergleich einen Rückgang verzeichneten, weist das 2009 neu gestaltete Onlineportal *annabelle.ch* bei Nutzerzahlen und Werbeumsatz ein deutliches Wachstum aus. Im Frühjahr 2010 stellte die *Annabelle* ihre Leserinnen in den Mittelpunkt und erschien mit hundert unterschiedlichen Titelbildern, die jeweils das Porträt einer Leserin zeigten.



Die **Automobil Revue** und die **Revue Automobile** konnten den negativen Trend im Werbemarkt durchbrechen und weisen im Vorjahresvergleich eine weitgehend stabile Umsatzentwicklung aus. Die 2009 angegangenen Kostensenkungsmassnahmen führten gleichzeitig zu einer deutlichen Verbesserung auf der Ergebnisseite. Die Zahl der Leserinnen und Leser blieb im Vergleich zum Vorjahr stabil. Die Anfang 2010 erfolgte Umstellung auf eine zweiwöchentliche Erscheinungsweise stiess bei den Leserinnen und Lesern der *Revue Automobile* sowie im Werbemarkt auf eine breite Akzeptanz.

DAS MAGAZIN

Das Magazin lancierte im Herbst 2010 als eine der ersten Schweizer Zeitschriften ein kostenpflichtiges Angebot für das iPad. Dank seiner starken Stellung auf dem Werbemarkt gewann *Das Magazin* neue Werbeaufträge hinzu und weist für das vergangene Geschäftsjahr ein sehr erfreuliches Ergebnis aus. Die Leserzahlen der Wochenendbeilage, die seit Ende 2009 auch der Tageszeitung *Der Bund* beigelegt wird, entwickelten sich ebenfalls ausgesprochen positiv und erreichten mit 721 000 Leserinnen und Lesern einen neuen Rekordwert.

Schweizer Bauer

Die Konzentration des Bereichs Fachmedien Agrar auf den Haupttitel **Schweizer Bauer** erwies sich im vergangenen Jahr als richtig. Die zweimal wöchentlich erscheinende Zeitung für die Landwirtschaft vermochte ihren Werbeumsatz im vergangenen Jahr zu steigern. Ebenfalls erfreulich entwickelte sich das Ergebnis. Die langjährige Partnerschaft mit der Oekonomischen und Gemeinnützigen Gesellschaft des Kantons Bern als Mitherausgeberin des *Schweizer Bauer* wurde erneuert.

Die Erfolgsgeschichte der **Schweizer Familie** setzte sich auch 2010 fort. Dank eines kräftigen Wachstums der Werbeeinnahmen und einer stabilen Entwicklung der Vertriebslöse steigerte die Zeitschrift ihr Ergebnis erneut. Die Zahl der Leserinnen und Leser blieb im Vorjahresvergleich unverändert hoch. Im November nahmen mehrere tausend Kinder an der gemeinsam mit Unicef durchgeführten Sternenwoche-Sammelaktion für Kinder in Myanmar teil.

**Schweizer
Familie**

Die Programmbeilage **TVtäglich**, die gemeinsam mit Ringier verlegt wird, weist im Zuge eines Auflagen- und Leserschaftsrückgangs sinkende Werbeumsätze aus. Das Ergebnis entwickelte sich dank Einsparungen auf der Kostenseite positiv. Im Verlauf des Jahres 2011 werden verschiedene Trägertitel des Fernseh- und Radioprogramm in die Zeitung integrieren und die Beilage von *TVtäglich* einstellen.

TVtäglich

Der Umsatz des **Geschäftsfeldes Zeitschriften** stieg im Berichtsjahr um 3 Prozent auf 96.3 Mio. CHF (Vorjahr 93.9 Mio. CHF). Insbesondere die erfreuliche Entwicklung von *20 Minuten Friday* und *Schweizer Familie* wirkte sich positiv auf den Werbeumsatz des Geschäftsfeldes aus. Die Herstellungskosten sanken dank neuen Druckverträgen erheblich. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) fiel mit 21.4 Mio. CHF beinahe doppelt so hoch aus wie im Vorjahr (11.8 Mio. CHF). Mit einer EBITDA-Marge von 22,1 Prozent (Vorjahr 12,5 Prozent) stellte das Geschäftsfeld Zeitschriften seine Bedeutung als wichtiger Ertragspfeiler des Unternehmens unter Beweis.

Elektronische Medien



Das Nachrichtenportal **20 Minuten Online** konnte seine Werbe- und Serviceeinnahmen im vergangenen Jahr deutlich steigern. Sowohl die Umsatz- als auch die Ergebnisentwicklung übertrafen die Erwartungen. Die Angebote unter *20minuten.ch*, *20minutes.ch* sowie *piazza.ch* zogen noch einmal mehr Besucherinnen und Besucher an als in der Vorjahresperiode. Besonders ausgeprägt war das Wachstum des französischsprachigen Angebotes von *20minutes.ch*. *20 Minuten Online* festigte damit seine Position als führende Schweizer Nachrichtenplattform. Die erfolgreiche Nachrichtenapplikation wird seit dem vergangenen Jahr für verschiedene weitere Mobiltelefon-Betriebssysteme angeboten. Zudem lancierte *20 Minuten Online* eine neue Kino-Applikation. Das neue Mobilfunkangebot *20 Minuten Mobile* und der im Herbst lancierte Musik-Streamingdienst *Soundshack* erweitern das Angebot des Medienverbundes 20 Minuten um attraktive Services. Erfreulich entwickelte sich auch die Kleinanzeigenplattform *piazza.ch*, die ihren Werbeumsatz ausbauen konnte.



Die Werbeumsätze des Berner Radios **CapitalFM** zogen im vergangenen Jahr deutlich an. Der Hauptstadtseher gewann dadurch zusätzliche Marktanteile im Werbemarkt und verbesserte sein Ergebnis im Vorjahresvergleich. Der Sender, der seit August 2010 unter neuer Leitung steht, stellte die Berichterstattung zu regionalen Ereignissen noch stärker in den Mittelpunkt und baute die Verankerung in der Region mit zahlreichen Live-Sendungen aus. Die Hörerzahlen entwickelten sich trotz eines verschärften Konkurrenzumfelds stabil. Dank einer eigenen Radio-Applikation ist *CapitalFM* seit dem Sommer auch auf mobilen Geräten empfangbar.



Die Onlineplattform der Finanz und Wirtschaft unter **fuw.ch** erweiterte ihr Angebot um eine neue App für die mobile Nutzung des täglichen FuW-Reports aus. Das Ergebnis verbesserte sich aufgrund eines höheren Werbeumsatzes.



Die führende Schweizer Immobilienplattform **homegate.ch** präsentiert sich seit September 2010 in neuer Gestaltung. Dank eines weiteren Wachstums der eingestellten Objekte und der Nutzerzahlen weist *homegate.ch* auch 2010 eine Umsatz- und Ergebnissteigerung aus. Im laufenden Jahr soll die Vermarktung der Online-Marktplätze im Bereich Displaywerbung gemeinsam mit einem Partner weiter ausgebaut werden. Seit Januar wird *homegateTV* neu auch auf fünf Regionalfernsehsendern in der Deutschschweiz ausgestrahlt.



Seit Jahresbeginn sind die Stellenplattformen von Edipresse Schweiz und Tamedia in der Jobup AG zusammengefasst. Die drei Stellenplattformen **alpha.ch**, **jobwinner.ch** und **jobup.ch** erreichten im vergangenen Jahr die Marktführerschaft im Nutzermarkt. Auch im Werbemarkt zahlte sich die Bündelung der Kräfte mit Edipresse bereits aus. Die Zahl der Stelleninserate verzeichnete ein starkes Wachstum, was zu einem eigentlichen Ergebnisprung führte. Im Verlauf des Jahres bauten *alpha.ch* und *jobwinner.ch* ihr Angebot für Stellensuchende mit einer vollständig erneuerten Plattform aus. Nach der Neugestaltung des Markenauftritts von *jobwinner.ch* im September 2010 wurde zu Beginn des neuen Jahres auch die Gestaltung von *jobup.ch* umfassend erneuert.

Das **Newsnetz** von *baslerzeitung.ch*, *bernerzeitung.ch*, *derbund.ch* und *tagesanzeiger.ch* setzte sein rasches Wachstum 2010 fort. Stark steigende Werbeeinnahmen, die erneut über den Erwartungen lagen, ermöglichten es dem **Newsnetz**, auf Jahresbasis erstmals einen Gewinn zu erwirtschaften. Seit dem Juni 2010 bieten die **Newsnetz**-Partner eine ausgebaute Nachrichten-Applikation für das iPad an. Im Oktober 2010 wurden die Newsplattformen erstmals seit der Lancierung im Sommer 2008 neu gestaltet und enger mit sozialen Netzwerken wie Facebook und Twitter verknüpft. Die schrittweise Erweiterung des redaktionellen Angebotes schlug sich in einem deutlichen Wachstum der Nutzerzahlen nieder.



Die Hörerzahlen von **Radio 24** erreichten im vergangenen Jahr einen neuen Höchststand. Das hörerstärkste Privatrado der Schweiz konnte damit seine Marktführerschaft trotz eines intensiven Wettbewerbs im Raum Zürich ausbauen. Das hohe Umsatz- und Ergebnissniveau des Vorjahres konnte erfolgreich gehalten werden. Im März 2010 lancierte **Radio 24** mit «Radio 24 Rock» ein zusätzliches Webradio-Angebot. Zusätzlichen Schub erhielt der Sender mit der Erneuerung des Tonkleids im September und der gleichzeitigen Lancierung des neuen Onlineportals. Im Nachgang der Neukonzessionierung wurde das Sendegebiet schrittweise auf den Kanton Glarus ausgeweitet.



Die führende Schweizer Verzeichnisplattform **search.ch**, die Tamedia gemeinsam mit der Schweizerischen Post betreibt, investierte im vergangenen Jahr in einen Ausbau der Verkaufsmannschaft. Die Investitionen begannen sich bereits auszuzahlen. Die erhöhte Marktpräsenz führte zu einem deutlichen Wachstum des Werbeumsatzes. Gleichzeitig lancierte **search.ch** neue Servicedienstleistungen und Applikationen für mobile Geräte, die die standortbasierte Nutzung der **search.ch**-Dienstleistungen von unterwegs ermöglichen. Dank zusätzlichen Diensten wie einem Terminplaner, einem Fahrplan für den öffentlichen Verkehr und einem erneuerten TV-Programm gewann **search.ch** zusätzliche Nutzerinnen und Nutzer hinzu.



Die Datingplattform **swissfriends.ch**, die wie die Stellenplattformen und *homegate.ch* in die gemeinsamen Online-Rubrikenorganisation mit Edipresse Schweiz eingebunden ist, übertraf die Erwartungen und steigerte sowohl Umsatz als auch Ergebnis deutlich.



TeleBärn feierte im Mai 2010 sein 15-jähriges Jubiläum. Dank eines deutlichen Umsatzwachstums schaffte **TeleBärn** im Jubiläumsjahr gleichzeitig auch den Sprung in die Gewinnzone. Im Zuschauermarkt verteidigte der Sender, der seit dem Frühjahr unter neuer Leitung steht, seine Position als zweitstärkstes Regionalfernsehen der Schweiz nach **TeleZüri**. Um das Informationsprofil zur schärfen, verlängerte **TeleBärn** die Nachrichten, schuf die Voraussetzung für Experteninterviews, baute die Wetterinformationen aus und vereinfachte den Sendeablauf. Investitionen in die Studiogestaltung ermöglichten zudem eine Erneuerung der Unterhaltungsformate.





Das führende Schweizer Regionalfernsehen **TeleZüri** konnte 2010 zusätzliche Werbeaufträge verbuchen. Steigende Kosten führten jedoch zu einer Ergebnisverschlechterung. Mit der Vermietung der Studioinfrastruktur an das Schweizer Sportfernsehen sowie einem neuen Produktionsablauf wurden Massnahmen eingeleitet, die das Ergebnis 2010 mit Investitionen belasteten, aber bereits im laufenden Jahr zu einer deutlichen Ergebnisverbesserung führen werden. Unverändert erfolgreich ist *TeleZüri*, der seit 2009 landesweit im digitalen Kabelnetz empfangen werden kann, bei den Zuschauerinnen und Zuschauern. Die neue Kochsendung *SwissDinner*, die im August 2010 nach 16 Jahren den Sendeplatz der Datingshow *SwissDate* übernommen hatte, übertraf die Erwartungen bereits kurz nach dem Start.



Die Werbeumsätze der Nightlife-Plattform **tilllate.com** entwickelten sich rückläufig. Die bereits im Vorjahr angegangenen Kostensenkungsmassnahmen konnten den Umsatzrückgang nicht kompensieren. Das Ergebnis blieb in der Folge deutlich hinter den Erwartungen zurück. Im laufenden Jahr wird *tilllate.com* in den Medienverbund *20 Minuten* eingebunden. Die Plattform arbeitet in der Partyberichterstattung sowie bei *20 Minuten Friday* bereits erfolgreich mit den Medien von *20 Minuten* zusammen.



zsz.ch, die Nachrichtenplattform der *Zürichsee-Zeitungen*, sowie die Nachrichtenplattform des *Zürcher Unterländers* unter **zuonline.ch** sprachen 2010 mehr Nutzerinnen und Nutzer an als im Vorjahr. Beide Nachrichtenplattformen werden im Geschäftsbericht 2010 erstmals berücksichtigt.

Der Umsatz des **Geschäftsfeldes Elektronische Medien** legte um 24 Prozent auf 112.7 Mio. CHF (Vorjahr 91.2 Mio. CHF) zu. Haupttreiber des Wachstums waren die Stellenplattformen von *Jobup*, die Nachrichtenplattformen *20 Minuten Online* und *Newsnetz* sowie *search.ch*. Ungeachtet der erheblichen Investitionen in den Ausbau der Onlineplattformen verdoppelte sich das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) von 7.2 Mio. CHF im Vorjahr auf 14.5 Mio. CHF. Wie das Umsatz- ist auch das Ergebniswachstum in erster Linie auf die Onlinemedien zurückzuführen. Die EBITDA-Marge des Geschäftsfeldes Elektronische Medien stieg von 7,7 Prozent im Vorjahr auf erfreuliche 12,2 Prozent.

Nutzerzahlen

Websites	NET-Metrix-Profil ¹ 2010-2	NET-Metrix-Profil ¹ 2009-2	Veränderung
20 Minuten Online	1 359 000	1 124 000	20,9%
20minuten.ch	1 079 000	792 000	36,2%
20minutes.ch	225 000	159 000	41,5%
piazza.ch	202 000	263 000	-23,2%
annabelle.ch	39 000	29 000	34,5%
dasmagazin.ch	65 000	57 000	14,0%
fuw.ch	26 000	22 000	18,2%
homegate.ch	690 000	664 000	3,9%
Newsnetz	1 013 000	915 000	10,7%
tagesanzeiger.ch	718 000	666 000	7,8%
bernerzeitung.ch	211 000	195 000	8,2%
derbund.ch	96 000	63 000	52,4%
radio24.ch	28 000	28 000	0,0%
schweizerfamilie.ch	34 000	30 000	13,3%
search.ch	1 799 000	1 735 000	3,7%
sonntagszeitung.ch	57 000	55 000	3,6%
telezueri.ch	39 000	42 000	-7,1%

Quelle: NET-Metrix AG, NET-Metrix-Profil Unique User (Personen) pro Monat

¹ Erhebungszeitraum beginnt am 1. April und endet am 30. Juni des jeweiligen Jahres

Services

tamedia:
druckzentrum

Das **Druckzentrum Bubenberg** in Zürich weist aufgrund der sinkenden Preise im Zeitungsdruckmarkt einen deutlichen Umsatz- und Ergebnisrückgang aus. Nachdem die Auslastung aller Druckzentren als Folge der Wirtschaftskrise und neuer Zeitungskonzepte im Vorjahr stark nachgegeben hatte, einigten sich Edipresse Schweiz und Tamedia im Herbst 2010 auf eine gemeinsame Strategie im Zeitungsdruck. Die Strategie sieht Investitionen in die Modernisierung der Druckzentren Bubenberg und Bussigny sowie die Konzentration auf drei Druckstandorte vor. Mit den Massnahmen, die zum Abbau eines Teils der hohen Überkapazitäten im Schweizer Zeitungsdruckmarkt führen, steigt die Auslastung der drei Druckzentren in Bern, Bussigny und Zürich.



Buechler Grafino AG

Wie in Zürich wirkten sich die neuen Zeitungsdruckpreise auch beim **Druckzentrum Buechler Grafino** in Bern negativ auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung aus. Die neue Zeitungsarchitektur von *BZ Berner Zeitung*, *BO Berner Oberländer* und *TT Thuner Tagblatt* ermöglichte es, die Belegung der Druckmaschinen in der Nacht von bisher drei auf neu zwei Linien zu reduzieren. Im Frühling 2011 konnte das Druckzentrum Buechler Grafino deshalb den Druck der beiden Regionalausgaben von *20 minutes* übernehmen.



Das **Druckzentrum DZO Oetwil am See**, das Tamedia im Rahmen des Beteiligungstauschs mit der NZZ-Mediengruppe im Verkauf des Berichtsjahres übernommen hatte, wird im Frühjahr 2011 geschlossen. Die Druckaufträge des Druckzentrums Oetwil gingen an das Druckzentrum Bubenberg in Zürich über. Für die betroffenen Mitarbeitenden, denen keine Weiterbeschäftigung angeboten werden konnte, kam ein Sozialplan zur Anwendung.

Die anhaltend rückläufige Entwicklung der Rubrikanzeigen sowie die zunehmende Digitalisierung führten bei den **Production Services**, in denen die Vorstufenleistungen der meisten Medien von Tamedia zusammengefasst sind, erneut zu einem Umsatzrückgang. Tamedia wird die Anzeigenherstellung in Zürich deshalb bis Ende 2011 an einen externen Partner übergeben, der in einem zweiten Schritt auch die Anzeigenherstellung in Bern übernehmen soll. In den nächsten Monaten werden Gespräche mit möglichen Partnern geführt. Für die von allfälligen Kündigungen und Frühpensionierungen betroffenen Mitarbeitenden kommen der Sozialplan von Tamedia sowie zwei unterschiedliche Frühpensionierungsprogramme zur Anwendung.

Der Umsatz (Betriebsertrag) des **Geschäftsfeldes Services** gegenüber Dritten sank im vergangenen Jahr aufgrund rückläufiger Volumen und Druckpreise um 12 Prozent auf 86.8 Mio. CHF (Vorjahr 98.1 Mio. CHF). Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) liegt mit 46.7 Mio. CHF um 20 Prozent unter dem Vorjahresergebnis von 58.2 Mio. CHF. Die EBITDA-Marge liegt, obwohl leicht unter dem Vorjahreswert von 25,8 Prozent, mit 22,2 Prozent weiterhin auf einem hohen Niveau. Im laufenden Jahr dürfte sich die neue Druckstrategie von Edipresse Schweiz und Tamedia positiv auf das Ergebnis des Geschäftsfeldes Services auswirken.

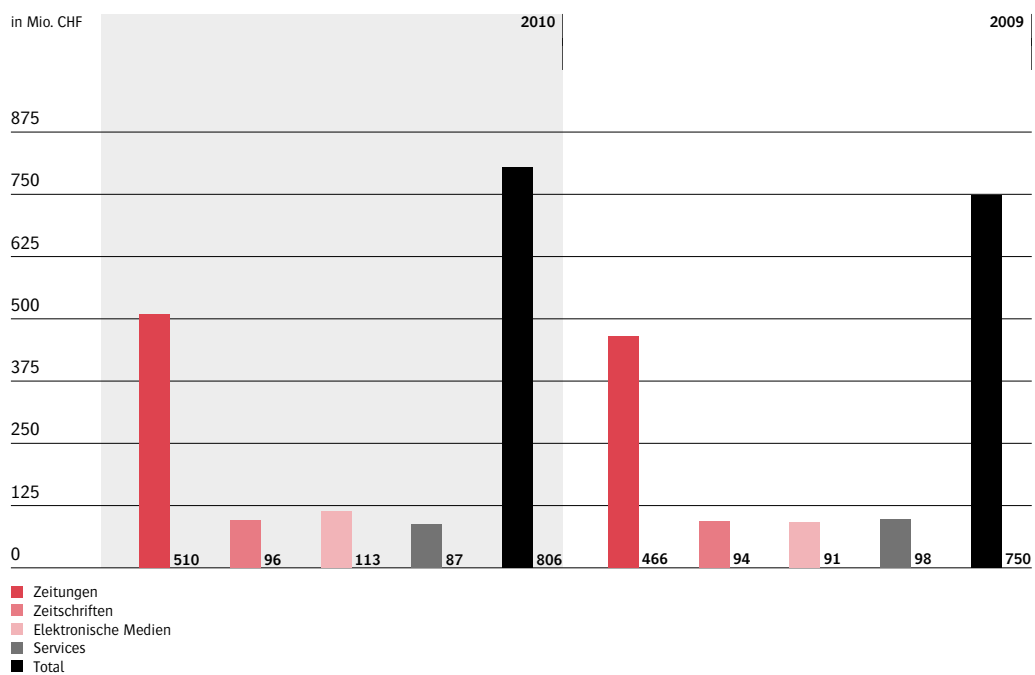
Geschäftsfelder im Überblick (tabellarische Darstellung)

in CHF 000

	Zeitungen	Zeitschriften	Elektronische Medien	Services	Eliminationen	Total
2010						
Betriebsertrag Dritte und Intersegment	521 103	96 743	118 676	210 277	(140 496)	806 304
Betriebsaufwand	(451 877)	(75 375)	(104 192)	(163 620)	140 496	(654 568)
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	69 227	21 368	14 484	46 657	–	151 736
Betriebsergebnis (EBIT)	65 102	16 815	9 223	21 297	–	112 437
Durchschnittlicher Mitarbeiterbestand	888	152	441	875	–	2 357
2009						
Betriebsertrag Dritte und Intersegment	495 926	94 629	92 990	225 747	(159 766)	749 527
Betriebsaufwand	(482 854)	(82 839)	(85 803)	(167 589)	159 766	(659 319)
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	13 072	11 790	7 187	58 159	–	90 208
Betriebsergebnis (EBIT)	10 068	11 533	(1 410)	30 571	–	50 761
Durchschnittlicher Mitarbeiterbestand	923	166	405	845	–	2 339

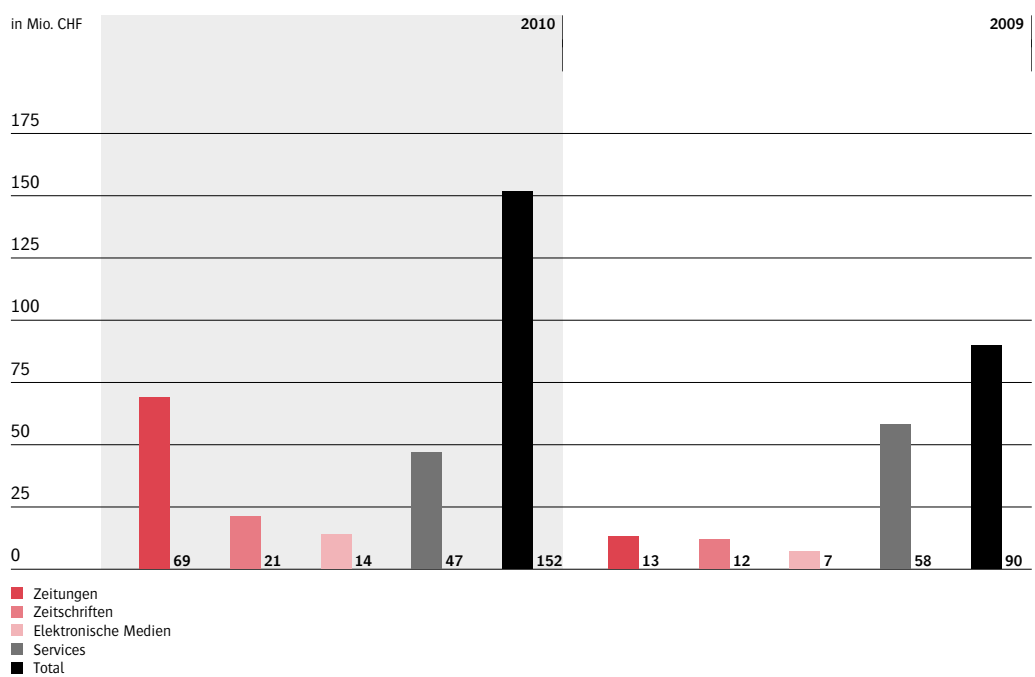
Grafik 1

Betriebsertrag (Umsatz) Dritte nach Geschäftsbereichen



Grafik 2

EBITDA nach Geschäftsfeld



Finanzieller Überblick

Rechnungslegung im Jahre 2010

Im Geschäftsjahr 2010 waren verschiedene neue und revidierte Standards (IFRS) und Interpretationen (IFRIC) erstmals anzuwenden. Die wesentlichsten Einflüsse ergeben sich aus IFRS 3r, «Unternehmenszusammenschlüsse». Der revidierte Standard führt bei Transaktionen, die nach dem 1. Januar 2010 erfolgten, zu einem angepassten Ausweis. Die Anpassung dieses Standards hatte jedoch keinen Einfluss auf den konsolidierten Jahresabschluss 2010. Hingegen werden die revidierten Vorschriften für Akquisitionen, die in mehreren Schritten erfolgen, den Ausweis der Transaktion «Edipresse» beeinflussen. Die Auswirkungen werden in Anmerkung 46 im Einzelnen erläutert.

Veränderungen im Konsolidierungskreis

Akquisitionen

Die Erhöhung der Beteiligung an der Comfriends SA um weitere 30 Prozent auf 50 Prozent sowie die Übernahme von 50 Prozent der Jobup AG auf den 1. Januar 2010 führten zu einer Veränderung des Konsolidierungskreises. In diesen beiden Gesellschaften legten Edipresse und Tamedia ihre Online-Marktplätze für Partnerschafts- und Stellenanzeigen zusammen. Am 1. Mai 2010 übernahm Tamedia zudem 40 Prozent der Zürichsee Presse AG, 100 Prozent der Zürcher Unterland Medien AG und 37,6 Prozent der Zürcher Oberland Medien AG von der FPH Freie Presse Holding AG sowie weitere 60 Prozent der Zürichsee Presse AG von der Zürichsee Medien AG. Die Gesellschaften verlegen die Regionalzeitungen *Zürcher Unterländer*, *Zürcher Oberländer* und *Zürichsee-Zeitung* sowie mehrere Anzeiger und betreiben gemeinsam das Zeitungsdruckzentrum DZO Druck Oetwil am See. Die Gesellschaften, über die Tamedia direkt oder indirekt die Kontrolle erworben hat, werden mittels Vollkonsolidierung berücksichtigt. Die Zürcher Oberland Medien AG wird mittels Equity-Bewertung als Beteiligung an einer assoziierten Gesellschaft erfasst.

Veräusserung von konsolidierten Gesellschaften

Auf den 1. Mai 2010 hat Tamedia ihre 100-Prozent-Beteiligungen an der Huber & Co. AG, die die *Thurgauer Zeitung* verlegt, an die FPH Freie Presse Holding AG veräussert.

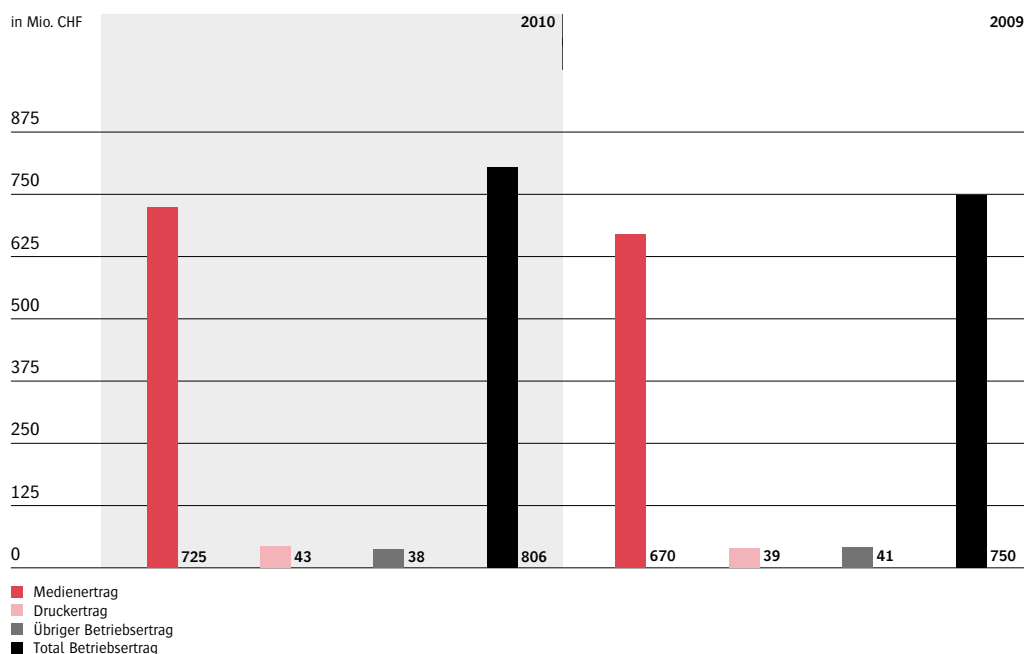
Umsatz (Betriebsertrag)

Das Geschäftsjahr 2010 stand unter dem Eindruck einer wirtschaftlichen Erholung und eines leichten Wachstums des Werbemarktes. Der Umsatz (Betriebsertrag) von Tamedia stieg um 7,6 Prozent oder 56.8 Mio. CHF auf 806.3 Mio. CHF. Die positive Umsatzentwicklung ist in erster Linie auf die erstmalige Berücksichtigung der Regionalzeitungen *Zürcher Unterländer* und *Zürichsee-Zeitung*, die Pendlerzeitungen *20 Minuten* und *20 minutes*, die Stellenplattformen von *Jobup* sowie die auf Anfang 2010 neu erworbene Plattform *search.ch* zurückzuführen.

Die veräusserte Regionalzeitung *Thurgauer Zeitung*, die Lokalzeitungen *Der Murtenbieter* und *Anzeiger von Kerzers* sowie die Wochenzeitung *Solothurner Woche* werden als nicht weitergeführte Bereiche ausgewiesen. Die nicht weitergeführten Bereiche erwirtschafteten

Grafik 3

Umsatz (Betriebsertrag)



einen Umsatz von 13.4 Mio. CHF (Vorjahr: 78.2 Mio. CHF). Im Vorjahr sind darin auch die Frühzustellaktivitäten, die Pendlerzeitung *News* sowie die Motorradzeitschriften *Moto Sport Schweiz* und *Moto Sport Suisse* enthalten.

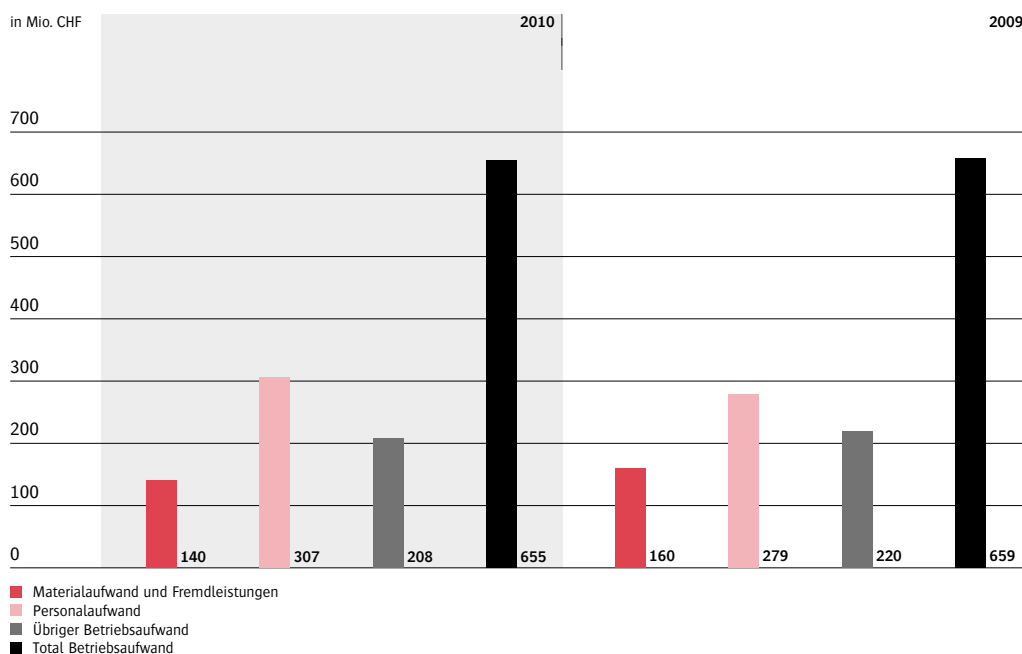
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)

Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) stieg um 61.5 Mio. CHF oder 68,2 Prozent auf 151.7 Mio. CHF. Die breit abgestützte Ergebnisverbesserung ist in erster Linie auf Kostensenkungsmassnahmen und in zweiter Linie auf ein Wachstum der Werbeinvestitionen zurückzuführen. Ein deutlich höheres Ergebnis als noch im Vorjahr wiesen insbesondere der *Tages-Anzeiger*, die Pendlerzeitung *20 Minuten*, die *BZ Berner Zeitung* und *Der Bund* sowie die Stellenplattformen von *Jobup* aus. Die EBITDA-Marge stieg von 12,0 im Vorjahr auf neu 18,8 Prozent. Die gesondert ausgewiesenen nicht weitergeführten Bereiche verzeichnen auf Stufe EBITDA einen Gewinn von 4.1 Mio. CHF (Vorjahr: –7.6 Mio. CHF).

Das Betriebsergebnis (EBIT) stieg um 121,5 Prozent oder 61.7 Mio. CHF und liegt neu bei 112.4 Mio. CHF. Die EBIT-Marge kletterte von 6,8 im Vorjahr auf neu 13,9 Prozent. Sämtliche Geschäftsfelder schreiben nun auch auf Stufe EBIT schwarze Zahlen.

Ergebnis

Das Ergebnis 2010 liegt mit 110.8 Mio. CHF um 137,3 Prozent oder 64.1 Mio. CHF über dem Vorjahreswert von 46.7 Mio. CHF. Während die assoziierten Gesellschaften im Vorjahr noch einen Verlust von –0.9 Mio. CHF beigesteuert hatten, lag der Ergebnisanteil an asso-

Betriebsaufwand

zierten Gesellschaften im Berichtsjahr bei 16.9 Mio. CHF. Dazu trug vor allem die Beteiligung an der Presse Publications SR S.A. bei, die die wesentlichen Schweizer Medienaktivitäten von Edipresse umfasst.

Das Finanzergebnis nahm um 2.9 Mio. CHF auf 7.2 Mio. CHF ab. Der Rückgang resultiert vor allem aus dem höheren Zinsaufwand von 4.4 Mio. CHF (Vorjahr 0.4 Mio. CHF) und den wegfallenden einmaligen Gewinnen aus dem Verkauf der Frühzustellorganisationen. Das Finanzergebnis aus IAS 19 stieg hingegen um 14.5 Mio. CHF auf 10.9 Mio. CHF.

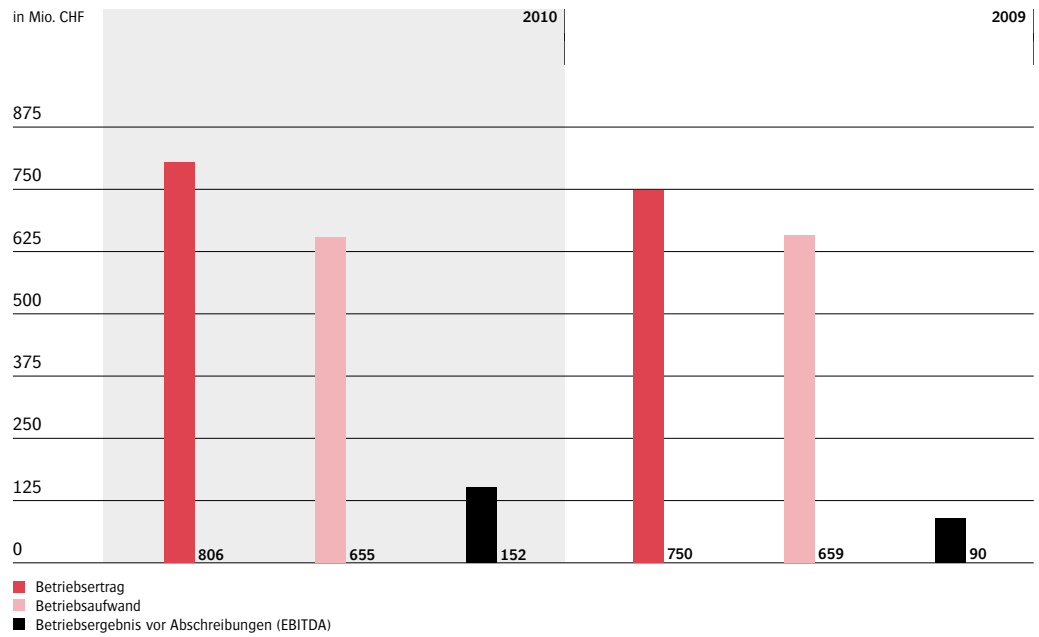
Der effektive Steuersatz nahm von 15 Prozent auf 21 Prozent zu. Im Vorjahr hatten in höherem Ausmass Verlustvorträge genutzt werden können, deren Realisierung bis dahin als nicht wahrscheinlich gegolten hatte. Ebenfalls zur höheren Steuerbelastung trug der deutliche Anstieg des Einflusses aus Beteiligungsabzügen bei, was vor allem auf von PPSR vereinnahmte Dividenden zurückzuführen ist.

Bilanz und Eigenkapital

Die Bilanzsumme nahm von 1145.0 Mio. CHF um 88.6 Mio. CHF auf 1233.6 Mio. CHF zu. Der Eigenfinanzierungsgrad sank trotz eines um 33.4 Mio. CHF höheren Eigenkapitals von 843.7 Mio. CHF geringfügig auf 68,4 Prozent (Vorjahr: 70,8 Prozent). Die Berechnungen nach IAS 19 und IFRIC 14 führen sowohl bei den zu bilanzierenden Vorsorgeguthaben und -verbindlichkeiten als auch bei den direkt in der Gesamtergebnisrechnung erfassten versicherungsmathematischen Veränderungen zu erheblichen Schwankungen. 2010 wurde dadurch ein Betrag von –43.7 Mio. CHF (nach latenten Steuern) in der Gesamt-

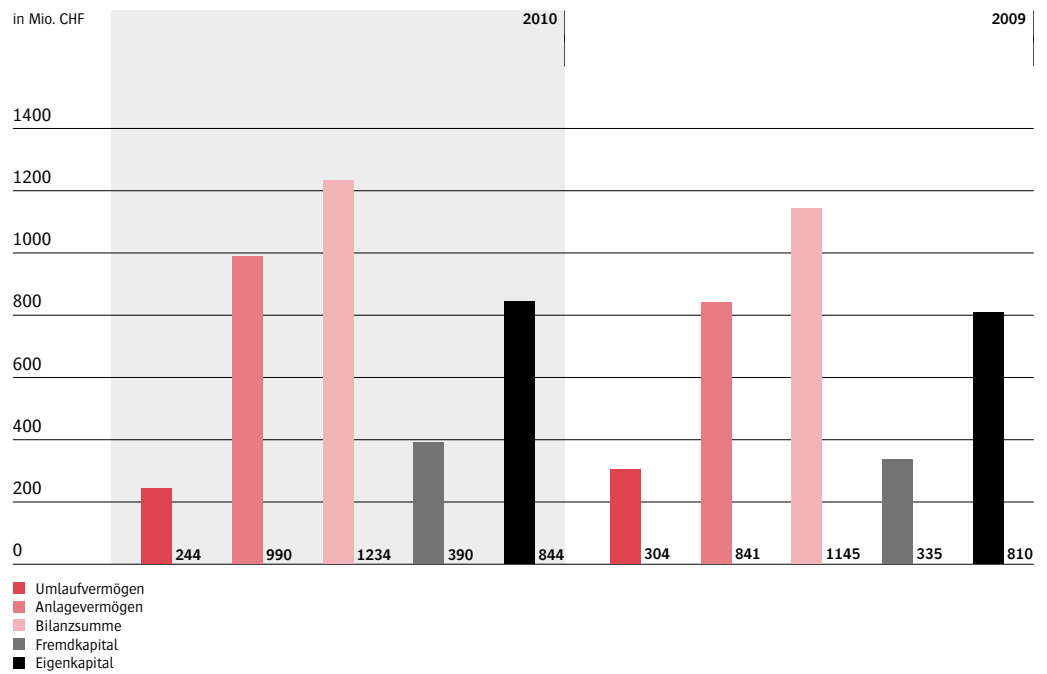
Grafik 5

Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)



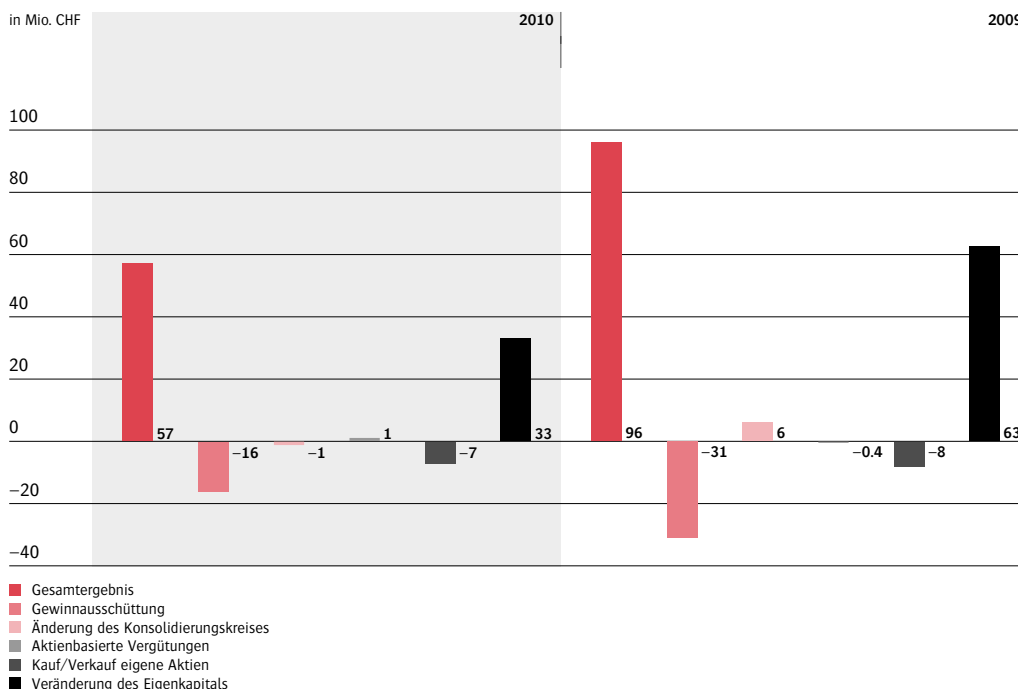
Grafik 6

Bilanz



Grafik 7

Veränderung des Eigenkapitals



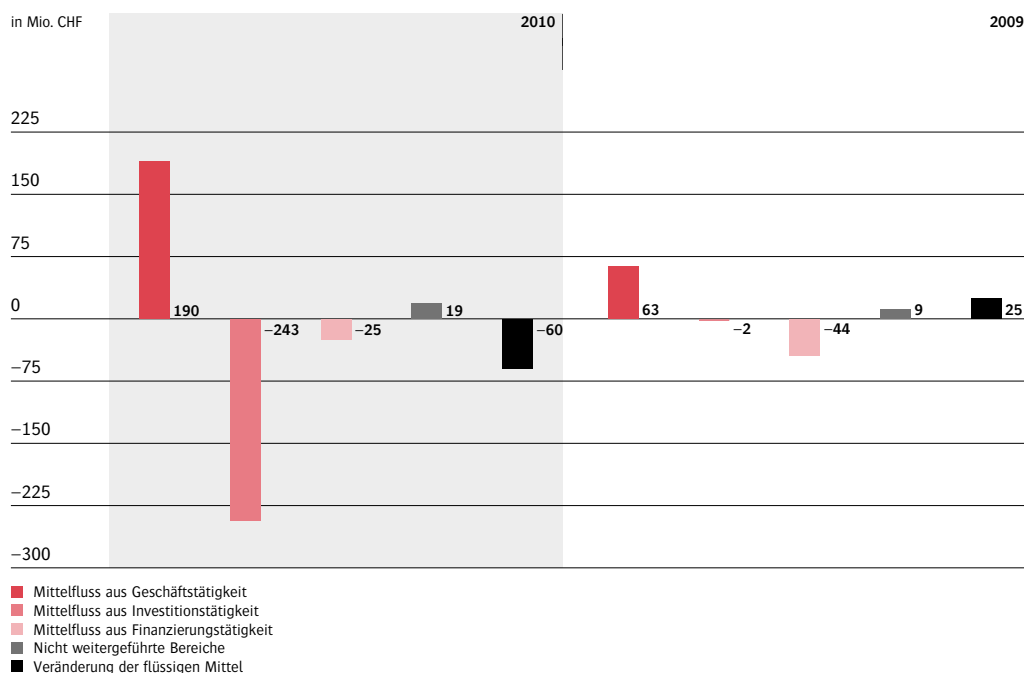
ergebnisrechnung erfasst, während im Vorjahr noch eine Zunahme von 48.9 Mio. CHF verzeichnet wurde. Die Aussagekraft der Eigenkapitalquote und deren Veränderung ist dadurch stark beeinträchtigt. Im vergangenen Jahr wurden 15.6 Mio. CHF als Dividende an die Aktionäre der Tamedia AG ausgeschüttet.

Das Umlaufvermögen der weitergeführten Bereiche sank um 51.0 Mio. CHF auf 220.9 Mio. Die flüssigen Mittel nahmen als Folge der getätigten Investitionen, im Wesentlichen war dies der erste Beteiligungsschritt an der Presse Publications SR S.A., deutlich um 60.1 Mio. CHF ab und belaufen sich auf 53.5 Mio. CHF. Bei den übrigen Positionen des Umlaufvermögens waren keine wesentlichen Veränderungen zu verzeichnen. Ende Jahr übertrafen die flüssigen Mittel inklusive der kurzfristigen Finanzanlagen die Finanzverbindlichkeiten um 30.7 Mio. CHF (Vorjahr: 109.2 Mio. CHF). Der Rückgang ist in erster Linie auf die Finanzierung des ersten Beteiligungsschrittes an der Presse Publications SR S.A. zurückzuführen. Die zur Veräusserung bestimmten Vermögenswerte gingen um insgesamt 9.4 Mio. CHF auf 22.6 Mio. CHF zurück. Zu dieser Veränderung beigetragen hat die Veräusserung zweier Liegenschaften in Frauenfeld und Wabern. Dadurch sanken die zur Veräusserung bestimmten Nettovermögenswerte um 21.3 Mio. CHF. Der Entscheid, drei weitere Liegenschaften zum Verkauf vorzusehen, führte gleichzeitig zu einem Anstieg der zur Veräusserung bestimmten Nettoaktiven um 13.8 Mio. CHF.

Die Zunahme des Anlagevermögens um 148.9 Mio. CHF oder 17,7 Prozent ergibt sich vor allem aus der Zunahme der Beteiligungen an assoziierten Gesellschaften und der immateriellen Anlagen. Die Veränderungen im Konsolidierungskreis führten bei den Sachan-

Grafik 8

Mittelfluss



lagen zu einer Zunahme von 20.5 Mio. CHF. Den Investitionen in Sachanlagen von 6.2 Mio. CHF standen laufende Abschreibungen von 24.0 Mio. CHF gegenüber. Die erworbenen Anteile von 49,9 Prozent der Presse Publications SR S.A., 20,0 Prozent an der Olmero AG, 15,0 Prozent an der Car4you Schweiz AG und 37,6 Prozent an der Zürcher Oberland Medien AG bewirkten einen Anstieg der Beteiligungen an assoziierten Gesellschaften um 177.0 Mio. CHF auf 204.0 Mio. CHF. Die Vorsorgeguthaben nach IAS 19 sanken vor allem aufgrund versicherungsmathematischer Verluste um 55.5 Mio. CHF auf 20.9 Mio. CHF. Die immateriellen Anlagen nahmen um 36.5 Mio. CHF auf 431.3 Mio. CHF zu. Dieser Anstieg resultiert einerseits aus immateriellen Werten und Synergien, die durch die Zusammenlegung der Aktivitäten von Edipresse und Tamedia entstanden. Andererseits trug der Erwerb der Regionalzeitungen *Zürcher Unterländer* und *Zürichsee-Zeitung* zum Anstieg bei. Die Veräusserung der *Thurgauer Zeitung* führte demgegenüber zu Abgängen bei den immateriellen Anlagen. Den Investitionen von 5.4 Mio. CHF stehen Abgänge von 1.0 Mio. CHF und laufende Abschreibungen von 10.3 Mio. CHF sowie ein Wertminderungsbedarf auf Goodwill in der Höhe von 4.3 Mio. CHF entgegen.

Das kurzfristige Fremdkapital der weitergeführten Bereiche nahm um 44.4 Mio. CHF auf 309.4 Mio. CHF zu. Mit Ausnahme der kurzfristigen Rückstellungen verzeichneten alle Positionen des kurzfristigen Fremdkapitals der weitergeführten Bereiche einen Rückgang.

Die Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zur Veräusserung bestimmten Vermögenswerten enthalten insbesondere latente Steuerverbindlichkeiten, die diesen Vermögenswerten zuzuordnen sind.

Das langfristige Fremdkapital nahm um 12.7 Mio. CHF auf 78.1 Mio. CHF zu. Die latenten Steuerverbindlichkeiten gingen um 9.9 Mio. CHF zurück, während langfristige Finanzverbindlichkeiten um 12.8 Mio. CHF und die Vorsorgeverbindlichkeiten nach IAS 19 um 10.3 Mio. CHF zunahmen.

Mehrfjahresvergleich

		2010	2009	2008	2007	2006
Betriebsertrag	Mio. CHF	806.3	749.5	890.1	743.2	657.9
Wachstum		7,6%	-15,8%	35,3%	13,0%	1,2%
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	Mio. CHF	151.7	90.2	168.1	159.8	141.0
Wachstum		68,2%	-46,3%	19,2%	13,3%	10,9%
Marge ¹		18,8%	12,0%	18,9%	21,5%	21,4%
Ergebnis (der weitergeführten Bereiche)	Mio. CHF	107.5	51.0	1.2	162.3	1.0
Wachstum		110,8%	-59,0%	20,8%	57,4%	29,3%
Marge ¹		13,3%	6,8%	14,0%	21,8%	15,7%
Mitarbeiterbestand (Durchschnitt) ²	Anzahl	2 357	2 339	2 452	1 789	1 541
Betriebsertrag pro Mitarbeiter	CHF 000	342.1	320.4	363.0	415.5	426.8
Umlaufvermögen	Mio. CHF	243.5	303.9	270.6	287.9	271.5
Anlagevermögen	Mio. CHF	990.0	841.1	828.1	931.6	517.4
Bilanzsumme	Mio. CHF	1 233.6	1 145.0	1 098.7	1 219.4	789.0
Fremdkapital	Mio. CHF	389.8	334.6	351.2	416.3	285.4
Eigenkapital	Mio. CHF	843.7	810.3	747.5	803.1	503.5
Mittelfluss aus Geschäftstätigkeit	Mio. CHF	190.3	62.6	123.3	156.8	116.3
Mittelfluss aus Investitionstätigkeit	Mio. CHF	(243.4)	(2.2)	(62.8)	(220.8)	3.9
Mittelfluss nach Investitionstätigkeit	Mio. CHF	(53.0)	60.4	60.5	(64.0)	120.2
Mittelfluss aus Finanzierungstätigkeit	Mio. CHF	(25.4)	(43.8)	(71.9)	15.1	(35.9)
Mittelfluss aus nicht weitergeführten Bereichen	Mio. CHF	18.9	8.6	12.4	(5.0)	(3.7)
Veränderung der flüssigen Mittel	Mio. CHF	(60.1)	25.3	1.3	(49.0)	84.3
Eigenkapital-Rentabilität ³		13,1%	5,8%	14,1%	18,7%	19,5%
Eigenfinanzierungsgrad ⁴		68,4%	70,8%	68,0%	65,9%	63,8%
Innenfinanzierungsgrad der Nettoinvestitionen ⁵		78,2%	n.a.	196,2%	71,0%	n.a.
Liquiditätsgrad II ⁶		70,2%	101,3%	87,6%	82,9%	118,3%
Verschuldungsfaktor ⁷	x	0.9	1.1	0.9	1.0	0.2

1 In Prozent des Betriebsertrags

2 Mitarbeiterbestand der weitergeführten Bereiche

3 Ergebnis inklusive Minderheitsanteile zu Eigenkapital per 31. Dezember

4 Eigenkapital zu Bilanzsumme

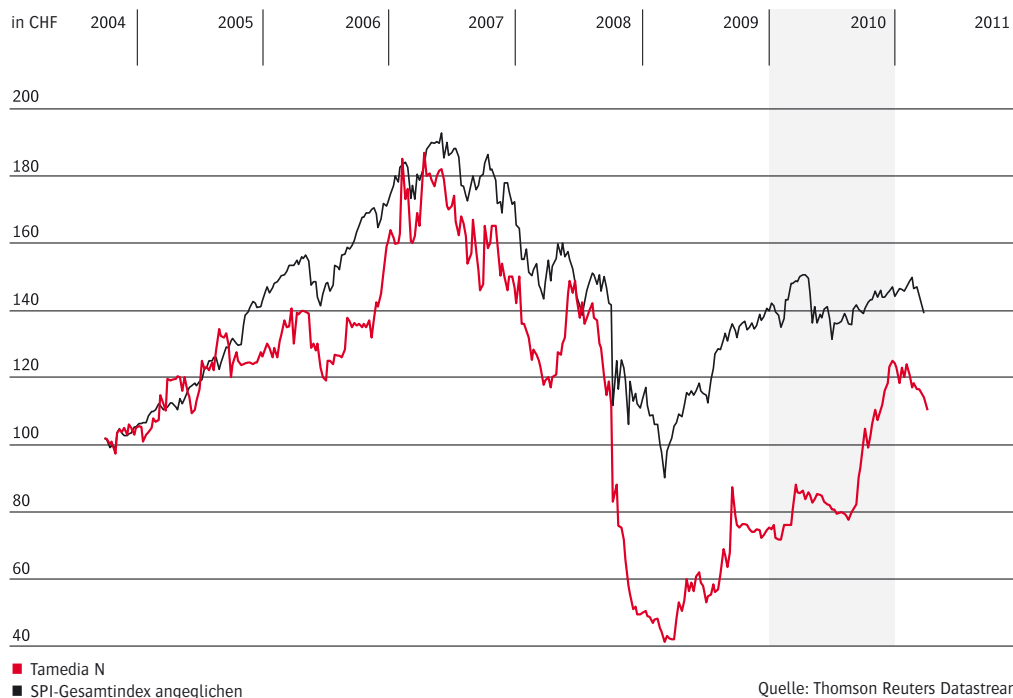
5 Mittelfluss aus Geschäftstätigkeit zu Mittelfluss aus Investitionstätigkeit

6 Umlaufvermögen ohne Vorräte zu kurzfristigem Fremdkapital

7 Nettoverschuldung (Fremdkapital abzüglich Umlaufvermögen ohne Vorräte) zu Mittelfluss aus Geschäftstätigkeit

Information für Investoren

Aktienkursentwicklung vom 2. Oktober 2004 bis 15. März 2011



Aktienkurs

in CHF	2010	2009	2008	2007	2006
Höchst	128.00	87.50	150.00	186.90	162.00
Tiefst	71.75	40.00	49.20	141.40	115.00
Jahresende	124.10	75.50	50.00	146.90	160.50

Börsenkapitalisierung

in Mio. CHF	2010	2009	2008	2007	2006
Höchst	1 357	928	1 590	1 869	1 620
Tiefst	761	424	522	1 499	1 150
Jahresende	1 315	800	530	1 557	1 605

Finanzkalender

Generalversammlung
Halbjahresberichterstattung

6. Mai 2011
31. August 2011

Kennzahlen pro Aktie

in CHF	2010	2009	2008	2007	2006
Ergebnis pro Aktie (unverwässert)	10.61	4.48	10.72	15.00	9.85
Ergebnis pro Aktie (verwässert)	10.61	4.48	10.72	15.00	9.85
EBIT pro Aktie	10.81	4.84	12.61	13.16	11.83
EBITDA pro Aktie	14.59	8.61	15.86	15.08	14.10
Free Cash Flow pro Aktie	(5.10)	5.77	5.71	(6.04)	12.02
Eigenkapital pro Aktie	81.14	77.34	70.54	75.77	50.35
Dividende pro Aktie	4.00 ¹	1.50	3.00	4.00	3.00
Ausschüttungsgrad ²	39,4%	30,8%	25,5%	26,1%	29,1%
Dividenden-Rendite ³	3,2%	2,0%	6,0%	2,7%	1,9%
Kurs-Gewinn-Verhältnis ³	x 11.7	16.9	4.7	9.8	16.3
Kurs-EBIT-Verhältnis ³	x 11.5	15.6	4.0	11.2	13.6
Kurs-EBITDA-Verhältnis ³	x 8.5	8.8	3.2	9.7	11.4
Kurs-Umsatz-Verhältnis ³	x 1.6	1.1	0.6	2.1	2.4
Kurs-Free Cash Flow-Verhältnis ³	x (24.3)	13.1	8.8	(24.3)	13.4
Kurs-Eigenkapital-Verhältnis ³	x 1.5	1.0	0.7	1.9	3.2

1 Antrag des Verwaltungsrates/Ausschüttung aus Reserve aus Kapitaleinlage

2 Basierend auf Ergebnis der weitergeführten Bereiche

3 Basierend auf Jahresendkurs

Kapitalstruktur

Das Aktienkapital von 106 Mio. CHF ist in 10 600 000 Namenaktien zu 10 CHF eingeteilt. Davon stammen 600 000 Aktien aus der Kapitalerhöhung, die im Oktober 2007 im Rahmen der Akquisition der Espace Media Groupe durchgeführt wurde. Es besteht kein genehmigtes oder bedingtes Kapital. Für die Aktienbeteiligungspläne hält das Unternehmen eigene Aktien gemäss Anmerkung 32, 44 und 45. Für 67,00 Prozent der Aktien besteht ein Aktionärsbindungsvertrag. Die Mitglieder des Aktionärsbindungsvertrages besitzen derzeit 71,80 Prozent der Aktien.

Ergebnisverwendung

Tamedia betreibt eine ergebnisorientierte Ausschüttungspraxis. In der Regel werden 35 bis 45 Prozent des Ergebnisses als Dividende ausgeschüttet.

Investor Relations

Tamedia AG

Christoph Zimmer

Leiter Unternehmenskommunikation

Werdstrasse 21

CH-8021 Zürich

Telefon: +41 (0) 44 248 41 35

Telefax: +41 (0) 44 248 50 26

E-Mail: christoph.zimmer@tamedia.ch

Tamedia-Gruppe

Konsolidierte Erfolgsrechnung

in CHF 000	Anmerkung	2010	2009 ¹
Medienertrag	4	725 419	669 782
Druckertrag	5	42 892	38 801
Übriger Betriebsertrag	6	37 992	40 944
Betriebsertrag		806 304	749 527
Materialaufwand und Fremdleistungen	7	(140 231)	(159 910)
Personalaufwand	8	(306 679)	(279 018)
Übriger Betriebsaufwand	9	(207 658)	(220 391)
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)		151 736	90 208
Abschreibungen	10	(39 299)	(39 447)
Betriebsergebnis (EBIT)		112 437	50 761
Ergebnisanteil an assoziierten Gesellschaften	11	16 926	(890)
Finanzertrag	12	17 878	14 904
Finanzaufwand	12	(10 633)	(4 746)
Ergebnis vor Steuern		136 608	60 029
Ertragssteuern	13	(29 098)	(9 020)
Ergebnis der weitergeführten Bereiche		107 510	51 009
Nicht weitergeführte Bereiche	15	3 272	(4 316)
Ergebnis		110 782	46 693
davon			
Anteil Aktionäre der Tamedia		110 361	46 919
Anteil Minderheitsaktionäre	16	420	(227)

1 Die Werte beziehen sich auf die weitergeführten Bereiche 2010.

Gewinn pro Aktie

in CHF	Anmerkung	2010	2009
Ergebnis pro Aktie unverwässert	17	10.61	4.48
Ergebnis pro Aktie verwässert	17	10.61	4.48
Ergebnis der weitergeführten Bereiche pro Aktie unverwässert	17	10.30	4.89
Ergebnis der weitergeführten Bereiche pro Aktie verwässert	17	10.29	4.89

Konsolidierte Gesamtergebnisrechnung

in CHF 000	Anmerkung	2010	2009
Ergebnis		110 782	46 693
Anteil an direkt im Eigenkapital von assoziierten Gesellschaften erfassten Werten	11	(9 259)	–
Wertschwankung Finanzanlagen	39	(1 650)	192
Versicherungsmathematische Gewinne/(Verluste) IAS 19		(43 721)	48 856
Umrechnungsdifferenzen		408	7
Direkt im Eigenkapital erfasstes Ergebnis		(54 221)	49 054
Gesamtergebnis		56 560	95 747
davon			
Anteil Aktionäre der Tamedia		56 140	95 974
Anteil Minderheitsaktionäre		420	(227)

Konsolidierte Bilanz

in CHF 000, per 31. Dezember

	Anmerkung	2010	2009
Flüssige Mittel		53 515	113 604
Kurzfristige Finanzanlagen		8	1
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	18	133 857	128 611
Kurzfristige Finanzforderungen		295	2 005
Laufende Steuerforderungen		260	702
Übrige kurzfristige Forderungen		17 693	12 082
Aktive Rechnungsabgrenzungen		11 699	11 507
Vorräte	19	3 622	3 395
Umlaufvermögen der weitergeführten Bereiche		220 949	271 906
Zur Veräusserung bestimmte Vermögenswerte	15	22 587	31 953
Umlaufvermögen		243 536	303 859
Sachanlagen	20	318 971	331 811
Beteiligungen an assoziierten Gesellschaften	11	203 998	27 033
Vorsorgeguthaben nach IAS 19	23	20 876	76 417
Übrige langfristige Finanzanlagen	22	9 516	6 708
Latente Steuerforderungen	14	5 392	4 310
Immaterielle Anlagen	24/25	431 274	394 817
Anlagevermögen		990 026	841 096
Aktiven		1 233 563	1 144 955
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	26	5 948	366
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	27	53 734	44 706
Laufende Steuerverbindlichkeiten		22 878	11 900
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	28	33 306	18 349
Passive Rechnungsabgrenzungen	29	186 461	181 879
Kurzfristige Rückstellungen	30	7 097	7 839
Kurzfristiges Fremdkapital der weitergeführten Bereiche		309 426	265 038
Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zur Veräusserung bestimmten Vermögenswerten	15	2 293	4 165
Kurzfristiges Fremdkapital		311 719	269 203
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	26	16 851	4 049
Vorsorgeverbindlichkeiten nach IAS 19	23	12 976	2 726
Latente Steuerverbindlichkeiten	14	41 761	51 672
Langfristige Rückstellungen	30	5 918	6 746
Übrige langfristige Verbindlichkeiten		598	250
Langfristiges Fremdkapital		78 104	65 444
Fremdkapital		389 823	334 647
Aktienkapital	31	106 000	106 000
Eigene Aktien	32	(15 256)	(8 201)
Reserven		748 456	706 834
Eigenkapital, Anteil der Aktionäre Tamedia		839 200	804 633
Minderheitsanteile		4 540	5 675
Eigenkapital		843 740	810 308
Passiven		1 233 564	1 144 955

Konsolidierte Mittelflussrechnung

in CHF 000

	2010	2009 ¹
Direkte Methode		
Einnahmen aus verkauften Lieferungen und Leistungen	783 560	717 041
Ausgaben für Personal	(287 076)	(272 355)
Ausgaben für bezogene Lieferungen und Leistungen	(308 077)	(363 991)
Mittelfluss aus betrieblicher Tätigkeit	188 408	80 695
Dividenden von assoziierten Gesellschaften	19 130	995
Bezahlte Zinsen	(4 367)	(355)
Erhaltene Zinsen	455	511
Übriges Finanzergebnis	383	(518)
Bezahlte Ertragssteuern	(13 677)	(18 730)
Mittelfluss aus Geschäftstätigkeit	190 331	62 599
Investitionen in Sachanlagen	(6 313)	(5 211)
Devestitionen von Sachanlagen	121	18 842
Investitionen in konsolidierte Gesellschaften	(14 502)	(6 166)
Kauf von Minderheitsanteilen	–	–
Devestitionen von konsolidierten Gesellschaften	(7 597)	–
Investitionen in Beteiligung an assoziierten Gesellschaften	(192 089)	(2 953)
Investitionen in übrige Finanzanlagen	(2 493)	(484)
Devestitionen von übrigen Finanzanlagen	3 640	120
Investitionen in immaterielle Anlagen	(24 001)	(6 301)
Devestitionen von immateriellen Anlagen	(118)	–
Mittelfluss aus Investitionstätigkeit	(243 352)	(2 153)
Mittelfluss nach Investitionstätigkeit	(53 021)	60 446
Dividende	(15 606)	(31 408)
Zu-/ (Ab)nahme Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	(784)	(1 381)
Zunahme Langfristige Finanzverbindlichkeiten	125 910	–
Abnahme Langfristige Finanzverbindlichkeiten	(126 949)	(3 000)
Zu-/ (Ab)nahme Übrige langfristige Verbindlichkeiten	348	(27)
(Rückkauf)/Verkauf Eigene Aktien	(7 154)	(8 118)
Zu-/ (Ab)nahme Minderheitsanteile	(1 162)	178
Mittelfluss aus Finanzierungstätigkeit	(25 398)	(43 755)
Mittelfluss nicht weitergeführte Bereiche	18 862	8 605
Fremdwährungseinfluss	(532)	(7)
Veränderung der flüssigen Mittel	(60 089)	25 289
Flüssige Mittel per 1. Januar	113 604	88 315
Flüssige Mittel per 31. Dezember	53 515	113 604
Veränderung der flüssigen Mittel	(60 089)	25 289

1 Die Werte beziehen sich auf die weitergeführten Bereiche 2010.

Veränderung des Eigenkapitals

in CHF 000

	Aktienkapital	Eigene Aktien	Umrechnungs- differenzen	Reserven	Eigenkapital, Anteil der Aktionäre Tamedia	Minderheits- anteile am Eigenkapital	Eigenkapital
Stand 31. Dezember 2008	106 000	(675)	308	642 361	747 995	(536)	747 458
Ergebnis	–	–	–	46 919	46 919	(227)	46 693
Wertschwankung Finanzanlagen	–	–	–	192	192	–	192
Versicherungsmathematische Gewinne/(Verluste) IAS 19	–	–	–	48 856	48 856	–	48 856
Umrechnungsdifferenzen	–	–	7	–	7	–	7
Gesamtergebnis	–	–	7	95 967	95 974	(227)	95 747
Gewinnausschüttung	–	–	–	(31 408)	(31 408)	–	(31 408)
Änderung des Konsolidierungskreises	–	–	–	–	–	6 438	6 438
Aktienbasierte Vergütungen	–	–	–	(401)	(401)	–	(401)
(Kauf)/Verkauf eigene Aktien	–	(7 526)	–	–	(7 526)	–	(7 526)
Stand 31. Dezember 2009	106 000	(8 201)	315	706 519	804 633	5 675	810 308
Ergebnis	–	–	–	110 361	110 361	420	110 782
Anteil an direkt im Eigenkapital von assoziierten Gesellschaften erfassten Werten	–	–	–	(9 259)	(9 259)	–	(9 259)
Wertschwankung Finanzanlagen	–	–	–	(1 650)	(1 650)	–	(1 650)
Versicherungsmathematische Gewinne/(Verluste) IAS 19	–	–	–	(43 721)	(43 721)	–	(43 721)
Umrechnungsdifferenzen	–	–	408	–	408	–	408
Gesamtergebnis	–	–	408	55 732	56 140	420	56 560
Gewinnausschüttung	–	–	–	(15 606)	(15 606)	(472)	(16 078)
Änderung des Konsolidierungskreises	–	–	–	–	–	(1 084)	(1 084)
Aktienbasierte Vergütungen	–	–	–	1 088	1 088	–	1 088
(Kauf)/Verkauf eigene Aktien	–	(7 055)	–	–	(7 055)	–	(7 055)
Stand 31. Dezember 2010	106 000	(15 256)	723	747 733	839 200	4 540	843 740

Beteiligungen

Per 31. Dezember 2010 umfassen die Gruppengesellschaften von Tamedia:

Name	Sitz	Währung	Grundkapital (in CHF 000)	Geschäfts- bereich	Konsolidierungs- methode	Konzern- Kapitalanteil 2010	Konzern- Stimmenanteil 2010
Tamedia AG	Zürich	CHF	106 000	N	V	–	–
20 Minuten AG	Zürich	CHF	5 000	N	V	100,0%	100,0%
20 Minutes Romandie SA ¹	Lausanne	CHF	100	N	Q	50,0%	50,0%
Belcom AG	Zürich	CHF	506	E	V	100,0%	100,0%
Radio 24 AG	Zürich	CHF	100	E	V	100,0%	100,0%
Radio Marketing Schweiz AG ²	Zürich	CHF	120	E	E	33,3%	33,3%
Zürivision AG ³	Zürich	CHF	60	E	V	66,6%	66,6%
Car4you Schweiz AG	Zürich	CHF	1 200	E	E	15,0%	15,0%
Comfriends SA ¹	Lausanne	CHF	1 000	E	Q	50,0%	50,0%
EDITA SA	Luxemburg	EUR	50	N	Q	50,0%	50,0%
Eload24 AG	Baar	CHF	100	E	E	15,0%	15,0%
Espace Media Groupe AG	Bern	CHF	100	S	V	100,0%	100,0%
Büchler Grafino AG	Wabern	CHF	9 900	S	V	100,0%	100,0%
Espace Media AG	Bern	CHF	5 000	N	V	100,0%	100,0%
Betriebsgesellschaft Schweizer Bauer ⁴	Wabern	CHF	–	M	V	50,0%	50,0%
Burgdorfer Tagblatt AG	Burgdorf	CHF	82	N	E	30,0%	30,0%
Verlags-AG Schweizer Bauer	Wabern	CHF	100	M	V	49,0%	49,0%
FMM Fachmedien Mobil AG	Wabern	CHF	100	M	V	100,0%	100,0%
Schaer Thun AG	Thun	CHF	2 250	S	V	100,0%	100,0%
Berner Oberland Medien AG	Uetendorf	CHF	500	N	Q	50,0%	50,0%
Thuner Amtsanzeiger ⁴	Thun	CHF	–	N	E	30,0%	30,0%
Radio Canal 3 AG	Biel	CHF	600	E	E	31,2%	31,2%
FashionFriends AG	Langenthal	CHF	231	E	E	25,0%	25,0%
Homegate AG ¹	Adliswil	CHF	1 000	E	Q	45,0%	45,0%
Jobsuchmaschine AG	Bern	CHF	100	E	E	20,0%	20,0%
Jobup AG ¹	Zürich	CHF	100	E	Q	50,0%	50,0%
Newsnetz ⁴	Zürich	CHF	–	N	V	81,3%	81,3%
Olmero AG	Opfikon	CHF	208	E	E	20,0%	20,0%

Name	Sitz	Währung	Grundkapital (in CHF 000)	Geschäfts- bereich	Konsolidierungs- methode	Konzern- Kapitalanteil 2010	Konzern- Stimmenanteil 2010
Presse Publications SR SA	Lausanne	CHF	43 500	S	E	49,9%	49,9%
20 Minutes Romandie SA ⁵	Lausanne	CHF	100	N	E	25,0%	25,0%
CIE centre d'Impression Edipresse SA	Lausanne	CHF	10 000	S	E	49,9%	49,9%
Edipresse Publications SA	Lausanne	CHF	7 500	N	E	49,9%	49,9%
Schweizerische Depeschenagentur AG ⁵	Bern	CHF	2 000	S	A	6,1%	6,1%
Comfriends SA ⁵	Lausanne	CHF	1 000	E	E	25,0%	25,0%
Ecran P&P SA	Lausanne	CHF	100	S	E	18,5%	18,5%
ER Publishing SA	Lausanne	CHF	2 000	S	E	25,0%	25,0%
Le Temps SA	Genf	CHF	5 000	N	E	22,3%	22,3%
Homegate AG ⁵	Adliswil	CHF	1 000	E	E	22,5%	22,5%
Jobup AG ⁵	Zürich	CHF	100	E	E	25,0%	25,0%
La Région Hebdo SA	Yverdon-les-Bains	CHF	100	N	E	12,0%	12,0%
Editions Le Régional SA	Pully	CHF	482	N	E	25,9%	25,9%
Live Music Production LMP SA	Nyon	CHF	100	S	E	15,0%	15,0%
Swiss Printers AG	Zofingen	CHF	10 000	S	A	8,0%	8,0%
Terre et Nature SA	Lausanne	CHF	50	M	E	48,9%	48,9%
Vaud Fribourg TV SA	Lausanne	CHF	2 700	E	E	14,7%	14,7%
Edipub SA	Lausanne	CHF	1 000	S	E	49,9%	49,9%
Epsilon SA	Lancy	CHF	100	S	E	17,0%	17,0%
LC Lausanne Cités SA	Lausanne	CHF	50	N	E	25,0%	25,0%
Payot Naville Distribution SA	Corminbœuf	CHF	30 000	S	E	17,5%	17,5%
Point Prod' SA	Carouge	CHF	133	S	E	15,0%	15,0%
Romandie Online SA	Nyon	CHF	250	S	E	29,9%	29,9%
SA de la Tribune de Genève	Genf	CHF	1 500	N	E	49,9%	49,9%
Société de Publications Nouvelles SPN SA	Genf	CHF	1 000	N	E	25,0%	25,0%
Virtual Network SA	Nyon	CHF	100	E	E	10,0%	10,0%
PrintOnline AG	Schlieren	CHF	1 600	S	E	25,0%	25,0%
Proseller AG	Zug	CHF	100	E	E	30,0%	30,0%
Search.ch AG (bisher Räber Information Management GmbH)	Küssnacht	CHF	100	E	V	75,0%	75,0%
Schweizerische Depeschenagentur AG ¹	Bern	CHF	2 000	S	A	16,1%	16,1%
SMD Schweizer Mediendatenbank AG	Zürich	CHF	900	S	E	33,3%	33,3%
Swissdax AG	Zürich	CHF	100	S	E	33,3%	33,3%
Tagblatt der Stadt Zürich AG	Zürich	CHF	200	N	V	85,0%	85,0%
Tages-Anzeiger Verlag AG	Zürich	CHF	100	N	V	100,0%	100,0%
Tilllate Schweiz AG	Adliswil	CHF	100	E	V	100,0%	100,0%
Tvtätlich ⁴	Zürich	CHF	–	M	Q	50,0%	50,0%
Verlag Finanz und Wirtschaft AG	Zürich	CHF	1 000	N	V	100,0%	100,0%
Winner AG	Zürich	CHF	100	E	V	100,0%	100,0%

Name	Sitz	Währung	Grundkapital (in CHF 000)	Geschäfts- bereich	Konsolidierungs- methode	Konzern- Kapitalanteil 2010	Konzern- Stimmenanteil 2010
Zattoo Schweiz AG	Zürich	CHF	130	E	E	24,5%	24,5%
Ziegler Druck- und Verlags-AG	Winterthur	CHF	3 326	N	E	20,0%	20,0%
Zürcher Oberland Medien AG	Wetzikon	CHF	1 800	N	E	37,6%	37,6%
Zürcher Regionalzeitungen AG (vormals NP News Print AG)	Zürich	CHF	100	N	V	100,0%	100,0%
Zürcher Unterland Medien AG	Dielsdorf	CHF	1 000	N	V	100,0%	100,0%
Neue Bülacher Tagblatt AG	Bülach	CHF	200	N	V	100,0%	100,0%
Zürchsee Presse AG	Stäfa	CHF	2 000	N	V	100,0%	100,0%
DZO Druck Oetwil a.S. AG ⁵	Oetwil a.S.	CHF	5 000	S	V	100,0%	100,0%
March Höfe Zeitung Verlag AG	Lachen	CHF	300	N	V	100,0%	100,0%
Verlag Zolliker Bote AG	Zollikon	CHF	120	N	V	100,0%	100,0%
Zürich Land Medien AG ⁶	Stäfa	CHF	300	S	V	100,0%	100,0%
News1 AG	Zürich	CHF	500	E	A	15,0%	15,0%

1 Direkt oder indirekt über vollkonsolidierte Tochtergesellschaften gehaltene Anteile. Indirekt über die nichtkonsolidierte Beteiligung Presse Publications SR SA gehaltene Anteile werden separat ausgewiesen.

2 16,67% werden von der Belcom AG gehalten, 16,67% von der Espace Media AG.

3 33,3% werden von der Tamedia AG gehalten, 33,3% von der Belcom AG.

4 Einfache Gesellschaft

5 Indirekt über die nichtkonsolidierte Beteiligung Presse Publications SR SA gehaltene Anteile; diese sind bei den für direkt gehaltene Beteiligungen ausgewiesenen Anteilen nicht ausgewiesen.

6 Die Zürcher Unterland Medien AG und die Zürchsee Presse AG halten gemeinsam 100% an diesen Gesellschaften.

Geschäftsbereich:

N = Zeitungen

M = Zeitschriften

E = Elektronische Medien

S = Services

Konsolidierungs- und Bewertungsmethoden:

V = Vollkonsolidierung

Q = Quotenkonsolidierung

E = Equity-Bewertung

A = Bewertet zu Anschaffungskosten oder tieferem Marktwert

Die wesentlichen Veränderungen bei den konsolidierten Beteiligungen werden in Anmerkung 1 erläutert, diejenigen bei Beteiligungen an assoziierten Gesellschaften in Anmerkung 11.

Grossaktionäre

	2010 ¹	2009 ¹	2008 ¹
Dr. Severin Coninx, Bern	13,20%	13,20%	13,20%
Rena Maya Coninx Supino, Zürich	12,95%	12,95%	12,95%
Dr. Hans Heinrich Coninx, Küsnacht	11,93%	11,93%	11,93%
Annette Coninx Kull, Wettswil a.A.	11,85%	11,85%	11,85%
Ellermann Lawena Stiftung, FL-Vaduz	6,94%	6,94%	6,94%
Ellermann Pyrit GmbH, D-Stuttgart	6,93%	6,93%	6,93%
Ellermann Rappenstein Stiftung, FL-Vaduz	5,86%	5,86%	5,86%
Übrige Mitglieder Aktionärsbindungsvertrag	2,15%	2,15%	2,15%
Total Mitglieder Aktionärsbindungsvertrag	71,80%	71,80%	71,80%
Tweedy Browne Company LLC	4,52%	4,63%	5,55%
Regula Hauser-Coninx, Weggis	4,63%	4,63%	4,63%
Montalto Holding AG, Zug	1,83%	1,83%	1,83%
Epicea Holding AG, Zug	1,42%	1,42%	1,42%
Weitere Mitglieder der Aktionärsgruppe	0,69%	0,69%	0,69%
Total Mitglieder Aktionärsgruppe Reinhardt-Scherz	3,94%	3,94%	3,94%

¹ Die Angaben per 31. Dezember beziehen sich auf die total ausgegebenen 10,6 Mio. Namenaktien.

Wichtige Ereignisse nach dem Bilanzstichtag (Auszug)

Edipresse Schweiz

Die Medienunternehmen Groupe Edipresse und Tamedia haben am 3. März 2009 bekannt gegeben, ihr Geschäft in der Schweiz schrittweise zusammenzuführen. Mit der Übernahme der Presse Publications SR S.A. (PPSR), die die wesentlichen Schweizer Medienaktivitäten der Groupe Edipresse umfasst, durch Tamedia soll ein Medienhaus entstehen, das über die notwendige Grösse für eine eigenständige Weiterentwicklung seiner Medien verfügt und im zunehmend internationalen Wettbewerb bestehen kann. In einem ersten Schritt hat Tamedia per 1. Januar 2010 insgesamt 49,9 Prozent des Aktienkapitals von PPSR für 206.3 Mio. CHF in bar übernommen (siehe Anmerkung 11).

In einem zweiten Schritt hat Tamedia ihre Beteiligung auf Anfang 2011 um weitere 0,2 Prozent des Aktienkapitals erhöht und damit die Kontrolle bei PPSR übernommen. Der Kaufpreis dafür betrug 1.0 Mio. CHF. PPSR wird ab dem 1. Januar 2011 vollkonsolidiert werden, nachdem sie 2010 mittels Equity-Bewertung als Beteiligung an einer assoziierten Gesellschaft erfasst wurde.

Für den vollständig in bar zu begleichenden Kaufpreis für den ersten Beteiligungsschritt hat Tamedia am 9. März 2010 mit einem Bankenkonsortium eine Kreditfazilität über maximal 150.0 Mio. CHF mit einer dreijährigen Laufzeit abgeschlossen. Im Verlauf des Jahres 2010 hat Tamedia davon 120.0 Mio. CHF in Anspruch genommen, den Kredit jedoch bis zum Jahresende vollständig abgetragen. Die Finanzierung der noch offenen Kaufpreisverpflichtung soll in erster Linie durch eigene Mittel und soweit erforderlich durch bestehende Betriebskreditlimiten erfolgen.

Im Zusammenhang mit der Kontrollübernahme auf Anfang 2011 verständigten sich die Groupe Edipresse und Tamedia im Grundsatz darauf, ihr Schweizer Geschäft statt wie im ursprünglichen Vertrag vorgesehen per 1. Januar 2013 bereits in den kommenden Monaten vollständig zusammenzuführen. Die damit verbundene weitgehende Fixierung des Kaufpreises ermöglicht es, Synergien in den Servicebereichen bereits früher als ursprünglich geplant voll auszuschöpfen und in neue Medien und den Ausbau bestehender Medien zu investieren. Der Kaufpreis für die vorzeitig erworbenen restlichen 49,9 Prozent des Aktienkapitals der PPSR liegt zwischen geschätzt 269.8 bis 330.2 Mio. CHF in bar sowie 250'000 Aktien der Tamedia AG und wird über einen Zeitraum von zwei Jahren fällig. Nach Bekanntgabe des vorzeitigen Erwerbs der restlichen 49,9 Prozent im April 2011 wird Tamedia bis spätestens 1. März 2012 200.4 Mio. CHF des Kaufpreises entrichten. Der im ersten Quartal 2013 fällig werdende zweite Teil des Kaufpreises wird je nach Geschäftsgang der Presse Publications SR S.A. zwischen geschätzt 69.4 bis 129.8 Mio. CHF in bar liegen und zusätzlich 250'000 Aktien der Tamedia AG umfassen. Die Unternehmensleitung schätzt, dass der letzte Teil des zu erbringenden Kaufpreises sich auf 99.1 Mio. CHF in bar belaufen wird. Der Wert der Aktien der Tamedia AG wird auf Basis des Kurswertes per 31. Dezember 2010 mit 31.0 Mio. CHF resp. mit 124.10 CHF pro Aktie im Kaufpreis berücksichtigt. Der für die Abdiskontierung der einzelnen Kaufpreisbestandteile verwendete Diskontsatz entspricht dem 3-Monats-Libor zuzüglich 50 resp. 100 Basispunkte für den ersten resp. zweiten Teil, welcher gemäss Vertrag mit Edipresse als Zinssatz im Falle einer vorzeitigen bzw. nach Fälligkeit erfolgenden Barabgeltung zur Anwendung käme. Nach Abdiskontierung der einzelnen Kaufpreisbestandteile beläuft sich der geschätzte Fair

Value des Kaufpreises für die vorzeitig erworbenen, restlichen 49,9 Prozent des Aktienkapitals der PPSR auf gesamthaft 324.1 Mio. CHF.

Da die Akquisition in mehreren Schritten erfolgte, sind die bisher gehaltenen Anteile der PPSR, aber auch diejenigen der gemeinsam geführten Joint Ventures 20 minutes Romandie, Comfriends, Homegate, und Jobup mit dem Fair Value zum Zeitpunkt des Kontrollübergangs zu berücksichtigen. Dabei anfallende Gewinne oder Verluste sind in der Erfolgsrechnung zu erfassen. Die Allokation des Kaufpreises auf die bisher gehaltenen Anteile von PPSR und der Joint Ventures 20 minutes Romandie, Comfriends, Homegate und Jobup ist zurzeit im Gange. Deshalb ist zum jetzigen Zeitpunkt eine Quantifizierung des Goodwills sowie ein Ausweis der Kaufpreiszuteilung auf einzelne Aktiven und Verbindlichkeiten noch nicht verfügbar.

Die Kaufpreisverpflichtung für die vorzeitig erworbenen restlichen 49,9 Prozent wird als kurz- beziehungsweise langfristige finanzielle Verpflichtung erfasst und die bisher gehaltenen Anteile werden mit dem Fair Value zum Zeitpunkt des Kontrollübergangs berücksichtigt. Die Höhe dieser Verpflichtung ist in der Folge regelmässig zu überprüfen. Ergibt sich eine Abweichung zur erstmaligen Erfassung der Verpflichtung aufgrund einer Neubeurteilung des zu erwartenden Geschäftsganges von PPSR ist diese wie folgt erfolgswirksam im Finanzergebnis zu erfassen: Steigt die Restkaufpreisverpflichtung, weil der Geschäftsgang von PPSR besser ist, als im Zeitpunkt der erstmaligen Erfassung angenommen, führt die Differenz zu einem Finanzaufwand. Vice versa reduziert sich die Kaufpreisverpflichtung, wenn sich der Geschäftsgang von PPSR schlechter entwickelt als erwartet, und die Differenz ist als Finanzertrag zu erfassen. Ebenfalls erfolgswirksam erfasst wird die Aufzinsung des Barwerts der Verpflichtung zur Bezahlung des Restkaufpreises.

Kontakt

Tamedia AG
Werdstrasse 21
CH-8021 Zürich
Tel. +41 (0) 44 248 41 11
Web www.tamedia.ch
E-Mail kommunikation@tamedia.ch

Investor Relations

Tamedia AG
Christoph Zimmer
Leiter Unternehmenskommunikation
Werdstrasse 21
CH-8021 Zürich
Tel. +41 (0) 44 248 41 35
E-Mail christoph.zimmer@tamedia.ch

Impressum

Unternehmenskommunikation Tamedia (Projektleitung)
Generalsekretariat (Koordination Verwaltungsrat)
Nose Design AG, Zürich (Konzept und Gestaltung)
Nicolas Aebi (Fotografie)
MDD Management Digital Data AG, Schlieren (Produktion)
Tamedia (Lektorat)
dfmedia, Flawil (Druck)

E-Papers und Download unter:
www.tamedia.ch, Investor Relations, Finanzberichte

Hier können Sie den Geschäftsbericht bestellen:
Tamedia AG, Unternehmenskommunikation, Werdstrasse 21, CH-8021 Zürich,
Tel. +41 (0)44 248 41 90, Fax +41 (0)44 248 50 26, kommunikation@tamedia.ch

