
NZZ Mediengruppe

AKTIONÄRSBRIEF

Erstes Halbjahr 2016





Etienne Jornod



Veit V. Dengler

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre

Im vergangenen Halbjahr gelang es uns, die NZZ-Mediengruppe weiter zu transformieren. Die Strategie beginnt zu greifen und führt zu einer verbesserten Profitabilität. Das Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) konnten wir um 5,9 Mio. CHF auf 14,5 Mio. CHF steigern, das Gruppenergebnis um 7,7 Mio. CHF auf 12,0 Mio. CHF. Diese Zeichen sind ermutigend. Verwaltungsrat und Unternehmensleitung sind sich aber bewusst, dass viel Arbeit vor uns liegt und wir uns stets neu auf das sich verändernde Marktumfeld ausrichten müssen.

Unser Umsatz verschiebt sich kontinuierlich weg von Werbung und Druck, hin zum Lesermarkt und Erträgen aus neuen Geschäftsfeldern. Während die Printwerbung stark rückläufig ist, wächst der Umsatz mit digitaler Werbung weiterhin. Um dieses Potenzial noch besser auszuschöpfen, haben wir im Frühjahr Audiencz, eine neue Gesellschaft für die digitale Werbevermarktung gegründet. Mit ihr wollen wir unsere Marktstellung im Premiumsegment mit Digital-Dienstleistungen ausbauen.

Der zahlende Kunde steht im Zentrum unserer Strategie. Der Umsatz im Lesermarkt ist gruppenweit stabil und wächst bei den NZZ Medien erneut. Dieses Wachstum werden wir mit neuen und verbesserten Angeboten und Produkten forcieren. Zahlreiche Massnahmen zielen in diese Richtung. So haben wir das NZZ-E-Paper grundlegend erneuert; es ist nun auch auf dem Smartphone lesbar. In der Ostschweiz erreicht das neue Onlineportal FM1Today bereits mehr als eine halbe Million Seitenaufrufe pro Woche. Die Newsportale unserer Regionalzeitungen («Neue Luzerner Zeitung», «St. Galler Tagblatt», «Thurgauer Zeitung», «Zuger Zeitung» usw.) präsentieren sich in neuem Design. Auch personell gab es bei den Regionalmedien eine wichtige Verstärkung. Pascal Hollenstein, der frühere stellvertretende Chefredaktor der «NZZ am Sonntag», übernahm die neu geschaffene Position des Leiters Publizistik der Regionalmedien. In dieser Funktion wird er die Regionalmedien als anspruchsvolle publizistische Stimme in der Zentral- und Ostschweiz weiterentwickeln.

Bei den Business Medien setzen wir unsere Wachstumsstrategie in den Bereichen Informationsdienste, Konferenzen und Fachmedien um. Den – meist professionellen – Nutzern bieten wir vertrauenswürdige und hochwertige Informationslösungen und Zugang zu einer passenden Community, den Werbekunden Zugang zu relevanten Zielgruppen. Im März haben wir unser Portfolio um den führenden Bauinformationsdienst Bindexis erweitert. Bindexis ergänzt das Angebot von Moneyhouse, der grössten Wirtschaftsinformationsplattform der Schweiz.

Neben diesen Wachstumsinitiativen kontrollieren wir weiterhin konsequent unsere Kosten und realisieren gruppenweit Synergien. So werden wir bis Ende Jahr die Druckvorstufe stärker automatisieren und zum Teil an einen Drittanbieter auslagern. Unverändert bleibt unser Anspruch, unseren Kunden höchste Qualität zu bieten.

Wir setzen unseren Transformationskurs in hohem Tempo fort. Der neu zusammengesetzte Verwaltungsrat ist gut gestartet und wird diesen Kurs mit viel Unternehmergeist weiterverfolgen. Danke, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, dass Sie uns dabei die Treue halten.

Freundliche Grüsse

Etienne Jornod, Präsident

Veit V. Dengler, CEO

FINANZIELLE BERICHTERSTATTUNG

Kennzahlen des ersten Halbjahres

in 1000 CHF	30.06.16	30.06.15	VERÄNDERUNG IN %
Betrieblicher Gesamtertrag (BGE)	218 646	225 885	-3,2
Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Zinsen (EBITDA) › in % vom BGE	23 619 10,8 %	21 235 9,4 %	11,2
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) › in % vom BGE	14 454 6,6 %	8 508 3,8 %	69,9
Gruppenergebnis › in % vom BGE (Umsatzrendite)	11 972 5,5 %	4 275 1,9 %	180,1
Ergebnis pro Aktie	272	80	241,8
Eigenkapital (inkl. Minderheitsanteile) per 30.06./31.12. › Eigenfinanzierungsgrad per 30.06./31.12.	275 452 63,6 %	293 142 65,2 %	-6,0

Erfolgsrechnung NZZ-Mediengruppe

Der betriebliche Umsatz der NZZ-Mediengruppe nahm im ersten Halbjahr 2016 infolge tieferer Werbemarkt- und Druckerträge ab. Deutliche Kosteneinsparungen konnten den Umsatzrückgang jedoch mehr als kompensieren, wodurch sich das Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) gegenüber dem Vorjahr um 5,9 Mio. CHF auf 14,5 Mio. CHF verbesserte. Dies wirkte sich auch positiv auf den Gruppengewinn aus, der um 7,7 Mio. CHF auf rund 12,0 Mio. CHF anstieg.

Im ersten Semester 2016 erzielte die NZZ-Mediengruppe einen betrieblichen Gesamtertrag von 218,6 Mio. CHF. Dies entspricht einem Rückgang gegenüber der Vorjahresperiode um 3%. Der Werbemarktumsatz ging erwartungsgemäss weiter zurück. Im Bereich Werbemarkt Print beträgt die Abnahme 10%, was in etwa der vergleichbaren schweizerischen Marktentwicklung entspricht. Dagegen verzeichnen die Einnahmen aus dem digitalen Werbemarkt auch dank neuer Produkte einen Zuwachs um 4%. Stabile Erträge erzielte die NZZ-Mediengruppe

im Lesermarkt mit Abo- und Einzelverkäufen. Die Umsatzzunahme aus digitalen Abonnements konnte die rückläufigen Print-Abonnements sogar leicht überkompensieren. Der Verkauf der Appenzeller Druckerei per Ende März 2015, die Schliessung des Druckzentrums in Schlieren sowie das weiterhin herausfordernde Umfeld im Akzidenzdruck führten zu einer Abnahme des Druckertrags um 24%. Zum deutlichen Umsatzwachstum bei den übrigen Erträgen trugen im Wesentlichen die in der Vorjahresperiode noch nicht konsolidierten neuen Tochtergesellschaften Architonic und Bindexis bei.

Trotz zusätzlichem Aufwand durch die neuen Beteiligungen reduzierte sich der betriebliche Gesamtaufwand gegenüber der Vorjahresperiode deutlich um 13,2 Mio. CHF oder 6% auf 204,2 Mio. CHF. Die Abnahme ist im Wesentlichen auf Kosteneinsparungen durch die Einstellung des Druckbetriebs in Schlieren, Prozessoptimierungen und reduzierte Unterhaltskosten sowie auf umsatzbedingt tiefere Druckkosten zurückzuführen.

Die Kosteneinsparungen konnten die Umsatzeinbussen aus dem Werbemarkt Print deutlich überkompensieren. Ausserdem resultieren aus den neuen Beteiligungen zusätzliche Ergebnisbeiträge. Insgesamt verbesserte sich die EBIT-Marge gegenüber der Vorjahresperiode von 3,8% auf 6,6%.

Das Finanzergebnis fällt per Halbjahr aufgrund von Fremdwährungseffekten positiv aus. In der Vorjahresperiode belasteten Kursverluste infolge der Aufhebung des Euro-Mindestkurses sowie Wertberichtigungen im Zusammenhang mit assoziierten Beteiligungen das

Ergebnis. Im Jahr 2015 beinhaltet das ausserordentliche Ergebnis Gewinne aus dem Verkauf von Liegenschaften und der Appenzeller Druckerei.

Die Steuerbelastung reduzierte sich trotz besserem Ergebnis aufgrund steuerlich nutzbarer Verlustvorträge.

Die NZZ-Mediengruppe verbesserte im ersten Halbjahr 2016 den Gruppengewinn von 4,3 Mio. CHF auf 12,0 Mio. CHF, was gegenüber Vorjahr einer Verbesserung der Umsatzrendite von 1,9% auf 5,5% entspricht. Auf die Minderheiten entfallen wie im Vorjahr 1,1 Mio. CHF.

Konsolidierte Erfolgsrechnung

in 1000 CHF	JAN – JUN 16	JAN – JUN 15	VERÄNDERUNG	IN %
Ertrag Werbemarkt	89 388	96 208 ¹	-6 820	-7
Ertrag Lesermarkt	77 824	77 513	311	0
Druckertrag	18 562	24 564	-6 002	-24
Übriger Ertrag	32 872	27 599	5 273	19
Betrieblicher Gesamtertrag	218 646	225 885	-7 239	-3
Betrieblicher Gesamtaufwand	204 192	217 377 ¹	-13 185	-6
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	14 454	8 508	5 946	70
Finanzergebnis	316	-3 075	3 391	-
Betriebsfremdes und ausserordentliches Ergebnis	-350	1 776	-2 126	-
Gruppenergebnis vor Steuern	14 420	7 209	7 211	100
Ertragssteuern	-2 448	-2 934	486	17
Gruppenergebnis	11 972	4 275	7 697	180
Anteiliges Ergebnis der Aktionäre der AG für die Neue Zürcher Zeitung	10 897	3 189	7 708	242
Minderheitsanteile	1 075	1 086	-11	-1

¹ Aufgrund einer Umstellung von Brutto- zu Nettoverbuchung wurden die Vorjahreszahlen entsprechend adjustiert.

Finanzieller Ausblick auf das zweite Semester

Das Marktumfeld in den Bereichen Werbemarkt Print und Druck wird herausfordernd bleiben. Vor diesem Hintergrund strebt die NZZ-Mediengruppe mit neuen und verbesserten Angeboten Umsatzwachstum im Lesermarkt an und treibt den Ausbau des Geschäftsbereichs Business Medien voran.

Auf der Kostenseite setzt sie weiterhin auf ein straffes Kostenmanagement. Die Einsparungen aus der Schliessung des Druckbetriebs Schlieren werden im zweiten Semester im Vorjahresvergleich jedoch geringer ausfallen als dies im ersten Semester der Fall war, da dieser Effekt im zweiten Halbjahr 2015 bereits zum Tragen kam. Um dem Umsatzrückgang im Werbemarkt zu begegnen, nutzt die NZZ-Mediengruppe weitere Synergien etwa durch die Zentralisierung der Druckvorstufe.

Bilanz NZZ-Mediengruppe

Die Bilanzsumme der NZZ-Mediengruppe reduzierte sich im ersten Halbjahr um 16,8 Mio. CHF auf 432,8 Mio. CHF. Der Rückgang erklärt sich hauptsächlich durch die Abnahme der liquiden Mittel, da insbesondere die Investitionen in konsolidierte Gesellschaften sowie Dividendenausschüttungen den Geldzufluss aus der Geschäftstätigkeit übertrafen. Die leichte Zunahme beim übrigen Umlaufvermögen ist auf saisonale Schwankungen zurückzuführen.

Das Anlagevermögen verringerte sich um 3,2 Mio. CHF oder 2%. Bei den Finanzanlagen führte die Vergabe von Darlehen an Beteiligungsgesellschaften zu einem leichten Anstieg. Bei den Sach- und Immateriellen Anlagen über-

trafen dagegen die ordentlichen Abschreibungen den Investitionsbedarf.

Das Fremdkapital veränderte sich seit Jahresbeginn nur geringfügig. Der leichte Anstieg ist im Wesentlichen auf die Integration von Bindexis zurückzuführen.

Das Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile nahm im ersten Halbjahr um 6% auf 275,5 Mio. CHF ab, weil Goodwill-Verrechnungen aus Akquisitionen und Dividendenausschüttungen höher ausfielen als der Gruppengewinn. Die Eigenkapitalquote ging im Vergleich zum Jahresbeginn um 1,6 Prozentpunkte auf 63,6% zurück.

Konsolidierte Bilanz

AKTIVEN in 1000 CHF	30.06.16	IN %	31.12.15	IN %
Liquide Mittel und Wertschriften	203 406	47	218 887	49
Übriges Umlaufvermögen	65 068	15	63 264	14
Umlaufvermögen	268 474	62	282 151	63
Finanzanlagen	30 262	7	29 524	7
Sach- und Immaterielle Anlagen	134 079	31	137 979	30
Anlagevermögen	164 341	38	167 503	37
Total Aktiven	432 815	100	449 654	100
PASSIVEN in 1000 CHF				
Kurzfristiges Fremdkapital	153 472	35	152 410	34
Langfristiges Fremdkapital	3 891	1	4 102	1
Fremdkapital	157 363	36	156 512	35
Eigenkapital exkl. Minderheitsanteile	259 574	60	276 160	61
Minderheitsanteile	15 878	4	16 982	4
Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile	275 452	64	293 142	65
Total Passiven	432 815	100	449 654	100

Konsolidierte Geldflussrechnung

in 1000 CHF	JAN – JUN 16	JAN – JUN 15	VERÄNDERUNG
Cashflow aus Geschäftstätigkeit	18 543	29 055	- 10 512
Cashflow aus Investitionstätigkeit	- 22 012	- 5 303	- 16 709
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	- 11 660	- 5 120	- 6 540
Einfluss aus Währungsumrechnung	18	- 570	588
Veränderung Liquide Mittel	- 15 111	18 062	- 33 173
Liquide Mittel am 01.01.	190 260	165 420	
Liquide Mittel am 30.06.	175 149	183 482	
Veränderung Liquide Mittel	- 15 111	18 062	- 33 173

ANHANG

Grundsätze der Rechnungslegung

Die vorliegende Konzernrechnung umfasst die ungeprüften Halbjahresabschlüsse der AG für die Neue Zürcher Zeitung und ihrer Tochtergesellschaften für die am 30. Juni 2016 endende Berichtsperiode. Es wurden die gleichen Rechnungslegungsgrundsätze (Swiss GAAP FER) wie im Geschäftsbericht 2015 angewendet. Die Halbjahresberichterstattung richtet

sich nach der ergänzenden Fachempfehlung für kotierte Unternehmen gemäss Swiss GAAP FER 31, Abschnitt «Zwischenberichterstattung». Die Halbjahresrechnung umfasst nicht alle Angaben wie sie in der konsolidierten Jahresrechnung enthalten sind und sollte daher in Verbindung mit der Konzernrechnung per 31. Dezember 2015 gelesen werden.

Änderungen im Konsolidierungskreis

Im ersten Halbjahr 2016 ergaben sich folgende Veränderungen im Konsolidierungskreis:

GESELLSCHAFT	VERÄNDERUNG
Bindexis Schweizer Bauinformation AG	Die AG für die Neue Zürcher Zeitung erwarb im März 100% der schweizweit führenden Plattform für Bauinformationen.
Audienzz AG	Die AG für die Neue Zürcher Zeitung gründete im ersten Quartal die neue digitale Werbevermarktungsfirma der NZZ-Mediengruppe.
IFH Interforum Holding AG	Die AG für die Neue Zürcher Zeitung kaufte im zweiten Quartal die verbleibenden 13% Anteile an der Holding der SEF-Gruppe.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag (Stichtag 9. August 2016)

Die Audienzz AG erwarb im August 2016 20% Anteile an der Zulu5 AG. Das Online-Marketing-Unternehmen setzt eine im Markt führende Monitoring-Technologie ein, um Marktdaten zu erheben, Trends zu eruieren, Onlinewerbung zu überwachen und Kunden vor Missbrauch zu schützen.

Finanzkalender

Über das Ergebnis des Gesamtjahres 2016 werden wir Sie im März 2017 orientieren. Die Generalversammlung der AG für die Neue Zürcher Zeitung findet am Samstag, 22. April 2017 statt.

AG für die Neue Zürcher Zeitung
Unternehmenskommunikation
Falkenstrasse 11
CH-8021 Zürich
Telefon +41 44 258 11 11
www.nzzmediengruppe.ch