

tamedia:

Communiqué

Tamedia im ersten Halbjahr mit knapp positivem Ergebnis

Wirtschaftskrise führt zu Umsatzrückgang um 15,9 Prozent. Ergebnis bleibt mit 0,8 Mio. CHF knapp positiv. Einstellung des Solothurner Tagblatts per Ende September.

Zürich, 3. September 2009 – Das Ergebnis von Tamedia im ersten Halbjahr 2009 steht im Zeichen einer scharfen Rezession sowie eines Einbruchs der Werbeinvestitionen. Der Umsatz (Betriebsertrag) sank um 15,9 Prozent auf 389,0 Mio. CHF (Vorjahr 462,8 Mio. CHF). Der Betriebsaufwand verringerte sich im gleichen Zeitraum um lediglich 1,7 Prozent auf 368,4 Mio. CHF. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) verzeichnete in der Folge einen Rückgang um 76,6 Prozent auf 20,6 Mio. CHF (Vorjahr 88,2 Mio. CHF). Die EBITDA-Marge liegt damit neu bei 5,3 Prozent (Vorjahr 19,1 Prozent). Mit 3,5 Mio. CHF (Vorjahr 71,8 Mio. CHF) weist Tamedia im ersten Halbjahr ein knapp positives Betriebsergebnis nach Abschreibungen (EBIT) aus. Die EBIT-Marge beträgt 0,9 Prozent (Vorjahr 15,5 Prozent).

Das Ergebnis der weitergeführten Bereiche ging im ersten Halbjahr 2009 auf unbefriedigende 1,4 Mio. CHF (Vorjahr: 65,4 Mio. CHF) zurück. Darin nicht enthalten sind die Frühzustellaktivitäten, die an die Schweizerische Post übertragen werden sollen. Das Gesamtergebnis inklusive nicht weitergeführter Bereiche liegt neu bei 0,8 Mio. CHF (Vorjahr: 59,4 Mio. CHF).

Der seit Juni 2008 zu verzeichnende Rückgang der Werbeinvestitionen hat sich verschärft. Die Stellenanzeigen in Tageszeitungen brachen gemäss Inseratestatistik der Wemf um 47,4 Prozent ein. Wie bereits in früheren Konjunkturzyklen trifft dieser Einbruch die führenden Stellenbeilagen Alpha und Stellen-Anzeiger mit voller Kraft. Die gesamten Werbeumsätze der Schweizer Tagespresse gingen um 24,3 Prozent zurück.

Kennzahlen

(in Mio. CHF)

	30.06.2009	30.06.2008 ¹	Veränd. in %
Umsatz (Betriebsertrag)	389,0	462,8	(15,9)
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	20,6	88,2	(76,6)
Marge in %	5,3	19,1	(72,2)
Betriebsergebnis (EBIT)	3,5	71,8	(95,2)
Marge in %	0,9	15,5	(94,3)
Ergebnis der weitergeführten Bereiche	1,4	65,4	(97,9)
Ergebnis der nicht weitergeführten Bereiche	(0,6)	(6,0)	(90,0)
Ergebnis	0,8	59,4	(98,7)
Marge in %	0,2	12,8	(98,5)
Ergebnis pro Aktie in CHF	0.06	5.86	(99,0)

¹ Die Werte der Vorperiode wurden als Folge eines Restatements rückwirkend angepasst.

Um den konjunkturellen und strukturellen Entwicklungen zu begegnen, hat Tamedia im ersten Halbjahr Kostensenkungsmassnahmen im Umfang von 47,8 Mio. CHF ergriffen. Mit zwei Sozialplänen, die mit den zuständigen Personalkommissionen ausgehandelt wurden, nimmt das Unternehmen seine soziale Verantwortung als Arbeitgeber wahr. Die Kostensenkungsmassnahmen, die 2010 vollumfänglich ergebniswirksam werden, belasten das Halbjahresergebnis deshalb mit einmaligen Restrukturierungskosten in der Höhe von 7,9 Mio. CHF. Gleichzeitig baute Tamedia die Engagements im Bereich Online mit neuen Beteiligungen und den Investitionen in das Newsnetz von Basler Zeitung, Berner Zeitung, Der Bund, Tages-Anzeiger und Thurgauer Zeitung sowie in 20 Minuten Online weiter aus. Aufgrund der konjunkturellen Aussichten rechnet Tamedia bis Ende 2010 mit weiter rückläufigen Werbeumsätzen. Mit den angekündigten Kostensenkungs- sowie Synergieeffekten sollte jedoch ab 2010 eine spürbare Ergebnisverbesserung erreicht werden können.

Zeitungen

Der Umsatz (Betriebsertrag) des Geschäftsfeldes Zeitungen ging um 20,3 Prozent auf 268,7 Mio. CHF zurück. Fast alle Medien des Geschäftsfeldes verzeichneten einen Umsatzrückgang. Erstmals seit ihrer Lancierung liegen Umsatz und Betriebsergebnis der Pendlerzeitung 20 Minuten deutlich unter Vorjahr. Besonders ausgeprägt ist der Rückgang bei der Sonntagszeitung, bei der durch die Finanzkrise getroffenen Finanz und Wirtschaft, bei der Berner Zeitung sowie beim Tages-Anzeiger und seinen Stellenbeilagen. Die bei Bund und Tages-Anzeiger im Rahmen eines Neukonzeptes für beide Titel bereits ergriffenen Kostensenkungsmassnahmen werden sich erst im zweiten Halbjahr 2009 positiv auf das Ergebnis auswirken. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) des Geschäftsfeldes Zeitungen sank von 48,1 Mio. CHF im Vorjahr auf - 9,3 Mio. CHF. Das Betriebsergebnis (EBIT) ging auf -11,1 Mio. CHF (Vorjahr 46,7 Mio. CHF) zurück. Die EBIT-Marge brach um 18,0 Prozentpunkte auf -4,1 Prozent ein.

Zeitschriften

Die tiefgreifende Krise der Automobilbranche sowie strukturelle Verlagerungen führten bei den Fachmedien Mobil zu einem starken Umsatz- und Ergebnisrückgang. Zusätzlich belastet wird das Ergebnis des Geschäftsfeldes Zeitschriften durch die direkt der Erfolgsrechnung belasteten Aufbauinvestitionen in das Ende 2008 neu lancierte People-Magazin 20 Minuten Friday, das die Erwartungen sowohl in Bezug auf den Leser- als auch den Werbemarkt übertrifft. Unter Berücksichtigung dieser Faktoren behauptete sich das Geschäftsfeld Zeitschriften in einem stark negativen Marktumfeld erfolgreich. Der Umsatz ging gegenüber dem Vorjahr um 9,1 Prozent auf 49,8 Mio. CHF zurück (54,8 Mio. CHF). Das EBITDA des Geschäftsfeldes Zeitschriften sank um 54,5 Prozent auf 4,0 Mio. CHF (Vorjahr 8,7 Mio. CHF). Das Ergebnis auf Stufe EBIT ging im gleichen Ausmass auf 3,8 Mio. CHF zurück (Vorjahr 8,6 Mio. CHF). Die EBIT-Marge liegt mit 7,7 Prozent um 7,9 Prozentpunkte unter dem Vorjahreswert (15,6 Prozent), kann jedoch im derzeitigen Umfeld als zufriedenstellend bezeichnet werden.

Elektronische Medien

Der Umsatz des Geschäftsfeldes elektronische Medien stieg um 8,2 Prozent auf 42,0 Mio. CHF. Die vor einem Jahr gemeinsam mit der Basler Zeitung lancierte Online-Nachrichtenplattform Newsnetz steigerte sowohl Besucherzahlen als auch Werbeumsätze deutlich und erreichte gegen Ende des ersten Halbjahres auf Monatsbasis erstmals die Gewinnschwelle. Weiterhin positiv entwickelten sich auch 20 Minuten Online und Homegate. Bei den Stellenplattformen alpha.ch und jobwinner.ch führte die negative konjunkturelle Entwicklung hingegen, wenn auch erheblich weniger stark als bei den gedruckten Stellenbeilagen, zu einem Umsatzrückgang. Die Radio- und Fernsehaktivitäten entwickelten sich mit Ausnahme von Radio 24 weiterhin unbefriedigend. Das EBITDA des Geschäftsfeldes elektronische Medien verbesserte sich um 0,3 Mio. CHF auf -1,4 Mio. CHF (Vorjahr -1,7 Mio. CHF). Das Betriebsergebnis (EBIT) blieb unverändert bei -3,1 Mio. CHF. Die EBIT-Marge liegt neu bei -7,3 Prozent (Vorjahr -7,9 Prozent).

Services

Die geringeren Volumina im Zeitungsdruck führten sowohl in den Druckzentren als auch in der Vorstufe zu einem Umsatzrückgang. Der Umsatz des Geschäftsfeldes Services lag in den ersten sechs Monaten des Jahres mit 118,6 Mio. CHF um 20,2 Prozent unter dem Vorjahreswert von 148,6 Mio. CHF. Das EBITDA verringerte sich in der Folge um 17,3 Prozent auf 27,4 Mio. CHF (Vorjahr 33,1 Mio. CHF). Die Marge stieg leicht von 22,3 auf 23,1 Prozent an. Das EBIT sank um 29,7 Prozent auf 13,8 Mio. CHF (Vorjahr 19,6 Mio. CHF), was zu einem Rückgang der EBIT-Marge um 1,6 Prozentpunkte auf 11,6 Prozent führte (Vorjahr 13,2 Prozent). In diesem Ergebnis nicht enthalten sind die Frühzustellaktivitäten, die als nicht weitergeführte Bereiche ausgewiesen werden.

Segmentinformation der weitergeführten Geschäftsfelder

(in Mio. CHF)

	Umsatz (Betriebsertrag)		Betriebsergebnis (EBIT)	
	30.06.2009	30.06.2008 ¹	30.06.2009	30.06.2008 ¹
Zeitungen	268,7	337,1	(11,1)	46,7
Zeitschriften	49,8	54,8	3,8	8,6
Elektronische Medien	42,0	38,8	(3,1)	(3,1)
Services	118,6	148,6	13,8	19,6
Elimination	(90,0)	(116,6)	0,0	0,0
Total	389,0	389,0	3,5	71,8

¹ Die Werte der Vorperiode wurden als Folge eines Restatements rückwirkend angepasst.

Einstellung des Solothurner Tagblatts

Das Solothurner Tagblatt, eine Regionalausgabe der Berner Zeitung, soll in der zweiten Hälfte des Septembers 2009 eingestellt werden. Die Espace Media Groupe hatte das Solothurner Tagblatt 2001 als Ergänzung zu den bestehenden Regionalausgaben lanciert. Die Leserschaftsentwicklung des Titels blieb jedoch deutlich hinter den ursprünglichen Erwartungen zurück. In den letzten Jahren schrieb das Solothurner Tagblatt konstante Verluste in Millionenhöhe. Die Einstellung, die unter dem Vorbehalt des gesetzlichen Mitwirkungsverfahrens steht, führt zum Abbau von 13.8 Vollzeitstellen, wovon 17 Mitarbeitende betroffen sind. Für die betroffenen Mitarbeitenden besteht ein Sozialplan. Die Einstellung wird das Ergebnis des zweiten Halbjahres 2009 mit einmaligen Restrukturierungskosten in noch offener Höhe belasten und sich erst ab 2010 positiv auswirken.

Portrait

Tamedia ist ein Schweizer Medienhaus mit Sitz in Zürich. Mit seinen Tages- und Wochenzeitungen, Zeitschriften, Onlineplattformen, regionalen Radio- und TV-Stationen sowie Zeitungsdruckereien gehört Tamedia zu den führenden Medienunternehmen der Schweiz. Das Unternehmen wurde 1893 gegründet und ist seit 2000 an der Schweizer Börse kotiert (Symbol TAMN, Valor 1117825, ISIN CH001117825). Tamedia beschäftigt insgesamt 3'200 Mitarbeitende. Nach der Zustimmung durch die Wettbewerbskommission plant Tamedia bis 2013 die schrittweise Übernahme des Schweizer Geschäfts von Edipresse.

Weitere Auskünfte:

Christoph Zimmer, Leiter Unternehmenskommunikation,
Telefon +41 (0)44 248 41 90, E-Mail christoph.zimmer@tamedia.ch

Detailliertere Angaben zum Halbjahresabschluss 2009 auf:
www.tamedia.ch > Investor Relations > Finanzberichte

Weitere Informationen zu Tamedia: www.tamedia.ch
Newsletter-Service: www.tamedia.ch > Newsletter