NZZ

Aktionärsbrief

Erstes Halbjahr 2021

Vorwort

Etienne Jornod
VR Präsident
Unternehmen NZZ

Felix Graf
CEO
Unternehmen NZZ

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre

Vor einem Jahr gingen wir noch davon aus, dass wir in der Schweiz die Auswirkungen der Coronapandemie durch die getroffenen Schutzmassnahmen weitgehend hatten eindämmen können – und dann kamen weitere Wellen mit den bekannten Folgen. Wir alle haben in den letzten Monaten gelernt, mit Prognosen vorsichtiger umzugehen und mit dem Unvorhersehbaren zu rechnen.

Aufgrund der Erfahrungen aus dem vergangenen Jahr war unser Unternehmen verhältnismässig gut auf die fortgesetzten Einschränkungen vorbereitet. Auch die wirtschaftlichen Folgen waren weniger dramatisch, als noch in der Frühphase der Pandemie befürchtet. So erreichten wir bereits im vergangenen Jahr ein positives Ergebnis auf Vorjahresniveau. Im ersten Halbjahr 2021 erzielten wir in sämtlichen Segmenten erneut eine Verbesserung. Vor allem die strategisch wichtigen Einnahmen aus dem Nutzermarkt konnten wir deutlich steigern. Angesichts einer weltweit zu beobachtenden Abschwächung bei der Reichweitenentwicklung von Medienangeboten liegt unser Fokus im Lesermarkt nun aber nicht mehr einzig auf der Anzahl Abonnenten, sondern zunehmend auf dem Lesermarktumsatz und damit auch auf dem Umsatz pro Abonnent.

Insgesamt erzielten wir im ersten Halbjahr ein Umsatzwachstum von 11,6 % und ein Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) von 7,7 Mio. CHF. Das Unternehmensergebnis für das erste Semester liegt bei 9,7 Mio. CHF. Diese Entwicklung bestätigt erneut unsere strategische Ausrichtung auf die Publizistik. Auch im Langzeitvergleich zeigt sich, dass wir durch die Verlagerung des Geschäftsmodells auf den Nutzermarkt als primäre Ertragsquelle weniger anfällig sind für krisenbedingte Umsatzeinbussen.

Wir hoffen, dass sich die Pandemiesituation nun weiter beruhigen wird. Wir sind zuversichtlich, dass wir im besonders stark betroffenen Veranstaltungsgeschäft wieder vermehrt auf physische Durchführungen setzen können und dass sich auch der Werbemarkt weiter positiv entwickelt.

Unsere langfristigen Ziele bleiben unverändert, und wir setzen weiterhin konsequent auf die Umsetzung unserer Strategie mit Fokus auf Qualitätsjournalismus. So werden wir in den kommenden Wochen eine Reihe von Initiativen umsetzen, mit denen wir vor allem unser digitales Angebotsportfolio weiterentwickeln. Zu diesen Massnahmen gehört auch die verstärkte Marktbearbeitung in Deutschland. Unser Heimmarkt bleibt die Schweiz, aber wir wollen zusätzliche Wachstumspotenziale im Ausland ausschöpfen. In den letzten Monaten haben wir durch gezielte Investitionen und eine Verstärkung des Teams in Deutschland die Basis für eine nächste Wachstumsphase geschaffen.

Für Ihr Vertrauen und Ihre Unterstützung auf diesem Weg, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, bedanken wir uns bestens.

Freundliche Grüsse

Etienne Jornod
Präsident

Felix Graf
CEO

Finanzielle Berichterstattung

Kennzahlen des ersten Halbjahres

in 1000 CHF	30.06.21	30.06.20	Veränderung in %
Betrieblicher Gesamtertrag	106 219	95 193	11,6
Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Zinsen (EBITDA) *in % vom Gesamtertrag*	10 748 10,1 %	1 893 2,0 %	467,7
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) *in % vom Gesamtertrag*	7 728 7,3 %	–1 156 –1,2 %	768,4
Gruppenergebnis *in % vom Gesamtertrag (Umsatzrendite)*	9 747 9,2 %	–3 393 –3,6 %	387,3
Ergebnis pro Aktie	240	–86	379,3
Eigenkapital (inkl. Minderheitsanteile) per 30.06. / 31.12. *Eigenfinanzierungsgrad per 30.06. / 31.12.*	262 013 74,4 %	251 801 75,8 %	4,1

Konsolidierte Erfolgsrechnung des Unternehmens NZZ

Für das Unternehmen NZZ waren die negativen wirtschaftlichen Auswirkungen infolge der Covid-19-Pandemie im ersten Semester 2021 weniger ausgeprägt als im ersten Halbjahr des Vorjahres, als sich die Schweiz vom 16. März bis Mitte Mai im Lockdown befand. Dennoch ist die vorliegende Rechnung ebenfalls von der Pandemie beeinträchtigt.

in 1000 CHF	Jan – Jun 21	Jan – Jun 20	Veränderung	in %
Ertrag Lesermarkt	44 400	41 937	2 462	5,9
Ertrag übriger Nutzermarkt	8 962	7 556	1 406	18,6
Ertrag Nutzermarkt	**53 362**	**49 494**	**3 869**	**7,8**
Ertrag Werbemarkt Print	16 341	14 045	2 297	16,4
Ertrag Werbemarkt Online/Rubriken/TV	16 828	11 923	4 906	41,1
Ertrag Werbemarkt	**33 169**	**25 967**	**7 202**	**27,7**
Übriger Ertrag	19 687	19 732	–45	–0,2
Betrieblicher Gesamtertrag	**106 219**	**95 193**	**11 026**	**11,6**
Betrieblicher Gesamtaufwand	**101 976**	**96 801**	**5 175**	5,3
Ergebnisanteil an Joint Ventures	3 485	452	3 034	671,9
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	**7 728**	**–1 156**	**8 885**	**768,4**
Finanzergebnis	2 283	–1 922	4 205	218,7
Ausserordentliches Ergebnis	85	0	85	100,0
Gruppenergebnis vor Steuern	**10 096**	**–3 079**	**13 175**	**427,9**
Ertragssteuern	–350	–314	–35	11,3
Gruppenergebnis	**9 747**	**–3 393**	**13 140**	**387,3**
Anteiliges Ergebnis der Aktionäre der AG für die Neue Zürcher Zeitung	9 597	–3 436	13 033	379,3
Minderheitsanteile	149	43	107	250,7

Das Unternehmen NZZ erwirtschaftet einen betrieblichen Gesamtertrag von 106,2 Mio. CHF, der 11,6 % oder 11,0 Mio. CHF über dem Vorjahr liegt.

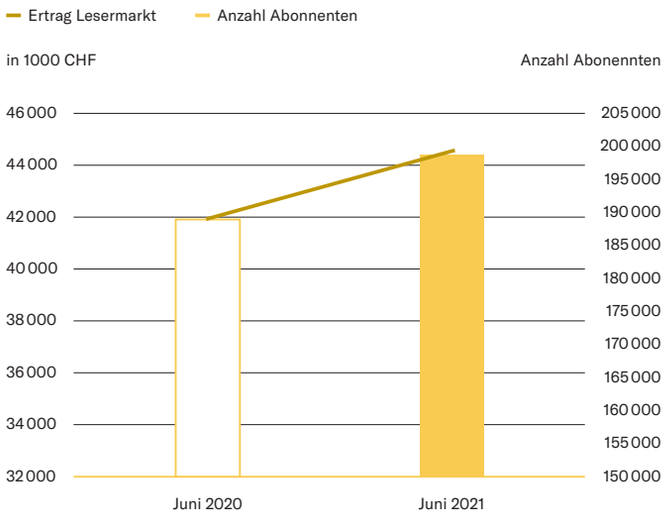
Die strategisch sehr wichtigen Einnahmen aus dem Nutzermarkt konnten mit einem Plus von 7,8 % erheblich gesteigert werden. Der angepasste Fokus im Lesermarkt liegt nicht mehr nur rein auf der Anzahl Abonnenten, sondern auch auf den Einnahmen pro Abonnent, was direkt zur positiven Umsatzentwicklung beiträgt. Dabei hat der Ertrag aus dem Lesermarkt aufgrund der angewachsenen Abonnentenzahlen sowie der Preiserhöhung auf den Digitalabonnementen um 5,9 % zugenommen. Der Ertrag aus dem übrigen Nutzermarkt kommt 18,6 % über Vorjahr zu stehen. Die Umsatzsteigerungen bei Architonic ArchDaily und NZZ Live übersteigen die nochmals pandemiebedingten Einbussen aus dem Veranstaltungsgeschäft.

Der Umsatz aus dem strukturell rückläufigen Werbemarkt Print liegt 16,4 % über dem Vorjahr. Im ersten Semester 2020 waren die Werbeumsätze wegen der Pandemie und infolge des Lockdowns massiv eingebrochen. Die Summe der Werbeumsätze aus Online, Rubriken und TV übersteigen den Vorjahreswert um 41,1 %. Die markante Umsatzsteigerung im Werbemarkt Online ist einerseits auf die im Vorjahr akquirierten Firmen der ArchDaily-Gruppe und der Zulu5 AG zurückzuführen. Andererseits konnte Audienzz, unser Digital-Advertising-Spezialist, über den Ausbau des strategischen Netzwerks und des programmatischen Handels digitaler Werbeflächen ein beachtliches organisches Wachstum im hohen zweistelligen Bereich erzielen. Auch bei Architonic resultieren starke Ertragszunahmen. Der Umsatz aus Rubriken sowie der Ertrag Werbemarkt TV (konzessionierte Fernsehsender) bleiben hingegen unter Vorjahr.

Der übrige Ertrag verharrt auf Vorjahresniveau. Zwar konnten Audienzz und Bindexis ihre Dienstleistungserträge steigern, aber die Pandemie beeinträchtigt auch im laufenden Geschäftsjahr das Veranstaltungsgeschäft – dies aufgrund von Ausfällen oder der digitalen Durchführung von Veranstaltungen mit entsprechenden Auswirkungen auf die Sponsoring-Einnahmen.

Der betriebliche Gesamtaufwand steigt um 5,3 % an, dies insbesondere durch die im Vorjahr im Verlauf des ersten Semesters getätigten Akquisitionen, durch die im digitalen Werbemarkt mit dem Umsatzwachstum zunehmenden direkten Kosten, durch den Wegfall der im Vorjahr erhaltenen Kurzarbeitsentschädigungen sowie durch die Mehrkosten aus den verschiedenen Wachstumsinitiativen (v.a. NZZ Deutschland).

Entwicklung Ertrag Lesermarkt und Abonnenten



Der Ertrag aus der Veräusserung einer Liegenschaft in Solothurn sowie des Magazins FITforLIFE bei CH Media wird nicht im Ergebnisanteil an Joint Ventures, sondern zusammen mit der Rückführung von seinerzeit im Eigenkapital der NZZ verrechnetem Goodwill im ausserordentlichen Ertrag gezeigt. Der hälftige Ergebnisanteil, der in die Konzernrechnung des Unternehmens NZZ fliesst, beträgt deshalb 3,5 Mio. CHF. Dies entspricht einer Zunahme von 3,0 Mio. CHF im Vergleich zum auch bei CH Media stark Pandemie- und Lockdown-geprägten ersten Semester des Vorjahres.

Der EBIT des Unternehmens NZZ beträgt 7,7 Mio. CHF (EBIT-Marge: 7,3 %) und fällt damit 8,9 Mio. CHF höher aus als im Vorjahr. Sämtliche Segmente, namentlich der NZZ-Kern, die Beteiligungen und die Regionalmedien, schliessen über Vorjahr.

Auch das Finanzergebnis resultiert 4,2 Mio. CHF über Vorjahr. Hauptursache ist der höhere Wertschriftenerfolg. Das Vorjahr war wegen der Pandemie von starken Kurseinbrüchen geprägt und die Erholung der Kapitalmärkte fand hauptsächlich im zweiten Semester statt.

Das ausserordentliche Ergebnis von 0,1 Mio. CHF setzt sich aus dem erwähnten Veräusserungserfolg der Liegenschaft in Solothurn und des Magazins FITforLIFE sowie aus dem Aufwand aus der Rückführung von seinerzeit im Eigenkapital des Unternehmens NZZ verrechnetem Goodwill zusammen.

Das Unternehmen NZZ erwirtschaftete im ersten Halbjahr 2021 einen Unternehmensgewinn von 9,7 Mio. CHF. Dies entspricht einer Umsatzrendite von 9,2 %.

Erfolgsrechnung der CH Media

in 1000 CHF	Jan – Jun 21	Jan – Jun 20	Veränderung
Betrieblicher Gesamtertrag (BGE) [1]	191 537	202 949	–11 412
Betriebsaufwand [1]	–172 423	–192 188	19 765
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	**19 114**	**10 760**	**8 354**
in % vom BGE	10,0 %	5,3 %	
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	**11 610**	**2 625**	**8 985**
in % vom BGE	6,1 %	1,3 %	
Unternehmensergebnis	**10 858**	**903**	**9 955**
in % vom BGE	5,7 %	0,4 %	
Cashflow aus Geschäftstätigkeit	**35 950**	**43 300**	**–7 350**

[1] Analog zum Jahresabschluss 2020 werden die Gegengeschäfte brutto dargestellt. Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst.

CH Media verzeichnet trotz eines Rückgangs des betrieblichen Gesamtertrags um 5,6 % oder 11,4 Mio. CHF deutlich höhere betriebliche Ergebnisse EBITDA und EBIT als im Vorjahr in der Höhe von 19,1 Mio. CHF bzw. 11,6 Mio. CHF. Dabei ist der Umsatzrückgang vor allem auf die im Vorjahr veräusserten Aktivitäten (Akzidenzbogendruck, Verbandszeitschriften, Buchverlag etc.) zurückzuführen. Bereinigt um diese Verkäufe sowie Zukäufe, wuchs der Umsatz organisch um 1,1 %. Auf der Kostenseite führten das strikte Sparprogramm, Synergien sowie Kurzarbeitsentschädigung zu einem reduzierten Betriebsaufwand. Insgesamt haben die Erholung des Werbemarkts sowie konsequentes Kostenmanagement gleichermassen zur Verbesserung des operativen Ergebnisses beigetragen. Das Unternehmensergebnis beträgt 10,9 Mio. CHF und liegt deutlich über dem Vorjahresergebnis.

Finanzieller Ausblick auf das zweite Semester

Im Vordergrund steht die konsequente Umsetzung der Strategie mit Fokus auf dem Qualitätsjournalismus. Diese Ausrichtung zusammen mit dem aktuellen Marktumfeld – nicht zuletzt im Werbemarkt Print – lässt eine ähnliche Entwicklung wie im ersten Semester erwarten. Weitere Annahmen dieser Einschätzung sind erstens, dass das Swiss Economic Forum und das Zurich Film Festival wie geplant unter Anwendung von Schutzkonzepten physisch durchgeführt werden können. Zweitens, dass sich bei CH Media die positive Entwicklung vor allem im Werbemarkt Entertainment und bei den Kostensynergien fortführen lässt. Im Vorjahresvergleich muss beachtet werden, dass sich der Ergebnisvorsprung per 30. Juni bis zum Jahresende reduzieren wird. Der Hauptgrund liegt darin, dass das erste Semester 2020 sehr stark negativ vom Lockdown – im operativen Ergebnis wie auch im Finanzergebnis – geprägt war. Darüber hinaus werden sich im Lesermarkt der Abo-Mengeneffekt abschwächen und zusätzliche Investitionen in Produkte (vor allem im Bereich NZZ Deutschland, aber auch für weitere strategische Initiativen) die Kosten belasten.

Konsolidierte Bilanz des Unternehmens NZZ

Aktiven

in 1000 CHF	30.06.21	in %	31.12.20	in %
Liquide Mittel und Wertschriften	158 418	45	138 124	42
Übriges Umlaufvermögen	32 296	9	35 291	11
Umlaufvermögen	**190 714**	**54**	**173 416**	**52**
Finanzanlagen	121 021	34	115 568	35
Sach- und immaterielle Anlagen	40 423	11	43 003	13
Anlagevermögen	**161 444**	**46**	**158 572**	**48**
Total Aktiven	**352 158**	**100**	**331 987**	**100**

Passiven

in 1000 CHF	30.06.21	in %	31.12.20	in %
Kurzfristiges Fremdkapital	89 879	26	79 921	24
Langfristiges Fremdkapital	265	0	265	0
Fremdkapital	**90 144**	**26**	**80 186**	**24**
Eigenkapital exkl. Minderheitsanteile	261 481	74	247 643	75
Minderheitsanteile	533	0	4 159	1
Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile	**262 013**	**74**	**251 801**	**76**
Total Passiven	**352 158**	**100**	**331 987**	**100**

Die konsolidierte Bilanzsumme des Unternehmens NZZ steigt im ersten Halbjahr um 20,2 Mio. CHF auf 352,2 Mio. CHF. Der Bestand an liquiden Mitteln und Wertschriften nimmt insgesamt um 20,3 Mio. CHF zu. Die Erhöhung der liquiden Mittel wird im Abschnitt zur Geldflussrechnung erläutert. Kurssteigerungen und Zukäufe führen zu einem höheren Wertschriftenbestand. Die Veränderung des übrigen Umlaufvermögens ist u.a. auf saisonale Schwankungen bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen zurückzuführen. Die Finanzanlagen wachsen im Wesentlichen durch die Aufwertung der Beteiligung an CH Media um das anteilige Ergebnis um 5,5 Mio. CHF an.

Zum Halbjahr nimmt das Fremdkapital um 10,0 Mio. CHF zu. Dies ist durch die Vorauszahlungen im Zusammenhang mit noch nicht durchgeführten Veranstaltungen und mit der Zunahme von vorausbezahlten Zeitungsabonnementen zu begründen. Weiter steigen die anderen kurzfristigen Verbindlichkeiten saisonal an.

Das Eigenkapital inklusive Minderheitsanteile wächst im ersten Semester vorrangig aufgrund des erwirtschafteten Unternehmensergebnisses um 10,2 Mio. CHF. Die Eigenkapitalquote sinkt im Vergleich zum Jahresbeginn um 1,4 Prozentpunkte auf nach wie vor hohe 74,4%.

Der Cashflow aus Geschäftstätigkeit steigt hauptsächlich infolge des höheren operativen Ergebnisses und der beschriebenen Zunahme der Vorauszahlungen um 5,3 Mio. CHF gegenüber dem Vorjahr an. Im Cashflow aus Investitionstätigkeit widerspiegeln sich die Barabfindung an die Minderheitsaktionäre der RMH Regionalmedien AG sowie die Zukäufe von Wertschriften. Die 3,4 Mio. CHF Cashflow aus Finanzierungstätigkeit resultieren vor allem aus dem Mittelzufluss aus der Veräusserung eigener Aktien. Insgesamt führt dies zu einer Zunahme der liquiden Mittel um 16,7 Mio. CHF.

Konsolidierte Geldflussrechnung

in 1000 CHF	Jan – Jun 21	Jan – Jun 20	Veränderung
Cashflow aus Geschäftstätigkeit	20 066	14 732	5 335
Cashflow aus Investitionstätigkeit	–6 949	–21 002	14 053
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	3 449	–7 050	10 499
Einfluss aus Währungsumrechnung	90	–108	198
Veränderung liquide Mittel	**16 656**	**–13 429**	**30 085**
Liquide Mittel am 01.01.	89 457	106 738	
Liquide Mittel am 30.06.	106 114	93 310	
Veränderung liquide Mittel	**16 656**	**–13 429**	**30 085**

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 2021 endende Berichtsperiode. Es wurden die gleichen Rechnungslegungsgrundsätze (Swiss GAAP FER) wie im Geschäftsbericht 2020 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 2020 gelesen werden.
Die im Bericht erfassten Kennzahlen sind gerundet. Rundungen können in Einzelfällen dazu führen, dass sich Werte in diesem Bericht nicht exakt zur angegebenen Summe aufaddieren und Prozentangaben sich nicht aus den dargestellten Werten ergeben.

Änderungen im Konsolidierungskreis

Im ersten Halbjahr 2021 ergaben sich folgende wesentliche Veränderungen im Konsolidierungskreis:

Gesellschaft	Veränderung
Swiss Economic Forum (SEF) AG	Die Swiss Economic Forum (SEF) AG wurde rückwirkend per 1.1.2021 in die Neue Zürcher Zeitung AG fusioniert.
RMH Regionalmedien AG NZZ Regionalmedien AG	Die RMH Regionalmedien AG wurde rückwirkend per 1.1.2021 in die neu gegründete NZZ Regionalmedien AG fusioniert. Den rund 3 % Minderheitsaktionären der RMH Regionalmedien AG wurde im Zuge dieser Transaktion eine Barabfindung ausbezahlt.

Finanzkalender

Über das Ergebnis des Gesamtjahres 2021 werden wir Sie im März 2022 orientieren. Die Generalversammlung der AG für die Neue Zürcher Zeitung findet am Samstag, 23. April 2022, statt.

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