



Tamedia AG
Unternehmenskommunikation

+41 44 248 41 90 D
kommunikation@tamedia.ch
www.tamedia.ch

Medienmitteilung

Tamedia: deutlicher Rückgang der Print-Werbung, normalisiertes Ergebnis auf Vorjahresniveau

Die Schweizer Mediengruppe Tamedia erreichte im ersten Halbjahr einen Betriebsertrag von 475.1 Millionen Franken (-5.7 Prozent). Das Ergebnis stieg, insbesondere aufgrund eines tieferen Vorsorgeaufwandes nach IAS 19, auf 76.6 Millionen Franken (+37.1 Prozent, Ergebnis-Marge 16.1 Prozent). Das normalisierte Ergebnis nach Steuern ohne Berücksichtigung von Sondereffekten liegt mit 54.5 Mio. CHF (-2.5 Prozent) fast auf dem Niveau des Vorjahres.

Zürich, 29. August 2017 – Der Umsatz (Betriebsertrag) der Schweizer Mediengruppe ging im ersten Halbjahr 2017 um 5.7 Prozent auf 475.1 Mio. CHF (Vorjahr 503.6 Mio. CHF) zurück. Hauptgrund ist der Rückgang des Print-Werbemarktes um 12 Prozent gegenüber Vorjahr. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) stieg, aufgrund eines tieferen Vorsorgeaufwandes nach IAS 19, um 27.7 Prozent auf 127.3 Mio. CHF (Vorjahr 99.7 Mio. CHF). Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) wuchs um 55.3 Prozent auf 95.2 Mio. CHF (Vorjahr 61.3 Mio. CHF), wobei diese Zunahme unter anderem auf tiefere Abschreibungen aufgrund einer verlängerten Nutzungsdauer der drei Druckzentren von Tamedia zurückzuführen ist. Das normalisierte Ergebnis nach Steuern ohne Berücksichtigung von Sondereffekten, insbesondere aus Vorsorgeaufwand nach IAS 19, liegt mit 54.5 Mio. CHF fast auf dem Niveau des Vorjahres (55.9 Mio. CHF). Das Eigenkapital stieg um 58.6 Mio. CHF auf 1'814.7 Mio. CHF. Der Anstieg ist unter anderem auf versicherungsmathematische Veränderungen nach IAS 19 (Bewertung Vorsorgeverpflichtungen) in Höhe von 57.9 Mio. CHF zurückzuführen. Der Eigenfinanzierungsgrad liegt bei soliden 75.8 Prozent, gegenüber 72.5 Prozent per Ende 2016.

Christoph Tonini, Vorsitzender der Unternehmensleitung von Tamedia: «In einem weiterhin stark rückläufigen Print-Werbemarkt ist es uns gelungen, das erste Halbjahr mit einem guten Ergebnis abzuschliessen, das normalisiert auf Vorjahresniveau liegt. Die Entwicklung des Werbemarktes bleibt eine Herausforderung, unsere digitale Angebote, sowohl in der Publizistik als auch die Marktplätze und Beteiligungen, entwickeln sich aber positiv. Wir werden in den kommenden Jahren weiter in diese Wachstumsfelder investieren.»

Insgesamt trugen die Angebote aus dem Geschäftsfeld Marktplätze und Beteiligungen und die digitalen publizistischen Medien von Tamedia 174.8 Mio. CHF (Vorjahr: 155.4 Mio. CHF) oder 37.1 Prozent zum Gesamtumsatz bei (pro forma). Der Anteil aller digitalen Angebote am EBITDA erreichte 63.3 Mio. CHF (Vorjahr: 49.7 Mio. CHF) oder 49.7 Prozent, der EBIT-Anteil 46.8 Mio. CHF (Vorjahr: 32.2 Mio. CHF) oder 49.2 Prozent. Ohne Berücksichtigung des Vorsorgeaufwandes nach IAS 19 läge der Anteil der digitalen Angebote am EBITDA weiterhin über 50 Prozent.

| Kennzahlen | 2017-6 in Mio. CHF | 2016-6 in Mio. CHF | Veränderung in Prozent |
|--|-------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|
| Tamedia-Gruppe | | | |
| Betriebsertrag | 475.1 | 503.6 | -5.7 |
| Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) | 127.3 | 99.7 | 27.7 |
| Marge (in Prozent) | 26.8 | 19.8 | 35.4 |
| Betriebsergebnis (EBIT) | 95.2 | 61.3 | 55.3 |
| Marge (in Prozent) | 20.0 | 12.2 | 64.7 |
| Ergebnis | 76.6 | 55.8 | 37.1 |
| davon Anteil Aktionäre von Tamedia | 65.5 | 46.9 | 39.7 |
| Mittelfluss aus betrieblicher Tätigkeit | 106.9 | 93.9 | 13.8 |
| Bilanzsumme | 2 394.3 | 2 421.1 ¹ | -1.1 |
| Eigenfinanzierungsgrad (in Prozent) ² | 75.8 | 72.5 ¹ | 4.6 |
| Bezahlmedien | | | |
| Betriebsertrag | 296.2 | 319.9 | -7.4 |
| davon Intersegment | 9.1 | 12.1 | -25.1 |
| EBITDA | 37.1 | 46.9 | -20.8 |
| EBITDA-Marge (in Prozent) ³ | 12.5 | 14.7 | -15.0 |
| Pendlermedien | | | |
| Betriebsertrag | 71.8 | 79.4 | -9.6 |
| davon Intersegment | 1.0 | 0.1 | 1 503.6 |
| EBITDA | 18.9 | 18.9 | 0.2 |
| EBITDA-Marge (in Prozent) ³ | 26.4 | 23.8 | 10.9 |
| Marktplätze und Beteiligungen | | | |
| Betriebsertrag | 117.2 | 117.0 | 0.2 |
| davon Intersegment | 0.1 | 0.5 | -72.4 |
| EBITDA | 47.6 | 44.9 | 6.0 |
| EBITDA-Marge (in Prozent) ³ | 40.6 | 38.4 | 5.7 |
| Durchschnittlicher Mitarbeitendenbestand ⁴ | 3 308 | 3 286 | 0.7 |

¹ per 31.12.2016

² Eigenkapital zu Bilanzsumme

³ Die Marge bezieht sich auf den Betriebsertrag

⁴ Der durchschnittliche Mitarbeiterbestand versteht sich ohne Mitarbeitende von Assoziierten / Joint Ventures

Neue Segmentierung

Zur Abbildung der neuen Unternehmensorganisation wurde eine Anpassung der Segmentberichterstattung vorgenommen. Die angepasste Darstellung folgt der internen Berichterstattung. Die Geschäftsfelder Publizistik Regional und National werden neu aufgeteilt in die Geschäftsfelder «Bezahlmedien» und «Pendlermedien». Beide Geschäftsfelder umfassen sowohl Print- als auch Digitalumsätze. Das

Geschäftsfeld Digital bleibt unverändert, wird jedoch in «Marktplätze und Beteiligungen» umbenannt.

Bezahlmedien: Geprägt vom rückläufigen Print-Werbemarkt

Der Betriebsertrag des Geschäftsfeldes Bezahlmedien, das alle bezahlten Tages- und Wochenzeitungen sowie Zeitschriften umfasst, sank um 7.4 Prozent auf 296.2 Mio. CHF. Der Rückgang ist mehrheitlich auf rückläufige Print-Werbeerlöse zurückzuführen, die um 12 Prozent zurückgingen. Die digitalen Abonnementsumsätze entwickelten sich hingegen deutlich besser als erwartet. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) des Geschäftsfeldes Bezahlmedien ging von 46.9 Mio. CHF auf 37.1 Mio. CHF zurück. Dies entspricht einer EBITDA-Marge von 12.5 Prozent (Vorjahr 14.7 Prozent). Das Ergebnis auf Stufe EBIT liegt bei 22.9 Mio. CHF (Vorjahr 27.3 Mio. CHF). Die EBIT-Marge liegt mit 7.7 Prozent um 0.8 Prozent tiefer als im Vorjahr.

Pendlermedien: Vorjahresniveau auf Ergebnisstufe erreicht

Das Geschäftsfeld Pendlermedien, in dem der Medienverbund 20 Minuten sowie die Beteiligungen an L'essentiel, Heute und heute.at sowie Metroxpress und BT zusammengefasst sind, weist im Vorjahresvergleich mit 71.8 Mio. CHF einen um 9.6 Prozent tieferen Betriebsertrag aus. Auch hier ist der Rückgang auf rückläufige Print-Werbeerlöse zurückzuführen. Durch das Einbringen des dänischen Titels Metroxpress in eine gemeinsame Herausgebergesellschaft mit Berlingske Media konnten die Verluste bei der Pendlerzeitung weitestgehend eliminiert werden. Nach Abschluss der Restrukturierung in diesem Jahr wird die Herausgebergesellschaft voraussichtlich bereits 2018 die Gewinnzone erreichen. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) des Geschäftsfeldes Pendlermedien erreicht den Vorjahreswert von 18.9 Mio. CHF. Die EBITDA-Marge liegt bei 26.4 Prozent (Vorjahr 23.8 Prozent). Auch das Betriebsergebnis (EBIT) blieb unverändert auf den Vorjahreswert von 17.5 Mio. CHF. Die EBIT-Marge erreicht neu 24.3 Prozent und liegt über dem Vorjahreswert von 22.0 Prozent.

Marktplätze und Beteiligungen: Weitere Ergebnissteigerung

Das Geschäftsfeld Marktplätze und Beteiligungen, das dem bisherigen Geschäftsfeld Digital entspricht und sämtliche nicht-publizistischen Angebote umfasst, erreicht einen Betriebsertrag von auf 117.2 Mio. CHF. Insbesondere die JobCloud AG sowie das Immobilienportal homegate.ch entwickelten sich erfreulich und bauten ihr Ergebnis deutlich aus. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) des Geschäftsfeldes Marktplätze und Beteiligungen stieg in der Folge auf 47.6 Mio. CHF (Vorjahr 44.9 Mio. CHF) an. Die EBITDA-Marge erreichte erfreuliche 40.6 Prozent (Vorjahr 38.4 Prozent). Das Betriebsergebnis (EBIT) verbesserte sich von 27.4 Mio. CHF im Vorjahr auf 31.1 Mio. CHF. Die EBIT-Marge erreicht 26.5 Prozent (Vorjahr 23.4 Prozent).

Medienorientierung und Analysteninformation

Die telefonische Medienorientierung findet heute Dienstag, 29. August 2017, um 10.00 Uhr statt. Für Analysten und Investoren wird zudem um 11.00 Uhr eine Telefonkonferenz in englischer Sprache durchgeführt. Die Einwahlnummer zu den Konferenzen lautet: +41 (0)58 310 50 00. Bitte wählen Sie sich einige Minuten vor Veranstaltungsbeginn ein.

Für Investoren und Analysten aus Übersee wird bei Bedarf ein englischsprachiger Conference Call am Folgetag angeboten.

Kontakt

Christoph Zimmer, Leiter Kommunikation
+41 44 248 41 35, christoph.zimmer@tamedia.ch

Über Tamedia

Tamedia ist die führende private Schweizer Mediengruppe. Die Digitalplattformen, Tages- und Wochenzeitungen und Zeitschriften von Tamedia bieten Überblick, Einordnung und Selektion. Das 1893 gegründete Unternehmen beschäftigt rund 3'400 Mitarbeitende in der Schweiz, Dänemark, Luxemburg, Deutschland und Österreich und ist seit 2000 an der Schweizer Börse kotiert.

Weitere Informationen zu Tamedia für Medienschaffende:

www.tamedia.ch/de/gruppe/newsroom Im Newsroom unter Bilddatenbank stehen frei verfügbare aktuelle Bilder rund um Tamedia zum Herunterladen zur Verfügung, unter anderem Aufnahmen der Gebäude mit dem seit Januar 2017 eingesetzten Logo.

www.tamedia.ch