

Communiqué

Tamedia mit 1.07 Mia. CHF Umsatz und 119.1 Mio. CHF Ergebnis – stark wachsende Digitalerträge kompensieren Rückgang der Print-Werbung

Die Schweizer Mediengruppe Tamedia schloss das Geschäftsjahr 2013 mit einem Umsatz von 1.07 Mia. CHF stark ab. Wachsende Digitalerträge kompensierten dabei die anhaltend rückläufigen Werbeeinnahmen aus dem Print-Geschäft. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) liegt bei 197.1 Mio. CHF (EBITDA-Marge 18.4 Prozent) und das Betriebsergebnis (EBIT) bei 127.7 Mio. CHF, was einer EBIT-Marge von 11.9 Prozent entspricht. Das Ergebnis ging um 14.4 Prozent auf 119.1 Mio. CHF zurück. Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung die Wahl von Marina de Planta in den Verwaltungsrat. Die Gründerfamilie von Tamedia hat ihren 2017 auslaufenden Aktionärsbindungsvertrag vorzeitig unbefristet verlängert.

Zürich, 13. März 2014 – Der Umsatz (Betriebsertrag) der Schweizer Mediengruppe Tamedia stieg akquisitionsbedingt 2013 um 5.0 Prozent oder 51.1 Mio. CHF auf 1 069.1 Mio. CHF (Vorjahr 1 018.0 Mio. CHF). Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) ging leicht um 1.4 Mio. CHF oder 0.7 Prozent auf 197.1 Mio. CHF zurück (Vorjahr 198.5 Mio. CHF), was einer EBITDA-Marge von 18.4 Prozent (Vorjahr 19.5 Prozent) entspricht. Das Betriebsergebnis (EBIT) sank insbesondere aufgrund akquisitionsbedingt höherer Abschreibungen um 8.1 Prozent oder 11.2 Mio. CHF und liegt neu bei 127.7 Mio. CHF (Vorjahr 138.9 Mio. CHF). Die EBIT-Marge erreicht neu 11.9 Prozent (Vorjahr 13.6 Prozent). Das Ergebnis 2013 liegt mit 119.1 Mio. CHF um 14.4 Prozent oder 20.0 Mio. CHF unter dem Vorjahreswert von 139.1 Mio. CHF.

Die Mitarbeitenden von Tamedia partizipieren im Rahmen des Gewinnbeteiligungsmodells mit insgesamt 4.9 Mio. CHF am Ergebnis. Das Gewinnbeteiligungsmodell von Tamedia besteht seit dem Börsengang im Jahr 2000.

Kennzahlen	2013 in Mio. CHF	2012 in Mio. CHF	Veränderung in %
Tamedia-Gruppe			
Betriebsertrag	1 069.1	1 018.0	5.0
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	197.1	198.5	-0.7
Marge (in %)	18.4	19.5	-5.5
Betriebsergebnis (EBIT)	127.7	138.9	-8.1
Marge (in %)	11.9	13.6	-12.5
Ergebnis	119.1	139.1	-14.4

Ergebnis pro Aktie (in CHF)	10.68	13.33	-19.8
Dividende pro Aktie (in CHF)	4.00 ¹	4.50	-11.1
Mittelfluss aus Geschäftstätigkeit	185.1	190.3	-2.7
Bilanzsumme	2 176.6	2 063.4	5.5
Eigenfinanzierungsgrad (in %) ²	64.5	58.1	11.0
Print Regional			
Umsatz (Betriebsertrag)	521.2	540.3	-3.3
davon Intersegment	59.1	62.5	-5.4
EBITDA	80.9	92.1	-12.2
EBITDA-Marge (in %) ³	15.5	17.0	-
Print National			
Umsatz (Betriebsertrag)	376.7	397.5	-5.7
davon Intersegment	2.6	0.7	253.1
EBITDA	59.5	96.7	-38.5
EBITDA-Marge (in %) ³	15.8	24.3	-
Digital			
Umsatz (Betriebsertrag)	233.3	143.9	62.3
davon Intersegment	0.4	0.3	20.5
EBITDA	56.7	9.7	486.3
EBITDA-Marge (in %) ³	24.3	6.7	-
Mitarbeiterbestand per 31.12. ⁴	3 382	3 351	0.9

¹ Antrag des Verwaltungsrates

² Eigenkapital zu Bilanzsumme

³ Die Marge bezieht sich auf den Betriebsertrag

⁴ Anzahl Vollzeitstellen der weitergeführten Bereiche

Print Regional: Massnahmen zur Kompensation rückläufiger Werbeeinnahmen

Die Entwicklung der Medien im Geschäftsfeld Print Regional wurde im Berichtsjahr durch die stark rückläufigen Print-Werbeeinnahmen geprägt, die sich in einem Ergebnisrückgang niederschlugen. Bereits im Verlauf des Berichtsjahrs wurden Massnahmen ergriffen, um die Kostenstruktur der Titel der Marktlage anzupassen. Dafür wurden in den beiden Print-Geschäftsfeldern insgesamt Rückstellungen von 6.2 Mio. CHF verbucht.

Der Umsatz (Betriebsertrag) des Geschäftsfeldes Print Regional gegenüber Dritten sank 2013 um 3.3 Prozent auf 462.1 Mio. CHF (Vorjahr 477.7 Mio. CHF). Der Umsatzrückgang ist in erster Linie auf die rückläufigen kommerziellen Werbeeinnahmen und den erneuten Rückgang im Bereich der Stellenanzeigen zurückzuführen. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) ging um 12.2 Prozent auf 80.9 Mio. CHF (Vorjahr 92.1 Mio. CHF) zurück. In der Folge liegt die EBITDA-Marge mit 15.5 Prozent unter der Marge des Vorjahres (17.0 Prozent).

Print National: Rückläufiger Werbemarkt und Investitionen belasten Ergebnis

Das Geschäftsfeld Print National wurde wie das Geschäftsfeld Print Regional durch den rückläufigen Print-Werbemarkt gefordert. Während die nationalen Tageszeitungen sowie die Sonntagszeitungen einen deutlichen Rückgang des Werbeumsatzes verspürten, konnten die Wirtschaftsmedien ihre Werbeeinnahmen mehrheitlich halten. Die bereits eingeleiteten Kostensenkungsmassnahmen werden sich erst im laufenden Jahr auf das Ergebnis auswirken.

Der Umsatz (Betriebsertrag) des Geschäftsfeldes Print National gegenüber Dritten sank 2013 um 5.7 Prozent auf 374.1 Mio. CHF (Vorjahr 396.7 Mio. CHF). Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) ging aufgrund der rückläufigen Werbeeinnahmen sowie der Investitionen im Sonntagsmarkt und in Dänemark deutlich um 38.5 Prozent auf 59.5 Mio. CHF (Vorjahr 96.7 Mio. CHF) zurück. In der Folge sank die EBITDA-Marge auf 15.8 Prozent und liegt damit deutlich unter derjenigen des Vorjahres (24.3 Prozent).

Digital: Deutlicher Umsatz- und Ergebnissprung

Die positive Entwicklung des Geschäftsfeldes Digital wird wesentlich durch die erstmalige Berücksichtigung der Stellenplattform *jobs.ch/topjobs.ch*, von *FashionFriends*, *Olmero* und *Renovero* sowie von *Starticket* geprägt. Erfreulicherweise gelang es auch den Nachrichtenplattformen, ihre Werbeumsätze zu steigern.

Der Umsatz (Betriebsertrag) des Geschäftsfeldes Digital gegenüber Dritten stieg 2013 um 62.3 Prozent auf 232.9 Mio. CHF (Vorjahr 143.5 Mio. CHF). Zum Umsatzwachstum trug insbesondere die erstmalige Berücksichtigung der JobCloud AG und von *FashionFriends* während der gesamten Berichtsperiode bei, genauso wie die Erstkonsolidierung von *Olmero*, *Renovero*, *Jobsuchmaschine* sowie *Starticket*. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) stieg um 486.3 Prozent auf 56.7 Mio. CHF (Vorjahr 9.7 Mio. CHF) an. Die EBITDA-Marge liegt mit 24.3 Prozent deutlich über dem Wert des Vorjahres (6.7 Prozent).

Wechsel im Verwaltungsrat

Verwaltungsrat Tibère Adler übernimmt im Juni 2014 die Leitung von Avenir Suisse in der Romandie und tritt an der nächsten Generalversammlung nicht mehr zur Wahl an.

Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung die Wahl von Marina de Planta. Es ist vorgesehen, dass sie den Vorsitz des Revisionsausschusses von Tibère Adler übernimmt. Marina de Planta, 1965 in Paris geboren, war nach einem Wirtschaftsstudium an der Universität Genf während 17 Jahren für Ernst & Young in Genf, Zürich und Hongkong tätig. 1992 diplomierte sie als Steuerexpertin der Schweizerischen Kammer der Wirtschaftsprüfer und Steuerexperten in Zürich. 2003 wechselte sie zur Anwaltskanzlei Borel & Barbey. Seit 2010 ist Marina de Planta als Steuerexpertin Partnerin der Anwaltskanzlei Ducrest Heggli Avocats LLC in Genf. Zudem ist Marina de Planta selbständige Verwaltungsrätin in verschiedenen Schweizer Gesellschaften im Finanzbereich sowie Mitglied des Geneva Committee von Human Rights Watch.

Unbefristete Verlängerung des Aktionärsbindungsvertrages

Die Gründerfamilie von Tamedia hat ihren 2017 auslaufenden Aktionärsbindungsvertrag vorzeitig und unbefristet verlängert. Der inhaltlich unveränderte Aktionärsbindungsvertrag umfasst alle 21 Mitglieder der Gründerfamilie mit Ausnahme von Regula Hauser-Coninx und wurde gleichzeitig mit dem Börsengang abgeschlossen, um durch ein stabiles Aktionariat die langfristige Unabhängigkeit der Schweizer Mediengruppe zu sichern. Der Aktionärsbindungsvertrag verpflichtet die Mitglieder, die insgesamt über 71.8 Prozent der Kapital- und Stimmrechte verfügen, zur gemeinsamen Ausübung ihrer Stimmrechte bei der Wahl des Verwaltungsrates und bei Abstimmungen über wesentliche Geschäfte. Zudem beinhaltet der Vertrag ein gegenseitiges Vorkaufsrecht für den Fall, dass ein Mitglied seine Aktien veräussern möchte.

Die Mitglieder der Gründerfamilie bekunden mit ihrer Entscheidung, den bewährten Aktionärsbindungsvertrag langfristig fortzusetzen, ihre besondere Verbundenheit mit Tamedia und ihre Bereitschaft, sich für Kontinuität und Nachhaltigkeit in der Entwicklung des Unternehmens zu engagieren.

Tages-Anzeiger: Start des digitalen Bezahlmodells am 31. März 2014

Das digitale Bezahlmodell des Tages-Anzeigers startet am 31. März 2014 nachmittags. Mit dem Start des digitalen Bezahlmodells erneuert der Tages-Anzeiger seine App- und Mobile-Angebote. Die Nachrichtenplattform tagesanzeiger.ch rückt mit einer wertigeren und ruhigeren Gestaltung optisch näher an die Tageszeitung heran.

Abonnentinnen und Abonnenten stehen fünf verschiedene Angebote – vom Abonnement Digital light mit einer unbeschränkten Anzahl Artikel auf tagesanzeiger.ch und Smartphones bis zu Classic plus mit Tages-Anzeiger, Sonntagszeitung und unbeschränkter digitaler Nutzung auf allen Geräten – zur Verfügung. Dank des durchlässigen Bezahlmodells, das gelegentlichen Leserinnen und Lesern einen kostenlosen Zugang ermöglicht, soll die im Werbemarkt nachgefragte hohe Reichweite erhalten bleiben. Im Verlauf des Jahres werden weitere bezahlte Tageszeitungen von Tamedia ein digitales Bezahlmodell einführen.

Medienorientierung und Analysteninformation

Die Medienorientierung findet heute Donnerstag, 13. März 2014, um 10.00 Uhr am Hauptsitz von Tamedia an der Werdstrasse 21 in Zürich statt. Für Analysten und Investoren wird zudem um 12.00 Uhr eine Analystenkonferenz durchgeführt. Für Investoren und Analysten aus Übersee wird bei Bedarf ein englischsprachiger Conference Call am Folgetag angeboten.

Hinweis zur Generalversammlung 2014

Die ordentliche Generalversammlung der Tamedia AG findet am 11. April 2014 um 9.30 Uhr im neuen Medienhaus an der Werdstrasse 21, 8004 Zürich statt. Die Generalversammlung wird damit versuchsweise zum ersten Mal seit der Börsenkotierung im Jahr 2000 betriebsintern durchgeführt.

Weitere Auskünfte:

Christoph Zimmer, Leiter Unternehmenskommunikation Tamedia,
Telefon +41 44 248 41 35, E-Mail christoph.zimmer@tamedia.ch

Weitere Informationen zu Tamedia

Tamedia ist eine Schweizer Mediengruppe mit Sitz in Zürich. Mit ihren Tages- und Wochenzeitungen, Zeitschriften, Onlineplattformen sowie Druckzentren gehört Tamedia zu den führenden Medienunternehmen der Schweiz. Die Medien der Tamedia AG und ihrer Tochtergesellschaften Tamedia Publications romandes und Espace Media 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