

Ergebnisverbesserung trotz stagnierender Werbeinvestitionen

Das Schweizer Medienhaus Tamedia steigert seinen Umsatz im ersten Halbjahr 2010 auf 386,4 Mio. CHF (Vorjahr 377,3 Mio. CHF). Das Umsatzwachstum ist insbesondere auf neu erworbene Medien wie search.ch, Zürcher Unterländer und Zürichsee-Zeitung zurückzuführen. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) stieg dank Kostensenkungsmassnahmen um 154,4 Prozent auf 66,1 Mio. CHF (Vorjahr 26,0 Mio. CHF). Das Betriebsergebnis nach Abschreibungen (EBIT) liegt neu bei 48,8 Mio. CHF (Vorjahr 9,1 Mio. CHF). Aus der Beteiligung von 49,9 Prozent an der Presse Publications SR S.A. (PPSR) flossen 10,8 Mio. CHF in das Ergebnis ein.

Zürich, 1. September 2010 – Das Medienhaus Tamedia steigerte seinen Umsatz im ersten Halbjahr 2010 leicht um 2,4 Prozent auf 386,4 Mio. CHF (Vorjahr 377,3 Mio. CHF). Das Umsatzwachstum ist insbesondere auf neu erworbene Medien wie search.ch, Zürcher Unterländer und Zürichsee-Zeitung zurückzuführen. Die im Vorjahr ergriffenen Kostensenkungsmassnahmen führten gleichzeitig zu einem deutlichen Rückgang des Betriebsaufwandes um 8,8 Prozent auf 320,4 Mio. CHF. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) verzeichnete in der Folge einen deutlichen Anstieg um 154,4 Prozent auf 66,1 Mio. CHF (Vorjahr 26,0 Mio. CHF). Die EBITDA-Marge liegt damit bei 17,1 Prozent (Vorjahr 6,9 Prozent). Mit 48,8 Mio. CHF weist Tamedia im ersten Halbjahr ein deutlich höheres Betriebsergebnis nach Abschreibungen (EBIT) aus als im Vorjahr (9,1 Mio. CHF). Die EBIT-Marge beträgt 12,6 Prozent (Vorjahr 2,4 Prozent).

Das Ergebnis der weitergeführten Bereiche verzeichnete im ersten Halbjahr 2010 einen Anstieg auf 49,9 Mio. CHF (Vorjahr: 5,7 Mio. CHF). Aus der neu erworbenen Beteiligung von 49,9 Prozent an der Presse Publications SR S.A. (PPSR), die die wesentlichen Schweizer Medienaktivitäten von Edipresse umfasst, flossen 10,8 Mio. CHF in das Ergebnis ein. Nicht in den weitergeführten Bereichen enthalten sind insbesondere die Aktivitäten der Thurgauer Zeitung, die Mitte April 2010 an die NZZ-Mediengruppe veräussert wurde. Das Gesamtergebnis inklusive nicht weitergeführter Bereiche liegt neu bei 52,5 Mio. CHF (Vorjahr: 0,8 Mio. CHF).

Kennzahlen in Mio. CHF	30.06.2010	30.06.2009 ¹	Veränderung in %	
Betriebsumsatz	386,4	377,3	2,4	
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	66,1	26,0	154,4	
Marge	in %	17,1	6,9	148,4
Betriebsergebnis (EBIT)	48,8	9,1	438,4	
Marge	in %	12,6	2,4	425,6
Ergebnis der weitergeführten Bereiche	49,9	5,7	768,6	
Ergebnis der nicht weitergeführten Bereiche	2,7	(5,0)	(153,4)	
Ergebnis	52,5	0,8	n.a.	
Marge	in %	13,6	0,2	n.a.
Ergebnis pro Aktie	in CHF	5.03	0.06	n.a.
Mittelfluss aus Geschäftstätigkeit	79,4	15,5	412,6	
Bilanzsumme per 30.06./31.12.	1 321,3	1 145,0	15,4	
Eigenfinanzierungsgrad	in %	63,2	70,8	(10,3)

¹ Die Werte der Vorperiode wurden als Folge von Umgliederungen nicht weitergeführter Aktivitäten rückwirkend angepasst. Weitere Angaben dazu finden sich im Abschnitt Umgliederungen nicht weitergeführte Aktivitäten.

Die Werbeinvestitionen, die seit Juni 2008 kontinuierlich zurückgegangen waren, stabilisierten sich im ersten Halbjahr 2010 auf deutlich tieferem Niveau. Einzelne Monate des ersten Halbjahres wiesen im Vorjahresvergleich steigende Werbeinvestitionen aus. Erneut einen Rückgang verzeichneten mit -8,8 Prozent die Stellenanzeigen, die jeweils mit Verzögerung auf einen Aufschwung am Arbeitsmarkt reagieren. Die gesamten Werbeumsätze der Schweizer Presse lagen im ersten Semester mit plus 0,4 Prozent knapp über dem Vorjahreswert, mit -18,5 Prozent jedoch nach wie vor deutlich unter dem ersten Halbjahr 2008. Tamedia rechnet für die nächsten Monate mit weitgehend stabilen Werbeinvestitionen.

Zeitungen

Der Umsatz des Geschäftsfeldes Zeitungen stieg um 0,4 Prozent auf 255,0 Mio. CHF. Das Wachstum ist insbesondere auf die erstmals für zwei Monate berücksichtigten Titel Zürcher Unterländer und Zürichsee-Zeitung sowie auf 20 Minuten und die Sonntagszeitung zurückzuführen. Erneut einen Umsatzrückgang verzeichneten hingegen die Berner Zeitung und der Tages-Anzeiger. Die regionalen Tageszeitungen von Tamedia schlossen das erste Halbjahr mit einem knapp ausgeglichenen Ergebnis ab. Erfreulich ist die Entwicklung des Bund, der erstmals seit mehr als einem Jahrzehnt ein ausgeglichenes Ergebnis ausweist. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) des Geschäftsfeldes Zeitungen verbesserte sich, insbesondere dank der im Vorjahr ergriffenen Kostensenkungsmassnahmen, von -2,2 Mio. CHF auf 30,6 Mio. CHF. Das Betriebsergebnis (EBIT) stieg auf 28,5 Mio. CHF (Vorjahr -3,7 Mio. CHF). Die EBIT-Marge liegt mit 11,2 Prozent deutlich über dem Vorjahreswert (-1,5 Prozent).

Zeitschriften

Der Umsatz des Geschäftsfeldes Zeitschriften nahm um 0,6 Prozent auf 48,7 Mio. CHF zu. Einen positiven Umsatzbeitrag leistete neben der Schweizer Familie und den Fachmedien Mobil auch das Ende 2008 lancierte People-Magazin 20 Minuten Friday. Annabelle und TVtäglich hingegen wiesen in einem schwierigen Marktumfeld einen Umsatzrückgang aus. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) des Geschäftsfeldes Zeitschriften verbesserte sich von 3,7 Mio. CHF auf 9,4 Mio. CHF. Die Ergebnisverbesserung ist breit abgestützt. Besonders erfreulich entwickelte sich erneut die Schweizer Familie. Das Ergebnis auf Stufe EBIT legte deutlich auf 9,2 Mio. CHF zu (Vorjahr 3,6 Mio. CHF). Die EBIT-Marge liegt bei 19,0 Prozent (Vorjahr 7,4 Prozent).

Elektronische Medien

Der Umsatz des Geschäftsfeldes elektronische Medien stieg um 25,7 Prozent auf 52,8 Mio. CHF. Das Wachstum ist ausschliesslich auf Onlinemedien zurückzuführen. Neben der erstmals berücksichtigten Onlineplattformen search.ch, jobup.ch und swissfriends.ch trugen auch 20 Minuten Online und das Newsnetz zum Wachstum bei. Weiterhin positiv entwickelte sich die Immobilienplattform Homegate. Die Radio- und Fernsehaktivitäten blieben hinter den Erwartungen zurück und leisteten keinen Ergebnisbeitrag. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) des Geschäftsfeldes elektronische Medien verbesserte sich um 4,4 Mio. CHF auf 3,0 Mio. CHF (Vorjahr -1,4 Mio. CHF). Das Betriebsergebnis (EBIT) stieg auf 0,4 Mio. CHF (Vorjahr -3,1 Mio. CHF). Die EBIT-Marge liegt damit neu bei 0,7 Prozent (Vorjahr -7,3 Prozent).

Services

Der Umsatz des Geschäftsfeldes Services lag in den ersten sechs Monaten des Jahres mit 99,4 Mio. CHF um 18,4 Prozent unter dem Vorjahreswert von 119,3 Mio. CHF. Erstmals wurde auch der Umsatz des Druckzentrums DZO Druck Oetwil, in dem die Zürcher Landzeitungen gedruckt werden, im Geschäftsfeld Services berücksichtigt. Die noch einmal tieferen Volumina im Zeitungsdruck führten jedoch sowohl in den Druckzentren als auch in der Vorstufe zu einem deutlichen Umsatzrückgang. Das EBITDA verringerte sich in der Folge um 10,8 Prozent auf 23,1 Mio. CHF (Vorjahr 25,9 Mio. CHF). Die Marge stieg hingegen leicht von 21,7 auf

23,2 Prozent an. Das EBIT ging um 12,7 Prozent auf 10,7 Mio. CHF (Vorjahr 12,3 Mio. CHF) zurück, was zu einer Erhöhung der EBIT-Marge um 0,5 Prozentpunkte auf 10,8 Prozent führte (Vorjahr 10,3 Prozent).

Segmentinformation der weitergeführten Geschäftsfelder

in Mio. CHF	Umsatz (Betriebsertrag)		Betriebsergebnis (EBIT)	
	30.06.2010	30.06.2009 ¹	30.06.2010	30.06.2009 ¹
Zeitungen	255,0	253,8	28,5	(3,7)
Zeitschriften	48,7	48,4	9,2	3,6
Elektronische Medien	52,8	42,0	0,4	(3,1)
Services	99,4	119,3	10,7	12,3
Elimination	(69,3)	(86,2)	0,0	0,0
Total	386,4	377,3	48,8	9,1

¹ Die Werte der Vorperiode wurden als Folge von Umgliederungen nicht weitergeführter Aktivitäten rückwirkend angepasst. Weitere Angaben dazu finden sich im Abschnitt Umgliederungen nicht weitergeführte Aktivitäten.

Die Presse Publications SR S.A. (PPSR), die die wesentlichen Schweizer Medienaktivitäten von Edipresse umfasst, wurde den hohen Erwartungen im ersten Halbjahr 2010 gerecht. Bei einem Umsatz von 176,7 Mio. CHF erwirtschaftete PPSR ein Betriebsergebnis nach Abschreibungen (EBIT) von 24,8 Mio. CHF. Die EBIT-Marge lag damit bei 14,0 Prozent. Besonders erfreulich entwickelten sich die gemeinsam betriebene Pendlerzeitung 20 minutes und die ebenfalls bereits zusammengeführten Online-Marktplätze. Da Tamedia bis Anfang 2011 lediglich eine Minderheitsbeteiligung von 49,9 Prozent an der PPSR S.A. hält, wird deren Umsatz im Halbjahresabschluss von Tamedia nicht berücksichtigt. Entsprechend der Beteiligung von 49,9 Prozent floss jedoch mit 10,8 Mio. CHF rund die Hälfte des Reingewinns von 21,6 Mio. CHF in das Ergebnis von Tamedia ein.

Neben dem Zusammenschluss mit den Schweizer Medienaktivitäten von Edipresse steht für Tamedia in den nächsten Monaten die Zukunft der Zürcher Regionalzeitungen im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. Gemeinsam mit den Partnern Ziegler Druck und Verlags AG (Der Landbote) sowie Zürcher Oberland Medien AG (Zürcher Oberländer) werden derzeit mögliche Kooperationen geprüft. Die Partner haben entschieden, ihr Anzeigengeschäft ab 2011 gemeinsam zu betreiben. Bis Ende 2010 sollen weitere Projekte abgeschlossen werden.

Weitere Auskünfte

Christoph Zimmer, Leiter Unternehmenskommunikation Tamedia,
Telefon +41 (0)44 248 41 00, E-Mail christoph.zimmer@tamedia.ch

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. Bis 2013 wird das Unternehmen das Schweizer Geschäft schrittweise mit Edipresse Schweiz zusammenschliessen.

Weitere Informationen zu Tamedia: www.tamedia.ch

Halbjahresabschluss 2010: www.tamedia.ch > Investor Relations > Finanzberichte

Newsletter-Service: www.tamedia.ch > Newsletter