



Jahreszahlen 2018

Medien- und Analysten- konferenz

12. März 2019



Pietro Supino

Verleger & Verwaltungsratspräsident

12. März 2019



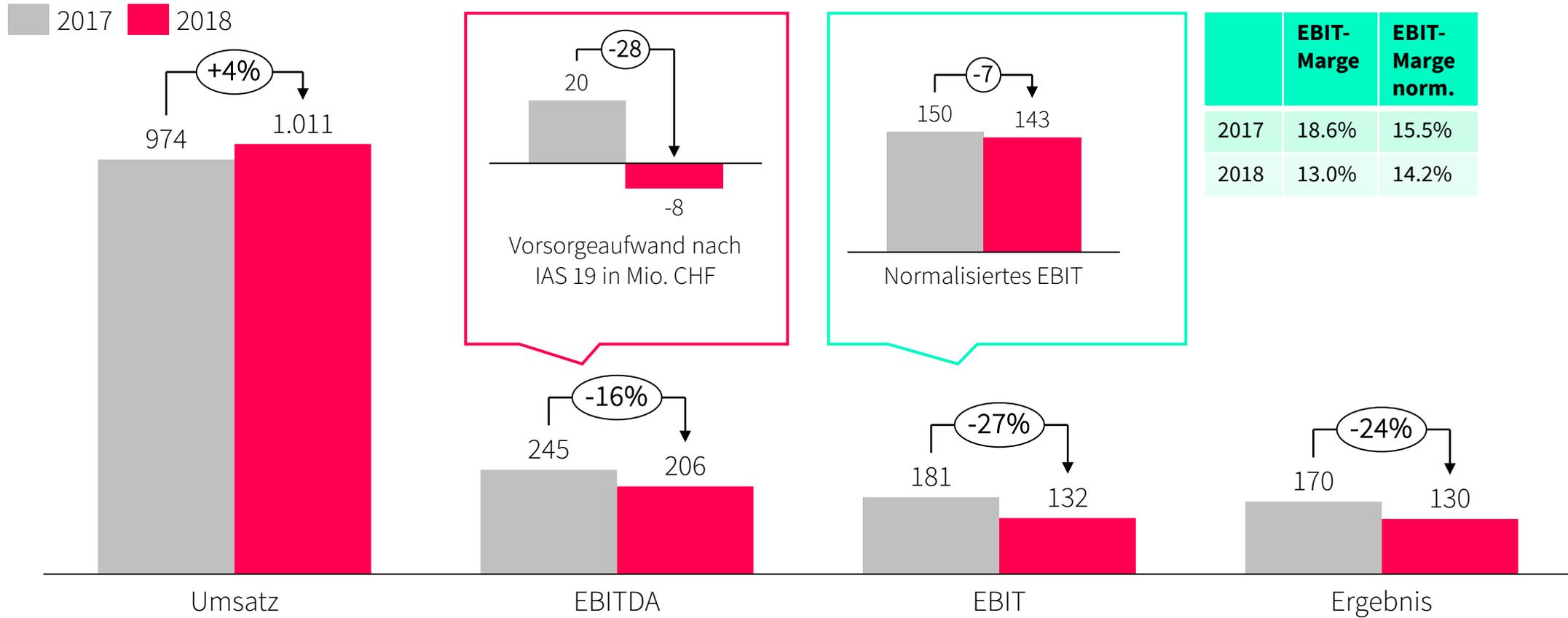
Christoph Tonini

Vorsitzender der Unternehmensleitung

12. März 2019

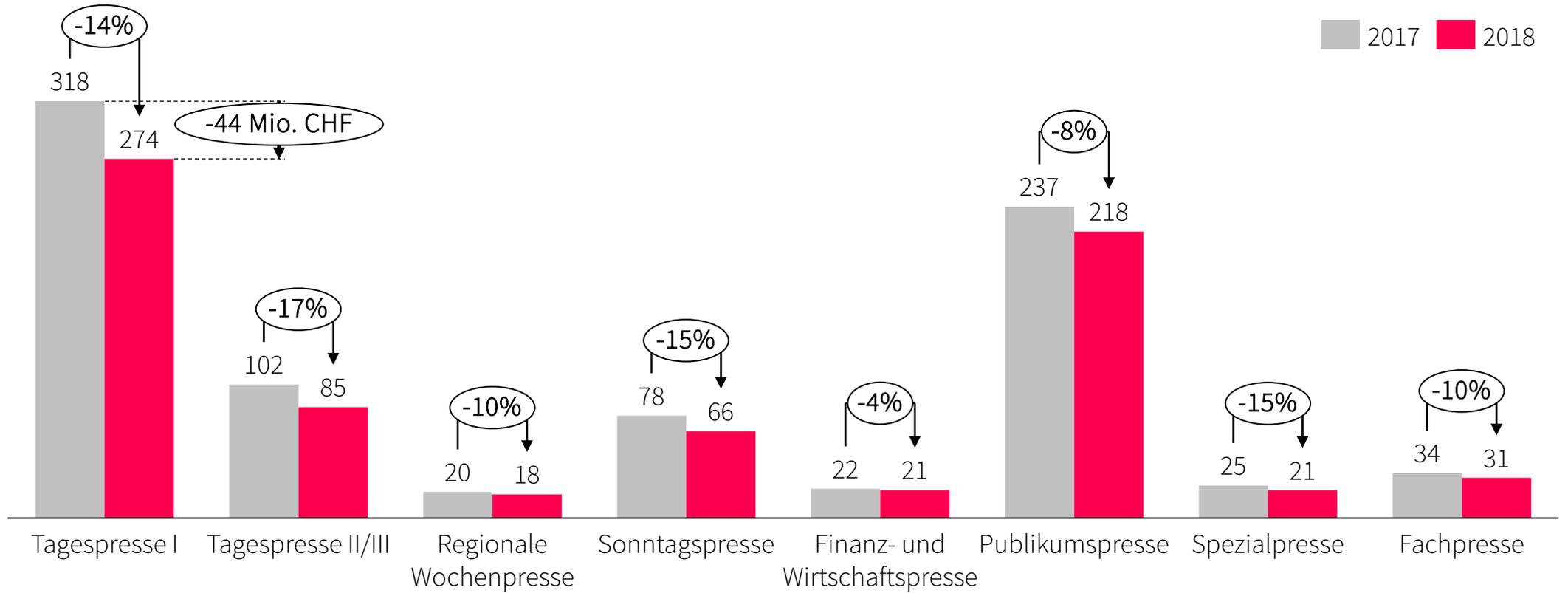


Umsatzwachstum v.a. dank Goldbach und Neo Advertising



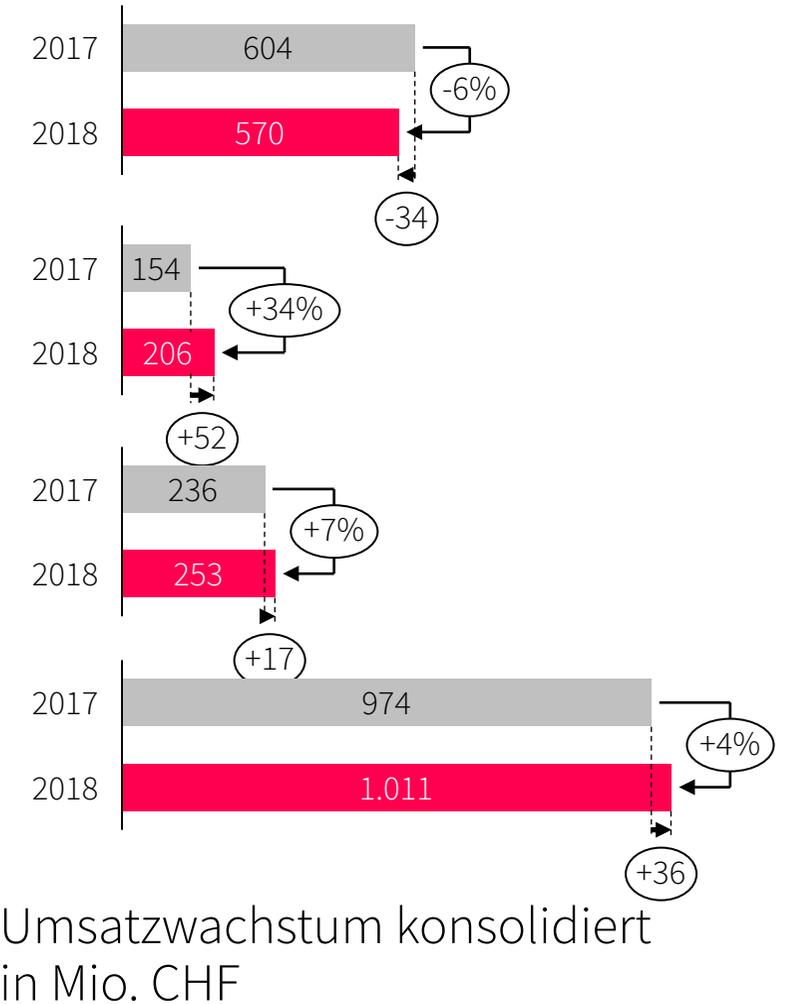
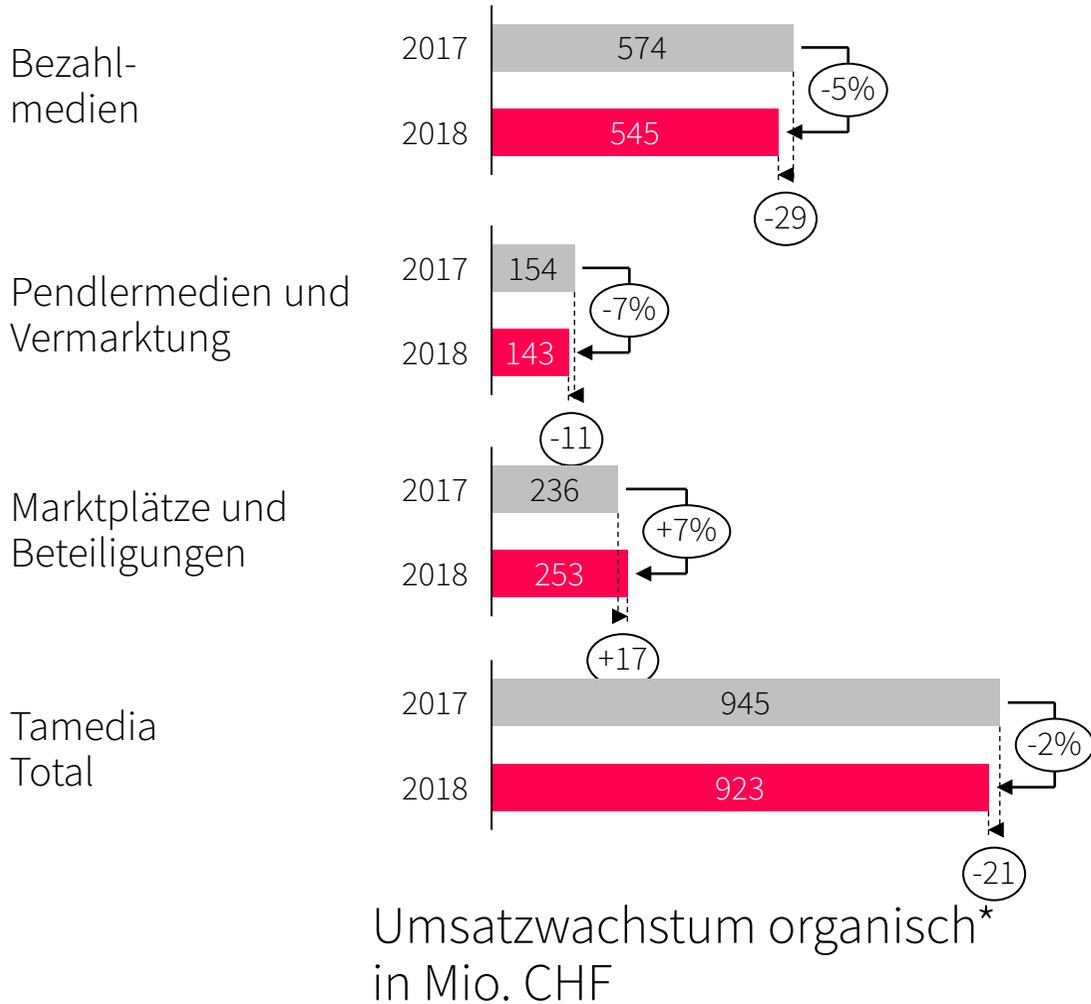
Umsatz und Ergebnis 2018 in Mio. CHF

Tageszeitungen und Sonntagspresse verlieren stark

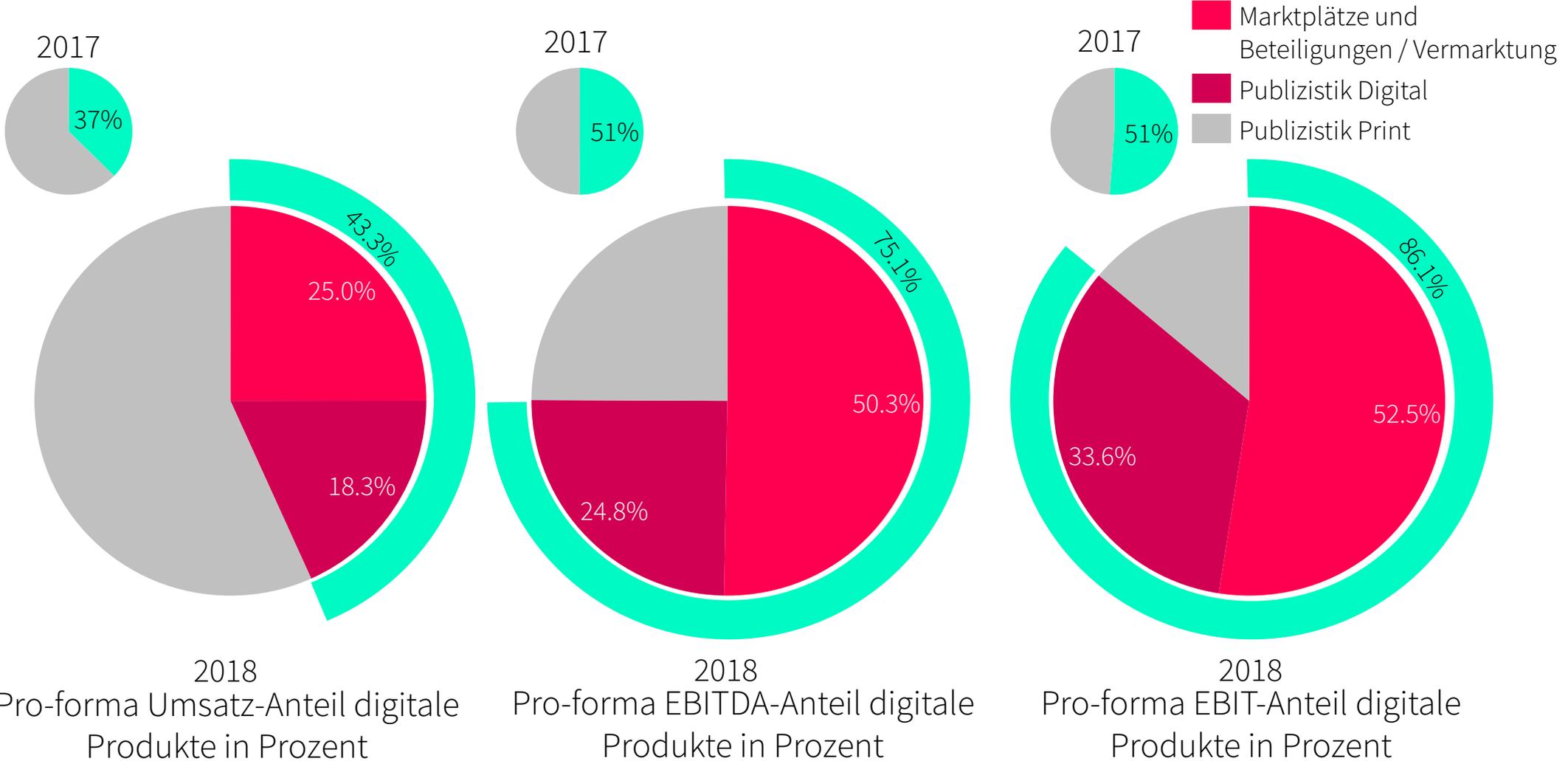


Nettowerbeumsätze Print im Vergleich zum Vorjahr in Mio. CHF

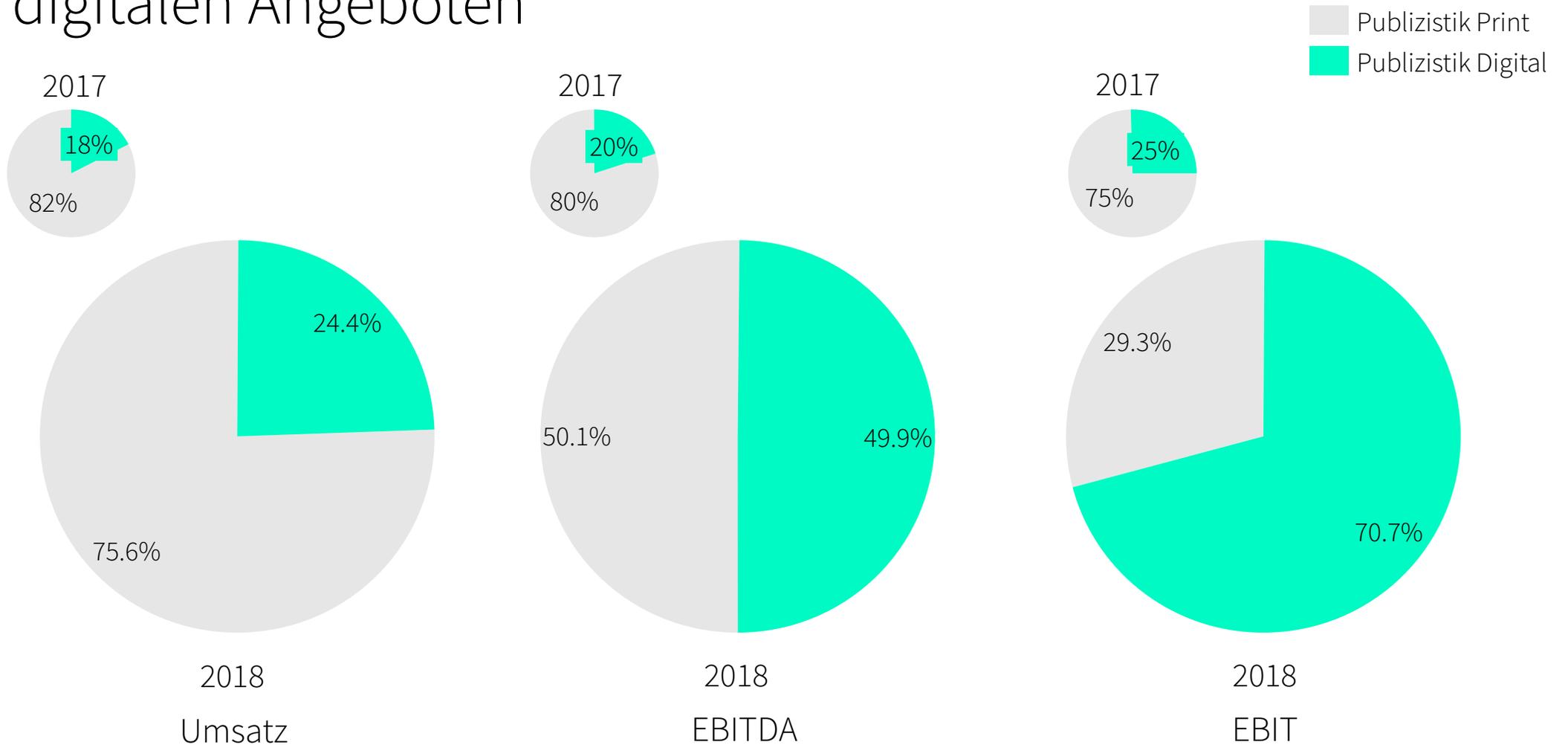
Organischer Umsatzrückgang von 2 Prozent



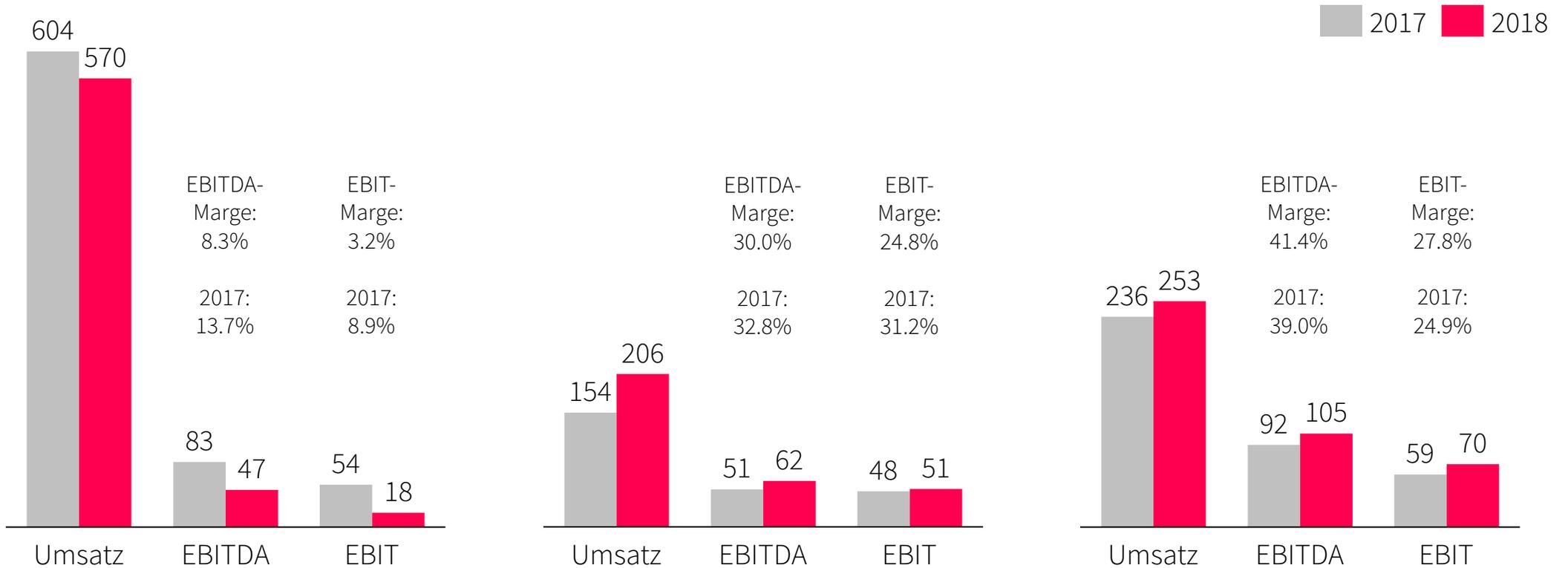
Digitale Angebote: 43% Umsatz- und 86% EBIT-Anteil



71 Prozent des EBITs aus Publizistik stammen bereits von digitalen Angeboten



Erstmals über 100 Mio. CHF EBITDA bei Marktplätze und Beteiligungen



Bezahlmedien in Mio. CHF



Pendlermedien und Vermarktung in Mio. CHF



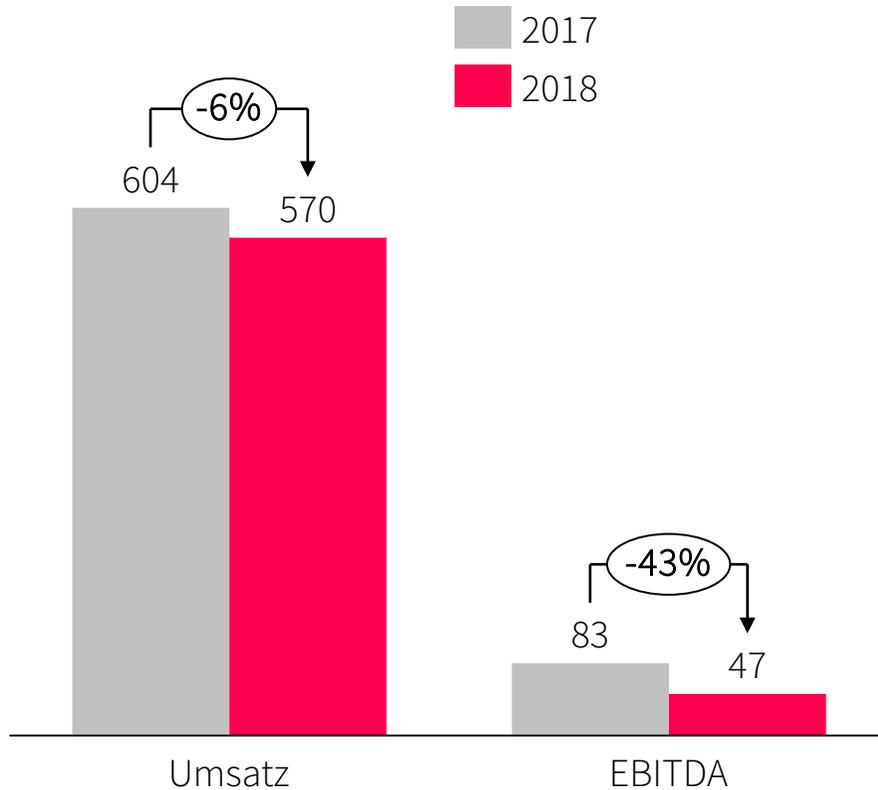
Marktplätze und Beteiligungen in Mio. CHF



Bezahlmedien



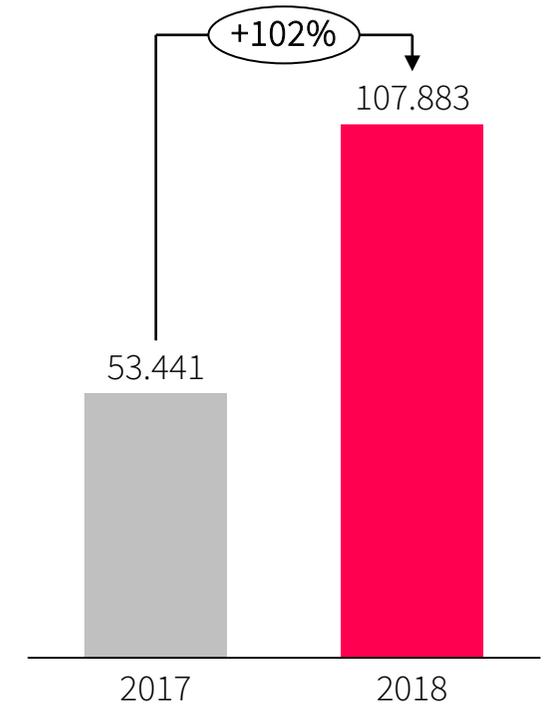
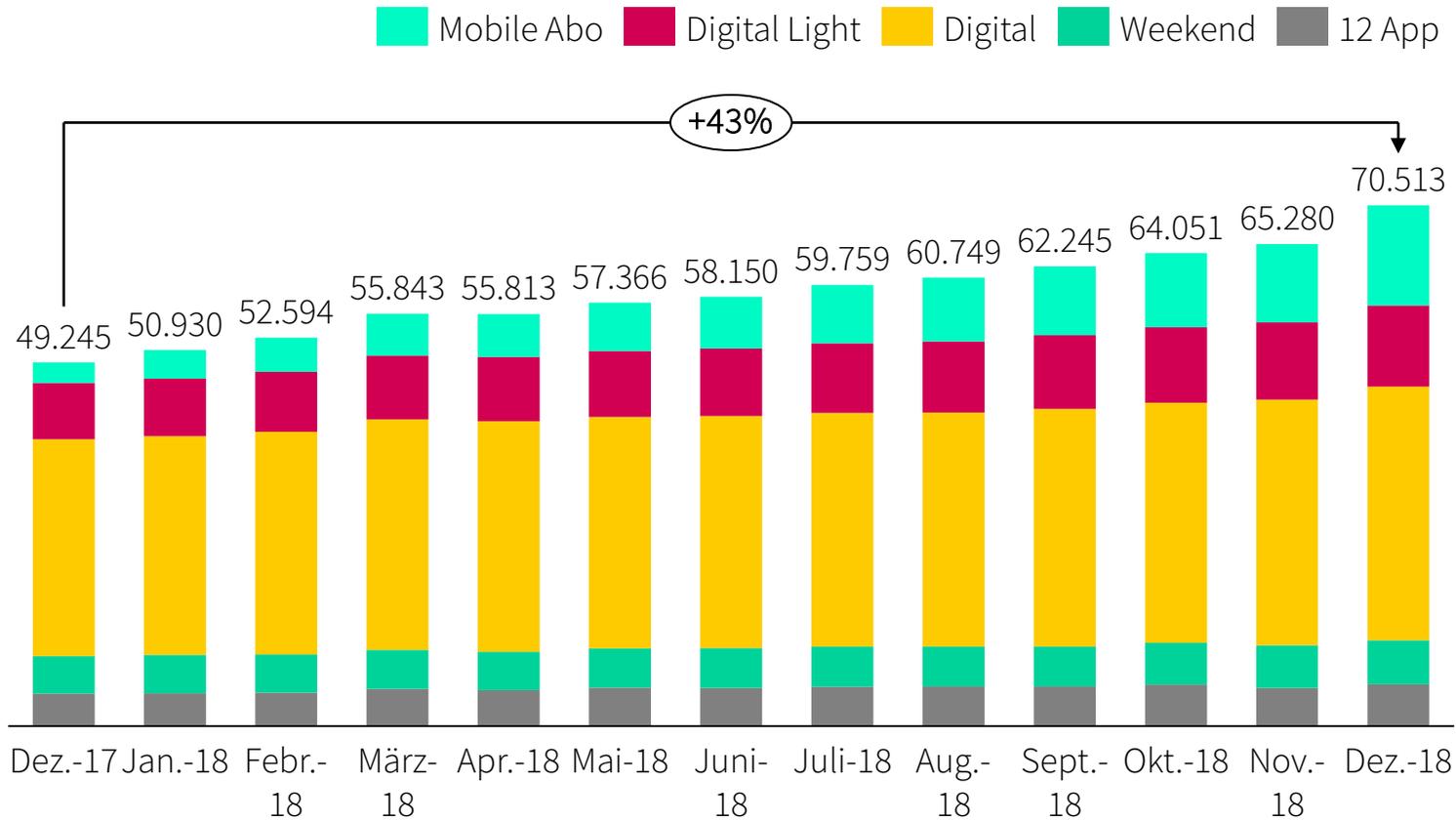
Werbemarkt überdurchschnittlich stark rückläufig



- Werbemarkt entwickelte sich für die überregionalen Zeitungen und für die Publikumszeitschriften erneut stark rückläufig
- Wertberichtigung in der Höhe von 3.6 Mio. CHF infolge Konkurses Publicitas sowie Schliessungskosten der gedruckten Version von Le Matin
- Basler Zeitung ergänzt Portfolio an Tageszeitungen ausgezeichnet
- Tageszeitungen mit neuem Layout

Segment Bezahlmedien im Überblick
in Mio. CHF

70'000 Digitale Abos – 100'000 Tagespässe in 2018 verkauft



Entwicklung digitale Abonnementsbeziehungen in 2018

Neue Bezahlkontakte



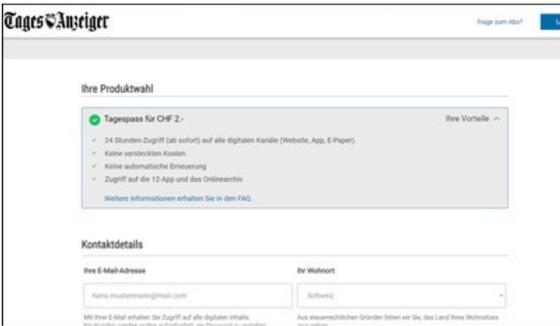
Digital wachsen mittels Investitionen in Produkte



Bezahlmedien erhalten sukzessive neue News-Apps und Websites

Bei Bund und BZ Berner Zeitung bereits eingeführt

News-Apps mit neuem Auftritt



Pionierrolle in Europa: Bezahlprozess auf zwei Klicks reduziert

Unterstützte Bezahlmethoden: Kreditkarte, Postcard oder Twint

Vereinfachter Bezahlprozess



Christoph Zimmer
Chief Product Officer



Marc Isler
Chief Revenue Officer

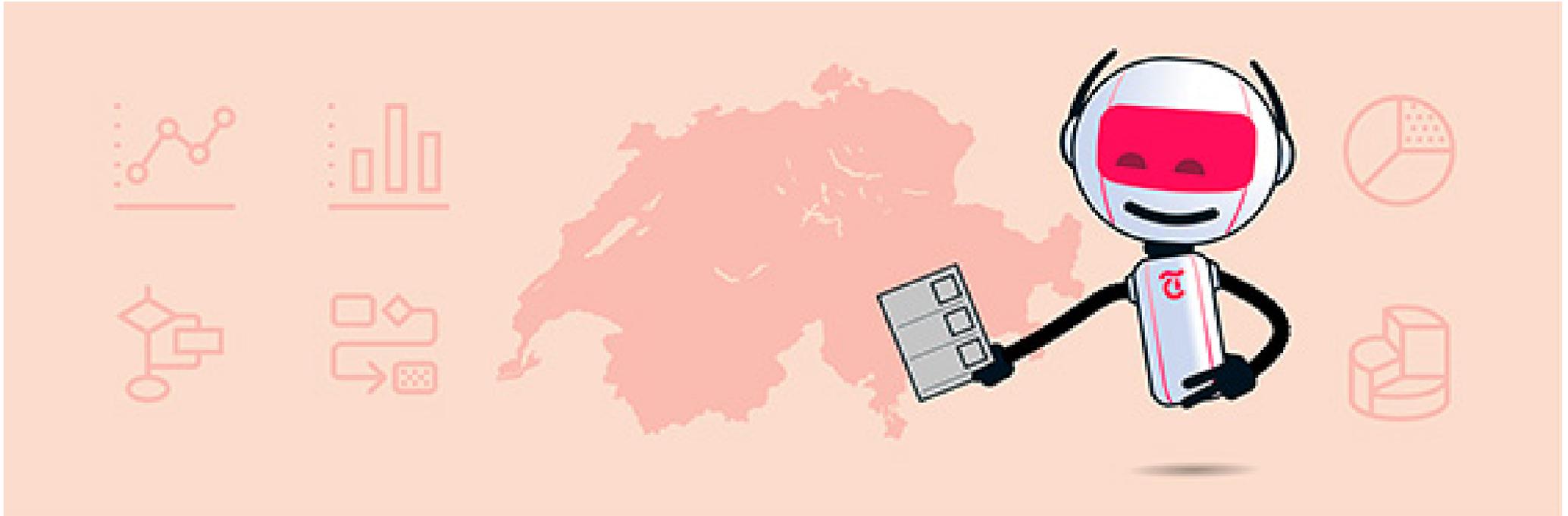


Reto Matter
Chief Technology Officer

Neue Organisation Bezahlmedien

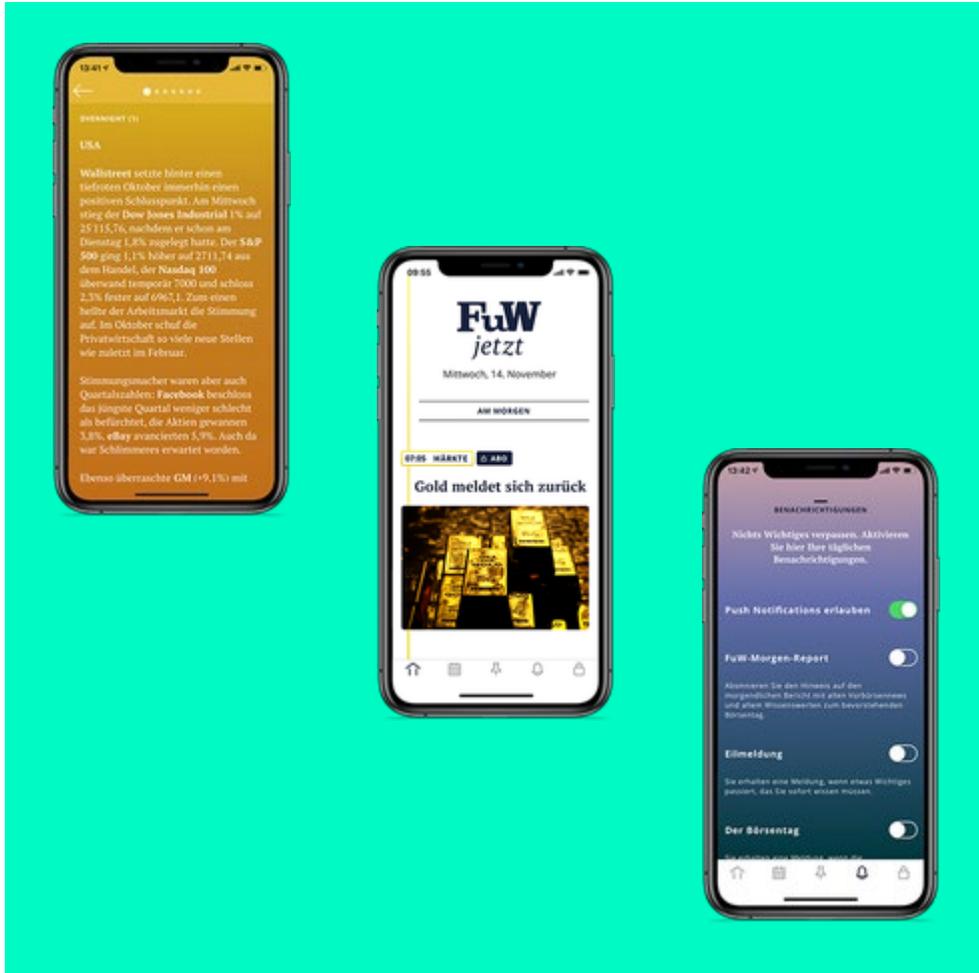


Texttool Tobi vertieft die Berichterstattung



- Texttool Tobi vertieft die Berichterstattung auf Gemeindeebene seit November 2018 und deckt sämtliche Schweizer Gemeinden ab
- Jeder Nutzer erhält eine individualisierte Einordnung über das Abstimmungsresultat seiner Gemeinde
- Tobi kann aufgerufen werden, sobald die nationalen Ergebnisse bekannt sind
- Tobi ersetzt nicht die Arbeit von Journalisten, sondern ermöglicht es, Artikel zu schreiben, die bisher kein anderes Medium liefern konnte

Neue App für Finanz und Wirtschaft

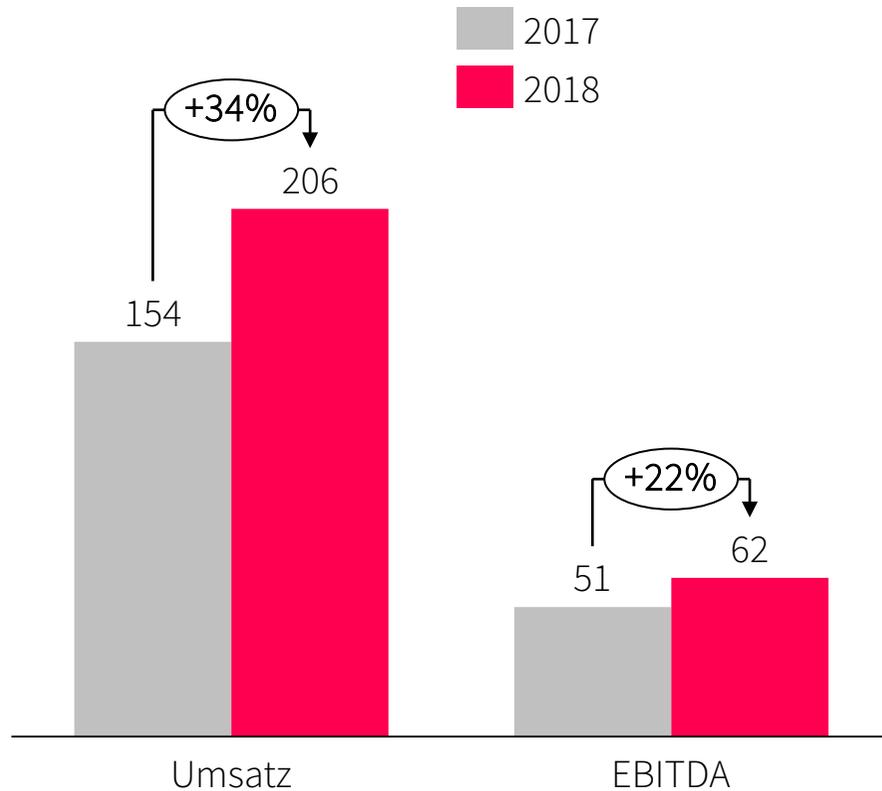


- Die neue App FuW bietet jetzt wirtschafts- und börseninteressierten Nutzerinnen und Nutzern ausgewählte Berichte, Analysen, Meinungen, Eilmeldungen und Kommentare der grössten Wirtschaftsredaktion der Schweiz
- Die von der FuW-Redaktion speziell für die App erstellten Beiträge begleiten die Leserinnen und Leser durch den Tag. Der tägliche FuW-Morgen-Report liefert früh morgens die Vorbörsennews und Wissenswertes zum bevorstehenden Tag
- Im Laufe des Tages kommen weitere Analysen, Berichte und Expertenmeinungen zum Börsengeschehen dazu

Pendlermedien und Vermarktung



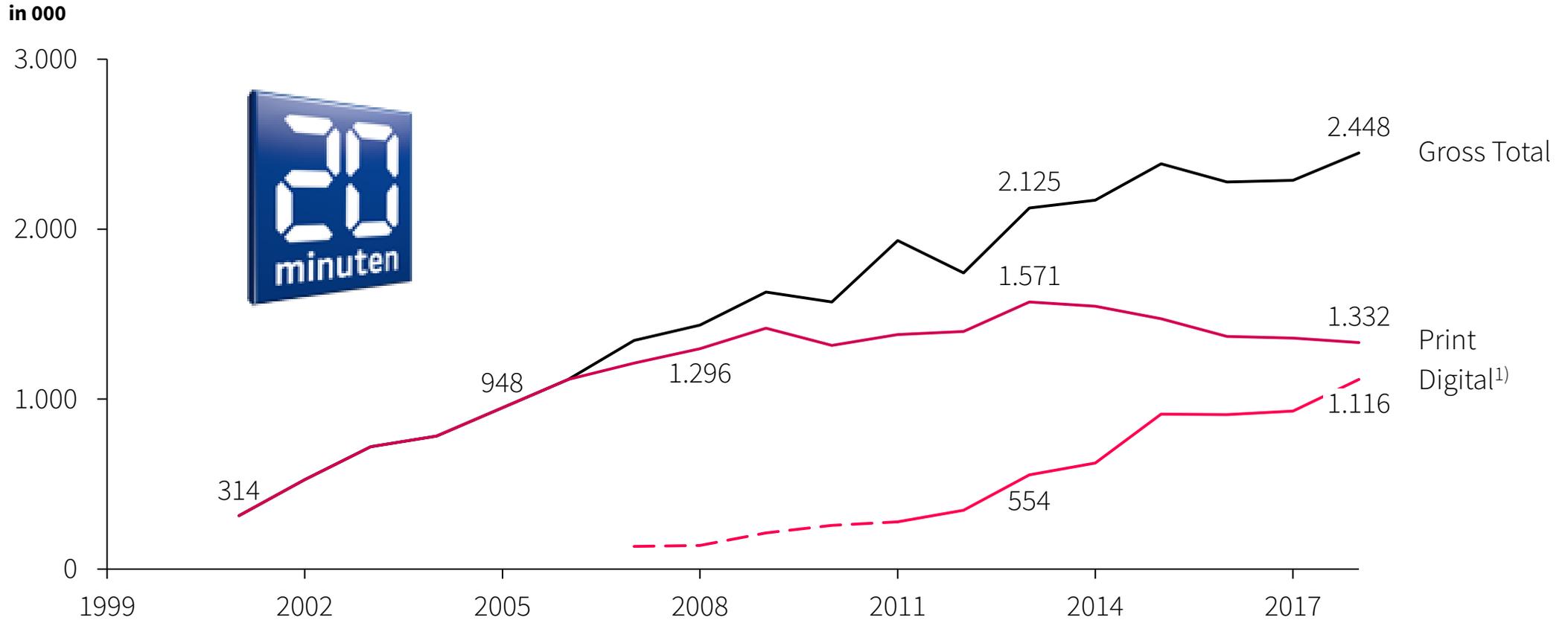
Neu auch Vermarktungsgeschäft Teil des Segments



Segment Pendlermedien und Vermarktung
im Überblick in Mio. CHF

- Umsatz- und Ergebnisanstieg aufgrund der erstmaligen Berücksichtigung von Goldbach (während 4 Monate) und Neo Advertising (10 Monate)
- Rückläufige Printwerbeerträge bei den Pendlermedien konnten nicht vollständig durch die deutlich wachsenden Digitalwerbeerträge kompensiert werden
- 20 Minuten Friday mit neuem Erscheinungsrhythmus und neu auch auf Französisch erhältlich
- Le Matin stösst mit seinem neuen Auftritt und innovativen Formaten bei den Leserinnen und Lesern auf grossen Anklang und wird mit steigenden Besucherzahlen belohnt
- Goldbach und Tamedia führen die Digital Advertising Services zusammen

20 Minuten wächst in der kombinierten Nutzung weiter



Entwicklung 20 Minuten DCH (UUuD/ Leser)

Von den Jungen lernen dank 20 Minuten Youth Lab



Eine der Leitfragen: Wie sieht der Alltag eines Youth Lab-Teilnehmers aus? Wo haben News Platz?

- Konzeption und Umsetzung des Projektes mit Sandra Cortesi (Leiterin des Youth & Media Projekt am Berkman Klein Center for Internet & Society an der Harvard University)
- Aus über 300 gesammelten Fragen wurden 8 Leitfragen formuliert, die im Youth Lab beantwortet wurden
- 12 Sessions à 3 Stunden
- 23 Jugendliche von 13 bis 16 Jahren
- Learnings wurden ins Redaktionsmanual integriert
- Verstärkte Konzentration auf Instagram
- Mehr Artikel über Leben/Erfolg/Schicksal von Jugendlichen → Publikationszeit von “jungen” Storys wird an junges Nutzerverhalten angepasst

Heute.at baut Nutzerschaft deutlich aus

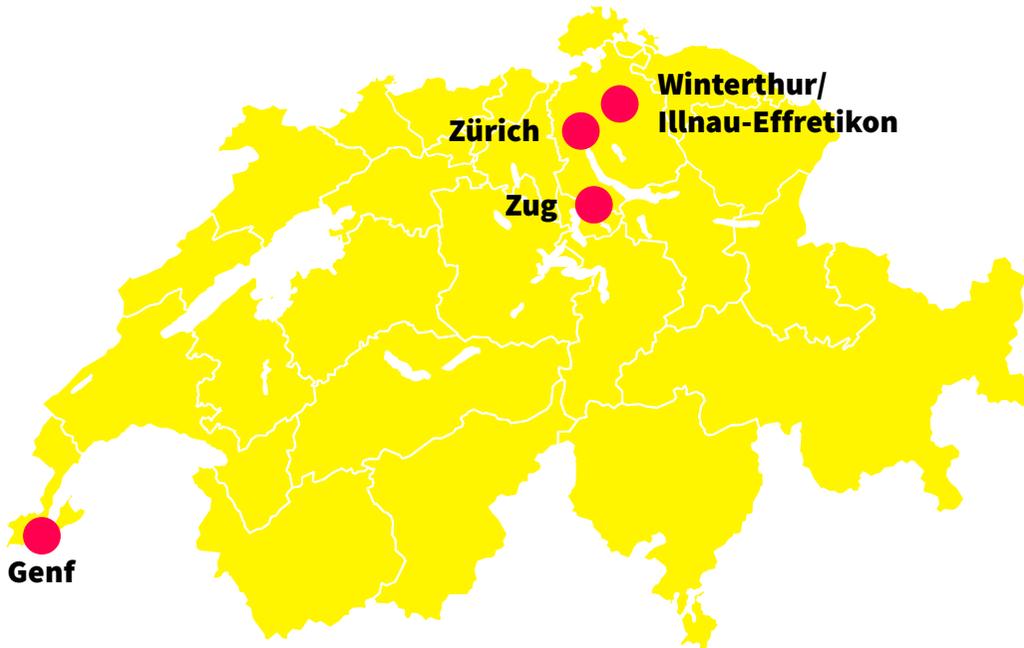
- Heute.at seit Oktober 2018 mit eigener Chefredaktorin Jacqueline Büchi mit dem Ziel die Nutzerschaft deutlich auszubauen
- Die allgemeine Nutzung digitaler Newsplattformen ist in Österreich im Vergleich zur Schweiz deutlich niedriger → Wachstumspotential vorhanden
- Heute.at mit Ausbau von Live-Berichterstattung, jungen Blog- und Videoformaten
- Einsatz von modernem Storytelling
 - Ergebnis: Deutliche Steigerung der Unique Clients → von Dezember 2018 auf Januar 2019 um 606'000 auf über 3.6 Millionen

Österreich



- Tamedia seit 2016 im Markt tätig
- 25.5-Prozent-Beteiligung an der Heute (Printausgabe)
- 51-Prozent-Beteiligung an heute.at (Digitalausgabe)

Neo Advertising mit hohem Wachstumspotential



Aktuelle Out-of-Home-Standorte von Neo Advertising

Neuerungen seit Übernahme durch Tamedia

- Erweiterung des Produktportfolios durch standortbasierte Display-Werbung für Mobile und Desktop in Kombination mit dem Angebot für Aussenwerbung
- Gewinn der Ausschreibung der Stadt Ilmnau-Effretikon
- Exklusiver Vermarkter der Leuchtdrehsäulen in Zug
- Palexpo hat sich für die Gesamtheit seiner Werbeflächen für Neo Advertising entschieden
- Einzug auf dem Markt der Leuchtdrehsäulen

lematin.ch mit neuem Rekord bei den «Unique Visitors»



Le Matin

Tamedia SA
Le Matin

+41 21 349 49 11 D
info@lematin.ch
www.lematin.ch

Communiqué

Record d'audience historique pour Le Matin 100% numérique

Les lecteurs plébiscitent Le Matin dans sa version entièrement numérique. En janvier dernier, le titre digital a enregistré la meilleure audience de son histoire. Un résultat très encourageant pour la rédaction.

Lausanne, le 14 février 2019 - Avec 1,4 million de clients uniques en janvier dernier, Le Matin enregistre la meilleure audience de son histoire, sur le web. Sur un seul mois, la progression de la fréquentation du site (desktop + mobile) est de 28,6%, selon les derniers chiffres NET-Metrics. Ces excellents chiffres démontrent le très fort attachement des lecteurs romands au Matin, titre qu'ils plébiscitent dans sa version 100% numérique gratuite.

Laurent Siebenmann, rédacteur en chef du Matin: «Ce record formidablement encourageant vient saluer le travail d'une rédaction qui, chaque jour, met tout son savoir-faire dans la réalisation d'articles qui multiplient les manières de raconter l'actualité sur support digital. C'est aussi le succès d'une synergie efficace avec nos confrères de 20 minutes. Sur le web, la concurrence est féroce. Il faut donc d'autant plus se montrer créatif, sérieux, rapide et efficace si l'on entend capter l'attention des internautes. Et fiable, pour séduire ces derniers sur le long terme.»

Plusieurs scoops et affaires lancées par Le Matin ont été non seulement repris dans les médias romands, 19:30 compris, mais aussi en France par Le Parisien, le Huffington Post, France 2, LCI, BFMTV et par Thierry Ardisson, dans «Les Terriens du Samedi», sur C8.



einKaufers Classic

20 minutes

Le Matin

Le Matin

GENDARMERIE

Lausannoise secourue

«Les gendarmes ont sauvé ma femme»

Brigandage
Braquage de propriétaire

Hôpitaux
Quand Federe urgences se v

Auto / Moto

Le Matin

Le Matin

Le Matin

lundi 11 février 2019 à 10:38

«Les gendarmes ont sauvé ma femme», témoigne un Lausannois

FRANCE Convulsions, perte de connaissance: un couple doit une fière chandelle aux bons réflexes des gendarmes français.

Trois gendarmes de l'Ain se sont trouvés au bon moment et au bon endroit. Et ils sont intervenus de manière aussi rapide qu'efficace.

Facebook, Twitter, WhatsApp, Email, Messenger icons

- Im Januar 2019 verzeichnet lematin.ch mit 1,4 Millionen «Unique Visitors» einen neuen Rekord
- Mit dazu beigetragen hat auch die engere Einbindung von Le Matin in die 20 minutes App

Erfolgreiche Integration unter Wahrung der Selbständigkeit

Goldbach: Erfolgreiches 2018

Tango: Zusammenarbeit mit Tamedia Advertising

8-monatiges WEKO-Verfahren: Genehmigung ohne Auflagen. Seither erste gemeinsame Projekte mit Tamedia Advertising, Goldbach als eigenen Unternehmensbereich etabliert, Michi Frank in Unternehmensleitung von Tamedia

Beteiligung der Seven One Media an GB Audience

Integration des Vermarktungsportfolios

Gewinn signifikanter Inventare und Mandate

CH: DOOH mit eigenen Screens in Shoppingmalls
AT: TV SPORT1, TLC, Online: a1now
DE: Cittadino, Visual Art (DOOH)
DACH: Exklusivvermarktung von Dailymotion per 2019

Entscheid zur Dekotierung: 99% der Aktien zu CHF 35.50 angedient

Goldbach: Neu lancierte Produkte in 2018

Smart Relevance: Neues Online-Targeting-Produkt

Software erkennt in Echtzeit die aktuellen Interessen eines Users und liefert dazu passende Werbemittel aus

Brandformance: Wirkung von TV-Spots messen

Das Modell hilft Werbetreibenden, die Werbewirkung eines TV-Spots online messbar zu machen.

Splicky DSP: Realtime Advertising

Programmatische Anbindung von DOOH und Smart TV

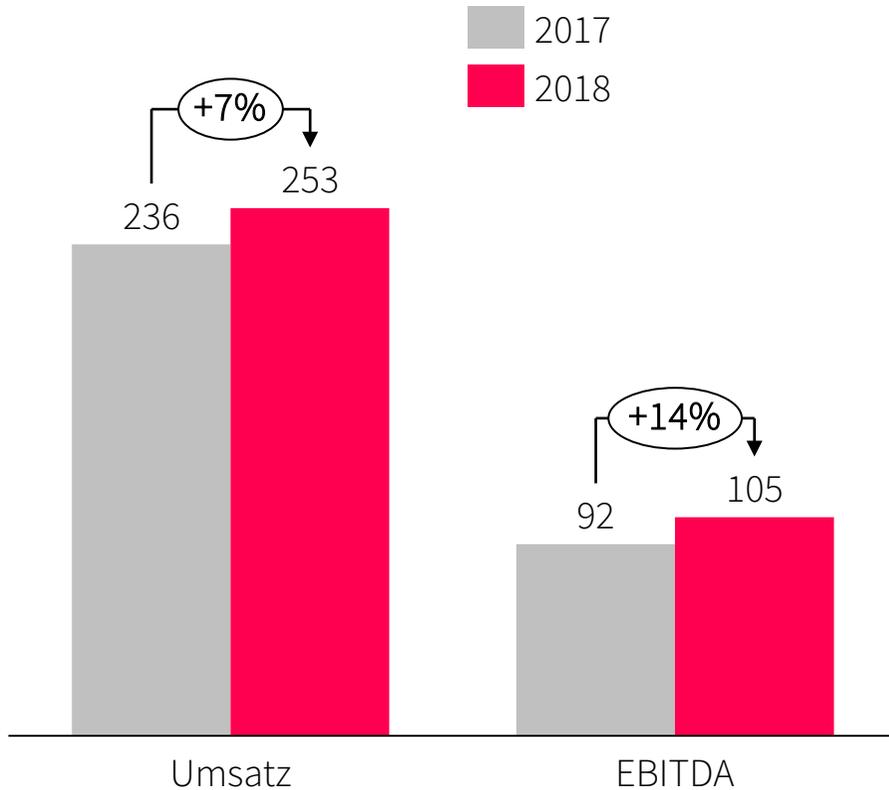
Programmatic Radio: Pionierrolle in Europa

Im Rahmen der WM 2018 wurde die erste nationale, vollautomatisierte Radiokampagne umgesetzt

Marktplätze und Beteiligungen



Marktplätze und Beteiligung mit grösstem EBITDA-Beitrag



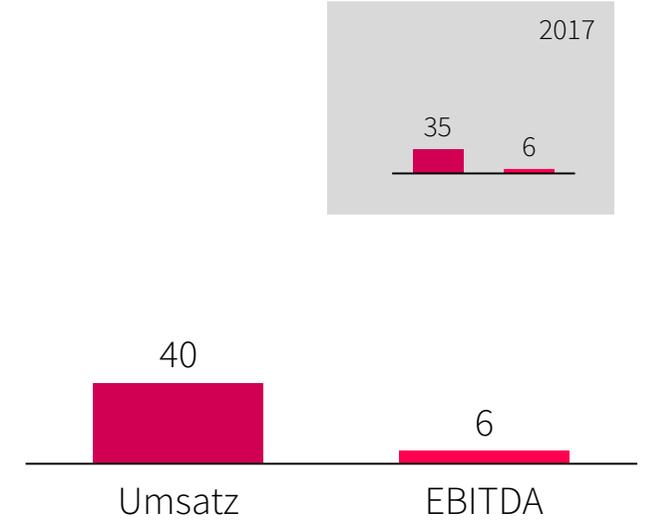
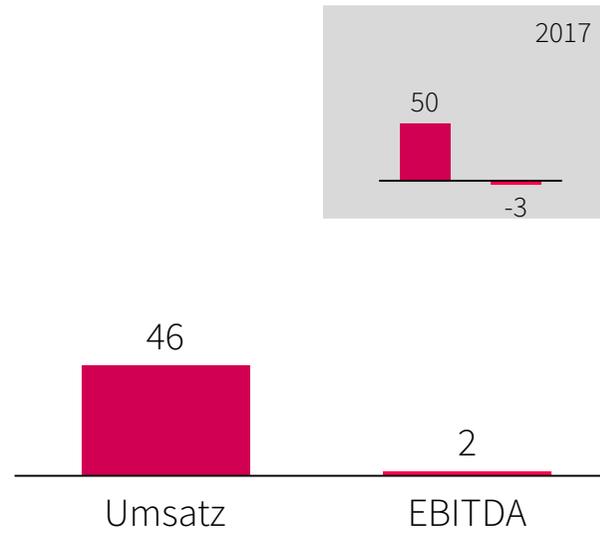
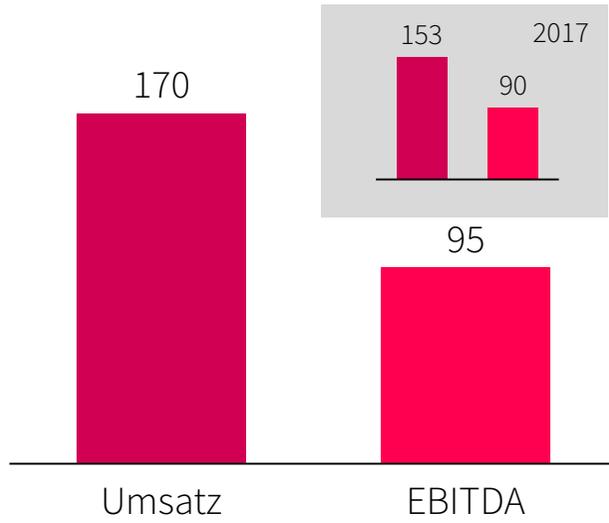
- Gute Umsatz- und Ergebnisentwicklung
- Stellenplattformen von JobCloud steigern Ergebnisbeitrag
- Homegate.ch mit Wachstum und neuem CEO
- ricardo.ch mit neuem Gebührenmodell
- Carforyou.ch mit Beta-Version bereits online
- Investitionen in Fintechplattformen Lykke und Monito

Segment Marktplätze und Beteiligungen im Überblick in Mio. CHF



Classifieds mit hervorragendem Ergebnis

in Mio. CHF



EBITDA-Marge: 56.0 Prozent

Classifieds 2018

EBITDA-Marge: 3.9 Prozent

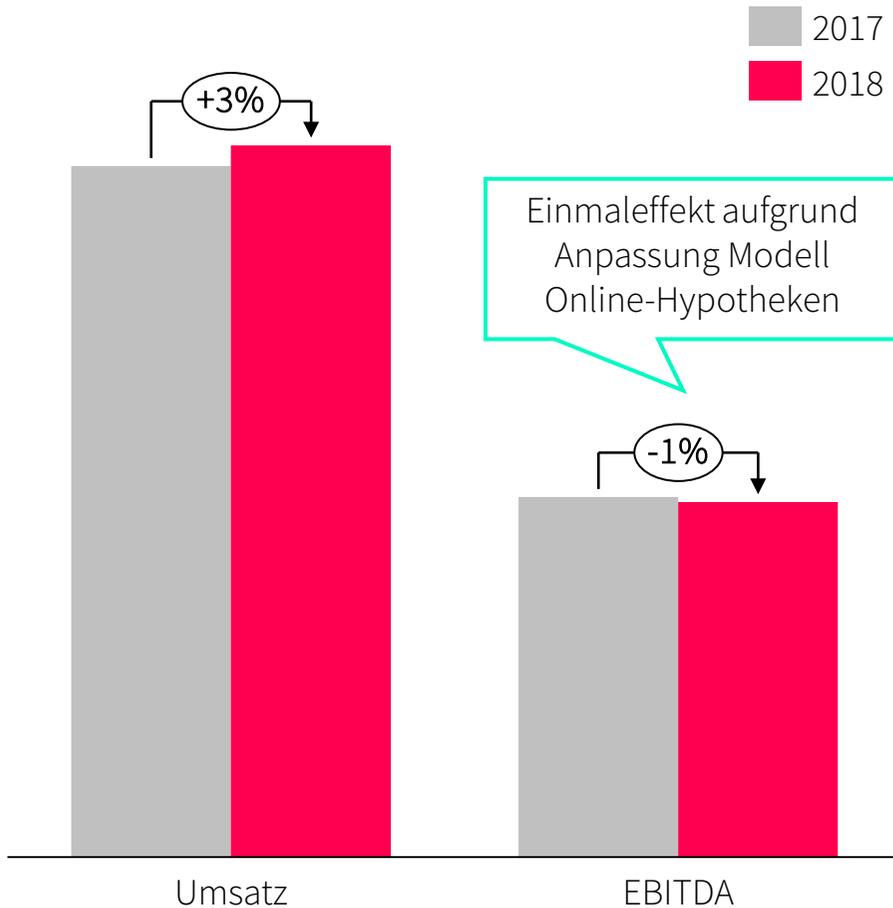
Marketplaces 2018

EBITDA-Marge: 15.8 Prozent

Services & Ventures 2018



homegate.ch: Investitionen in Plattform

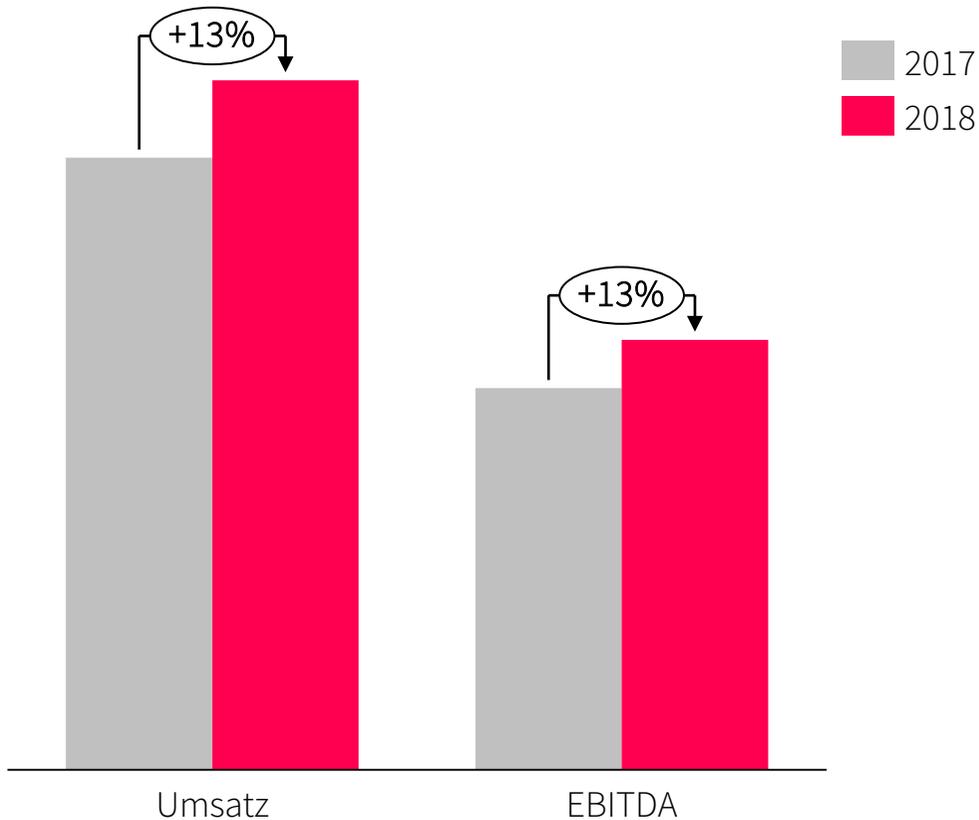


Umsatz und EBITDA

- Investitionen im Ausbau des Teams
- Migration von Immostreet auf Homegate
- ClubOne-Angebot wird erweitert durch ClubOne Starter
- Neue Kooperationen mit UBS und AXA wurden implementiert
- Höheres Inventar und deutlich mehr neue Angebote auf Homegate im Vergleich zum nächsten Konkurrenten
- Traffic auf Homegate im Vorjahresvergleich um 10 Prozent angestiegen



JobCloud mit herausragendem Ergebnis

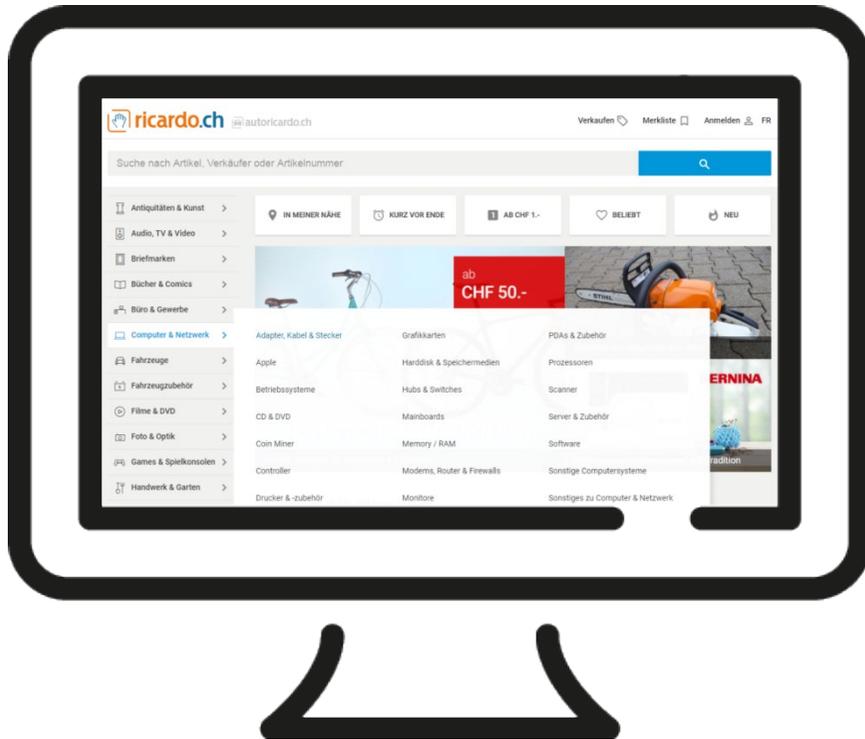


Umsatz und EBITDA

- Deutlicher Umsatz- und Ergebnisanstieg
- Anstieg v.a. durch Geschäft in der Deutschschweiz; in der Romandie besteht noch Marktpotential
- In 2019 wird die Vertriebsstrategie in der Romandie angepasst
- Order Intake in der Gesamtschweiz mit über 16 Prozent gewachsen

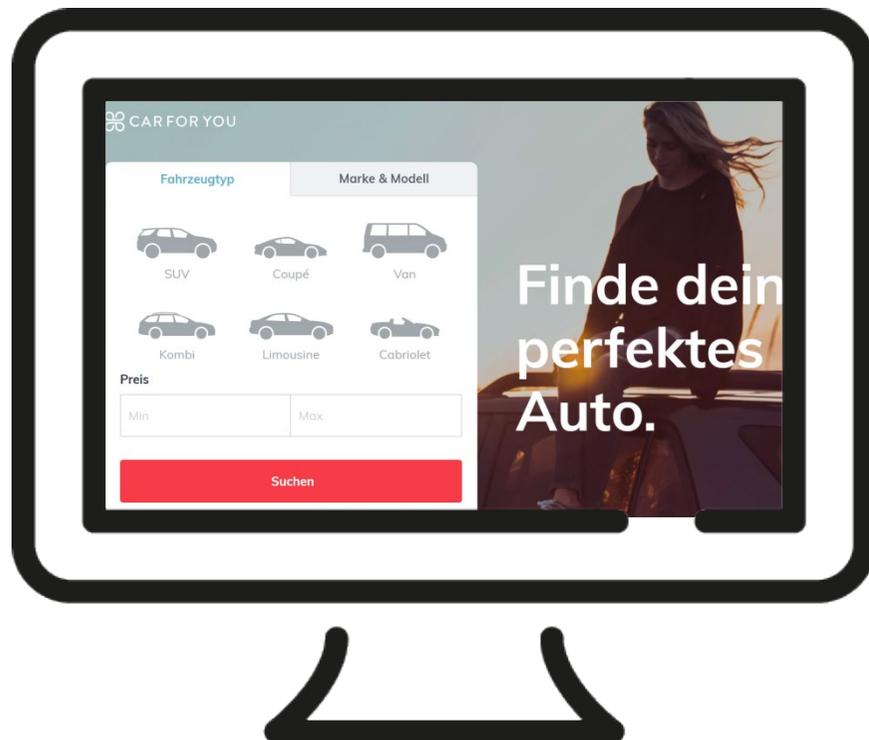


Ricardo: Erneuerung der Plattform und neues Preismodell



- Vereinfachter und schlankerer Kauf- und Verkaufsprozess
- Nach einem erfolgreichen Verkauf erhält der Käufer die Zahlungsangaben direkt von ricardo.ch
- Mehr Sicherheit und höhere Verkaufschancen durch Zahlungsabwicklung über ricardo.ch mit modernen Zahlungsmöglichkeiten wie Apple Pay, Google Pay und Microsoft Pay
- Ricardo.ch feiert 20-Jahr-Jubiläum in 2019

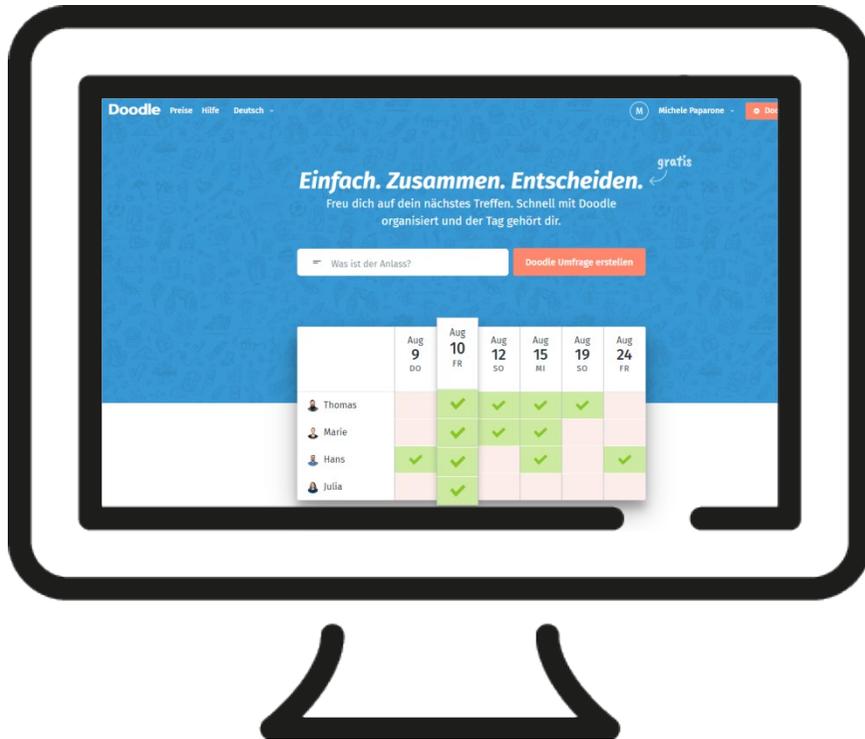
CAR FOR YOU: Joint Venture mit AXA mit Beta-Version online



- Seit Anfang Februar ist die Beta-Version online
- CAR FOR YOU soll auch Personen ohne grosses Fahrzeugwissen bei der Auswahl des passenden Fahrzeugs begleiten
- In den kommenden Monaten ist die Einführung neuer Features (neue Funktionen, Dienstleistungen sowie Verbesserungen) geplant
- autoricardo.ch wird als eigenständige Plattform weiterhin betrieben

Doodle: Deutliches Wachstum bei den Terminumfragen

Doodle

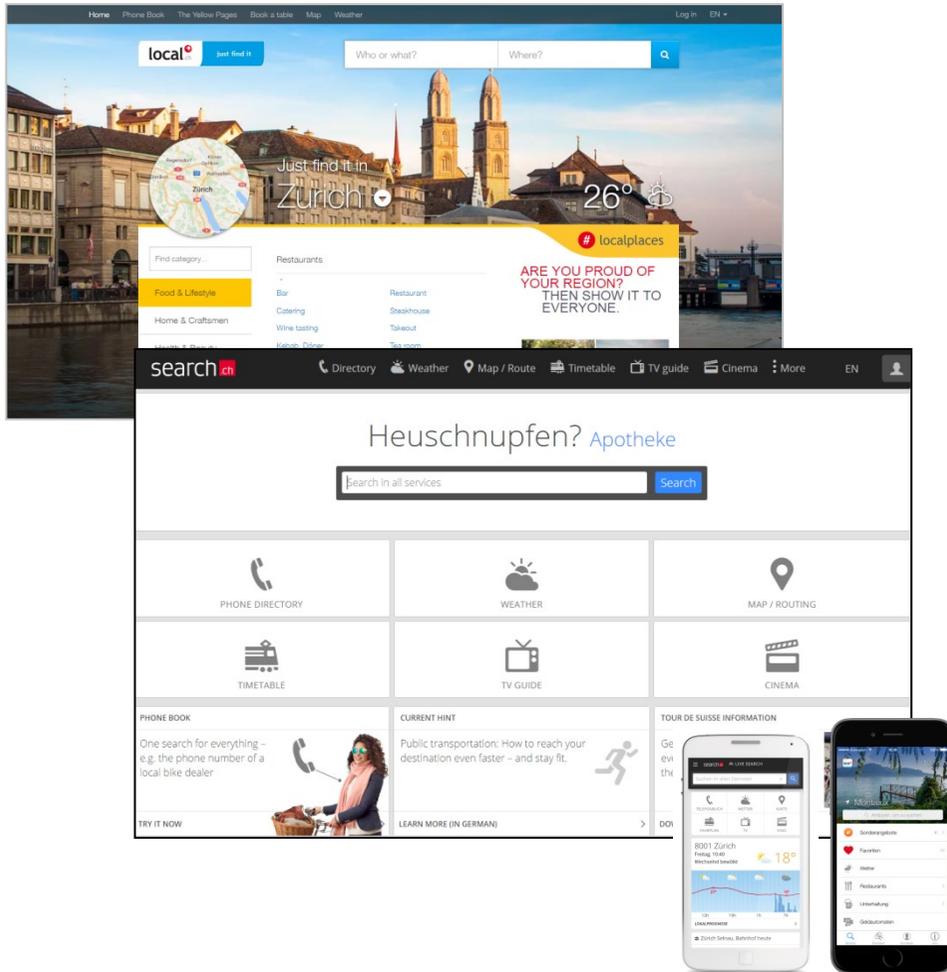


- Anstieg Nutzer-Zahlen: 30 Millionen Nutzer weltweit vereinbaren jeden Monat ihre Meetings mit Doodle
- Anstieg Werbeeinnahmen um 23 Prozent, Premium um 13 Prozent im Vorjahresvergleich
- Doodle lancierte lernfähigen Doodle Bot für rasche Meeting-Vereinbarung im Chat-Tool Slack
- Mit Doodle 1:1 lassen sich Meetings zu zweit in nur zwei Schritten buchen

Projekte und Ausblick



local.ch & search.ch – Swisscom hat Kaufrecht ausgeübt



- Swisscom hat ihr Kaufrecht für die von Tamedia gehaltenen 31% Anteile an Localsearch Ende Januar 2019 ausgeübt
- Der Preis der Transaktion beläuft sich auf 239.8 Mio. CHF
- Mit dem Abgang von Localsearch wird sich der Ergebnisbeitrag der Beteiligungen verringern

Neue Investitionen im Fintech-Bereich



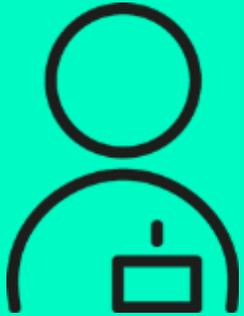
- Lykke ist ein globaler Blockchain-basierter Marktplatz für die einfache Verwaltung und den Handel von Kryptowährungen und weiteren digitalisierten Vermögenswerten
- Das Unternehmen mit Sitz in Zug beschäftigt rund 25 Mitarbeitende in der Schweiz sowie weitere rund 80 Mitarbeitende und Auftragnehmer weltweit



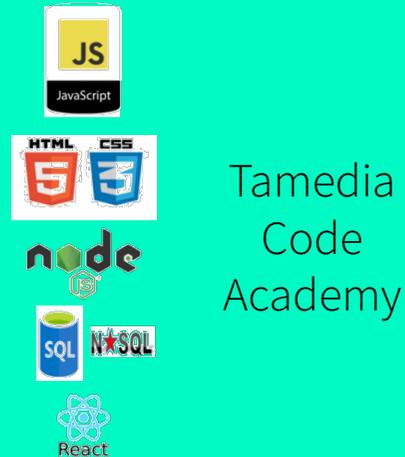
- Der Start-up Monito ist ein Vergleichsportale für internationale Geldtransfer-Services
- Monito unterstützt, für die jeweilige Transaktion die besten Konditionen sowie unter mehreren Hundert Anbietern aus über 190 Nationen den passendsten Anbieter zu finden
- Monito hat seinen Sitz in Lausanne beschäftigt aktuell sieben Mitarbeitende

Engineering Knowhow erhöhen: Anstellung der richtigen Mitarbeiter sowie Zusammenarbeit mit externen Partnern

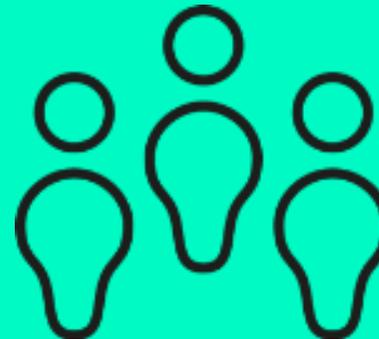
Einstellung digitaler Talente auf allen Ebenen



Investition in Ausbildung



Neues Engineering Office in Belgrad



Wissensaustausch mit Partnern



Die neue Struktur soll unser Wachstum steigern



Erhöhung der Transparenz und des Wachstums in allen Geschäftsbereichen unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Kulturen



Agiler und offener für Partner aus unseren verschiedenen Tätigkeitsbereichen sein



Chancen auf strategischer Ebene ergreifen durch das Nutzen der Möglichkeiten unserer Aktivitäten



Bessere Pflege der verschiedenen Kulturen ohne die Skaleneffekte der Gruppe zu beeinträchtigen, insbesondere bei den zentralen Diensten und im Bereich der Datennutzung



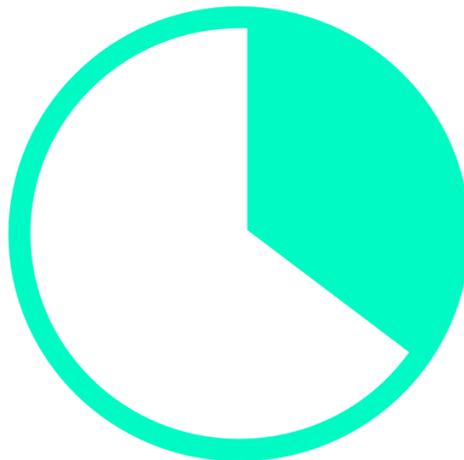
Wir setzen auf unser starkes Management und unsere Mitarbeitenden, um diesen Wandel zu vollziehen

Investition von 30 Millionen in den nächsten 3 Jahren, um die digitale Transformation voranzutreiben

- Entwicklung digitaler redaktioneller und kommerzieller Angebote unter Berücksichtigung sich ändernder Nutzererwartungen und neuer Konsumgewohnheiten
- Nutzung aller technologischen Potenziale in der redaktionellen Produktion und in kommerziellen Prozessen. Es werden sowohl Produktivitäts- als auch Qualitätssteigerungen erwartet

20 Millionen für Redaktion

- Dienstleistungen und Inhalte mit hohem Mehrwert
- Auf bestehenden Inhalten neues Angebot erstellen, angereichert mit spezifischem Content
- «Mobile First»
- Neue Formate, insbesondere Audio
- Teilautomatisierung von Beschaffung, Verifizierung, Formatierung und Verteilung



10 Millionen für Angebotsgestaltung

- Flexible Abo-Angebote
- Personalisierung und Automatisierung in der Kundenansprache basierend auf dem Nutzungsverhalten

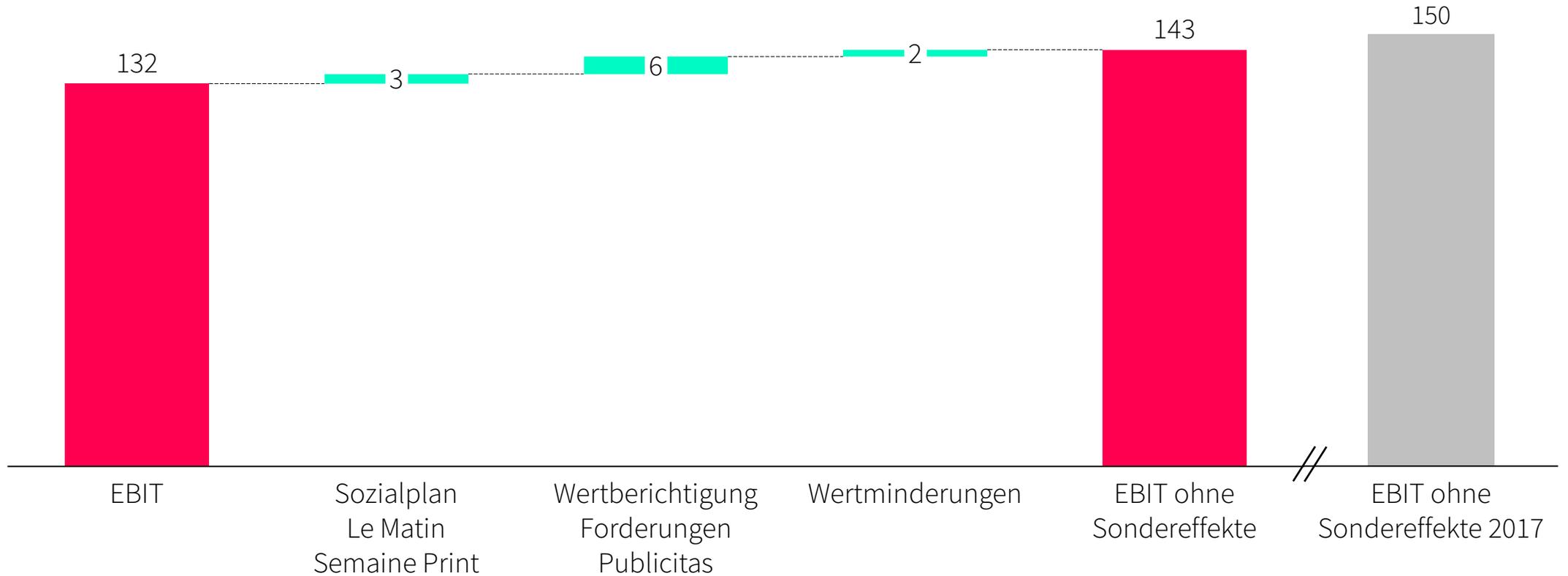
Sandro Macciaccchini

Leiter Finanzen & Personal

12. März 2019



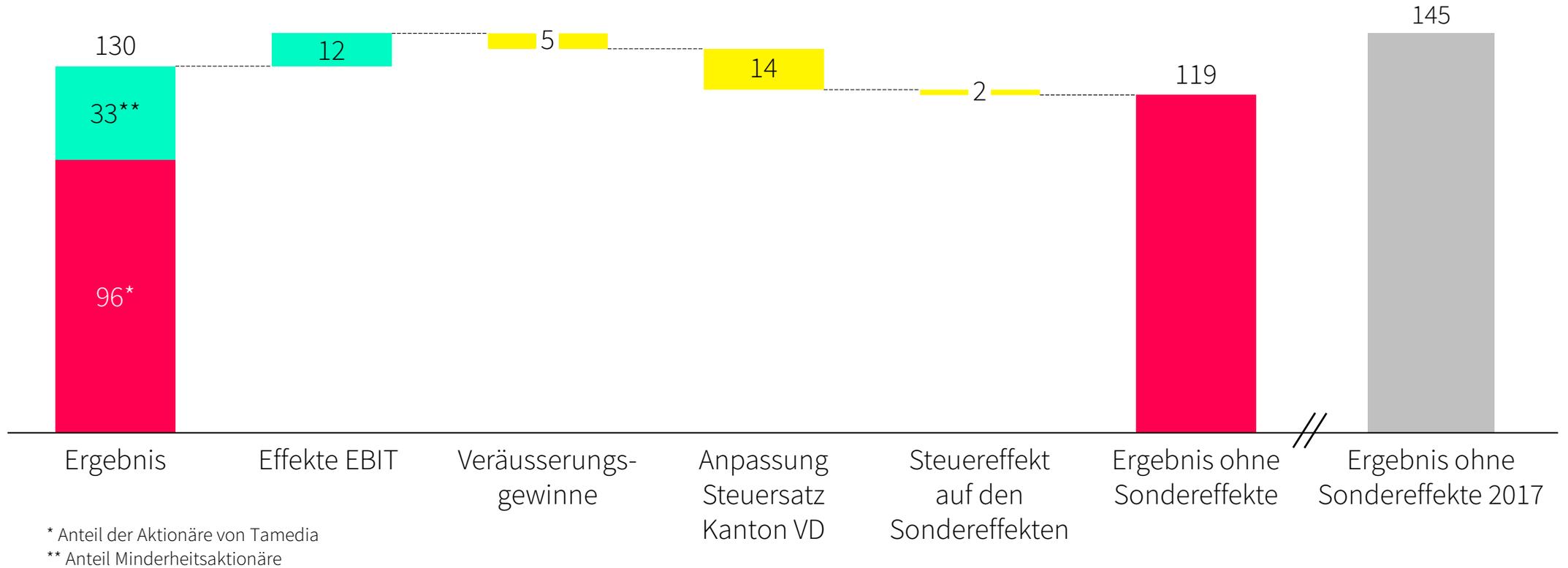
Normalisiertes EBIT 7 Mio. CHF unter Vorjahr



Normalisiertes EBIT 2018 in Mio. CHF



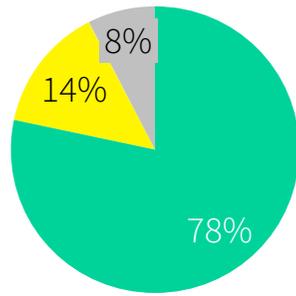
Normalisiertes Ergebnis 26 Mio. CHF unter Vorjahr



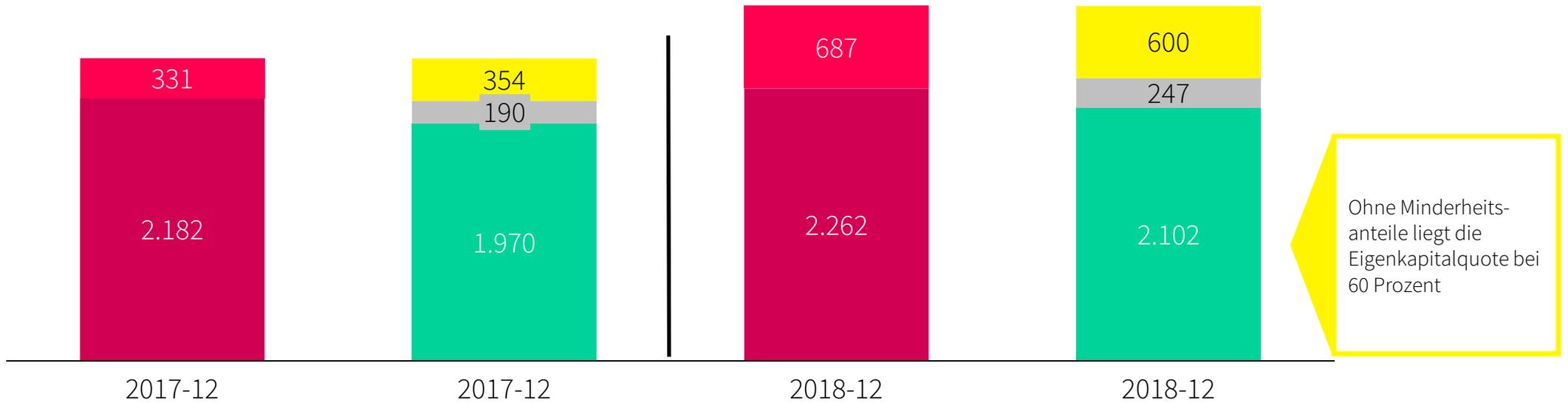
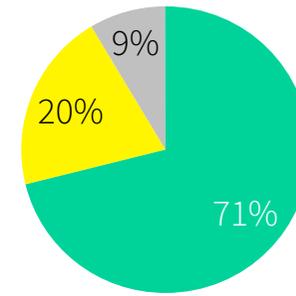
Normalisiertes Ergebnis 2018 in Mio. CHF



Eigenkapitalquote liegt bei 71 Prozent



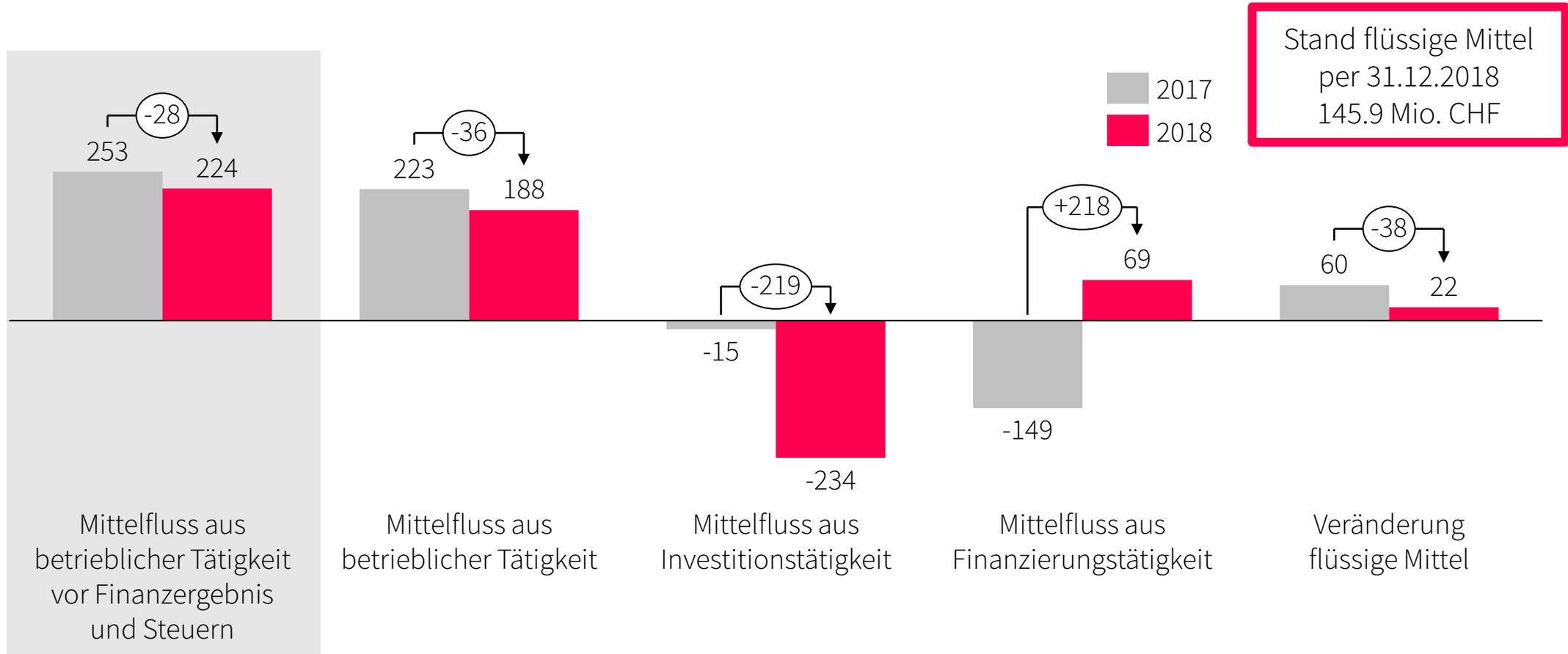
- Umlaufvermögen
- Anlagevermögen
- Kurzfristiges Fremdkapital
- Langfristiges Fremdkapital
- Eigenkapital



In Mio. CHF



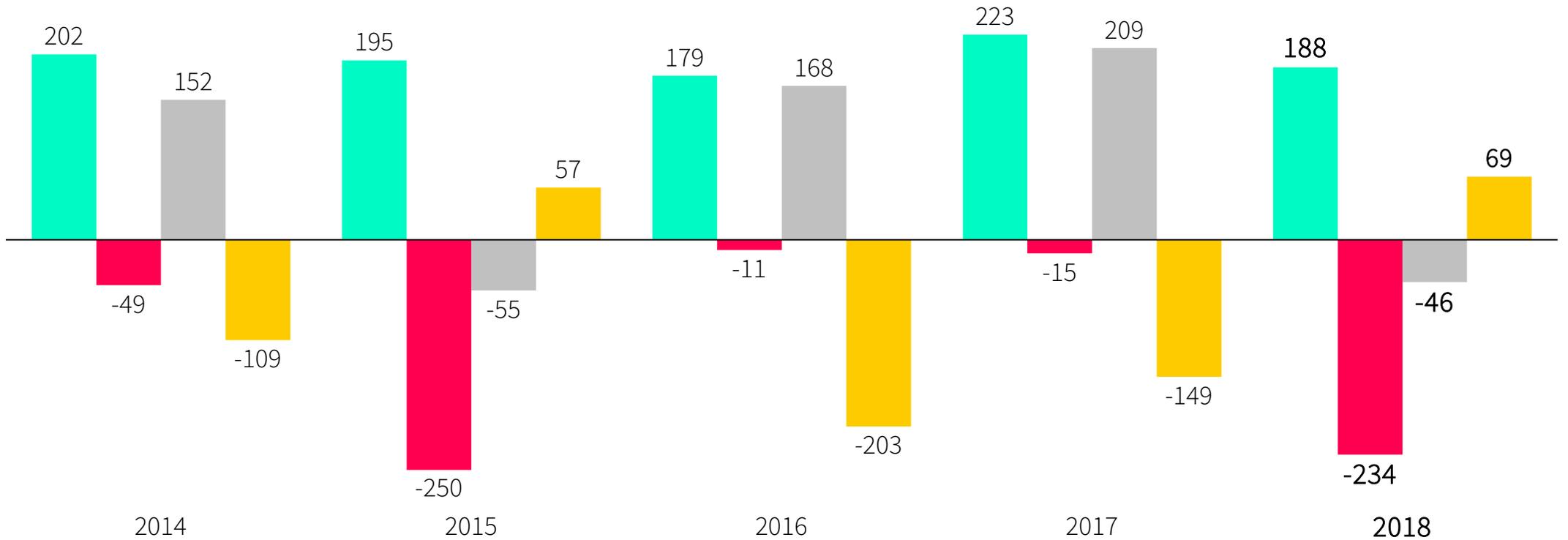
Mittelflusses aus Investitionstätigkeit -234 Mio. CHF



Mittelflussrechnung Geschäftsjahr 2018 in Mio. CHF



Mehrjahresvergleich zeigt jedoch auch erhebliche Investitionen in der Höhe von über 550 Mio. CHF

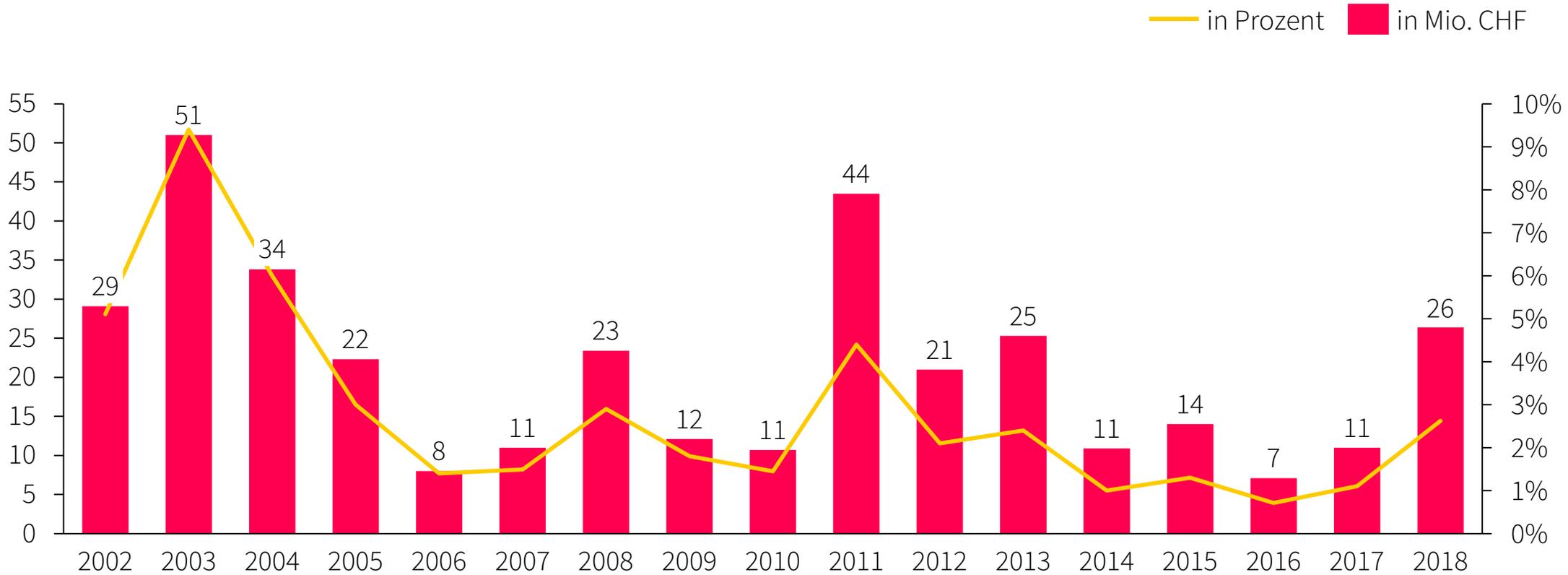


In Mio. CHF

- Mittelfluss aus betrieblicher Tätigkeit
- Mittelfluss aus Investitionstätigkeit
- Mittelfluss nach Investitionstätigkeit
- Mittelfluss aus Finanzierungstätigkeit



Capex mit 2.6 Prozent des Umsatzes weiterhin relativ tief



Investitionen in betriebliche Anlagen (Capex)* in Mio. CHF und in Prozent des Umsatzes



Rund 60 % der Abschreibungen entfallen auf Abschreibungen aus Unternehmenszusammenschlüssen und Wertminderungen

