



Tamedia AG
Unternehmenskommunikation

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

Medienmitteilung

Tamedia: Rückläufiger Print-Werbemarkt und Wertberichtigung aufgrund des Publicitas-Konkurses prägen Halbjahresabschluss

Die Schweizer Mediengruppe Tamedia erreichte im ersten Halbjahr einen Betriebsertrag von 477.5 Millionen Franken (-0.1 Prozent). Insgesamt betrug der Umsatzrückgang im Print-Werbemarkt für Tamedia 15.6 Mio. CHF im Vergleich zum Vorjahreswert. Das Betriebsergebnis (EBIT) sank unter anderem aufgrund einer Forderungs-Wertberichtigung von 5.0 Mio. CHF infolge des Konkurses des Werbevermittlers Publicitas sowie des um 27.8 Mio. CHF höheren Vorsorgeaufwandes nach IAS 19, deutlich auf 52.7 Millionen Franken (-44.6 Prozent, EBIT-Marge 11.0 Prozent). Auch das normalisierte Ergebnis nach Steuern liegt mit 45.4 Mio. CHF unter dem Niveau des Vorjahres (54.5 Mio. CHF).

Zürich, 28. August 2018 – Die Schweizer Mediengruppe erreichte im ersten Halbjahr 2018 mit 477.5 Mio. CHF Umsatz praktisch den Vorjahreswert von 477.8 Mio. CHF. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) sank hingegen deutlich um 32.9 Prozent auf 85.4 Mio. CHF (Vorjahr 127.3 Mio. CHF). Die wesentlichen Treiber dieser Entwicklung sind der stark rückläufige Print-Werbemarkt, die erfolgte Forderungs-Wertberichtigung von 5.0 Mio. CHF infolge des Konkurses des Werbevermittlers Publicitas sowie der buchhalterisch um 27.8 Mio. CHF höhere Vorsorgeaufwand nach IAS 19. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) sank um 44.6 Prozent auf 52.7 Mio. CHF (Vorjahr 95.2 Mio. CHF). Das normalisierte Ergebnis nach Steuern liegt mit 45.4 Mio. CHF ebenfalls unter dem Niveau des Vorjahres (54.5 Mio. CHF). Das Eigenkapital reduzierte sich um 1.1 Mio. CHF auf 1'968.5 Mio. CHF. Der Eigenfinanzierungsgrad liegt bei soliden 78.3 Prozent.

Christoph Tonini, Vorsitzender der Unternehmensleitung von Tamedia: «Im Vergleich zum Vorjahr nahm unsere Mediengruppe auf dem Print-Werbemarkt gut 15 Millionen Franken weniger ein. Zudem mussten wir aufgrund des Konkurses von Publicitas eine Wertberichtigung hinnehmen. Diese zwei Effekte drücken aufs Ergebnis. Jedoch konnten wir gute Fortschritte in der Entwicklung unseres digitalen News-Angebots und im Bereich Marktplätze und Beteiligungen erzielen. Das lässt mich positiv ins zweite Halbjahr blicken.»

Insgesamt trugen die Angebote aus dem Geschäftsfeld Marktplätze und Beteiligungen und die digitalen publizistischen Medien von Tamedia 187.7 Mio. CHF (Vorjahr: 175.6 Mio. CHF) oder 39.3 Prozent zum Gesamtumsatz bei (pro forma). Der Anteil aller digitalen Angebote am EBITDA erreichte 59.9 Mio. CHF (Vorjahr: 63.3 Mio. CHF) oder 70.1 Prozent, der EBIT-Anteil 43.4 Mio. CHF (Vorjahr: 46.8 Mio. CHF) oder 82.3 Prozent. Die tieferen Beträge im Vergleich zum Vorjahr sind eine Folge der Verteilung des Vorsorgeaufwandes nach IAS 19, der 2017 um 27.8 Mio. CHF tiefer war als in der aktuellen Berichtsperiode.

Kennzahlen	2018-6 in Mio. CHF	2017-6 in Mio. CHF	Veränderung in Prozent
Tamedia-Gruppe			
Betriebsertrag	477.5	477.8	-0.1
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	85.4	127.3	-32.9
Marge (in Prozent)	17.9	26.6	-32.9
Betriebsergebnis (EBIT)	52.7	95.2	-44.6
Marge (in Prozent)	11.0	19.9	-44.6
Ergebnis	39.9	76.6	-47.9
davon Anteil Aktionäre von Tamedia	26.3	65.5	-59.9
Mittelfluss aus betrieblicher Tätigkeit	98.8	106.9	-7.6
Bilanzsumme	2 514.8	2 513.3 ¹	0.1
Eigenfinanzierungsgrad (in Prozent) ²	78.3	78.4 ¹	-0.1
Bezahlmedien			
Betriebsertrag	285.0	297.9	-4.3
davon Intersegment	7.7	9.1	-14.8
EBITDA	21.6	37.1	-41.8
EBITDA-Marge (in Prozent) ³	7.6	12.5	-39.2
Pendlermedien und Vermarktung			
Betriebsertrag	75.8	71.8	5.5
davon Intersegment	0.3	1.0	-68.0
EBITDA	14.7	18.9	-22.2
EBITDA-Marge (in Prozent) ³	19.4	26.3	-26.3
Marktplätze und Beteiligungen			
Betriebsertrag	124.9	118.2	5.7
davon Intersegment	0.2	0.1	69.0
EBITDA	53.2	47.6	11.9
EBITDA-Marge (in Prozent) ³	42.6	40.2	5.9
Durchschnittlicher Bestand Mitarbeitende ⁴	3 224	3 308	-2.5

¹ per 31.12.2017

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 IFRS Standards

Die erstmalige Anwendung von IFRS 9 «Finanzinstrumente» und IFRS 15 «Erlöse aus Verträgen mit Kunden» führt dazu, dass die Debitorenverluste und die Veränderung des Delkredere (als Wertminderungen von finanziellen Vermögenswerten) neu im übrigen Betriebsaufwand erfasst werden. Das Vorjahr, in welchem diese Wertminderungen noch als Umsatzminderung erfasst wurden, ist entsprechend angepasst worden. Ansonsten sind mit der Einführung der neuen Standards keine weiteren wesentlichen Auswirkungen auf die Offenlegung in der konsolidierten Jahresrechnung zu verzeichnen.

Bezahlmedien: Rückläufiger Print-Werbemarkt und Wertberichtigung

Der Betriebsertrag des Geschäftsfeldes Bezahlmedien, das alle bezahlten Tages- und Wochenzeitungen sowie Zeitschriften und Druckzentren umfasst, sank um 4.3 Prozent auf 285.0 Mio. CHF. Der Rückgang ist mehrheitlich auf rückläufige Print-Werbeerlöse zurückzuführen. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) des Geschäftsfeldes Bezahlmedien ging von 37.1 Mio. CHF auf 21.6 Mio. CHF zurück. Dies entspricht einer EBITDA-Marge von 7.6 Prozent (Vorjahr 12.5 Prozent). Der EBITDA-Rückgang wird durch die erfolgte Wertberichtigung von 3.0 Mio. CHF infolge des Konkurses des Werbevermittlers Publicitas, Schliessungskosten von Le Matin-Print sowie durch die tieferen Ergebnisse der Zeitungsdruckzentren geprägt, die aufgrund der Euroaufwertung mit höheren Kosten in den Bereichen Papier-, Druckplatten- und Farbeinkauf konfrontiert wurden. Das Ergebnis auf Stufe EBIT erreicht 7.4 Mio. CHF (Vorjahr 22.9 Mio. CHF). Die EBIT-Marge liegt bei 2.6 Prozent.

Pendlermedien und Vermarktung: Neo Advertising integriert

Das bisherige Geschäftsfeld «Pendlermedien» wird künftig als «Pendlermedien und Vermarktung» geführt, weil dieses – zusätzlich zum Medienverbund 20 Minuten sowie zu den Beteiligungen an L'essentiel, Heute und heute.at sowie Metroxpress und BT – neu die im Out-of-Home-Bereich tätige Firma Neo Advertising und zukünftig Goldbach umfasst. Im Vorjahresvergleich weist das Segment Pendlermedien und Vermarktung mit 75.8 Mio. CHF einen um 5.5 Prozent höheren Betriebsertrag aus. Der höhere Betriebsertrag ist vor allem auf die Übernahme von Neo Advertising zurückzuführen. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) sank auf 14.7 Mio. CHF (Vorjahr 18.9 Mio. CHF). Die EBITDA-Marge liegt neu bei 19.4 Prozent (Vorjahr 26.3 Prozent). Grund für den Rückgang sind insbesondere die rückläufigen Print-Werbeerlöse, die nicht ganz durch digitale Werbeformen kompensiert werden konnten sowie ebenfalls einen Wertberichtigungsanteil von 2.0 Mio. CHF wegen dem Publicitas Konkurs. Das Betriebsergebnis (EBIT) sank von 17.5 Mio. CHF auf 12.7 Mio. CHF. Die EBIT-Marge erreicht neu 16.8 Prozent (Vorjahr 24.3 Prozent).

Marktplätze und Beteiligungen: Umsatz- und Ergebnissteigerung

Das Geschäftsfeld Marktplätze und Beteiligungen, das sämtliche nicht-publizistischen digitalen Angebote umfasst, erreicht einen Betriebsertrag von 124.9 Mio. CHF. Dies entspricht einer Steigerung von 5.7 Prozent im Vorjahresvergleich. Insbesondere die Stellenplattformen der JobCloud AG entwickelten sich gut und bauten erneut ihr Ergebnis deutlich aus. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) des Geschäftsfeldes Marktplätze und Beteiligungen stieg in der Folge auf 53.2 Mio. CHF (Vorjahr 47.6 Mio. CHF) an. Die EBITDA-Marge erreicht neu herausragende 42.6 Prozent

(Vorjahr 40.2 Prozent). Das Betriebsergebnis (EBIT) verbesserte sich von 31.1 Mio. CHF im Vorjahr auf 36.7 Mio. CHF. Die EBIT-Marge liegt bei 29.4 Prozent (Vorjahr 26.3 Prozent).

Goldbach Group – Kraftloserklärungsverfahren eingeleitet, Dekotierung geplant

Tamedia konnte nach dem positiven Entscheid der Schweizer Wettbewerbskommission Weko per 24. August 2018 gut 97 Prozent der kotierten Aktien der Goldbach Group übernehmen. Bezogen auf die im Handelsregister eingetragenen Aktien der Goldbach Group, die für die Kraftloserklärung der verbleibenden Goldbach-Aktien im Sinne von Art. 137 FinfraG relevant sind, sind bereits mehr als 98 Prozent der Aktien im Besitz von Tamedia. Eine entsprechende Klage wurde beim Handelsgericht Zürich eingeleitet. Die verbleibenden Publikumsaktionäre von Goldbach werden eine Barabfindung erhalten. Die Dekotierung der Goldbach Group AG (GBMNE) von der Schweizer Börse ist spätestens per Frühjahr 2019 geplant.

Übernahme der Mehrheit an Zattoo International AG

Tamedia erhöht seine Anteile an Zattoo International AG auf über 50 Prozent und übernimmt damit die Mehrheit. Zattoo ist in der Schweiz klarer Marktführer im Bereich Internet-TV sowie auch in Deutschland die Nummer 1. Neben dem Endkonsumentengeschäft ist Zattoo auch technischer Dienstleister für Anbieter von Kabelfernsehen und IPTV. Durch die strategische Partnerschaft zwischen Tamedia und Goldbach ergeben sich neue Synergie-Möglichkeiten für die Vermarktung von Zattoo in der Schweiz und Deutschland. Die Mehrheitsübernahme von Zattoo durch Tamedia steht unter dem Vorbehalt der Zustimmung durch die eidgenössische Wettbewerbskommission.

Medienorientierung und Analysteninformation

Die telefonische Medienorientierung findet heute Dienstag, 28. August 2018, 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 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

Patrick Matthey, Leiter Kommunikation
+41 44 248 41 35, patrick.matthey@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, Deutschland, Frankreich, Israel, Luxemburg, Österreich und Serbien 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