

Communiqué

Umsatzwachstum auf 1.114 Milliarden Franken dank steigenden Digitalerträgen – 159.7 Millionen Franken Ergebnis

Die Schweizer Mediengruppe Tamedia schloss das Geschäftsjahr 2014 mit einem Umsatz von 1.114 Milliarden Franken (+4.2 Prozent) ab. Wachsende Digitalerträge kompensierten die weiterhin rückläufigen Umsätze mit Print-Werbung. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) liegt bei 230.9 Millionen Franken (+17.2 Prozent, EBITDA-Marge 20.7 Prozent) und das Betriebsergebnis (EBIT) bei 160.6 Millionen Franken (+25.8 Prozent), was einer EBIT-Marge von 14.4 Prozent entspricht. Das Ergebnis stieg um 34.1 Prozent auf 159.7 Millionen Franken (Vorjahr 119.1 Millionen Franken). Die Mitarbeitenden von Tamedia partizipieren im Rahmen des Gewinnbeteiligungsmodells mit 6.6 Millionen Franken am Ergebnis.

Zürich, 12. März 2015 – Die Schweizer Mediengruppe Tamedia baute ihr digitales Geschäft im vergangenen Jahr konsequent weiter aus. Neben den Rubrikenplattformen von Job-Cloud und *homegate.ch* sowie den Newsplattformen von *20 Minuten* trugen auch die neu lancierten Bezahlmodelle von *Tages-Anzeiger* und *Der Bund* zum organischen Wachstum des digitalen Geschäfts um 11.2 Prozent bei. Auch dank der erstmaligen Berücksichtigung von *Doodle*, *home.ch* und *trendsales.dk* stieg der Digital-Umsatz um 16.4 Prozent auf 271.1 Millionen Franken (Vorjahr 232.9 Millionen Franken). Mit einem Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) von 75.3 Millionen Franken (Vorjahr 56.7 Millionen Franken), trug das digitale Geschäft bereits einen Drittel zum Ergebnis bei. Die Geschäftsfelder Print Regional (-8.1 Prozent) und Print National (-5.2 Prozent) entwickelten sich organisch rückläufig. Im laufenden Jahr plant Tamedia die Übernahme der Ricardo-Gruppe, die vollständige Übernahme der Kleinanzeigenplattform *tutti.ch* und des Fahrzeugportals *car4you.ch* sowie die Zusammenführung der Verzeichnisportale *search.ch* und *local.ch* in einer gemeinsamen Tochtergesellschaft mit Swisscom.

Pietro Supino, Verleger und Verwaltungsratspräsident von Tamedia: «Über die 120-jährige Unternehmensgeschichte betrachtet war 2014 eines der besten Jahre für Tamedia. Dabei ist die kontinuierlich positive Entwicklung in anspruchsvollen Zeiten wichtiger als die erreichten, exzellenten Ergebnisse. Auch wenn sich vieles verändert, bleibt der Kern unseres Geschäfts der gleiche: Die Leistung der unter dem Dach der Tamedia-Gruppe gebündelten Aktivitäten besteht unverändert darin, mit publizistischen Angeboten, mit Serviceleistungen und mit Plattformen für kommerzielle Anzeigen Information, Übersicht und Orientierungshilfe zu bieten.»

Christoph Tonini, Vorsitzender der Unternehmensleitung: «Wir sehen die Digitalisierung als Chance und investieren konsequent in unsere Online-Angebote. Dank eines starken organischen Wachstums sowie Investitionen erzielen wir mittlerweile bereits jeden dritten Franken unseres Ergebnisses mit digitalen Angeboten. Unserem Ziel, in den nächsten zwei

bis drei Jahren den digitalen Ergebnisanteil auf 50 Prozent zu steigern, sind wir mit der geplanten Übernahme der Ricardo-Gruppe ein weiteres Stück nähergekommen. Mit der Immobilienplattform *homegate.ch*, den Stellenplattformen von *JobCloud*, den Online-Marktplätzen *ricardo.ch* und *ricardoshops.ch* sowie den Kleinanzeigenplattformen *OLX* und *tutti.ch* werden wir in den wichtigsten Rubrikenmärkten über jeweils klare Nummer 1-Positionen mit grossem Wachstumspotential verfügen. »

Kennzahlen	2013 in Mio. CHF	2013 in Mio. CHF	Veränderung in %
Tamedia-Gruppe			
Umsatz	1 114.5	1 069.1	4.2
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	230.9	197.1	17.2
Marge (in %)	20.7	18.4	
Betriebsergebnis (EBIT)	160.6	127.7	25.8
Marge (in %)	14.4	11.9	
Ergebnis	159.7	119.1	34.1
Ergebnis pro Aktie (in CHF)	13.81	10.68	29.2
Dividende pro Aktie (in CHF)	4.50 ¹	4.00	12.5
Mittelfluss aus Geschäftstätigkeit	201.7	185.1	9.0
Bilanzsumme	2 156.2	2 176.6	-0.9
Eigenfinanzierungsgrad (in %) ²	67.6	64.5	
Print Regional			
Umsatz (Betriebsertrag)	540.9	521.2	3.8
davon Intersegment	51.8	59.1	-12.3
EBITDA	89.7	80.9	10.9
EBITDA-Marge (in %) ³	16.6	15.5	
Print National			
Umsatz (Betriebsertrag)	357.2	376.7	-5.2
davon Intersegment	2.9	2.6	14.4
EBITDA	66.0	59.5	10.8
EBITDA-Marge (in %) ³	18.5	15.8	
Digital			
Umsatz (Betriebsertrag)	272.9	233.3	17.0
davon Intersegment	1.7	0.4	319.1
EBITDA	75.3	56.7	32.9
EBITDA-Marge (in %) ³	27.6	24.3	
Durchschnittlicher Mitarbeitendenbestand	3 471	3 394	

¹ Antrag des Verwaltungsrates

² Eigenkapital zu Bilanzsumme

³ Die Marge bezieht sich auf den Umsatz

Print Regional

Der Umsatz des Geschäftsfeldes Print Regional stieg 2014 um 5.8 Prozent auf 489.1 Millionen Franken (Vorjahr 462.1 Millionen Franken). Der Umsatzbeitrag der erstmals berücksichtigten Ziegler Druck- und Verlags-AG von 62.1 Millionen Franken kompensierte den organischen Rückgang von -8 Prozent. Dank neuen Kooperationsmodellen und Beilagen, neuen Drittkundenaufträgen sowie Effizienzsteigerungsmassnahmen stieg das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) um 10.9 Prozent auf 89.7 Millionen Franken (Vorjahr 80.9 Millionen Franken). Die EBITDA-Marge liegt neu bei 16.6 Prozent (Vorjahr 15.5 Prozent). Besonders erfreulich entwickelten sich die Zürcher Regionalzeitungen *Der Landbote*, *Zürcher Unterländer* und *Zürichsee-Zeitung*.

Print National

Das Geschäftsfeld Print National wurde wie das Geschäftsfeld Print Regional durch den rückläufigen Print-Werbemarkt gefordert. Der Umsatz des Geschäftsfeldes Print National sank 2014 um 5.3 Prozent auf 354.3 Millionen Franken (Vorjahr 374.1 Millionen Franken). Insbesondere *die SonntagsZeitung* und *20 Minuten* entwickelten sich erfreulich, aber auch *Le Matin* gelang es, die bisher hohen Verluste fast vollständig abzubauen. Die hohen Investitionen in den Ausbau der Pendlerzeitung *Metroxpress* belasteten das Ergebnis. Das dänische Pendant von *20 Minuten* erreicht jedoch mittlerweile bereits mehr als doppelt so viele Leserinnen und Leser wie die zweitgrösste Tageszeitung Dänemarks und verzeichnet gegen den Markttrend ein Umsatzwachstum. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) stieg aufgrund der eingeleiteten Effizienzsteigerungsmassnahmen um 10.8 Prozent auf 66.0 Millionen Franken (Vorjahr 59.5 Millionen Franken). In der Folge erhöhte sich die EBITDA-Marge auf 18.5 Prozent (Vorjahr 15.8 Prozent).

Digital

Die Entwicklung des Geschäftsfeldes Digital wird wesentlich durch die Erstkonsolidierung von *Doodle*, *home.ch* und *trendsales.dk* sowie die erstmalige Berücksichtigung von *Olmero*, *Renovero* und *Starticket* während der gesamten Berichtsperiode geprägt. Im Wachstumsmarkt für digitale Werbung verzeichneten zudem sowohl die publizistischen wie auch die kommerziellen Plattformen ein solides organisches Wachstum von 11 Prozent. Der Umsatz (Betriebsertrag) des Geschäftsfeldes Digital gegenüber Dritten stieg 2014 um 16.4 Prozent auf 271.1 Millionen Franken (Vorjahr 232.9 Millionen Franken). Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) stieg um 32.9 Prozent auf 75.3 Millionen Franken (Vorjahr 56.7 Millionen Franken). Die EBITDA-Marge liegt mit 27.6 Prozent ebenfalls klar über dem Wert des Vorjahres (24.3 Prozent).

Segmentierung: neue Geschäftsfelder ab Berichtsjahr 2015

Gleichzeitig mit der Publikation des Halbjahresergebnisses am 20. August 2015 passt Tamedia die Segmentberichterstattung an. Die publizistischen Digitalangebote werden neu gemeinsam mit den jeweiligen gedruckten Angeboten in den beiden Geschäftsbereichen Publizistik Regional (bisher Print Regional) und Publizistik National (bisher Print National) ausgewiesen. Das Geschäftsfeld Digital umfasst neu ausschliesslich

kommerzielle Digitalangebote. Tamedia berücksichtigt damit die immer engere Verknüpfung zwischen digitalen und gedruckten Medien durch die Einführung digitaler Bezahlmodelle und konvergente Redaktionen.

Medienorientierung und Analysteninformation

Die Medienorientierung findet heute Donnerstag, 12. März 2015, 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 2015

Die ordentliche Generalversammlung der Tamedia AG findet am 17. April 2015 um 15.00 Uhr im Kongresshaus Zürich an der Claridenstrasse 5, 8002 Zürich, statt.

Weitere Auskünfte:

Christoph Zimmer, Leiter Unternehmenskommunikation und Investor Relations 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. Die digitalen Angebote von Tamedia sind unter dem Dach von Tamedia Digital zusammengefasst. Das 1893 gegründete Unternehmen beschäftigt rund 3'400 Mitarbeitende in der Schweiz, Dänemark, Luxemburg und Deutschland und ist seit 2000 an der Schweizer Börse kotiert.

Weitere Informationen: www.tamedia.ch