



# Halbjahreszahlen 2019

## Medien- und Analysten- konferenz



# Pietro Supino

Verleger & Verwaltungsratspräsident



27. August 2019

# Christoph Tonini

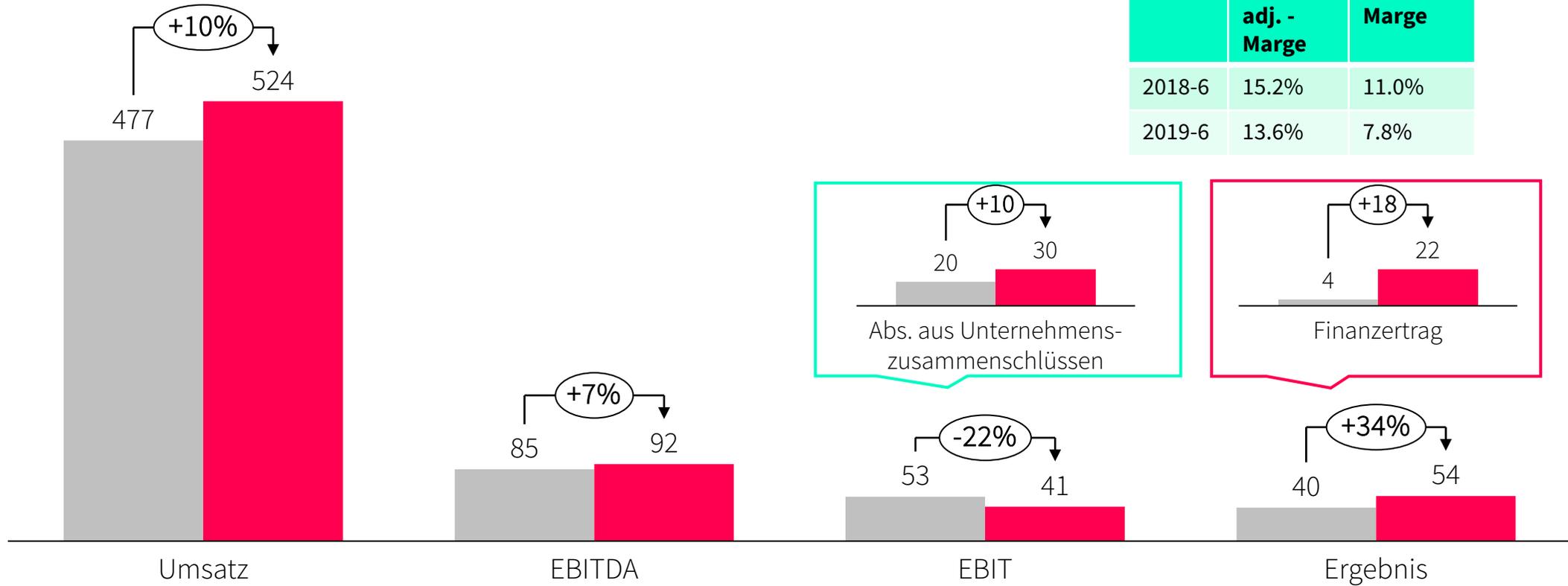
Vorsitzender der Unternehmensleitung

27. August 2019



# Umsatzwachstum v.a. aufgrund Goldbach und Zattoo

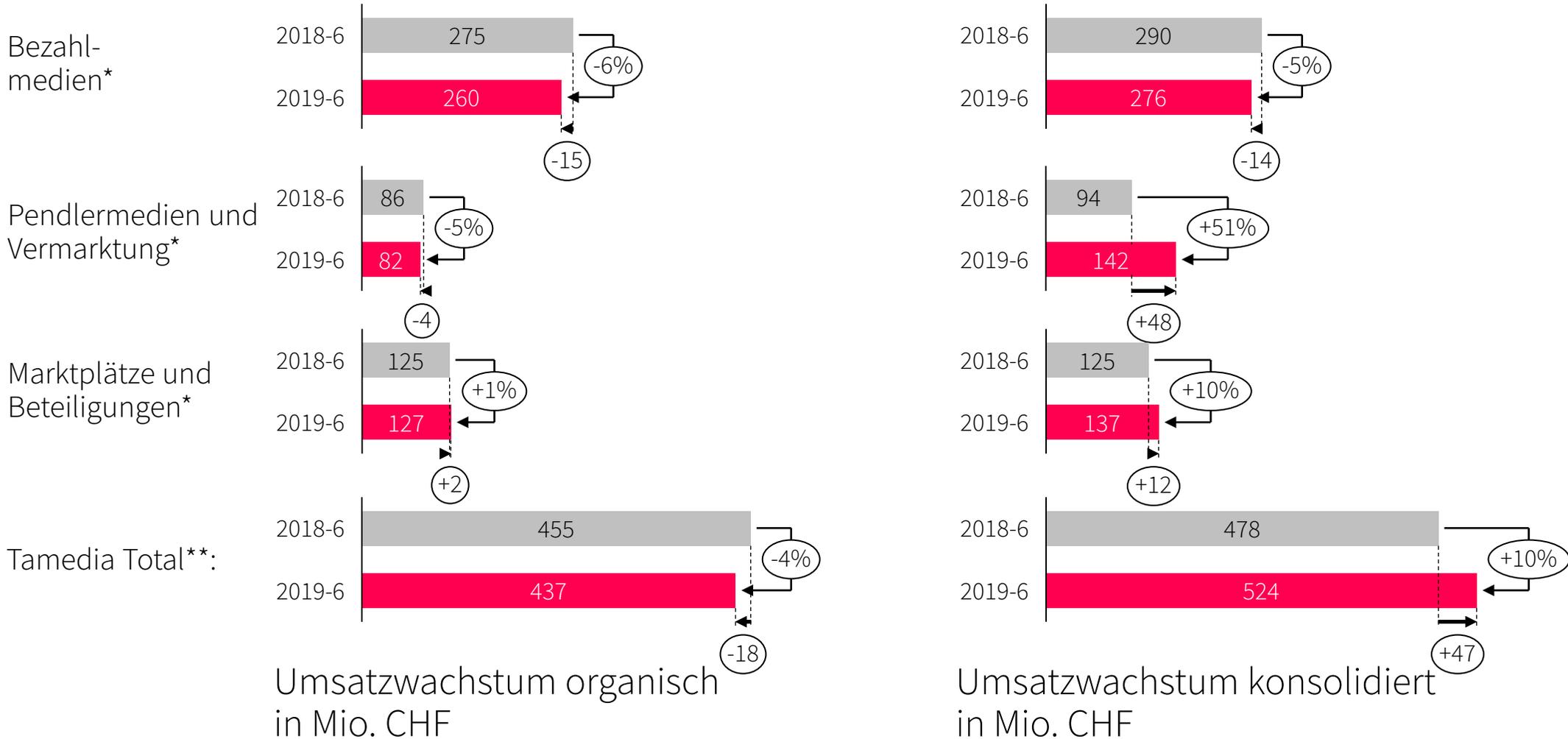
■ 2018-6 ■ 2019-6



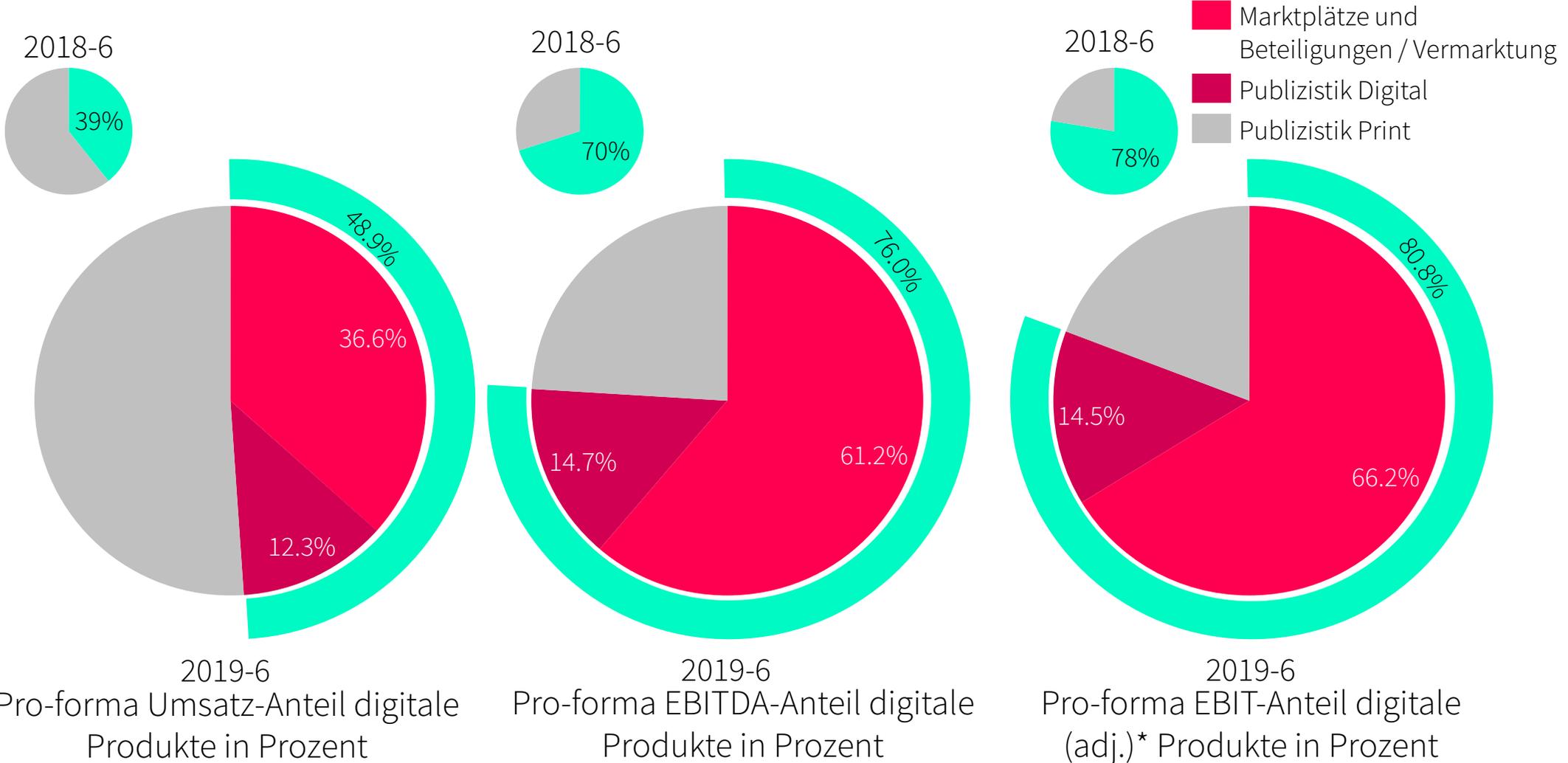
Umsatz und Ergebnis 2019-6 in Mio. CHF



# Organischer Umsatzrückgang von 4 Prozent

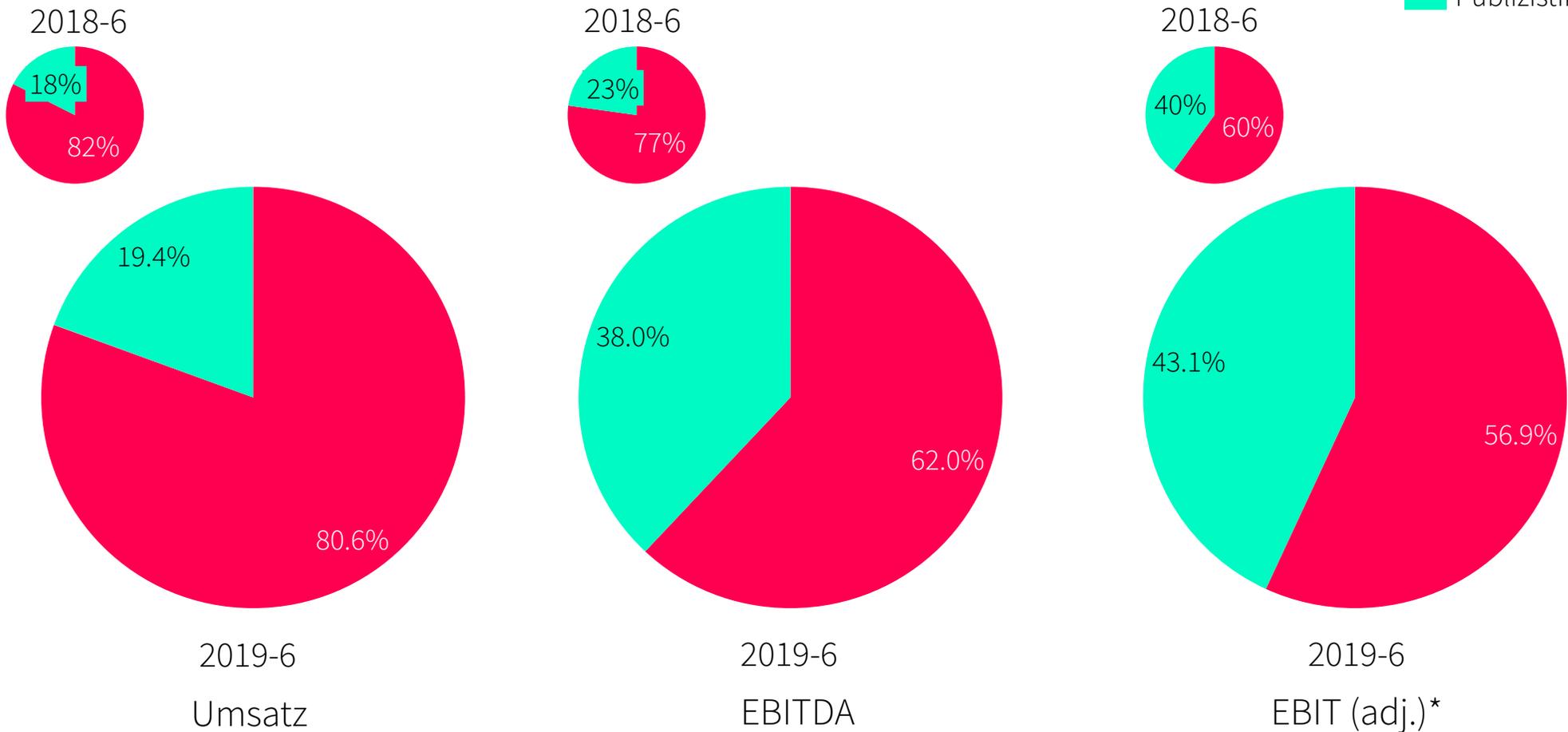


# Digitale Angebote: 49% Umsatz- und 81% EBIT-Anteil

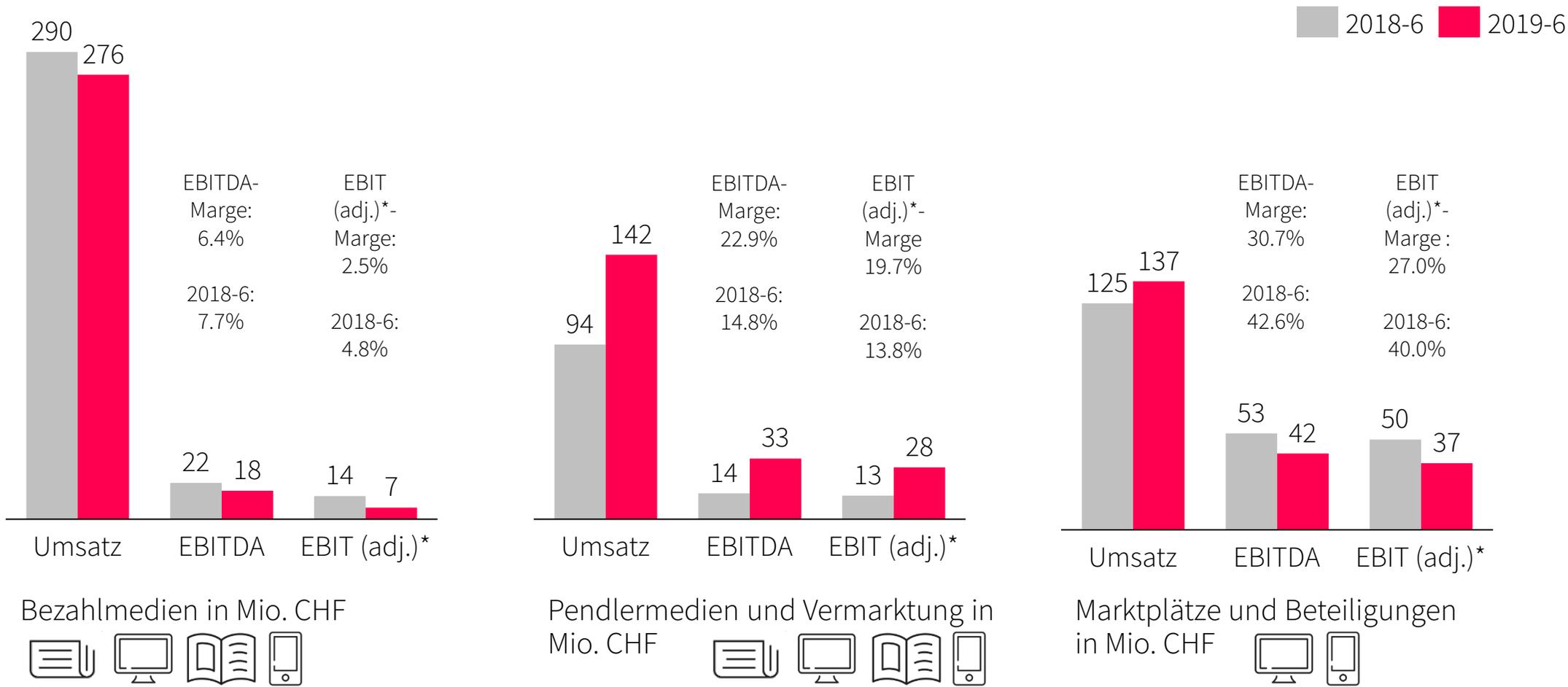


# 43 Prozent des EBIT (adj.)<sup>\*</sup> aus Publizistik stammen von digitalen Angeboten

Publizistik Print  
Publizistik Digital



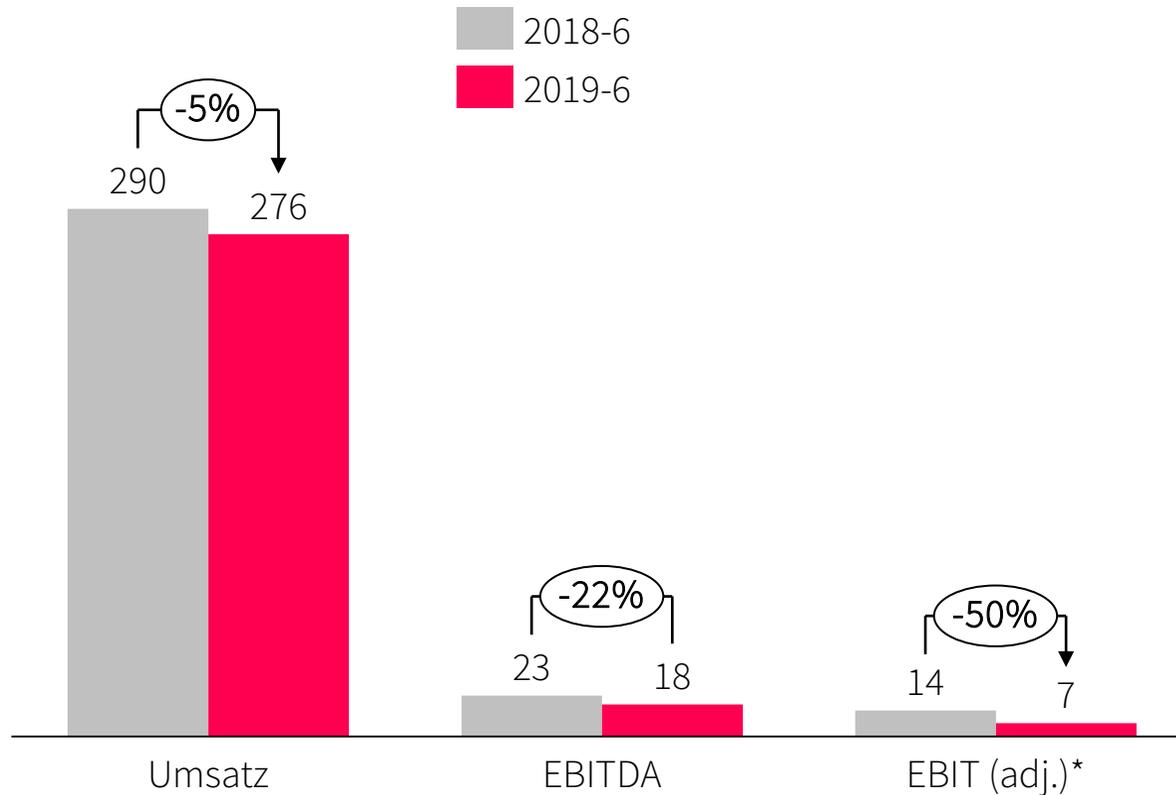
# Marktplätze und Beteiligungen mit grösstem EBIT-Beitrag



# Bezahlmedien



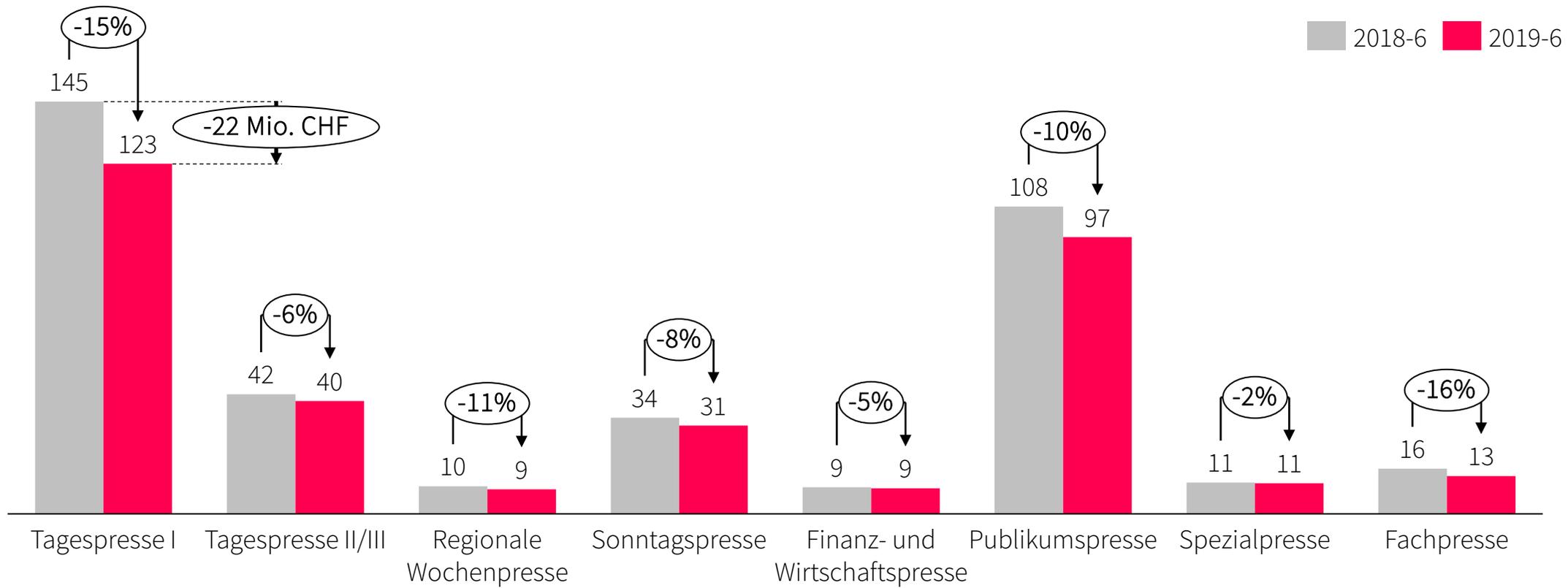
# Ergebnis stark vom rückläufigen Werbemarkt geprägt



- Werbemarkt entwickelte sich für die überregionalen Zeitungen und für die Publikumszeitschriften erneut stark rückläufig
- Kontinuierliche Steigerung der Digital-Abonnemente
- Investitionen in Ausbau der digitalen Bezahlmedien
- Schweizer Familie feiert 125-Jahre-Jubiläum mit Sonderausgabe und Events
- Finanz und Wirtschaft erweitert ihr Angebotsportfolio mit «Invest» und «Die Analyse»

Segment Bezahlmedien im Überblick  
in Mio. CHF

# Überregionale Tageszeitungen besonders stark rückläufig

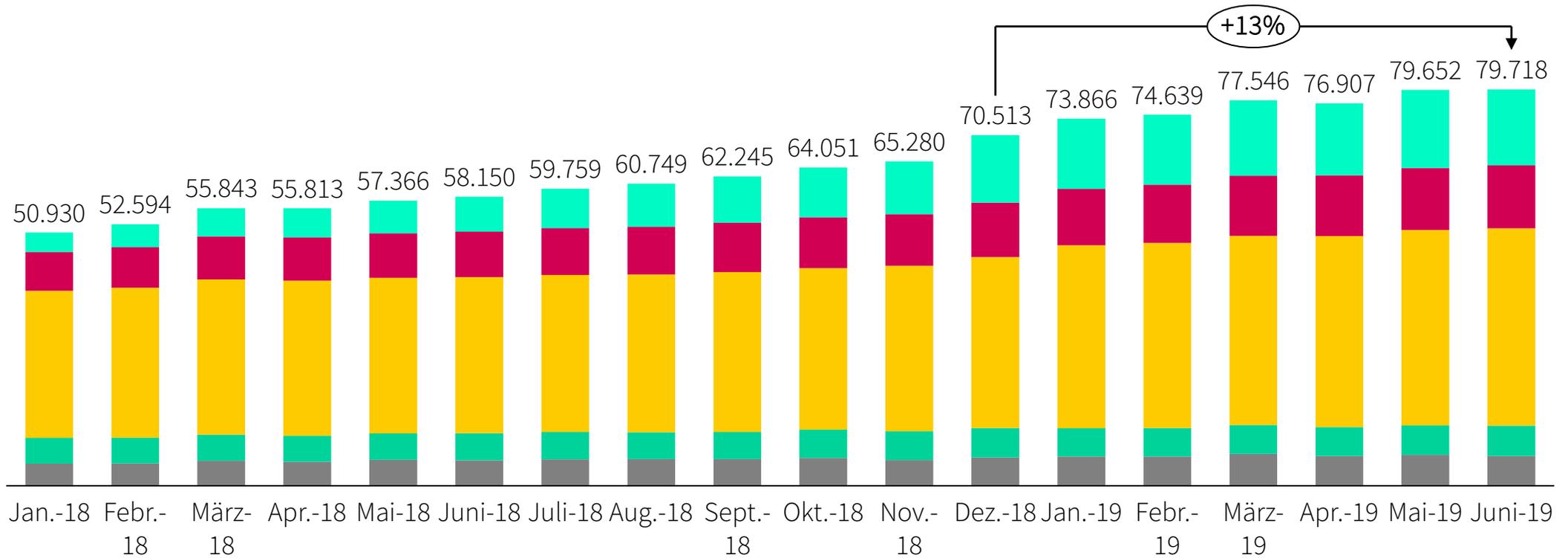


Nettowerbeumsätze Print im Vergleich zum Vorjahr in Mio. CHF



# 80'000 Digitale Abos – in 6 Monaten Zuwachs von 13 Prozent

Mobile Abo Digital Light Digital Weekend 12 App



Entwicklung digitale Abonnementsbeziehungen 2018/2019



# Interaktive Berichte sehr beliebt – Drei Beispiele

## Wie populistisch sind Sie?

Beantworten Sie 20 Fragen und sehen Sie, wie populistisch Sie im Vergleich zu Weltführern, Schweizer Politikern und den anderen Leserinnen und Lesern sind.



Von Philippe Zweifel und Kaspar Manz, Interaktiv-Team

### Quiz zur Messung des Grads an populistischen Einstellungen

- 125'000 Personen haben das Quiz zu Ende gespielt
- Quiz wurde tausende Male in den sozialen Medien geteilt
- Quiz ging viral auf Twitter unter #Populistenquiz
- Erstellt in Zusammenarbeit mit «Guardian»

## Ein Leben lang trächtig und am Ende eine

Von der Geburt bis zum Tod: das typische Leben einer Milchkuh in der Schweiz.

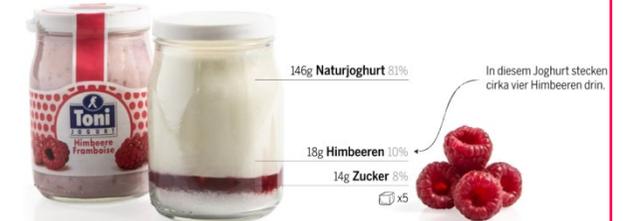


### Aufarbeitung eines Kuhlebens

- Gute Leserbewertung  $\bar{x}$  4.4 (von 5), gar  $\bar{x}$  4.8 bei «wie informativ?»
- Wurde vom Berliner Tagesspiegel gelobt
- Interaktiver Bericht löste sehr viele konstruktive Leserrückmeldungen aus

## Toni Joghurt Himbeer 180g

enthält:



### Zutaten von Produkten in grafischer Form aufbereitet

- Gute Scrolltiefe – Fast 90% schauten alle Bilder an
- In den Top 25 der meistverkauften Stories in 2019
- Bereits zweite Serie zum Thema
- Sehr gute Leserbewertung  $\bar{x}$  4.5 (von 5), Longseller

## FuW-Angebot durch neuen Produkten erweitert



- Transparenter Auftritt ohne versteckte Gebühren
- 100% FuW-Inhalt und FuW Anlageentscheide
- Börsenkotiert
- Investition ab 100 Fr.
- Erfahrener Partner (Leonteq)
- Günstiges Angebot für FuW-Leser

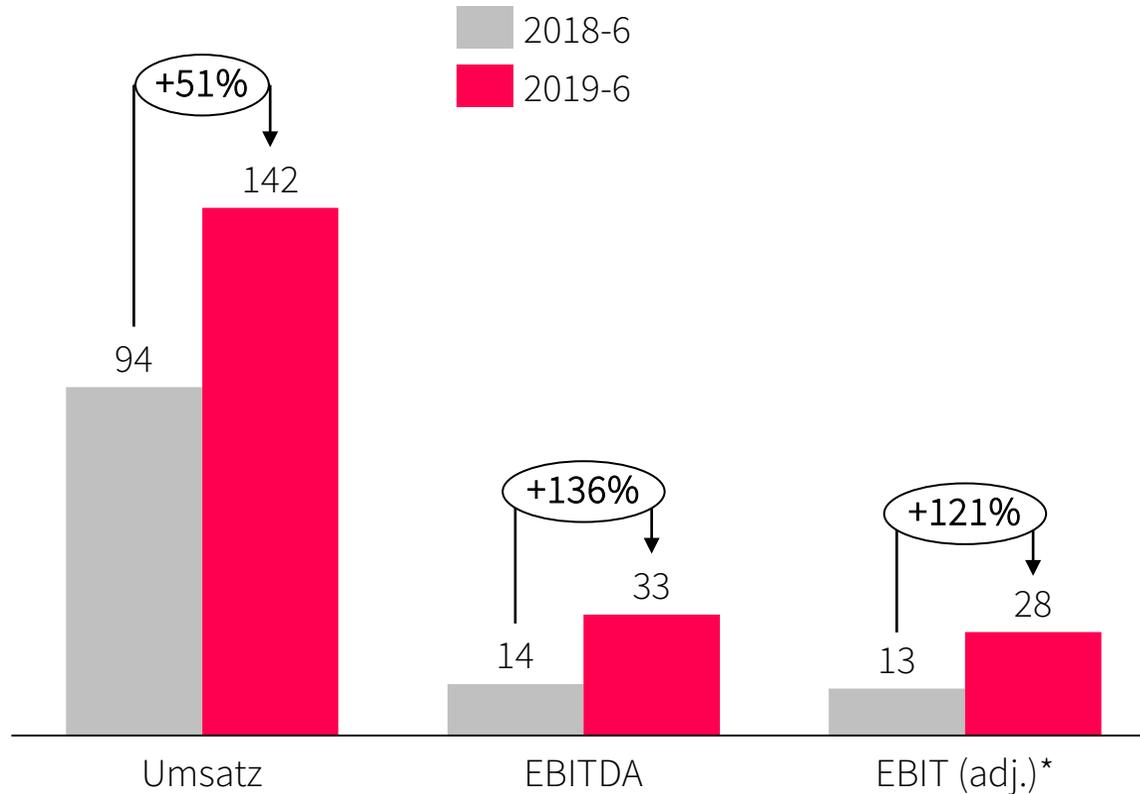


- Aktienanalysen sind besonders für Privatanleger oft nur schwer zugänglich
- Mit der Finanzmarktrichtlinie Mifid2 hat sich die Kostentransparenz verschärft
- Anleger sollen jeder Zeit wissen können, wie die FuW einzelne Aktien einschätzt
- Klare Meinung, unabhängig, analytisch, besonnen und konservativ
- Kostengünstig im Vergleich zu Angeboten aus der Finanzbranche

# Pendlermedien und Vermarktung



# Deutlicher Ergebnisanstieg durch Integration von Goldbach

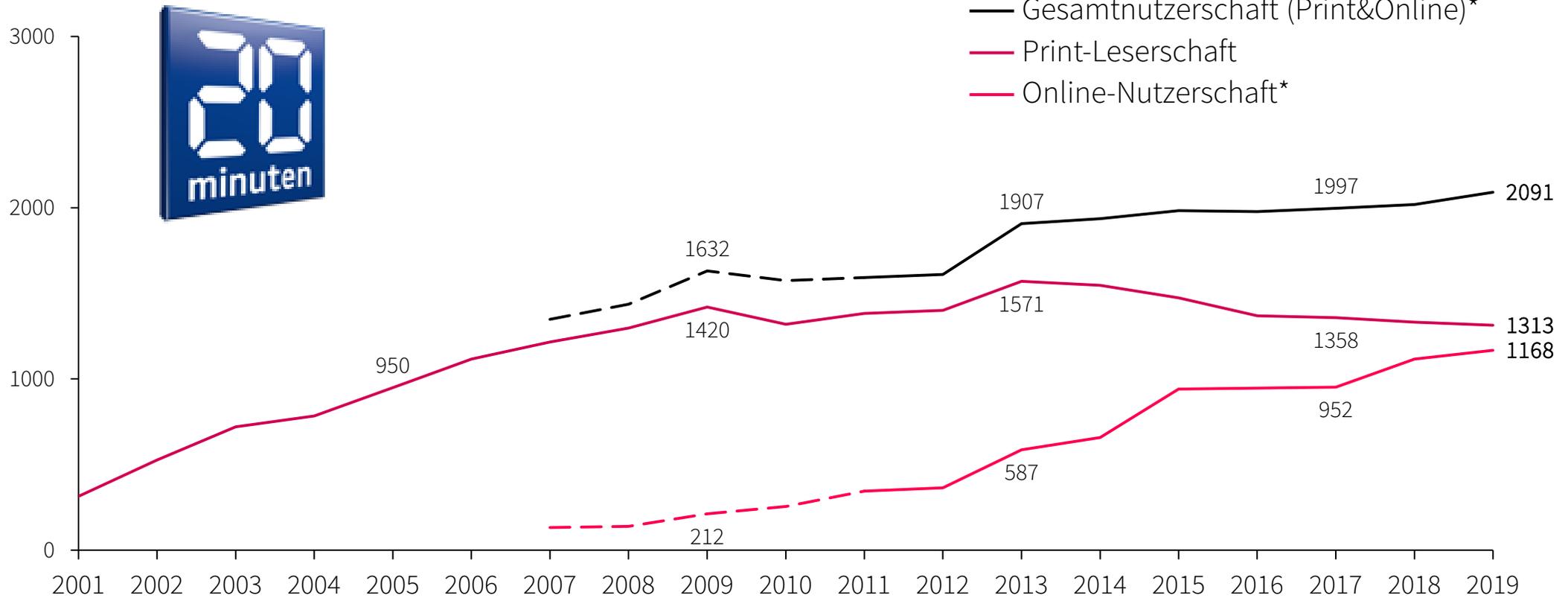


- Markanter Umsatz- und Ergebnisanstieg aufgrund der erstmaligen Berücksichtigung von Goldbach
- Rückläufige Printwerbeerträge bei den Pendlermedien konnten vollständig durch die stark wachsenden Digitalwerbeerträge kompensiert werden
- Weiterhin steigende Gesamtnutzung von 20 Minuten
- Lancierung des Social Brands «Venty»
- Übernahme des Jugendradiosenders «Planet 105» geplant
- Neo Advertising und Goldbach gewannen neue Werbeinventare

Segment Pendlermedien und Vermarktung  
im Überblick in Mio. CHF

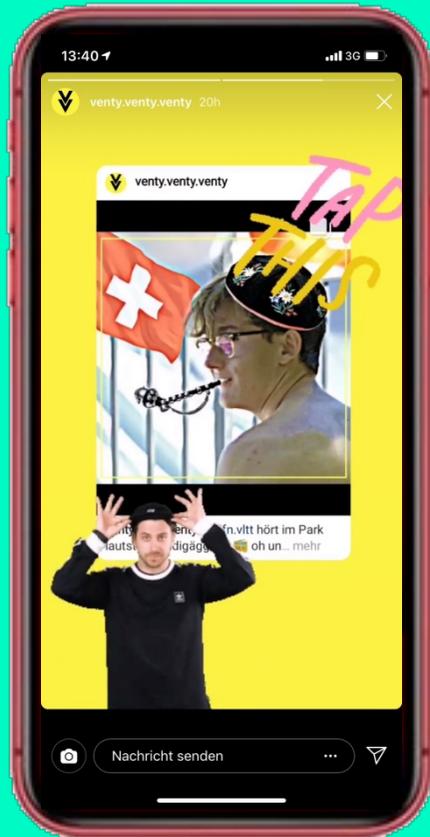
# 20 Minuten wächst in der kombinierten Nutzung weiter

in Tausend



Entwicklung 20 Minuten DCH (UUpD/ cRR)

# «Venty» ermöglicht neue Storytelling-Formate



- Social Brand Venty richtet sich an die junge Zielgruppe der 15- bis 25-Jährigen
- Venty will junge Nutzerinnen und Nutzer zielgruppengerecht informieren und auf lockere und witzige Art unterhalten
- Der Schwerpunkt liegt dabei auf Bewegtbild-Content
- Stories werden im vertikalen Format produziert und werden über Social Media und den Kanälen von 20 Minuten verteilt
- Neues Angebot für Werbekunden; inkl. Social und Influencer-Marketing
- Ausbau von Venty auch in der Westschweiz geplant

# Geplante Übernahme von «Planet 105»

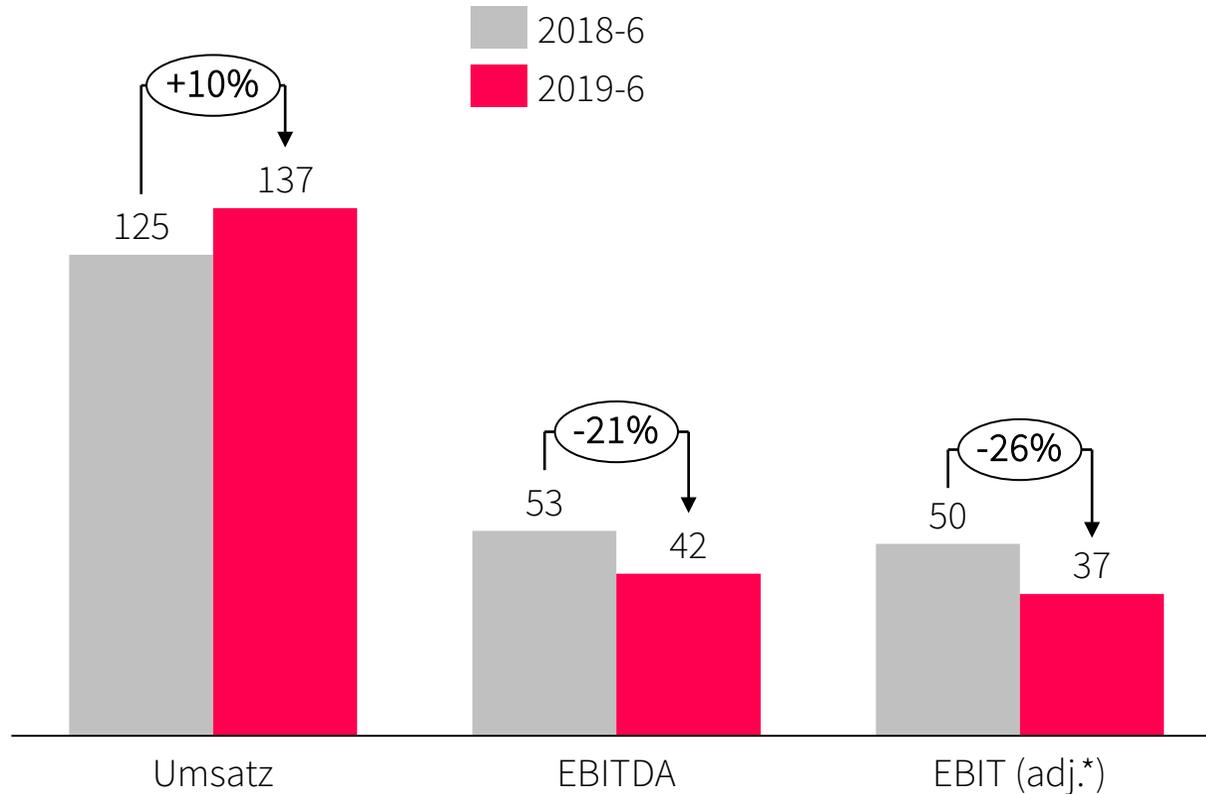


- Der Bereich Pendlermedien hat vor, den Jugendsender Planet 105 von Radio 1 zu übernehmen
- Planet 105 wird in 20 Minuten Music eingegliedert
- Online-Musikradio von 20 Minuten soll mittels zusätzlicher Verbreitung über UKW und DAB+ sowie dem Ausbau des redaktionellen Angebots gestärkt und weiterentwickelt werden
- Moderations- und Redaktionsteam von Planet 105 betreut im Auftrag von Tamedia den Betrieb des Senders weiter

# Marktplätze und Beteiligungen



# Wachstums-Investitionen belasten laufendes Ergebnis



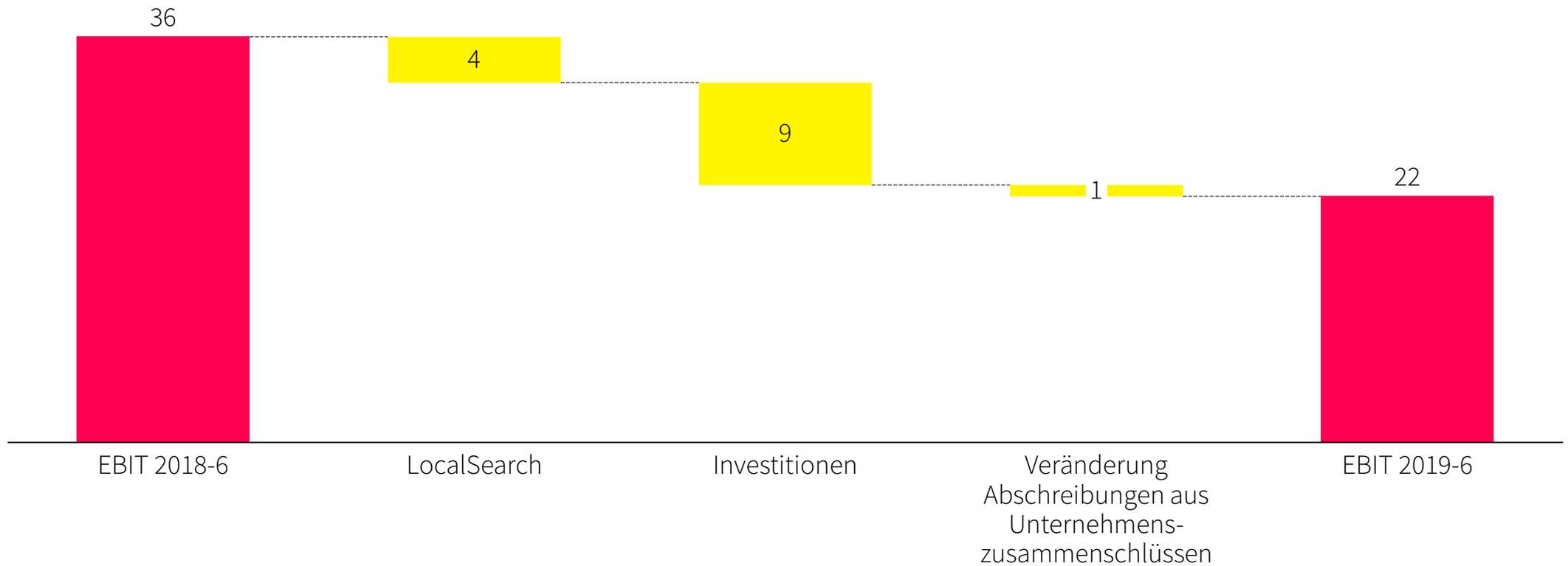
- Umsatzwachstum mehrheitlich aufgrund Übernahme der Zattoo Group
- Ricardo mit Aufwärtstrend
- Ergebnisrückgang aufgrund Investitionen in die Weiterentwicklung der Plattformen, um möglichen Disruptionen zuvor zu kommen
- Investitionen in den Aufbau von carforyou.ch gemeinsam mit AXA belasten das Ergebnis (Vollkonsolidierung bei Tamedia)

Segment Marktplätze und Beteiligungen im Überblick in Mio. CHF



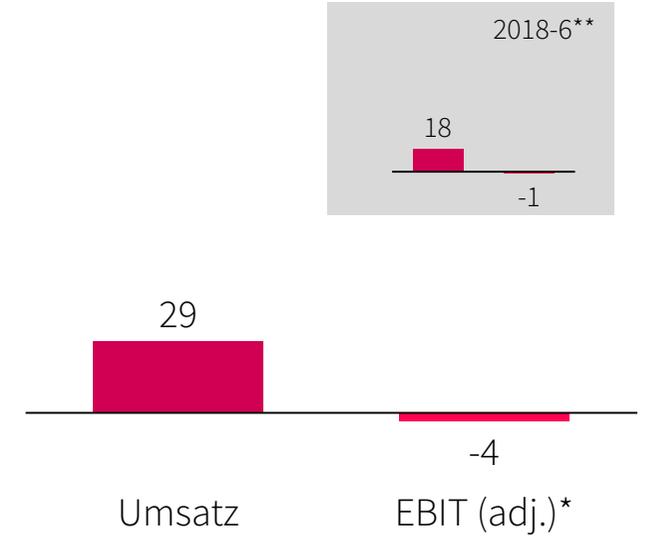
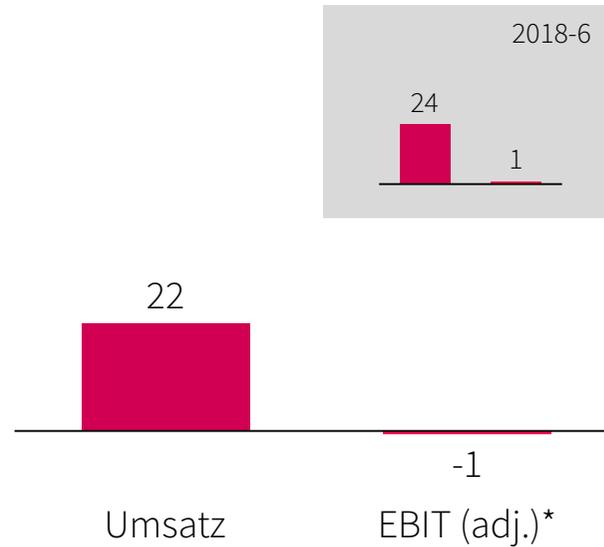
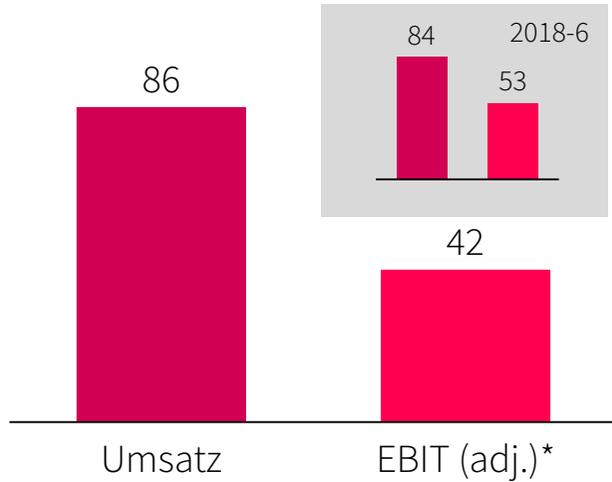
# Investitionen und Abgang LocalSearch drücken Ergebnis

in Mio. CHF



# Wachstums-Investitionen in Classifieds belasten Ergebnis

in Mio. CHF



EBIT (adj.)\*-Marge: 48.4 Prozent

Classifieds 2019-6



EBIT (adj.)\*-Marge: -2.7 Prozent

Marketplaces 2019-6

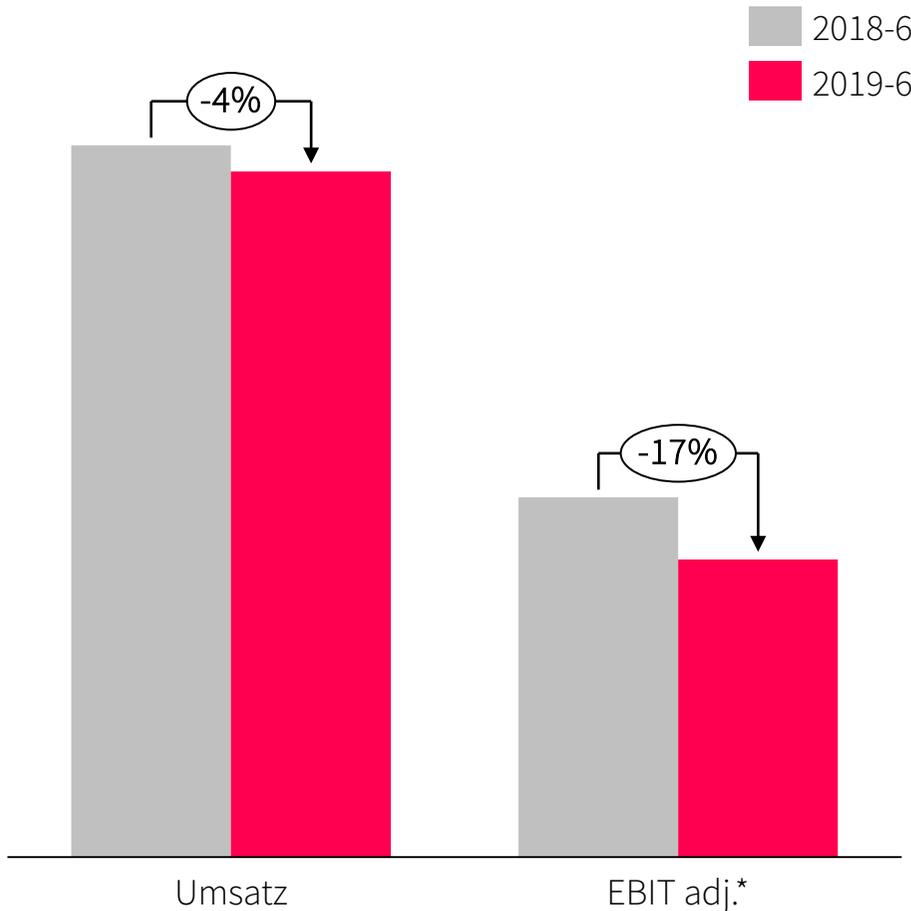


EBIT (adj.)\*-Marge: -12.5 Prozent

Services & Ventures 2019-6



# homegate.ch: Investitionen in Plattform, starke Konkurrenz

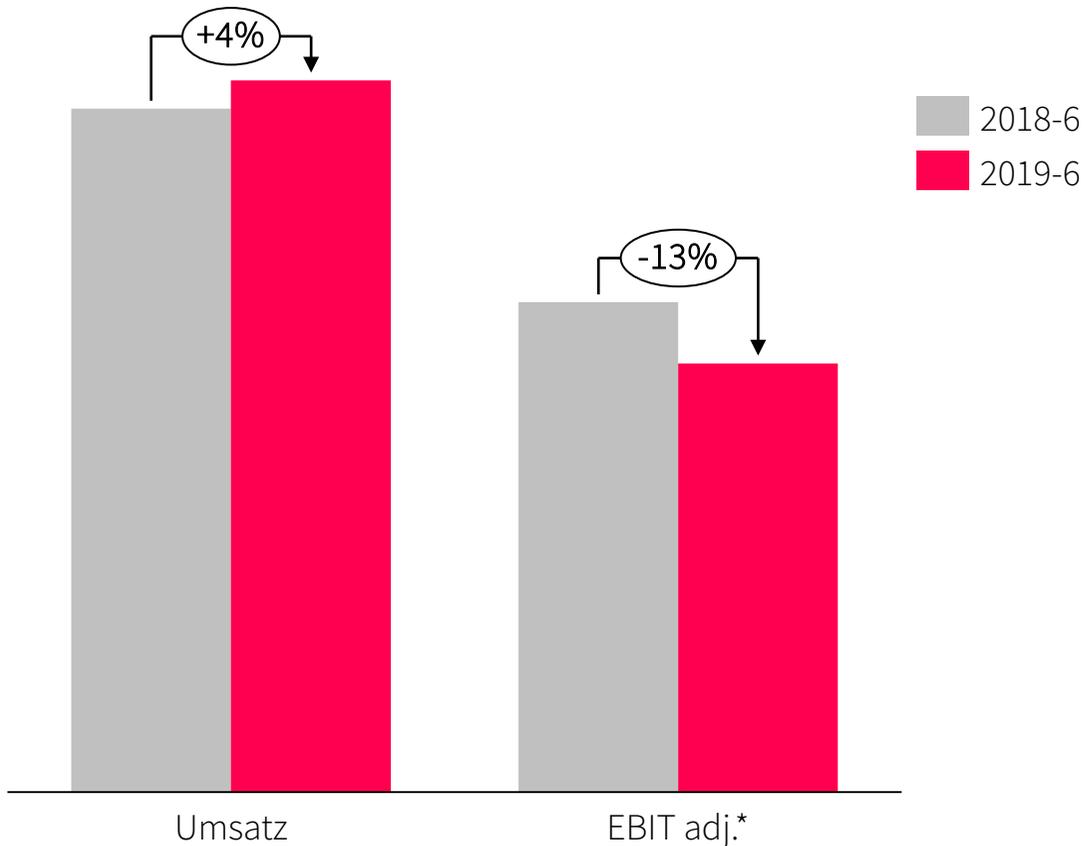


Umsatz und EBIT adj.\*

- Weitere Investitionen im Ausbau des Teams und in die Plattform, um die Position im Markt weiter zu stärken
- App mit neuen Suchfunktionen
- Starkes Wachstum bei den Listings
- Aufgrund von starken Konkurrenten im Markt verringert sich die Marge
- Private Verkäuferinnen und Verkäufer bieten vermehrt ihre Immobilien über kostenlose Plattformen



# JobCloud: Weiterentwicklung der Plattformen im Fokus

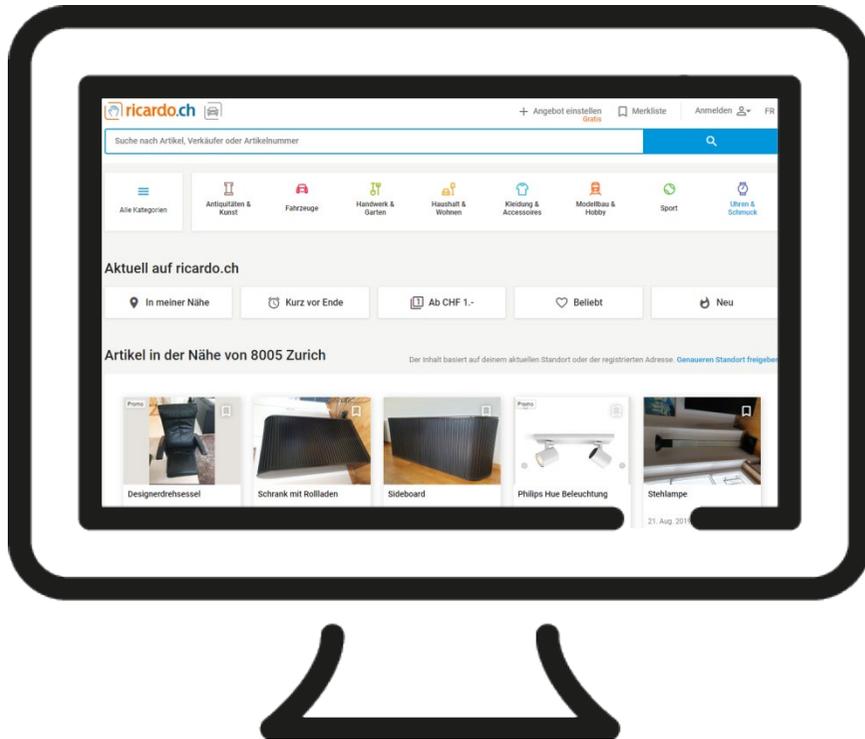


Umsatz und EBIT adj.\*

- Schwächelnde Konjunktur macht sich auch auf dem Stellenmarkt bemerkbar
- Investitionen in Plattformen und Personal
- Angebot mit neuen Employer-Branding Produkten erweitert, die speziell KMU dabei unterstützen, ihre Firmenmarke als auch Arbeitgebermarke zu positionieren
- Mittels «Applifly» können Recruiter automatisch Kandidatinnen und Kandidaten auf Jobportalen und anderen digitalen Kanälen ansprechen



# Ricardo mit Aufwärtstrend

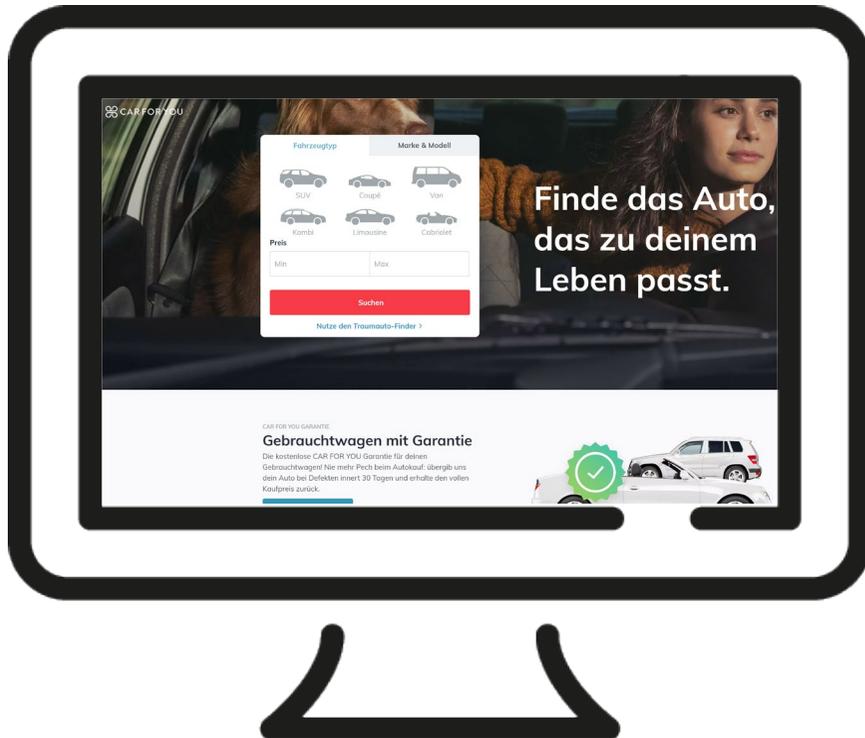


- Zunahme bei den eingestellten Produkten sowie bei der Anzahl aktiver Verkäufer und Käufer
- Werbekampagne wurde positiv aufgenommen und führte zu einer Nutzungssteigerung der Plattform
- Im zweiten Quartal 10 Prozent mehr Sessions im Vorjahresvergleich
- Registrierungsprozess wurde vereinfacht und digitalisiert
- Erneuerung der Plattform per Anfang Jahr abgeschlossen

# Car For You im Joint-Venture mit Axa gelauncht



CAR FOR YOU



- Januar 2018 Gründung eines Joint Ventures von Tamedia und AXA und Aufbau eines dedizierten Teams
- Bereits Anfang 2019 Launch eines komplett neuen Produktes (MVP), ab April begleitet von Multi-Channel Kampagne
- Integration eines “Car Finders” zur Unterstützung bei der Auswahl des passenden Fahrzeugs
- Hohe Transparenz durch Preis-Check und 360°-Ansichten sowie Geld-zurück-Garantie schaffen Vertrauen
- Hochattraktives Angebot erzielte gute Resonanz bei Händlern



# Neue Investitionen im Fintech-Bereich



- Neon ist eine einfache und sehr schnelle Banking-Lösung als App für das Smartphone
- Nutzer erhalten ein Bankkonto ohne Grundgebühr und eine kostenlose Mastercard
- Konto wird bei der Hypothekarbank Lenzburg eröffnet und bietet damit eine Einlagensicherung



**F10 FINTECH  
INCUBATOR &  
ACCELERATOR**

- F10 ist ein Schweizer Fintech Inkubator und Accelerator für Start-ups
- Förderung von Start-ups aus den Bereichen Finanz- und Versicherungstechnologie sowie Regulatorische Technologie
- F10 ist eine Non-Profit-Organisation
- Raum für Kollaborationen und ermöglicht etablierten Unternehmen den Austausch mit jungen Talenten
- Zugang zu wichtigen Innovationen und neuen Denkansätzen

# Projekte und Ausblick



# Agile Struktur soll Wachstum weiter treiben

Vier  
eigenständige  
Geschäfts-  
felder

- Bildung von vier weitgehend eigenständigen Geschäftsfeldern: Bezahlmedien, Pendlermedien, Werbevermarktung und Marktplätze
- Pro Geschäftsfeld: eigener Verwaltungsrat, eigene Unternehmensleitung sowie eigene Erfolgsrechnung
- Autonomie und stärkere Verantwortung befeuert Wachstum

Fokus auf  
Märkte, Partner,  
Kunden

- Auf die jeweiligen Märkte zugeschnittene Geschäftsmodelle, Ressourcen und Organisationen
- Öffnung für Partnerschaften

Gruppe setzt  
den Rahmen,  
skaliert,  
unterstützt

- Verwaltungsrat und Gruppenleitung legen Eignerstrategie fest und stellen die Nutzung von Skalenvorteilen sicher, z.B. bei den gruppenweit vorhandenen Daten
- Die Gruppe wird zukünftig in einer holdingartigen Struktur von Präsident und Verleger Pietro Supino geleitet
- Leiter Technologie & Ventures und Finanzen & Personal sind Mitglieder des operativen Führungsteams auf Gruppenebene

# Gruppenleitung und Geschäftsfelder im Überblick



# Sandro Macciaccchini

Leiter Finanzen & Personal

27. August 2019



# Abschreibungen aus Effekten aus Unternehmenszusammenschlüssen auf 30 Mio. CHF gestiegen (VJ: 20 Mio. CHF)



Anzahl Mitarbeitende 1778

Anzahl Mitarbeitende 966

Anzahl Mitarbeitende 898

Anzahl Mitarbeitende 3642

Bezahlmedien  
in Mio. CHF

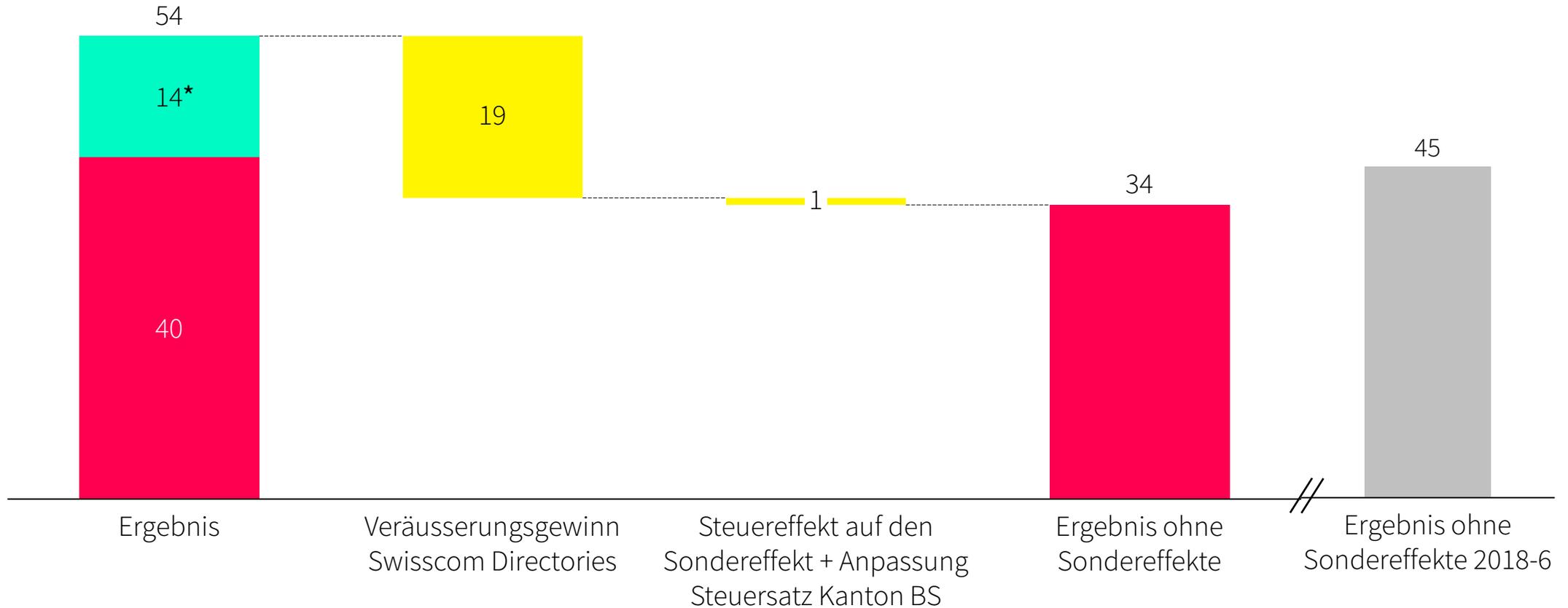
Pendlermedien und  
Vermarktung  
in Mio. CHF

Marktplätze und  
Beteiligungen  
in Mio. CHF

Tamedia  
in Mio. CHF



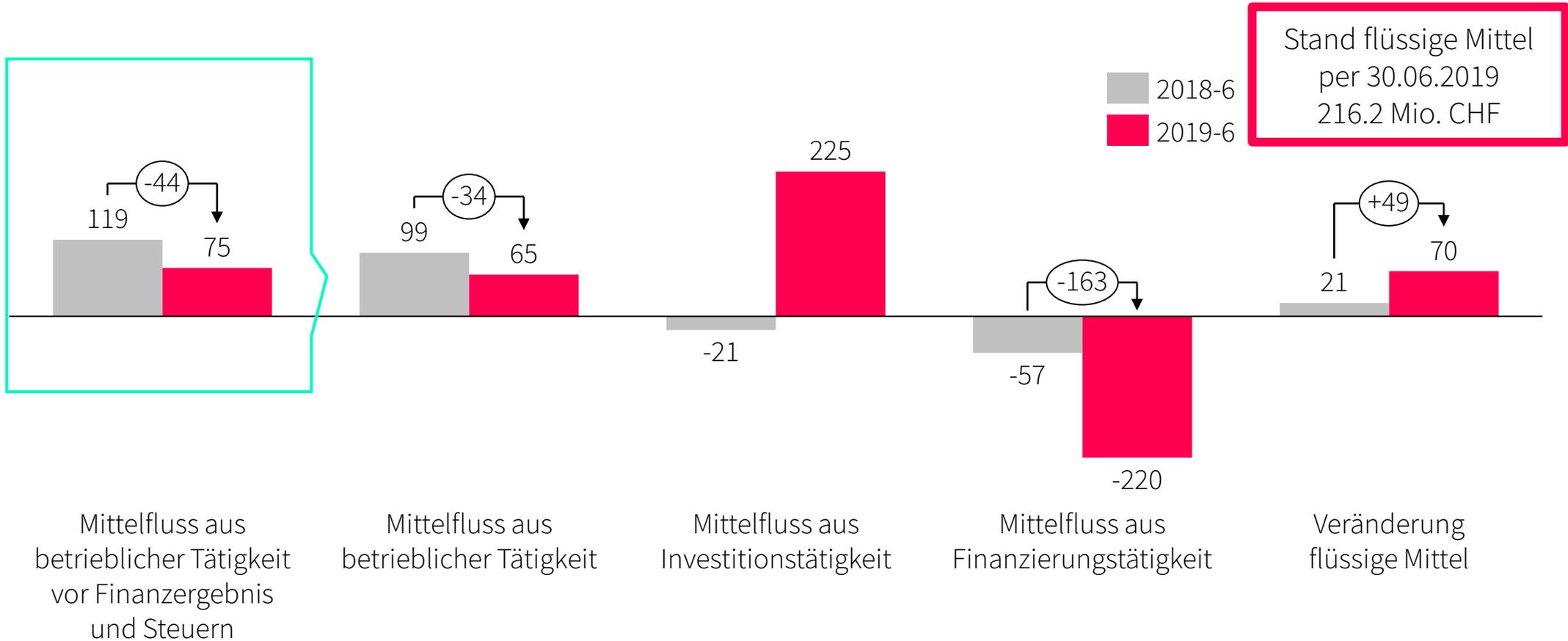
# Normalisiertes Ergebnis 11 Mio. CHF unter Vorjahr



Normalisiertes Ergebnis 2019-6 in Mio. CHF

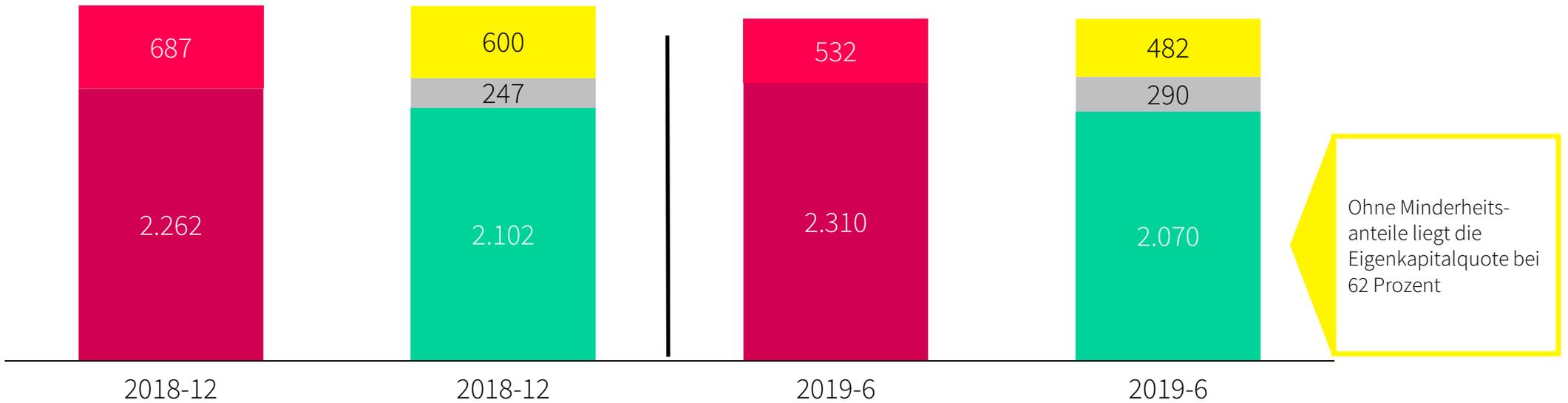


# Vollständige Rückführung der Kreditfazilität im 1. Halbjahr



Mittelflussrechnung 2019-6 in Mio. CHF

# Eigenkapitalquote auf 73 Prozent angestiegen

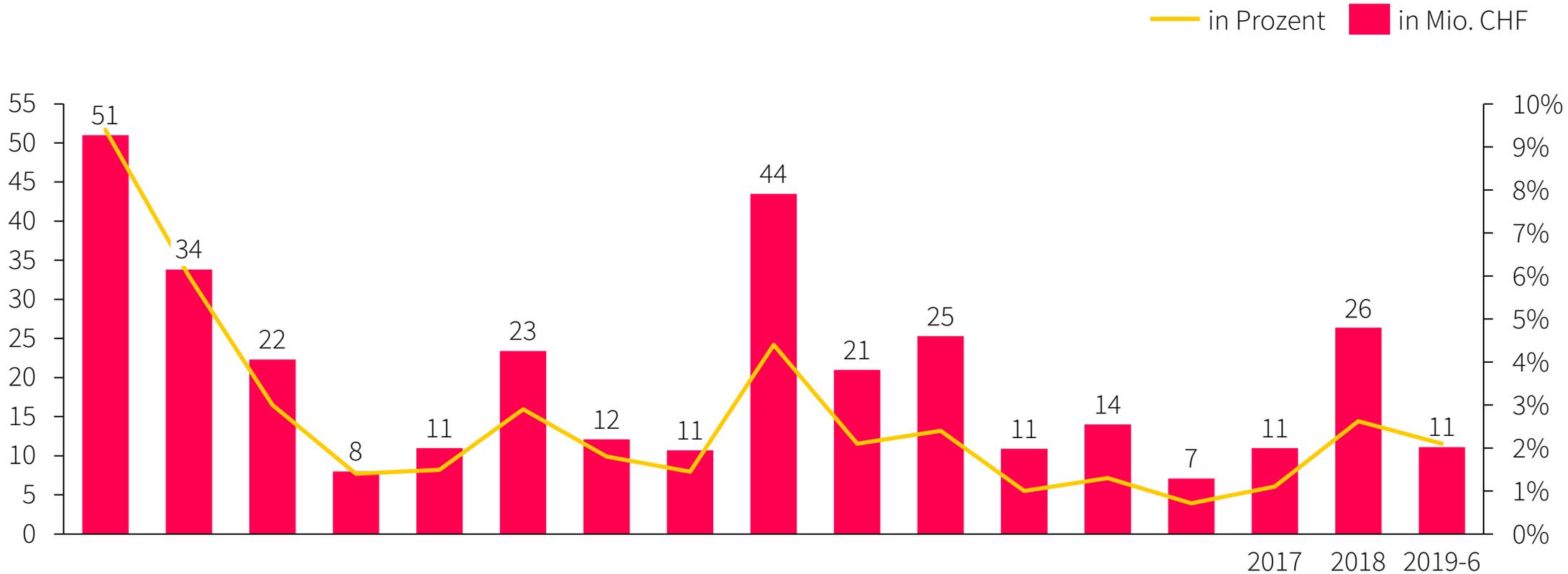


Ohne Minderheitsanteile liegt die Eigenkapitalquote bei 62 Prozent

In Mio. CHF



# Capex mit 2.1 Prozent des Umsatzes weiterhin relativ tief



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





Anhang



# Bemerkungen zum Halbjahr 2019 (1/2)

## Wesentliche Veränderungen bei den konsolidierten und assoziierten Gesellschaften/Aktivitäten

- Per 1. April 2019 übernahm Tamedia weitere 21.1 Prozent an Zattoo International AG. Zusammen mit den bisher gehaltenen Anteilen von 28.9 Prozent hält Tamedia eine Mehrheit von 50 Prozent und einer Aktie

## Änderungen im Rechnungslegungsstandard

Tamedia hat die unten stehenden neuen und revidierten Standards und Interpretationen eingeführt :

- IFRS 16, «Leasingverhältnisse» – 2019
- IAS 19, «Planänderung, -kürzung oder -abgeltung» (Änderung an IAS 19, «Leistungen an Arbeitnehmer» – 2019
- IFRS 9, «Vorfälligkeitsregelungen mit negativer Ausgleichsleistung» (Änderung an IFRS 9, «Finanzinstrumente» – 2019
- IAS 28, «Langfristige Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures» (Änderung an IAS 28, «Anteile an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures» – 2019
- IFRIC 23, «Unsicherheit bezüglich der ertragsteuerlichen Behandlung» – 2019

Ausser mit der Einführung des neuen Standards IFRS 16, «Leasingverhältnisse», werden mit der Einführung der revidierten Standards keine wesentlichen Auswirkungen auf die konsolidierte Jahresrechnung erwartet.

## Bemerkungen zum Halbjahr 2019 (2/2)

### Anpassung der Segmentierung und der Vorjahreswerte

- Im Zusammenhang mit der Einführung eines neuen Steuerungskonzeptes hat Tamedia per 1. Januar 2019 ein Kommissionsmodell eingeführt sowie Anpassungen von Intercompany-Verrechnungen und an den Verteilschlüsseln für nicht direkt zuweisbare Betriebserträge und -aufwendungen vorgenommen. Intercompany-Leistungen werden neu verrechnet und somit als Umsatz ausgewiesen. Als Ausnahme gelten die Leistungen der Group Services, die weiterhin als Kosten alloziert werden. Insbesondere wird neu auf Tamedia-internen Verrechnungen von Werbeumsätzen eine Kommission abgerechnet, während in der Vergangenheit lediglich eine Kostenumlage stattgefunden hat (Für das Restatement aufs ganze Jahr 2018 entsprechen die Kommissionen den Kosten, wobei unterjährig Abweichungen auftreten können). Diese Anpassung auf eine Bruttoerfassung von internen Kommissionserträgen und -aufwendungen führt zu erhöhten Werten für Verrechnungen zwischen den Segmenten. Werbevermarkter und in deren Verantwortung liegende Produkte sind neu gesamthaft im Segment Pendlermedien und Vermarktung erfasst, was bei der Weitergabe der internen Umsätze ebenfalls zu erhöhten Verrechnungen zwischen den Segmenten beiträgt. In diesem Segment wird neu auch die Newsplattform lematin.ch ausgewiesen.
- Vollzeitstellen der Group Services, die zuvor dem Segment Bezahlmedien zugewiesen waren, werden neu anhand der Betriebsumsätze auf die Segmente verteilt. Die Abschreibungen werden im neuen Steuerungskonzept verursachergerechter auf die einzelnen Segmente verteilt.

# Neues Kommissionsmodell und kleinere Anpassungen bei Abschreibungen und Segmente

Was	Vor Restatement	Nach Restatement	Effekt
Neues Kommissionsmodell	Kostenumlage	Kommission	Erhöhung des Betriebsertrags Intersegment sowie Betriebsaufwandes innerhalb der einzelnen Segmenten aufgrund der Umstellung auf eine Bruttoerfassung von internen Kommissionserträgen und -aufwendungen
Lematin.ch	Unter Bezahlmedien geführt	Unter Pendlermedien & Vermarktung geführt	Leichter Umsatz- und Ergebnisanstieg bei Pendlermedien und Vermarktung
Effekt Abschreibungen	Schlüsselung gewisser Abschreibungen	Abschreibungen folgen Leistungsverrechnung	Leichte Mehrbelastung der Segmente Pendlermedien & Vermarktung sowie Marktplätze & Beteiligungen zugunsten einer Entlastung von Bezahlmedien
	Abschreibungen	Abschreibungen aus Unternehmenszusammenschlüssen	Erhöhung der Abschreibungen aus Unternehmenszusammenschlüssen

# Restatement Segmente 2018-6

in Mio. CHF

