

**Aktionärsbrief**  
Erstes Halbjahr 2019

## VORWORT

Etienne Jornod,  
VR-Präsident  
NZZ-Mediengruppe



Felix Graf,  
CEO  
NZZ-Mediengruppe



### Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre

Die NZZ-Mediengruppe weist für das erste halbe Jahr 2019 einen leichten Gewinnrückgang bei gleichzeitig gesteigerter Umsatzrendite aus. Wie schon im Geschäftsbericht 2018 ist der Vorjahresvergleich durch die Ausgliederung der Regionalmedien allerdings erheblich erschwert. Bei einer adjustierten Betrachtung lässt sich feststellen, dass sich das Kerngeschäft im operativen Ergebnis stabil entwickelt.

Erfreulich ist vor allem das Wachstum im Nutzermarkt. Sowohl in Franken wie auch bei der Anzahl Abonnements kann eine Steigerung gegenüber der Vorjahresperiode verzeichnet werden. Die Rückgänge in anderen Bereichen werden dadurch kompensiert. Diese positive Entwicklung ist für uns von strategischer Bedeutung, da wir angesichts der rückläufigen Werbemarkterträge langfristig auf die Finanzierung aus dem Nutzermarkt setzen. Wachstum können wir heute vor allem mit digitalen Produkten erzielen. Unsere Kunden sind in diesem Bereich einen hohen Standard gewohnt und die Bedürfnisse wandeln sich laufend. Umso wichtiger ist die stetige Optimierung und Anpassung der Produkte, wie wir sie zum Beispiel auch beim digitalen Neuauftritt der «NZZ am Sonntag» vorgenommen haben. Auch unsere Arbeitsprozesse sind verstärkt auf die digitale Nutzung auszurichten. Vor allem bei unserem Kernprodukt NZZ gilt heute «digital/mobile first». Wir gewinnen Leserinnen und Leser vor allem durch die zunehmende mobile Nutzung. Entsprechend wichtig ist ein laufend verbessertes mobiles Nutzererlebnis.

Selbstverständlich vergessen wir dabei unsere Leserinnen und Leser sowie die Werbekunden der klassischen Zeitung nicht. Unsere Printausgaben bleiben ein wesentlicher Eckpfeiler unseres Angebots. In den vergangenen Monaten haben wir auch die Zeitungsproduktion weiter professionalisiert, um unsere Kräfte zu bündeln und die Ausspielung von Inhalten auf verschiedenen Kanälen zu flexibilisieren. Bei der NZZ sollen die Ressorts zwar für die Inhalte und Themensetzung verantwortlich sein, aber nicht mehr für die Produktion der Zeitung.

Unsere Kernherausforderung ist nicht nur der stete Wandel der Mediennutzung – wir bewegen uns vor allem auch in einem relativ kleinen Heimmarkt. Umso wichtiger ist es, unsere Angebote auszuweiten und neue Märkte zu erschliessen. So entwickelt sich beispielsweise unser massgeschneidertes Produkt für Deutschland sehr erfreulich. Wir haben die zahlenden Kunden gegenüber der Vorjahresperiode verdoppelt und erreichen heute insgesamt rund 14 000 Abonnenten. Zudem sind wir daran, gezielt neue Zielgruppen zu adressieren, etwa durch spezielle Formate und Angebote für Frauen sowie für jüngere Leserinnen und Leser.

Zu solchen unternehmerischen Initiativen zählt auch das neu lancierte Finanzportal «The Market», das sich an professionelle Investoren richtet. Dabei handelt es sich um ein Gemeinschaftsunternehmen der NZZ-Mediengruppe mit einem Gründerteam von Finanzjournalisten, das sich vertieft mit den Entwicklungen an den Finanzmärkten auseinandersetzt.

In personeller Hinsicht waren die letzten Monate von einigen Wechseln geprägt. Im Mai konnten wir die neue Leitung der NZZ Konferenzen und des Swiss Economic Forum bekannt geben. Und auch beim Zurich Film Festival ist die Kontinuität durch eine Nachfolgeregelung sichergestellt. Wir sind zudem froh, dass ab Mitte Jahr auch unsere Geschäftsleitung wieder komplett ist und durch branchenerfahrene Fachkräfte im Bereich Vertrieb und Produkte ergänzt wird. So werden wir in der Lage sein, auch die zweite Jahreshälfte mit voller Kraft in Angriff zu nehmen.

Freundliche Grüsse

Etienne Jornod  
Präsident

Felix Graf  
CEO

# FINANZIELLE BERICHTERSTATTUNG

## Kennzahlen des ersten Halbjahres

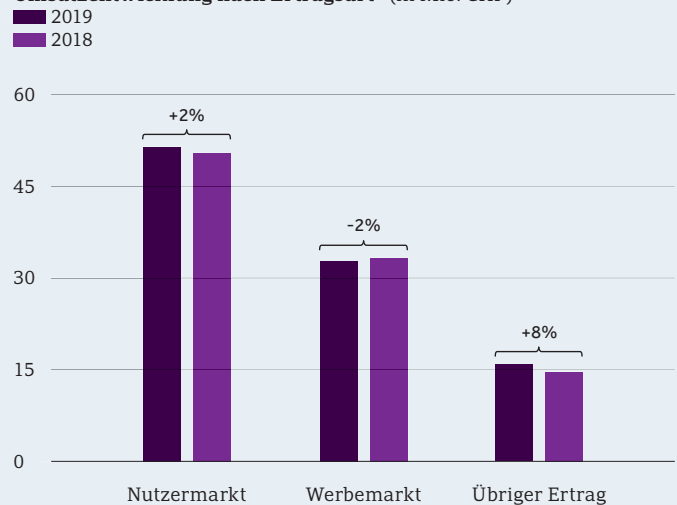
| in 1000 CHF  | 30.06.19         | 30.06.18         | VERÄNDERUNG IN % |
|--|------------------|------------------|------------------|
| Betrieblicher Gesamtertrag   | 110 330          | 203 039          | -45,7            |
| Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Zinsen (EBITDA)<br><i>in % vom Gesamtertrag</i>                      | 11 854<br>10,7%  | 19 539<br>9,6%   | -39,3            |
| Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)<br><i>in % vom Gesamtertrag</i>                               | 8 166<br>7,4%    | 12 608<br>6,2%   | -35,2            |
| Gruppenergebnis<br><i>in % vom Gesamtertrag (Umsatzrendite)</i>  | 9 388<br>8,5%    | 11 301<br>5,6%   | -16,9            |
| Ergebnis pro Aktie   | 225              | 266              | -15,3            |
| Eigenkapital (inkl. Minderheitsanteile) per 30.06./31.12.<br><i>Eigenfinanzierungsgrad per 30.06./31.12.</i> | 256 771<br>76,7% | 264 257<br>75,6% | -2,8             |

## Erfolgsrechnung NZZ-Mediengruppe

Im ersten Semester 2019 erzielte die NZZ-Mediengruppe einen betrieblichen Gesamtertrag von 110,3 Mio. CHF. Der Umsatzvergleich mit dem Vorjahr hat keine Aussagekraft, da die ehemaligen NZZ-Regionalmedien-Gesellschaften im Geschäftsjahr 2018 bis 30.9.2018 vollkonsolidiert wurden und das Joint Venture CH Media (Anteil: 50%) seit dem operativen Start am 1.10.2018 neu nach der Equity-Methode in die Konzernrechnung einfließt. Zur besseren Vergleichbarkeit wurden die Umsatzzahlen um die Einflüsse der Konsolidierungsänderung und nicht weitergeführten Geschäftsbereiche adjustiert (siehe Grafik nebenan). Der Ertrag Nutzermarkt konnte um 2% gesteigert werden, was v. a. auf die Zunahme der Anzahl zahlender Kunden um 5% seit dem 1.7.2018 zurückzuführen ist. Der Werbemarktumsatz nahm mit einem Minus von 2% erwartungsgemäss weiter ab. Die Erlöse aus dem Print-Werbemarkt waren nur um 3% rückläufig, wobei im Vorjahr die Belastung durch den Konkurs der Werbevermarkterin Publicitas zu berücksichtigen ist. Bereinigt um diesen Effekt entwickelte sich die NZZ weiterhin besser als der vergleichbare Schweizer Markt. Die digitalen Werbemarkteinnahmen konnten trotz stark rückläufiger Displaywerbung auf dem Vorjahresniveau gehalten werden. Die Zunahme von 8% beim übrigen Ertrag erklärt sich insbesondere mit zusätzlichen Veranstaltungen im Konferenzgeschäft. Insgesamt bewegt sich der adjustierte betriebliche Gesamtertrag leicht über Vorjahr.

Der betriebliche Gesamtaufwand resultierte per 30.6.19 bei 105,0 Mio. CHF, wobei auch hier ein Vergleich zum Vorjahr nicht möglich ist. Bereinigt um die Einflüsse der Konsolidierungsänderung und nicht weitergeführten Geschäftsbereiche würde eine leichte Abnahme resultieren. Den tieferen Direktkosten und Einsparungen im Personalaufwand stehen dabei Mehrausgaben für strategische Initiativen entgegen.

Umsatzentwicklung nach Ertragsart\* (in Mio. CHF)



\* Adjustiert um Einflüsse der Konsolidierungsänderung und nicht weitergeführte Geschäftsbereiche

Das anteilige Ergebnis am Joint Venture CH Media betrug im 1. Semester 2019 2,9 Mio. CHF. Dabei wurde in einem sehr schwierigen Marktumfeld mit substantziellen Umsatzrückgängen im Werbemarkt Print und TV Lokal sowie im Druck ein Umsatz von 218,0 Mio. CHF erwirtschaftet. Zudem ist die Kostenseite weiterhin durch die Integrationsaufwendungen geprägt. Die operativen Ergebnisse EBITDA und EBIT von 16,9 bzw. 6,8 Mio. CHF liegen noch unter den Erwartungen und zeigen zugleich, wie wichtig das Gemeinschaftsunternehmen sowie die Realisierung der Synergien für die Weiterentwicklung der Regionalmedien ist.

Das Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) liegt mit 8,2 Mio. CHF um 4,4 Mio. CHF unter dem Vorjahreswert. Die EBIT-Marge erhöhte sich von 6,2% auf 7,4%, was aber auf die erläuterten Einflüsse der Konsolidierungsänderung zurückzuführen ist. Das Kerngeschäft entwickelt sich stabil. Der EBIT-Rückgang ist im Wesentlichen durch Sondereffekte im Vorjahr begründet: Beim Verkauf einer Liegenschaft

sowie eines Betriebsteils im Bereich Fachzeitschriften wurde ein Gewinn von 3,2 Mio. CHF realisiert. Zusätzlich wird im laufenden Geschäftsjahr bei CH Media das Unternehmensergebnis (inkl. Finanzergebnis und Steuern) konsolidiert und nicht nur dessen operatives Ergebnis (Effekt aus Steuern knapp 1 Mio. CHF). Der positive Vorjahreseffekt wegen dem Publicitas-Konkurs wird durch den aktuellen Geschäftsgang der CH Media neutralisiert.

Dank einer stark positiven Wertschriftenperformance fällt das Finanzergebnis deutlich über dem Vorjahr aus. Der Steueraufwand liegt wegen der Konsolidierungsänderung unter Vorjahr.

Die NZZ-Mediengruppe verzeichnete im ersten Halbjahr 2019 einen Gewinnrückgang um 1,9 Mio. CHF auf 9,4 Mio. CHF. Die Umsatzrendite nahm gegenüber dem Vorjahr von 5,6% auf 8,5% zu.

## Konsolidierte Erfolgsrechnung

| in 1000 CHF   | JAN – JUN 19       | JAN – JUN 18        | VERÄNDERUNG    | IN %       |
|---|--------------------|---------------------|----------------|------------|
| Ertrag Nutzermarkt  | 51 592             | 88 673              | -37 081        | -42        |
| Ertrag Werbemarkt   | 32 810             | 73 153              | -40 343        | -55        |
| Druckertrag   | 0                  | 17 714              | -17 714        | -100       |
| Übriger Ertrag  | 25 928             | 23 499 <sup>1</sup> | 2 429          | 10         |
| <b>Betrieblicher Gesamtertrag</b>                                     | <b>110 330</b>     | <b>203 039</b>      | <b>-92 709</b> | <b>-46</b> |
| <b>Betrieblicher Gesamtaufwand</b>                                    | <b>105 040</b>     | <b>190 431</b>      | <b>-85 391</b> | <b>-45</b> |
| Ergebnisanteil an Joint Ventures                                      | 2 876 <sup>2</sup> | 0 <sup>2</sup>      | 2 876          | -          |
| <b>Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)</b>                 | <b>8 166</b>       | <b>12 608</b>       | <b>-4 442</b>  | <b>-35</b> |
| Finanzergebnis  | 2 247              | 758                 | 1 489          | 196        |
| Ausserordentliches Ergebnis   | -48                | 0                   | -48            | -          |
| <b>Gruppenergebnis vor Steuern</b>                                    | <b>10 365</b>      | <b>13 366</b>       | <b>-3 001</b>  | <b>-22</b> |
| Ertragssteuern  | -978               | -2 065              | 1 087          | -53        |
| <b>Gruppenergebnis</b>  | <b>9 387</b>       | <b>11 301</b>       | <b>-1 914</b>  | <b>-17</b> |
| Anteiliges Ergebnis der Aktionäre der AG für die Neue Zürcher Zeitung | 8 996              | 10 622              | -1 626         | -15        |
| Minderheitsanteile  | 391                | 679                 | -288           | -42        |

<sup>1</sup> Zum Halbjahr 2018 wurden «Andere betriebliche Erträge» von 3 253 TCHF, welche Gewinne aus Anlageverkäufe umfassten, separat ausgewiesen. Neu werden diese unter dem «Übrigen Ertrag» gezeigt. Die Vorjahreswerte wurden entsprechend angepasst.

<sup>2</sup> Per 1. Oktober 2018 wurde das Regionalmediengeschäft in das Joint Venture CH Media eingebracht. Die entsprechenden Umsätze und Aufwendungen sind ab diesem Zeitpunkt nicht mehr konsolidiert. Das anteilige Unternehmensergebnis von CH Media wird neu separat ausgewiesen.

## Finanzieller Ausblick auf das zweite Semester

Der Fokus liegt unverändert auf wichtigen strategischen Umsetzungsinitiativen wie die digitale Transformation zu «digital/mobile first», Kundenwachstum in der Schweiz und Deutschland sowie laufend zu optimierenden Produktangeboten. Im strategisch wichtigen Nutzermarkt soll derart das Umsatzwachstum gegenüber Vorjahr fortgeführt werden. Jedoch ist auch im zweiten Halbjahr von einem Umsatzrück-

gang im Print-Werbemarkt auszugehen. Auf der Kostenseite werden sich die strategischen Investitionen in bestehende und neue Angebote sowie in Technologie und Marketing auswirken. Umgekehrt erwarten wir bei den Regionalmedien aufgrund der Wirksamkeit des Synergieprogramms eine leichte Margenverbesserung.

## Bilanz NZZ-Mediengruppe

Die Bilanzsumme der NZZ-Mediengruppe reduzierte sich im ersten Halbjahr um 14,4 Mio. CHF auf 334,9 Mio. CHF. Der Bestand an liquiden Mitteln und Wertschriften nimmt ins-

gesamt um 12,3 Mio. CHF ab und ist bei der Geldflussrechnung erläutert. Die Veränderung des übrigen Umlaufvermögens ist auf saisonale Schwankungen zurückzuführen.

Das Anlagevermögen nahm nur unwesentlich um 1,0 Mio. CHF ab. Der Geschäftsgang von CH Media wirkt sich dabei auf die Position Finanzanlagen aus.

Die Abnahme des Fremdkapitals von 6,9 Mio. CHF ist im Wesentlichen durch den Carve-out des regionalen Werbe-marktverkaufs per 1.1.19 von der NZZ Media Solutions zur CH Media begründet.

Das Eigenkapital inklusive Minderheitsanteile verzeichnete im ersten Semester eine Abnahme um 7,5 Mio. CHF. Dies erklärt sich mit den Dividendenausschüttungen sowie Goodwill-Verrechnungen und tieferen Minderheitsanteilen

im Zusammenhang mit den Anteilszukäufen am Zurich Film Festival (siehe auch «Änderungen im Konsolidierungskreis»). Die Eigenkapitalquote steigt im Vergleich zum Jahresbeginn um 1,1 Prozentpunkte auf 76,7% leicht an.

In der Geldflussrechnung ist CH Media aufgrund der geänderten Konsolidierungsart nicht mehr enthalten. Dies ist der Hauptgrund für die Abnahme des Cashflows aus Geschäftstätigkeit (CH Media gesamt von 1.1. – 30.6.: +18,4 Mio. CHF). Weiter erklärt sich die Abnahme der flüssigen Mittel insbesondere aus dem Einmaleffekt bei den Verbindlichkeiten (siehe Fremdkapital) und den Dividendenausschüttungen vom Frühjahr.

## Konsolidierte Bilanz

### Aktiven

| in 1000 CHF                      | 30.06.19       | IN %       | 31.12.18       | IN %       |
|----------------------------------|----------------|------------|----------------|------------|
| Liquide Mittel und Wertschriften | 147 543        | 44         | 159 837        | 46         |
| Übriges Umlaufvermögen           | 39 586         | 12         | 40 681         | 11         |
| <b>Umlaufvermögen</b>            | <b>187 129</b> | <b>56</b>  | <b>200 518</b> | <b>57</b>  |
| Finanzanlagen                    | 101 743        | 30         | 99 884         | 29         |
| Sach- und Immaterielle Anlagen   | 46 075         | 14         | 48 933         | 14         |
| <b>Anlagevermögen</b>            | <b>147 818</b> | <b>44</b>  | <b>148 817</b> | <b>43</b>  |
| <b>Total Aktiven</b>             | <b>334 947</b> | <b>100</b> | <b>349 335</b> | <b>100</b> |

### Passiven

| in 1000 CHF                                  | 30.06.19       | IN %       | 31.12.18       | IN %       |
|--|----------------|------------|----------------|------------|
| Kurzfristiges Fremdkapital                   | 78 135         | 23         | 85 037         | 24         |
| Langfristiges Fremdkapital                   | 41             | 0          | 41             | 0          |
| <b>Fremdkapital</b>                          | <b>78 176</b>  | <b>23</b>  | <b>85 078</b>  | <b>24</b>  |
| Eigenkapital exkl. Minderheitsanteile        | 251 113        | 75         | 256 752        | 74         |
| Minderheitsanteile                           | 5 658          | 2          | 7 505          | 2          |
| <b>Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile</b> | <b>256 771</b> | <b>77</b>  | <b>264 257</b> | <b>76</b>  |
| <b>Total Passiven</b>                        | <b>334 947</b> | <b>100</b> | <b>349 335</b> | <b>100</b> |

## Konsolidierte Geldflussrechnung

| in 1000 CHF                         | JAN – JUN 19   | JAN – JUN 18  | VERÄNDERUNG   |
|-------------------------------------|----------------|---------------|---------------|
| Cashflow aus Geschäftstätigkeit     | 2 845          | 18 834        | -15 989       |
| Cashflow aus Investitionstätigkeit  | -6 382         | -12 926       | 6 544         |
| Cashflow aus Finanzierungstätigkeit | -10 489        | -11 234       | 745           |
| Einfluss aus Währungsumrechnung     | -93            | -56           | -37           |
| <b>Veränderung Liquide Mittel</b>   | <b>-14 119</b> | <b>-5 382</b> | <b>-8 737</b> |
| Liquide Mittel am 01.01.            | 119 342        | 173 046       |               |
| Liquide Mittel am 30.06.            | 105 223        | 167 664       |               |
| <b>Veränderung Liquide Mittel</b>   | <b>-14 119</b> | <b>-5 382</b> | <b>-8 737</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 2019 endende Berichtsperiode. Es wurden die gleichen Rechnungslegungsgrundsätze (Swiss GAAP FER) wie im Geschäfts-

bericht 2018 angewendet. 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 2018 gelesen werden.

## Änderungen im Konsolidierungskreis

Im ersten Halbjahr 2019 ergaben sich folgende wesentliche Veränderungen im Konsolidierungskreis:

| GESELLSCHAFT   | VERÄNDERUNG  |
|--|--|
| Zurich Film Festival AG<br>Spoundation Motion Picture AG | Die AG für die Neue Zürcher Zeitung hat per 15. Mai je 24% der Anteile an den beiden Tochtergesellschaften erworben und damit ihre Beteiligungsquote jeweils auf 76% erhöht. |
| FPH Freie Presse Holding AG                              | Die FPH Freie Presse Holding AG wurde rückwirkend per 1.1.2019 in die AG für die Neue Zürcher Zeitung fusioniert.  |
| NZZ Media Solutions AG                                   | Die NZZ Media Solutions AG wurde rückwirkend per 1.1.2019 in die Neue Zürcher Zeitung AG fusioniert.   |
| RecruitingHUB (Schweiz) AG                               | Die Neue Zürcher Zeitung AG veräusserte im ersten Quartal ihre Minderheitsbeteiligung von 15%.   |

## Finanzkalender

Über das Ergebnis des Gesamtjahres 2019 werden wir Sie im März 2020 orientieren. Die Generalversammlung der AG für die Neue Zürcher Zeitung findet am Samstag, 18. April 2020, statt.