

---

**NZZ** Mediengruppe

**AKTIONÄRSBRIEF**  
*Erstes Halbjahr 2015*





Etienne Jornod



Veit V. Dengler

## Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre

Die Transformation der NZZ-Mediengruppe verläuft planmässig so, wie dies der Verwaltungsrat Anfang 2014 beschlossen hat. Die wichtigsten Veränderungen im ersten Halbjahr 2015 waren: der Relaunch von NZZ.ch und die Lancierung von vier neuen NZZ-Produkten, die Rückführung der Werbevermarktung in die Eigenregie sowie die Schliessung des Druckzentrums Schlieren per Ende Juni – das bislang grösste Kostensenkungsprogramm.

Der Umsatz liegt aufgrund des Geschäftsbereichs Druck leicht unter Vorjahresniveau. Im Lesermarkt bestätigen die Resultate unsere Strategie: Entgegen den Markttrends erzielten wir stabile Umsätze mit Abo- und Einzelverkäufen. Im Print-Werbemarkt – der Vorjahresvergleich ist hier beeinträchtigt – hat die NZZ-Mediengruppe besser abgeschlossen als der Schweizer Zeitungsmarkt. Dieser wurde durch die Aufhebung des Euro-Mindestkurses erschüttert. Viele Unternehmen haben ihre Werbebudgets merklich gekürzt. Die strategischen Investitionen in die Publizistik beeinflussten erwartungsgemäss die Halbjahresrechnung. Die positiven Ergebnisse der neuen Produkte und der Kosteninitiativen, wie der Druckereischliessung, werden sich mit Zeitverzögerung manifestieren.

Etlche Medienunternehmen reagieren auf die Erosion ihres Stammgeschäfts, indem sie diversifizieren – in Marktplätze, E-Commerce oder Werbevermittlung. Die NZZ-Mediengruppe hat sich für eine andere Strategie entschieden. Wir konzentrieren uns auf unsere publizistischen Stärken sowie mediennahe Angebote wie Konferenzen und Informationsdienste. In einem Marktumfeld, das sich rasch wandelt, können wir mit dieser klaren Fokussierung am besten bestehen.

Die im März neu gewählte NZZ-Chefredaktion mit Eric Gujer, Felix E. Müller und Anita Zielina arbeitet mit Nachdruck daran, unsere publizistischen Produkte weiterzuentwickeln. So ging Ende Mai die neue NZZ.ch-Website online. Diese ist optimal auf alle Endgeräte abgestimmt. Um konkurrenzfähig zu bleiben, müssen wir laufend innovative Angebote entwickeln. Allein in den letzten sechs Monaten haben wir im Bereich Medien NZZ vier neue Produkte lanciert: Mit «NZZ Geschichte» geben wir das erste historische Magazin der Deutschschweiz heraus. Die App NZZ Selekt ist ein reines Digitalprodukt und bietet dem eiligen Leser Tiefgang für zwischendurch. Mit der Jugendzeitung «NZZ Toolbox» hat die NZZ ein neues journalistisches Format für Jugendliche geschaffen. Und NZZ.at, unser digitales Bezahlprodukt für Österreich, erlaubt uns, mit beschränktem Risiko Ideen zu testen und das Gelernte auch für andere Produkte zu nutzen. Mit solchen Investitionen erschliessen wir uns neue Ertragsquellen und rüsten uns für die Zukunft.

Die Einstellung des Druckbetriebs in Schlieren war ein wichtiger Schritt. So einschneidend der Entscheid für die Betroffenen war, wir senken und variabilisieren damit nachhaltig unsere Druckkosten. Die Auslagerung der Druckaufträge ist inzwischen abgeschlossen und verlief reibungslos. Unsere Leserinnen und Leser erhalten ihre Zeitungen in gewohnter Qualität. Die Aufträge von Drittkunden konnten wir praktisch alle in unser Druckzentrum Winkeln übertragen. Besonders freut uns, dass die meisten Mitarbeitenden eine neue Stelle gefunden haben. Allen Beteiligten gilt unser Dank.

Ihnen, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, danken wir für Ihr Vertrauen, das Sie uns auch an der Generalversammlung so deutlich ausgesprochen haben, und für Ihre Geduld. Wir werden weiterhin alles daran setzen, die NZZ-Mediengruppe erfolgreich durch diese herausfordernde Zeit zu führen.

Freundliche Grüsse

Etienne Jornod, Präsident

Veit V. Dengler, CEO

# FINANZIELLE BERICHTERSTATTUNG

## Kennzahlen des ersten Halbjahres

in 1000 CHF	30.06.15	30.06.14	VERÄNDERUNG IN %
Betrieblicher Gesamtertrag (BGE)	227 523	233 954	-2,7
Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Zinsen (EBITDA) › in % vom BGE	21 235 9,3 %	28 042 12,0 %	-24,3
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) › in % vom BGE	8 508 3,7 %	13 531 5,8 %	-37,1
Gruppenergebnis › in % vom BGE	4 275 1,9 %	9 210 3,9 %	-53,6
Ergebnis pro Aktie	80	159	-49,8
Eigenkapital (inkl. Minderheitsanteile) per 30.06./31.12. › Eigenfinanzierungsgrad per 30.06./31.12.	295 964 64,6 %	301 679 66,4 %	-1,9

## Erfolgsrechnung NZZ-Mediengruppe

Der betriebliche Umsatz der NZZ-Mediengruppe nahm im ersten Halbjahr 2015 vor allem infolge von tieferen Druckerträgen ab. Strategische Investitionen und Einbussen aus dem Werbemarkt belasten das operative Ergebnis (EBIT) weiterhin, wodurch der EBIT gegenüber dem Vorjahr um 5,0 Mio. CHF auf 8,5 Mio. CHF sinkt. Dies schlägt sich auch im Gruppengewinn nieder, der mit 4,3 Mio. CHF um 4,9 Mio. CHF tiefer ausfällt als im Vorjahr.

Der betriebliche Gesamtertrag ging im ersten Halbjahr gegenüber der Vorjahresperiode um 3 % respektive 6,4 Mio. CHF auf 227,5 Mio. CHF zurück. Der Werbemarktumsatz verzeichnete einen leichten Rückgang, wobei die Eingliederung der Werbevermarktung in die NZZ-Mediengruppe per 1. Januar 2015 den Vorjahresvergleich beeinträchtigt. Bis 2014 war diese an die Publicitas ausgelagert, dadurch wurde der Werbemarktertrag nach Abzug der Verkaufskommission ausgewiesen. Ab 2015 entfällt diese Erlösminderung. Der vergleichbare Print-Werbeerlös nahm aufgrund des weiterhin rückläufigen Print-Werbe-

markts, unter anderem als Folge der Frankenstärke, um 10 % ab. Damit schliesst die NZZ-Mediengruppe besser ab als der Markt: Gemäss Umsatzstatistik der Schweizer Presse liegt der Werbeumsatz der Tages- und Sonntagspresse im ersten Halbjahr 12 % unter Vorjahr. Hingegen verzeichnete die NZZ-Mediengruppe im digitalen Werbemarkt ein erneutes Umsatzwachstum von 4 %. Stabile Umsätze wurden im Lesermarkt (Abo und Einzelverkäufe) erzielt. Die Zunahme der digitalen Abonnements hat die rückläufigen Printabonnements nahezu kompensiert. Im Druckbereich führten der Verkauf der Appenzeller Druckerei, die Auswirkungen auf Drittaufträge durch die Schliessung des Druckzentrums in Schlieren sowie das anhaltend schwierige Umfeld im Akzidenzbereich zu deutlich tieferen Umsätzen. Die Zunahme bei den übrigen Erträgen ist hauptsächlich dem Wachstum im Konferenzgeschäft zuzuschreiben.

Der betriebliche Gesamtaufwand reduzierte sich gegenüber der Vorjahresperiode um 1 % auf 219,0 Mio. CHF.

Zur Abnahme trugen im Wesentlichen die umsatz- und verkaufsbedingt tieferen Druckkosten, Auswirkungen des Euro-Kurses sowie geringerer Abschreibungsbedarf infolge der Schliessung des Druckzentrums Schlieren bei. Dagegen stehen höhere Aufwendungen, die durch die Integration von 112 Mitarbeitern der Werbevermarktung sowie gezielte Investitionen in Publizistik und neue Produkte entstanden sind.

Das operative Ergebnis (EBIT) ging gegenüber der Vorjahresperiode um 5,0 Mio. CHF auf 8,5 Mio. CHF zurück. Belastend wirkten sich vor allem tiefere Umsätze im Print-Werbemarkt sowie erwartungsgemäss die strategischen Investitionen in das Kerngeschäft aus.

Das Finanzergebnis prägten im ersten Halbjahr Kursverluste infolge der Aufhebung des Euro-Mindestkurses sowie Wertberichtigungen im Zusammenhang mit assoziierten Beteiligungen. Das ausserordentliche Ergebnis beinhaltet Gewinne aus dem Verkauf von Liegenschaften und der Appenzeller Druckerei.

Im ersten Halbjahr 2015 erzielte die NZZ-Mediengruppe einen Gruppengewinn von 4,3 Mio. CHF. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einem Rückgang um 4,9 Mio. CHF. Auf die Minderheiten entfallen 1,1 Mio. CHF.

## Konsolidierte Erfolgsrechnung

in 1000 CHF	JAN – JUN 15	JAN – JUN 14	VERÄNDERUNG	IN %
Ertrag Werbemarkt	97 847	98 438	- 592	- 1
Ertrag Lesermarkt	77 513	77 756	- 243	0
Druckertrag	24 564	30 806	- 6 242	- 20
Übriger Ertrag	27 599	26 954	645	2
<b>Betrieblicher Gesamtertrag</b>	<b>227 523</b>	<b>233 954</b>	<b>- 6 431</b>	<b>- 3</b>
Betrieblicher Gesamtaufwand	219 015	220 423	- 1 408	- 1
<b>Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)</b>	<b>8 508</b>	<b>13 531</b>	<b>- 5 023</b>	<b>- 37</b>
Finanzergebnis	- 3 075	- 1 478	- 1 597	-
Betriebsfremdes und ausserordentliches Ergebnis	1 776	32	1 744	-
<b>Gruppenergebnis vor Steuern</b>	<b>7 209</b>	<b>12 085</b>	<b>- 4 876</b>	<b>- 40</b>
Ertragssteuern	- 2 934	- 2 875	- 59	- 2
<b>Gruppenergebnis</b>	<b>4 275</b>	<b>9 210</b>	<b>- 4 935</b>	<b>- 54</b>
Anteiliges Ergebnis der Aktionäre der AG für die Neue Zürcher Zeitung	3 189	6 354	- 3 166	- 50
Minderheitsanteile	1 086	2 856	- 1 770	- 62

## Bilanz NZZ-Mediengruppe

Die Bilanzsumme der NZZ-Mediengruppe erhöhte sich im ersten Halbjahr um 3,6 Mio. CHF auf 458,1 Mio. CHF. Der Liquiditätsbestand stieg vor allem durch den positiven Free Cashflow von 23,8 Mio. CHF an, was unter anderem auf den Verkauf von Liegenschaften zurückzuführen ist. Bei den Forderungen neutralisiert die Begleichung einer per Ende 2014 ausstehenden Faktura eines Grosskunden die Auswirkungen durch die Integration der Werbevermarktung. Die leichte Abnahme des übrigen Umlaufvermögens ist mit saisonalen Schwankungen zu begründen.

Das Anlagevermögen verringerte sich um 13,3 Mio. CHF, was im Wesentlichen auf den Verkauf von Liegenschaften und der Appenzeller Druckerei zurückzuführen ist. Die

Finanzanlagen reduzierten sich vor allem im Zusammenhang mit Wertkorrekturen und dem Ausstieg aus einer assoziierten Beteiligung.

Zum Anstieg des Fremdkapitals führten hauptsächlich die Eingliederung der Werbevermarktung sowie kurzfristige Verbindlichkeiten, die saisonal bedingt höher liegen.

Das Eigenkapital inkl. Minderheiten reduzierte sich im ersten Halbjahr um 5,7 Mio. CHF auf 296,0 Mio. CHF. Der Rückgang ist im Wesentlichen auf Dividendenausschüttungen und Goodwill-Verrechnungen aus Akquisitionen zurückzuführen. Die Eigenkapitalquote ging gegenüber Jahresbeginn um knapp 2 Prozentpunkte auf 64,6% zurück.

### Konsolidierte Bilanz

<b>AKTIVEN</b> in 1000 CHF	<b>30.06.15</b>	<b>IN %</b>	<b>31.12.14</b>	<b>IN %</b>
Liquide Mittel und Wertschriften	212 302	46	194 042	43
Übriges Umlaufvermögen	64 222	14	65 554	14
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>276 524</b>	<b>60</b>	<b>259 596</b>	<b>57</b>
Finanzanlagen	32 977	7	34 525	8
Sach- und Immaterielle Anlagen	148 603	33	160 363	35
<b>Anlagevermögen</b>	<b>181 580</b>	<b>40</b>	<b>194 888</b>	<b>43</b>
<b>Total Aktiven</b>	<b>458 104</b>	<b>100</b>	<b>454 484</b>	<b>100</b>
<b>PASSIVEN</b> in 1000 CHF				
Kurzfristiges Fremdkapital	150 837	33	141 568	32
Langfristiges Fremdkapital	11 303	2	11 237	2
<b>Fremdkapital</b>	<b>162 140</b>	<b>35</b>	<b>152 805</b>	<b>34</b>
Eigenkapital exkl. Minderheitsanteile	278 998	61	284 919	63
Minderheitsanteile	16 966	4	16 760	3
<b>Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile</b>	<b>295 964</b>	<b>65</b>	<b>301 679</b>	<b>66</b>
<b>Total Passiven</b>	<b>458 104</b>	<b>100</b>	<b>454 484</b>	<b>100</b>

### Konsolidierte Geldflussrechnung

in 1000 CHF	<b>JAN – JUN 15</b>	<b>JAN – JUN 14</b>	<b>VERÄNDERUNG</b>
Cashflow aus Geschäftstätigkeit	29 055	30 991	- 1 936
Cashflow aus Investitionstätigkeit	- 5 303	4 718	- 10 021
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	- 5 120	- 9 101	3 981
Einfluss aus Währungsumrechnung	- 570	- 20	- 550
<b>Veränderung Liquide Mittel</b>	<b>18 062</b>	<b>26 588</b>	<b>- 8 526</b>
Liquide Mittel am 01.01.	165 420	188 585	
Liquide Mittel am 30.06.	183 482	215 173	
<b>Veränderung Liquide Mittel</b>	<b>18 062</b>	<b>26 588</b>	<b>- 8 526</b>

---

# 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 2015 endende Berichtsperiode. Es wurden die gleichen Rechnungslegungsgrundsätze (Swiss GAAP FER) wie im Geschäftsbericht 2014 angewendet. Die Halbjahresbericht-

erstattung richtet sich nach der ergänzenden Fachempfehlung 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 2014 gelesen werden.

## Änderungen im Konsolidierungskreis

Im ersten Halbjahr 2015 ergaben sich folgende Veränderungen im Konsolidierungskreis:

GESELLSCHAFT	VERÄNDERUNG
Maxiprint Licensing International AG, Baar	Die LZ Medien Holding AG kaufte im Januar 2015 die restlichen 68% Anteile. Die Gesellschaft wurde rückwirkend auf den 1. Januar 2015 mit der Maxiprint.ch AG fusioniert.
Moneyhouse Deutschland AG, Risch	Die Moneyhouse AG beteiligte sich mit 51% an der im Januar 2015 gegründeten Gesellschaft.
Ostschweiz Events GmbH, St. Gallen	Die OAW AG übernahm im Juni 2015 100% der Stammanteile mit gleichzeitiger Integration.
IFH Interforum Holding AG, Zürich	Die AG für die Neue Zürcher Zeitung erhöhte im ersten Quartal 2015 ihren Anteil an der Holding der SEF-Gruppe um 7% auf 87%.
Interactive Advice AG, Zürich	Die Neue Zürcher Zeitung AG stieg im April 2015 aus der assoziierten Beteiligung aus.

## Ereignisse nach dem Bilanzstichtag (Stichtag 11. August 2015)

Die AG für die Neue Zürcher Zeitung erwarb im Juli 2015 eine Mehrheitsbeteiligung an der Architonic AG, der führenden Online-Rechercheplattform für Architektur und Design.

## Finanzkalender

Über das Ergebnis des Gesamtjahres 2015 werden wir Sie im März 2016 orientieren. Die Generalversammlung der AG für die Neue Zürcher Zeitung findet am Samstag, 16. April 2016 statt.

AG für die Neue Zürcher Zeitung  
Unternehmenskommunikation  
Falkenstrasse 11  
CH-8021 Zürich  
Telefon +41 44 258 11 11  
[www.nzzmediengruppe.ch](http://www.nzzmediengruppe.ch)