

Tamedia mit solidem Ergebnis in einem schwierigen Marktumfeld

Die Mediengruppe Tamedia erzielte im ersten Halbjahr 2012 einen Umsatz von 524.0 Mio. CHF (Vorjahr: 554.2 Mio. CHF). Dies entspricht einem Rückgang von 5.4 Prozent. Der Umsatzrückgang widerspiegelt die durchgezogene Entwicklung des Schweizer Werbemarktes. Das EBIT sank in der Folge um 31.6 Prozent auf 60.3 Mio. CHF (Vorjahr: 88.1 Mio. CHF), während das Ergebnis den soliden Wert von 73.7 Mio. CHF (Vorjahr: 87.7 Mio. CHF) erreichte.

Zürich, 30. August 2012 – Die Halbjahreszahlen 2012 von Tamedia widerspiegeln die durchgezogene Entwicklung des Schweizer Werbemarktes. Die Inseratestatistik des Verbandes Schweizer Medien weist für die Printmedien auf Basis der Netto-Werbeumsätze einen Rückgang von 12 Prozent und für die Tageszeitungen von 10 Prozent aus. Einen regelrechten Einbruch erfuhr mit 23 Prozent im Vergleich zur Vorjahresperiode die Stellenanzeigen. Der Umsatz von Tamedia sank in der Folge um 5.4 Prozent auf 524.0 Mio. CHF (Vorjahr 554.2 Mio. CHF). Zwei Drittel des Umsatzrückgangs sind auf das Geschäftsfeld Print Regional zurückzuführen. Die Umsatzentwicklung des Geschäftsfeldes Digital blieb unter den Erwartungen. Das Geschäftsfeld trug 12.1 Prozent (Vorjahr 11.1 Prozent) zum Gesamtumsatz bei, während der Umsatzanteil des Geschäftsfeldes Print Regional bei 47.2 Prozent (Vorjahr 48.7 Prozent) lag. Das Geschäftsfeld Print National überzeugte erneut mit einer starken Entwicklung und trug 40.8 Prozent (Vorjahr 40.2 Prozent) zum Umsatz bei.

Die rückläufigen Werbeumsätze wirkten sich auch auf das Ergebnis aus. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) verzeichnete einen Rückgang um 22.5 Prozent auf 89.3 Mio. CHF (Vorjahr 115.1 Mio. CHF). Die EBITDA-Marge liegt neu bei 17.0 Prozent (Vorjahr 20.8 Prozent). Das Betriebsergebnis nach Abschreibungen (EBIT) gab um 31.6 Prozent auf 60.3 Mio. CHF nach (Vorjahr 88.1 Mio. CHF). Die EBIT-Marge beträgt 11.5 Prozent (Vorjahr 15.9 Prozent). Das Ergebnis der weitergeführten Bereiche verzeichnet einen Rückgang auf 59.3 Mio. CHF (Vorjahr: 87.3 Mio. CHF). Nicht in den weitergeführten Bereichen enthalten sind insbesondere die Radio- und TV-Sender sowie die Fachmedien Agrar und Mobil. Das Gesamtergebnis inklusive nicht weitergeführter Bereiche liegt neu bei 73.7 Mio. CHF (Vorjahr 87.7 Mio. CHF). Darin enthalten sind Sondereffekte im Umfang von 19.5 Mio. CHF. Diese setzen sich aus den Veräusserungserfolgen nach Steuern der Aktivitäten von *Capital FM*, *TeleBärn* sowie *TeleZüri* im Umfang von 14.2 Mio. CHF und der Abnahme der erwarteten Höhe des letzten Teils der Kaufpreisverpflichtung für *Edipresse Suisse* um 5.3 Mio. CHF zusammen.

Kennzahlen

	30.06.2012	30.06.2011 ¹	Veränderung in %
Betriebsumsatz (in Mio. CHF)	524.0	554.2	(5.4)
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) (in Mio. CHF)	89.3	115.1	(22.5)
Marge in Prozent	17.0	20.8	(18.0)
Betriebsergebnis (EBIT) (in Mio. CHF)	60.3	88.1	(31.6)
Marge in Prozent	11.5	15.9	(27.6)
Ergebnis der weitergeführten Bereiche (in Mio. CHF)	59.3	87.3	(32.1)
Ergebnis der nicht weitergeführten Bereiche (in Mio. CHF)	14.4	0.4	n.a.
Ergebnis (in Mio. CHF)	73.7	87.7	(16.0)
Marge in Prozent	14.1	15.8	(11.1)
Ergebnis pro Aktie unverwässert (in CHF)	7.00	8.23	(14.9)
Mittelfluss aus Geschäftstätigkeit (in Mio. CHF)	106.4	88.4	20.3
Bilanzsumme per 30.06 / 31.12.	1 636.3	1 741.0	(6.0)
Eigenfinanzierungsgrad in Prozent per 30.06 / 31.12	59.8	54.9	8.9

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

Print Regional

Der Umsatz des Geschäftsfeldes Print Regional nahm um 11.7 Prozent auf 278.4 Mio. CHF ab. In einem negativen Marktumfeld weisen die meisten regionalen Tages- und Wochenzeitungen einen tieferen Umsatz aus als im Vorjahreszeitraum. Besonders deutlich rückläufig entwickelten sich die Umsätze des *Tages-Anzeigers* mit den Stellenbeilagen *Alpha* und *Stellen-Anzeiger* sowie von *24heures* und *Tribune de Genève*. Die Hälfte des Umsatzrückgangs des Geschäftsfeldes Print Regional resultiert dabei aus tieferen Umsätzen mit Stellenanzeigen. Die ebenfalls im Geschäftsfeldes Print Regional enthaltenen Druckzentren übertrafen hingegen die Erwartungen. Erfreulich ist auch die stabile Entwicklung der Leserschaften der regionalen Tageszeitungen. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) des Geschäftsfeldes Print Regional sank von 52.8 Mio. CHF auf 41.7 Mio. CHF. Dies entspricht einer nach wie vor ansprechenden EBITDA-Marge von 15.0 Prozent (Vorjahr 16.7 Prozent). Auch das Ergebnis auf Stufe EBIT verzeichnete einen Rückgang von 34.2 Mio. CHF auf 22.7 Mio. CHF. Die EBIT-Marge liegt neu bei 8.2 Prozent (Vorjahr 10.8 Prozent).

Print National

Der Umsatz des Geschäftsfeldes Print National sank um lediglich 4.2 Prozent auf 214.0 Mio. CHF. Der Umsatzrückgang ist im Wesentlichen auf *Femina*, *Finanz und Wirtschaft*, *Le Matin* und die *Sonntagszeitung* zurückzuführen. Die Pendlerzeitungen von *20 Minuten* sowie die Zeitschriften *Annabelle*, *Das Magazin* und *Schweizer Familie* konnten den Vorjahresumsatz weitestgehend halten. Erstmals berücksichtigt wurden das Wirtschaftsmagazin *Bilan* sowie die Tessiner Pendlerzeitung *20 minuti*, die bereits im zweiten Semester ihres Bestehens die Gewinnzone erreichte. Mit einem Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) von 51.4 Mio. CHF (Vorjahr 56.2 Mio. CHF) stellte das Geschäftsfeld Print National seine Ertragskraft erneut unter Beweis. Einen Ergebnisrückgang verzeichneten insbesondere die stark vom Finanzmarkt abhängigen Titel *Finanz und Wirtschaft* und *Le Temps* sowie die Frauenzeitschrift *Femina*. Das Betriebsergebnis (EBIT) ging von 53.5 Mio. CHF auf 48.6 Mio. CHF zurück. Die EBIT-Marge liegt mit erfreulichen 22.7 Prozent leicht unter Vorjahresniveau (23.9 Prozent).

Digital

Die im Geschäftsfeld Digital ausgewiesenen Onlinemedien konnten den Umsatz mit einem Rückgang von 1.0 Prozent auf 63.5 Mio. CHF weitgehend halten. Sowohl *20 Minuten Online* als auch die *Newsnet*-Plattformen bauten ihre Reichweite gegenüber dem Vorjahr erneut stark aus. Die Investitionen in die Redaktionen und den Ausbau der Rubriken- und Serviceportale zahlten sich noch nicht im erhofften Ausmass aus. Sowohl *20 Minuten Online* als auch das *Newsnet* blieben mit ihrer Entwicklung hinter den Erwartungen zurück. Das Immobilienpor-

tal *homegate.ch* verzeichnete hingegen erneut ein Umsatzwachstum, während die Stellenportale von *Jobup* die Auswirkungen des rückläufigen Arbeitsmarktes spürten und wie das Fahrzeugportal *car4you.ch* sowie die Kleinanzeigenplattform *piazza.ch* einen Umsatzrückgang auswiesen. Belastet wird das Ergebnis durch die Investitionen in den erfolgreichen Ausbau der Verzeichnisplattform *search.ch* und die Kosten der mittlerweile eingestellten Auktionsplattform *scoop.ch*. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) des Geschäftsfeldes Digital ging um 10.0 Mio. CHF zurück auf -3.8 Mio. CHF (Vorjahr 6.2 Mio. CHF). Das Betriebsergebnis (EBIT) fiel mit -11.0 Mio. CHF ebenfalls negativ aus (Vorjahr 0.5 Mio. CHF). Die EBIT-Marge liegt neu bei -17.3 Prozent (Vorjahr 0.8 Prozent).

Der Ausbau des Geschäftsfeldes Digital schritt im ersten Halbjahr 2012 weiter voran. Nach Erhalt der Zustimmung der Wettbewerbskommission beteiligte sich die 20 Minuten AG mit 25,8 Prozent am italienischsprachigen Newsportal *tio.ch*. Seit Sommer 2011 tauschen *20 minuti* – das jüngste Mitglied des *20 Minuten* Medienverbundes – und *tio.ch* bereits partnerschaftlich Inhalte aus. Ebenfalls nach Zustimmung der Wettbewerbskommission übernahm die *homegate AG* auf den 31. Juli 2012 20 Prozent am Immobilienportal *immostreet.ch*. Die Beteiligung wird bis spätestens 2016 auf 100 Prozent erhöht werden.

Geschäftsfelder im Überblick

	Umsatz ¹ 30.6.2012	Umsatz ¹ 30.6.2011 ⁴	EBITDA ² 30.6.2012	EBITDA ² 30.6.2011 ⁴	EBIT ³ 30.6.2012	EBIT ³ 30.6.2011 ⁴
Print Regional (in Mio. CHF)	278.4	315.2	41.7	52.8	22.7	34.2
Print National (in Mio. CHF)	214.0	223.4	51.4	56.2	48.6	53.5
Digital (in Mio. CHF)	63.5	64.2	(3.8)	6.2	(11.0)	0.5
Elimination (in Mio. CHF)	(31.8)	(48.6)	-	-	-	-
Total	524.0	554.2	89.3	115.1	60.3	88.1

¹ Betriebsertrag

² Betriebsergebnis vor Abschreibungen

³ Betriebsergebnis

⁴ 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

Weitere Informationen zu Tamedia

Tamedia ist eine Schweizer Mediengruppe mit Sitz in Zürich. Mit Tages- und Wochenzeitungen, Zeitschriften, Onlineplattformen sowie Zeitungsdruckereien gehört Tamedia zu den führenden Medienunternehmen der Schweiz. Die Medien der Tamedia AG und ihrer Tochtergesellschaften Tamedia Publications romandes und Espace Media Groupe leisten mit ihrer unabhängigen Berichterstattung und ihren kritischen Recherchen einen wichtigen Beitrag zur Meinungsbildung und sorgen mit unterhaltsamen Geschichten aus allen Lebensbereichen für Gesprächsstoff. Das Unternehmen wurde 1893 gegründet und ist seit 2000 an der Schweizer Börse kotiert.

Weitere Informationen: www.tamedia.ch