

## Umsatzwachstum durch Edipresse Suisse – Ergebnissprung auf 88 Mio. CHF

Das Schweizer Medienhaus Tamedia steigerte den Umsatz im ersten Halbjahr um 55.1 Prozent auf 558.9 Mio. CHF (Vorjahr 360.3 Mio. CHF). Wesentlich zu diesem Ergebnis beigetragen hat die Integration von Edipresse Suisse. Das wachstumsstarke Geschäftsfeld Digital trug 11,0 Prozent (Vorjahr 9,5 Prozent) zum Umsatz bei. Das EBIT hat sich mit 88.7 Mio. CHF im Vergleich zum Vorjahr (46.7 Mio. CHF) beinahe verdoppelt. Das Ergebnis liegt neu bei 87.5 Mio. CHF (Vorjahr: 48.1 Mio. CHF). Der Vorsitzende der Unternehmensleitung, Martin Kall, wird seine Aufgabe anfangs 2013 an seinen bisherigen Stellvertreter und designierten Nachfolger Christoph Tonini übergeben. Martin Kall soll auf diesen Zeitpunkt hin in den Verwaltungsrat gewählt werden.

Zürich, 31. August 2011 – Das Medienhaus Tamedia steigerte das Ergebnis in den ersten sechs Monaten des Jahres 2011 erneut und weist das beste Halbjahresergebnis der letzten zehn Jahre aus. Wesentlich zu diesem Ergebnis beigetragen hat die erstmalige Berücksichtigung der Presse Publications SR S.A. (Edipresse Suisse). Der Umsatz stieg um 55,1 Prozent auf 558.9 Mio. CHF (Vorjahr 360.3 Mio. CHF). Die neu eingeführte Segmentberichterstattung verdeutlicht die zunehmende Bedeutung der digitalen Medien bei Tamedia. Der externe Umsatzanteil des wachstumstarken Geschäftsfeldes Digital liegt bei 11,0 Prozent (Vorjahr 9,5 Prozent). Das Geschäftsfeld Print Regional trug 53,4 Prozent (Vorjahr 47,9 Prozent), das Geschäftsfeld Print National 35,6 Prozent (Vorjahr 42,6 Prozent) zum Umsatz bei. Der Betriebsaufwand des Unternehmens stieg unterproportional um 49,2 Prozent auf 443.1 Mio. CHF.

Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) verzeichnete einen deutlichen Anstieg um 82,7 Prozent auf 115.8 Mio. CHF (Vorjahr 63.4 Mio. CHF). Die EBITDA-Marge steigerte sich erheblich und liegt neu bei erfreulichen 20,7 Prozent (Vorjahr 17,6 Prozent). Mit 88.7 Mio. CHF weist Tamedia im ersten Halbjahr 2011 ein beinahe doppelt so hohes Betriebsergebnis nach Abschreibungen (EBIT) aus wie im Vorjahr (46.7 Mio. CHF). Die EBIT-Marge beträgt 15,9 Prozent (Vorjahr 12,9 Prozent). Das Ergebnis der weitergeführten Bereiche verzeichnet einen Anstieg auf 87.5 Mio. CHF (Vorjahr: 48.1 Mio. CHF). Nicht in den weitergeführten Bereichen enthalten sind insbesondere die Radio- und TV-Sender sowie die Fachmedien Mobil. Das Gesamtergebnis inklusive nicht weitergeführter Bereiche liegt neu bei 87.7 Mio. CHF (Vorjahr: 52.5 Mio. CHF).

Kennzahlen in Mio. CHF	30.06.2011	30.06.2010 <sup>1</sup>	Veränderung in %	
<b>Betriebsumsatz</b>	<b>558.9</b>	<b>360.3</b>	55.1	
<b>Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)</b>	<b>115.8</b>	<b>63.4</b>	82.7	
Marge	in %	20.7	17.6	17.8
<b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>	<b>88.7</b>	<b>46.7</b>	90.1	
Marge	in %	15.9	12.9	22.5
<b>Ergebnis der weitergeführten Bereiche</b>	<b>87.5</b>	<b>48.1</b>	82.0	
Ergebnis der nicht weitergeführten Bereiche	0.3	4.5	(94.2)	
<b>Ergebnis</b>	<b>87.7</b>	<b>52.5</b>	67.0	
Marge	in %	15.7	14.6	7.6
<b>Ergebnis pro Aktie</b>	<b>8.23</b>	<b>5.03</b>	63.6	
<b>Mittelfluss aus Geschäftstätigkeit</b>	<b>89.1</b>	<b>77.2</b>	15.4	
<b>Bilanzsumme per 30.06./31.12.</b>	<b>1 721.4</b>	<b>1 233.6</b>	39.6	
<b>Eigenfinanzierungsgrad</b>	<b>53.0</b>	<b>68.4</b>	(22.5)	

<sup>1</sup> Die Werte der Vorperiode wurden als Folge von Umgliederungen nicht weitergeführter Aktivitäten rückwirkend angepasst.

Nach einer Erholung im vergangenen Jahr stieg der Werbedruck in den ersten sechs Monaten des Jahres 2011 nur noch leicht. Die Inseratestatistik des Verbandes Schweizer Medien weist für die Printmedien auf Basis der Netto-Werbeumsätze ein Wachstum von +2 Prozent und für die Tageszeitungen ein Wachstum von +1 Prozent aus. Erfreulich entwickelten sich mit +4 Prozent die Stellenanzeigen, während die Immobilienanzeigen um -9 Prozent zurückgingen.

### **Wechsel in der Unternehmensleitung**

Martin Kall, seit April 2002 Vorsitzender der Unternehmensleitung von Tamedia, hat entschieden, sich ab 2013 beruflich neu auszurichten. Der Verwaltungsrat von Tamedia hat den bisherigen stellvertretenden Vorsitzenden Christoph Tonini auf den Zeitpunkt des Austritts von Martin Kall zu seinem Nachfolger ernannt. Der 41-jährige Christoph Tonini ist seit 2003 Mitglied der Unternehmensleitung, war in den letzten Jahren unter anderem für Finanzen, Services und Zeitungen Schweiz verantwortlich und leitet derzeit die Unternehmensbereiche Medien Schweiz sowie Digital. An der Generalversammlung 2013 soll Martin Kall in den Verwaltungsrat des Unternehmens gewählt werden.

### **Neue Segmentberichterstattung**

Der Zusammenschluss mit Edipresse Suisse führt bei Tamedia zu einer neuen, nach Märkten gegliederten Segmentberichterstattung. Das Geschäftsfeld Print Regional umfasst sämtliche Regionalzeitungen und Anzeiger. Alle bisher im Geschäftsfeld Services ausgewiesenen Bereiche werden in das Geschäftsfeld Print Regional eingegliedert. Das Geschäftsfeld Print National umfasst alle Zeitungen und Zeitschriften mit einer überregionalen Ausrichtung. Die Eingliederung der Services, die fast ausschliesslich für interne Kunden tätig sind, in das Geschäftsfeld Print Regional sowie der Ausweis der beiden Geschäftsfelder Print National und Digital erhöht die Vergleichbarkeit mit anderen Medienunternehmen. Im Geschäftsfeld Digital, das in den nächsten Jahren weiter an Bedeutung gewinnen wird, werden erstmals alle Onlinemedien zusammengefasst.

### **Print Regional**

Der Umsatz des Geschäftsfeldes Print Regional nahm um 83,1 Prozent auf 343.9 Mio. CHF zu. Das Wachstum ist mehrheitlich auf die erstmals berücksichtigten Titel von Edipresse Suisse, insbesondere die Tageszeitungen *24 heures* und *Tribune de Genève*, zurückzuführen, die 137.3 Mio. CHF zum Umsatz des Geschäftsfeldes beisteuerten. Ebenfalls einen positiven Umsatzbeitrag leisteten die erstmals während voller sechs Monate enthaltenen Tageszeitungen *Zürichsee-Zeitung* und *Zürcher Unterländer*. Die Umsätze der weiteren Zeitungen entwickelten sich mehrheitlich stabil. Die ebenfalls im neuen Geschäftsfeld Print Regional enthaltenen Druckzentren weisen aufgrund von Preisanpassungen erneut einen Umsatzrückgang aus. Die Ergebnisverbesserung des Geschäftsfeldes Print Regional ist breit abgestützt. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) des Geschäftsfeldes Print Regional sprang von 23.6 Mio. CHF auf 51.3 Mio. CHF. Das Ergebnis auf Stufe EBIT hat sich mit 32.7 Mio. CHF im Vergleich zum Vorjahr (9.9 Mio. CHF) mehr als verdreifacht. Die EBIT-Marge liegt neu bei 9,5 Prozent (Vorjahr 5,3 Prozent).

### **Print National**

Der Umsatz des Geschäftsfeldes Print National stieg um 48,2 Prozent auf 229.0 Mio. CHF. Das Wachstum ist mehrheitlich auf die erstmals berücksichtigten Titel der Edipresse Suisse, insbesondere die Tageszeitung *Le Matin* und die Sonntagszeitung *Le Matin Dimanche*, sowie die nun vollkonsolidierte französischsprachige Pendlerzeitung *20 minutes* zurückzuführen, die 75.1 Mio. CHF beisteuerten. Erneut einen positiven Beitrag zur Umsatzsteigerung leisteten die Pendlerzeitung *20 Minuten* sowie die Frauenzeitschrift *Annabelle*, während *Schweizer Familie* sowie *Finanz und Wirtschaft* einen Umsatzrückgang hinnehmen mussten. Der Umsatz der weiteren Titel entwickelte sich mehrheitlich stabil. Die fast durchgehend positive Ergebnisentwicklung führte zu einer Verbesserung des Betriebsergebnisses vor Abschreibungen (EBITDA) des Geschäftsfeldes Print National von 37.3 Mio. CHF auf 58.3 Mio. CHF. Das Betriebsergebnis

(EBIT) verbesserte sich auf 55.5 Mio. CHF (Vorjahr 36.8 Mio. CHF). Die EBIT-Marge liegt mit erfreulichen 24,2 Prozent leicht über Vorjahresniveau (23,8 Prozent).

## Digital

Die im Geschäftsfeld Digital ausgewiesenen Onlinemedien führten ihr starkes Wachstum fort. Der Umsatz des Geschäftsfeldes Digital stieg um 78,3 Prozent auf 64.2 Mio. CHF. Erstmals berücksichtigt wurden die Onlinemedien von Edipresse Suisse und die Onlineplattform *car4you.ch*, die gemeinsam mit den nun vollkonsolidierten Onlineplattformen *homegate.ch*, *jobup.ch* und *swissfriends.ch* 21.2 Mio. CHF Umsatz zum Wachstum beisteuerten. Weiterhin erfreulich entwickelten sich auch *20 Minuten Online* sowie die Stellenplattformen von *Jobup*. Ebenfalls ein deutliches Umsatzwachstum weist die Verzeichnisplattform *search.ch* aus. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) des Geschäftsfeldes Digital verbesserte sich trotz hoher Investitionen in den Ausbau der Redaktionen von *20 Minuten Online* und *Newsnetz* sowie in *search.ch* um 3.7 Mio. CHF auf 6.2 Mio. CHF (Vorjahr 2.5 Mio. CHF). Das Betriebsergebnis (EBIT) verblieb mit 0.5 Mio. CHF auf tiefem Niveau (Vorjahr -0.1 Mio. CHF). Die EBIT-Marge liegt neu bei 0,8 Prozent (Vorjahr -0,4 Prozent).

## Geschäftsfelder im Überblick

in Mio. CHF	Umsatz (Betriebsertrag)		Betriebsergebnis (EBIT)	
	30.06.2011	30.06.2010 <sup>1</sup>	30.06.2011	30.06.2010 <sup>1</sup>
Print Regional	343.9	187.9	32.7	9.9
Print National	229.0	154.5	55.5	36.8
Digital	64.2	36.0	0.5	(0,1)
Elimination	(78.2)	(18.1)	-	-
<b>Total</b>	<b>558.9</b>	<b>360.3</b>	<b>88.7</b>	<b>46.7</b>

<sup>1</sup> Die Werte der Vorperiode wurden als Folge von Umgliederungen nicht weitergeführter Aktivitäten rückwirkend angepasst.

## Weitere Auskünfte

Christoph Zimmer, Leiter Unternehmenskommunikation Tamedia,  
Telefon +41 (0)44 248 41 00, E-Mail [christoph.zimmer@tamedia.ch](mailto:christoph.zimmer@tamedia.ch)

## Portrait

Tamedia ist ein Schweizer Medienhaus mit Sitz in Zürich. Mit ihren Tages- und Wochenzeitungen, Zeitschriften, Onlineplattformen sowie Zeitungsdruckereien gehört Tamedia zu den führenden Medienunternehmen der Schweiz. Das Unternehmen wurde 1893 gegründet und ist seit 2000 an der Schweizer Börse kotiert (Symbol TAMN, Valor 1117825, ISIN CH001117825). Tamedia beschäftigt rund 3'500 Mitarbeitende.

Weitere Informationen zu Tamedia: [www.tamedia.ch](http://www.tamedia.ch)

Halbjahresabschluss 2011: [www.tamedia.ch](http://www.tamedia.ch) > Investor Relations > Finanzberichte

Newsletter-Service: [www.tamedia.ch](http://www.tamedia.ch) > Newsletter