

NZZ

Aktionärsbrief

Erstes Halbjahr 2022

Vorwort



Etienne Jornod
VR-Präsident



Felix Graf
CEO

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre

Das erste Halbjahr 2022 war geprägt von weltpolitischen Verwerfungen im Zusammenhang mit dem Krieg in der Ukraine. Neben dem unmittelbaren Kriegsverlauf geraten zunehmend dessen wirtschaftliche Auswirkungen in den Fokus. So erleben wir weltweit einen markanten Preisanstieg und bei der Energieversorgung droht im kommenden Winter gar eine Mangellage. Auch die Pandemie zeigt weiterhin ihre Effekte – etwa durch die Unterbrechung von Lieferketten infolge der Corona-Massnahmen in China.

Unternehmen auf der ganzen Welt sind daher gegenwärtig mit sehr unsicheren Marktbedingungen konfrontiert. Auch die NZZ bekommt die wirtschaftlichen Auswirkungen des Krieges sehr direkt zu spüren. So belasten etwa steigende Papier- und Energiepreise die Rechnung. Zudem lastet auf dem Joint Venture CH Media im Vorjahresvergleich – nicht zuletzt wegen hoher Abhängigkeit vom Werbemarkt und steigender Kosten – ein markanter operativer Ergebnisrückgang. Und die Entwicklung an den Kapitalmärkten führt zu einer deutlichen Einbusse im Finanzergebnis.

Die aktuelle Wirtschaftslage ist zwar sehr anspruchsvoll, aber in ihrer Kerntätigkeit Publizistik und im Veranstaltungsgeschäft ist die NZZ weiterhin erfolgreich unterwegs. Sowohl im Nutzer- wie auch im Werbemarkt zeigt sich eine leichte Steigerung gegenüber dem Vorjahr. Dies bestätigt, dass wir mit unserer Strategie auch in schwierigen Zeiten auf dem richtigen Kurs sind.

Das Unternehmen NZZ erwirtschaftete im ersten Halbjahr einen Umsatz von 116,7 Mio. CHF. Dies entspricht einer Steigerung von 10,4 Mio. CHF zum Vorjahr, wobei die Zunahme auch auf das Veranstaltungsgeschäft zurückgeht. Trotz der markanten Ergebniseinbusse bei CH Media (–2,6 Mio. CHF) resultiert für das Unternehmen NZZ dank der NZZ-Publizistik und der Veranstaltungen ein operatives Ergebnis (EBIT) von 7,6 Mio. CHF, das damit fast auf Vorjahresniveau liegt.

Das Unternehmensergebnis beträgt 4,7 Mio. CHF. Dies entspricht einer Abnahme gegenüber dem Vorjahr von 5,0 Mio. CHF. Grund dafür sind der erwähnte Rückgang des Ergebnisanteils am Joint Venture CH Media und das deutlich verminderte Finanzergebnis (–5,3 Mio. CHF).

Bereits im Juni hatten wir bekanntgegeben, dass wir das Beteiligungsverhältnis an CH Media neu geordnet haben. AZ Medien wird künftig mit 65 %, NZZ mit 35 % an CH Media beteiligt sein. Mit dieser Neuordnung übergibt die NZZ die Führung des Unternehmens an die Familie Wanner, behält aber einen strategischen Anteil an CH Media. Zudem steht der NZZ die Möglichkeit zu, ihren verbleibenden Anteil zu einem bereits fixierten Preis mittelfristig an AZ Medien zu verkaufen. Aus Sicht der NZZ ist dies ein logischer Schritt aus der vor fünf Jahren vorgenommenen Zusammenführung des Regionalmediengeschäfts. Wir sind überzeugt, damit eine Regelung getroffen zu haben, die aufs Beste den gegenseitigen Prioritäten entspricht. Für die NZZ bedeutet dieser Entscheid nicht nur eine Absicherung ihrer finanziellen Interessen, sondern vor allem auch, dass wir uns künftig noch besser auf die Umsetzung der eigenen Strategie konzentrieren können.

Das zweite Halbjahr 2022 wird aufgrund der politischen und gesamtwirtschaftlichen Unsicherheiten anspruchsvoll bleiben. Wir werden uns dadurch aber nicht davon abhalten lassen, unsere Strategie mit Fokus auf Qualitätsjournalismus konsequent weiterzuerfolgen.

Für Ihre Unterstützung auf diesem Weg danken wir Ihnen herzlich.

Freundliche Grüsse

Etienne Jornod
Präsident

Felix Graf
CEO

Finanzielle Berichterstattung

Kennzahlen des ersten Halbjahres

in 1000 CHF	30.06.22	30.06.21	Veränderung in %
Betrieblicher Gesamtertrag	116 659	106 219	9,8
Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Zinsen (EBITDA) in % vom Gesamtertrag	9 353 8,0%	10 748 10,1%	-13,0
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) in % vom Gesamtertrag	7 571 6,5%	7 728 7,3%	-2,0
Gruppenergebnis in % vom Gesamtertrag (Umsatzrendite)	4 714 4,0%	9 747 9,2%	-51,6
Ergebnis pro Aktie	115	240	-52,2
Eigenkapital (inkl. Minderheitsanteile) per 30.06./31.12.	274 727	278 099	-1,2
Eigenfinanzierungsgrad per 30.06./31.12.	73,4%	75,4%	

Konsolidierte Erfolgsrechnung des Unternehmens NZZ

Das erste Semester 2022 stand unter dem Einfluss der vorherrschenden unsicheren geopolitischen Lage, welche vom russischen Angriffskrieg, von Inflation, Lieferketteneinschränkungen und Rezessionsängsten geprägt ist. Nebst den stark steigenden Energie- und Rohstoffpreisen führte dies zu unterschiedlichen Entwicklungen in den Geschäftsbereichen. Das Kerngeschäft des Unternehmens NZZ verzeichnet weiterhin erhebliche Umsatzzunahmen, nicht zuletzt durch die nun wieder im ersten Semester durchgeführten Veranstaltungen, nachdem diese zwei Jahre

pandemiebedingt in den Herbst verschoben werden mussten. Der Ergebnisbeitrag des Joint Venture CH Media hingegen ist markant zurückgegangen. Dies, da CH Media stärker den Kostensteigerungen (geplant und ungeplant) ausgesetzt sowie vom Werbemarkt abhängig ist. Bei Werbekunden, die stark von unterbrochenen Lieferketten betroffen oder risikoavers sind, zeigt sich eine gewisse Zurückhaltung. Das konsolidierte operative Ergebnis des Unternehmens NZZ resultiert dank NZZ-Publizistik und der Veranstaltungen dennoch fast auf Vorjahresniveau.

in 1000 CHF	Jan – Jun 22	Jan – Jun 21	Veränderung	in %
Ertrag Lesermarkt	45 346	44 400	946	2,1
Ertrag übriger Nutzermarkt	10 093	8 962	1 130	12,6
Ertrag Nutzermarkt	55 439	53 362	2 077	3,9
Ertrag Werbemarkt Print	16 130	16 341	-211	-1,3
Ertrag Werbemarkt Digital	17 965	16 828	1 137	6,8
Ertrag Werbemarkt	34 096	33 169	926	2,8
Übriger Ertrag	27 124	19 687	7 437	37,8
Betrieblicher Gesamtertrag	116 659	106 219	10 440	9,8
Betrieblicher Gesamtaufwand	109 975	101 976	7 999	7,8
Ergebnisanteil an Joint Ventures	888	3 485	-2 598	-74,5
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	7 571	7 728	-157	-2,0
Finanzergebnis	-2 973	2 283	-5 256	-230,2
Ausserordentliches Ergebnis	809	85	723	849,0
Gruppenergebnis vor Steuern	5 407	10 096	-4 689	-46,4
Ertragssteuern	-693	-350	-343	-98,0
Gruppenergebnis	4 714	9 747	-5 032	-51,6
Anteiliges Ergebnis der Aktionäre der AG für die Neue Zürcher Zeitung	4 592	9 597	-5 005	-52,2
Minderheitsanteile	122	149	-27	-18,1

Das Unternehmen NZZ erwirtschaftet einen betrieblichen Gesamtertrag von 116,7 Mio. CHF, der 9,8 % oder 10,4 Mio. CHF über dem Vorjahr liegt.

Die strategisch wichtigen Einnahmen aus dem Nutzermarkt konnten erneut um 3,9 % gesteigert werden. Im Lesermarkt ist es gelungen, die in der Pandemie stark gewachsene Anzahl Abonnenten zu halten bzw. auszubauen. So konnte beispielsweise der Wachstumskurs in Deutschland weiter fortgesetzt werden. Zusammen mit den umgesetzten Massnahmen in der Produktebündelung und bei der Preisgestaltung führt dies zu einem um 2,1 % höheren Umsatz im Lesermarkt. Der Ertrag aus dem übrigen Nutzermarkt kommt 12,6 % über Vorjahr zu stehen. Die deutliche Zunahme per Halbjahr ist u.a. darauf zurückzuführen, dass Veranstaltungen wieder im ersten Semester durchgeführt werden konnten – darunter die führende Wirtschaftskonferenz Swiss Economic Forum. Weiter erfreuen sich die Events von NZZ Live zunehmender Beliebtheit. DAAily platforms hingegen spürt aufgrund der Wirtschaftslage eine starke Zurückhaltung bei ihren internationalen Kunden im Architektur- und Designbereich. Unter DAAily platforms treten neu das im Januar akquirierte Online-Magazin Designboom zusammen mit Architonic und ArchDaily auf.

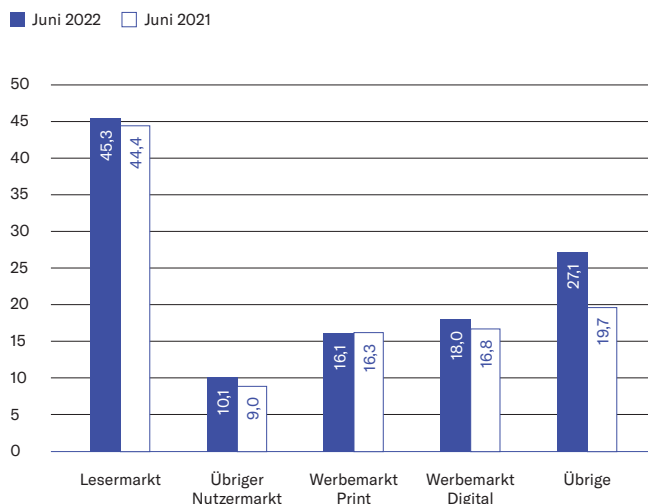
Der Umsatz im Werbemarkt Print liegt 1,3 % hinter dem Vorjahr. Im Vorjahr hatte sich nach der Lockerung der Corona-Massnahmen eine Umsatzerholung eingestellt, welche bis in den Frühling des laufenden Jahres andauerte. Seit Mai ist als Folge des wirtschaftlichen Umfelds (Verschiebung oder gar Absage von Werbekampagnen aufgrund anhaltender Lieferverzögerungen sowie aufkommender Rezessionsängste) eine Abflachung des Umsatzverlaufs zu beobachten.

Der Ertrag Werbemarkt Digital übersteigt das Vorjahr um 6,8 %. Das Wachstum stammt hauptsächlich aus den Online-Anzeigen des Haupttitels NZZ und dem programmatischen Handel digitaler Werbeflächen unseres Digital-Advertising-Spezialisten Audiencz. Dieser hat zusätzlich per Mai das Publisher- und Kundenportfolio des Online-Vermarkters Romandie Network übernommen. Weiter ist beim Werbeumsatz der konzessionierten TV-Gesellschaften nach dem starken Rückgang in der Pandemie eine Erholung festzustellen.

Die markante Zunahme von 37,8 % im übrigen Ertrag per Halbjahr ist hauptsächlich auf die erwähnte frühere Durchführung von gewichtigen Veranstaltungen zurückzuführen.

Der betriebliche Gesamtaufwand erhöht sich um 7,8 %. Ein beträchtlicher Teil des Anstiegs ist durch die ebenfalls früher anfallenden Kosten der zeitlich vorverschobenen Veranstaltungen erklärt. Zusätzlich belastend sind die steigenden Papierpreise. Schliesslich resultieren Mehrkosten aus verschiedenen Wachstumsinitiativen (u.a. NZZ Deutschland, Audiencz und DAAily platforms).

Umsatzentwicklung nach Ertragsart (in Mio. CHF)



Der Ergebnisanteil am Joint Venture CH Media beträgt 0,9 Mio. CHF und liegt damit 2,6 Mio. CHF unter Vorjahr (siehe dazu den Kommentar bei der Erfolgsrechnung von CH Media). Dabei ist zu berücksichtigen, dass Gewinne aus der Veräusserung von Beteiligungen und übrigen Anlagen nicht im Ergebnisanteil an Joint Ventures, sondern im ausserordentlichen Erfolg ausgewiesen werden. Gleiches gilt für den in diesem Zusammenhang zurückgeführten Goodwill.

Trotz des markanten Ergebnisrückgangs bei CH Media beträgt der EBIT des Unternehmens NZZ dank erfolgreichem Geschäftsgang bei der NZZ-Publizistik und den Veranstaltungen 7,6 Mio. CHF (EBIT-Marge: 6,5 %) und fällt damit 0,2 Mio. CHF tiefer aus als im Vorjahr. Das Segment NZZ-Kern liegt über dem Vorjahr, die Beteiligungen und die Regionalmedien darunter.

An den Kapitalmärkten waren in den ersten sechs Monaten starke Einbussen bei fast allen Anlagekategorien zu verzeichnen. Dem konnte sich das NZZ-Portfolio mit einer Performance von -9,6 % nicht entziehen. Vergleichbare Anlagestrategie-Benchmarks wie Pictet 2015-25 bzw. 2015-40 verzeichneten noch deutlichere Einbussen von -11,6 % bzw. -12,6 %. Da im Vorjahr eine positive Wertschriften-Performance resultierte, fällt das Finanzergebnis 5,3 Mio. CHF tiefer aus als im Vorjahr.

Das ausserordentliche Ergebnis von 0,8 Mio. CHF beinhaltet einen Veräusserungserfolg von CH Media.

Das Unternehmen NZZ erwirtschaftete im ersten Halbjahr 2022 einen Unternehmensgewinn von 4,7 Mio. CHF. Dies entspricht einer Umsatzrendite von 4,0 %. Der starke Rückgang von 5,0 Mio. CHF gegenüber Vorjahr begründet sich dabei mit dem Ergebniseinbruch bei CH Media und dem markant verminderten Finanzergebnis, welche nur bedingt durch das Kerngeschäft kompensiert werden konnten.

Erfolgsrechnung von CH Media

in 1000 CHF	Jan – Jun 22	Jan – Jun 21	Veränderung
Betrieblicher Gesamtertrag (BGE) ¹	204 914	191 537	13 377
Betriebsaufwand ¹	-193 493	-172 423	-21 070
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	11 421	19 114	-7 693
<i>in % vom BGE</i>	5,6 %	10,0 %	
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	2 817	11 610	-8 793
<i>in % vom BGE</i>	1,4 %	6,1 %	
Unternehmensergebnis	3 376	10 858	-7 482
<i>in % vom BGE</i>	1,6 %	5,7 %	
Cashflow aus Geschäftstätigkeit	20 797	35 950	-15 153

¹ Analog zum Jahresabschluss 2021 werden die Gegengeschäfte brutto dargestellt.

CH Media verzeichnet vor allem dank Erlössteigerungen im Werbemarkt Print, beim Druck und aus Events eine Zunahme des betrieblichen Gesamtertrags von 7,0 % oder 13,4 Mio. CHF. Hingegen sind die Kosten hauptsächlich in den Geschäftsbereichen Druck und Entertainment überproportional angestiegen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass sich insbesondere das Zeitungspapier verteuert hat und die Energiekosten massiv gestiegen sind. Weiter sind mit der Aufhebung der

einschränkenden Massnahmen im Zusammenhang mit dem Coronavirus Mediennothilfen und Kurzarbeitsentschädigungen ausgeblieben. Die negativen Auswirkungen des aktuellen Wirtschaftsumfelds haben im Speziellen dazu geführt, dass im Werbemarkt bei TV National die Umsatzziele nicht erreicht werden konnten. Insgesamt fallen die betrieblichen Ergebnisse EBITDA und EBIT mit 11,4 Mio. CHF bzw. 2,8 Mio. CHF deutlich tiefer aus als im Vorjahr.

Finanzieller Ausblick auf das zweite Semester

Aufgrund der Unsicherheiten, die sich aus der wirtschaftlichen und politischen Lage ergeben, ist davon auszugehen, dass sich auch die zweite Jahreshälfte im Werbemarkt anspruchsvoll gestalten wird. Die hohen Energie- und Rohstoffpreise werden zudem die Kosten im zweiten Semester weiterhin belasten. Dabei ist das Joint Venture CH Media gegenüber dem Werbemarkt, aber auch bezüglich der genannten Kostenfaktoren deutlich stärker exponiert als das Unternehmen NZZ.

Unabhängig von diesen temporären Einflüssen setzt die NZZ alles daran, ihre Strategie mit Fokus auf Qualitätsjournalismus konsequent fortzuführen und im Lesermarkt weiter zu wachsen. Gerade wegen des unsicheren Wirtschaftsumfelds wird aber auf eine Prognose zum operativen Ergebnis verzichtet. Zudem wird das laufende Geschäftsjahr geprägt bleiben von den Kursentwicklungen an den Kapitalmärkten.

Konsolidierte Bilanz des Unternehmens NZZ

Aktiven

in 1000 CHF	30.06.22	in %	31.12.21	in %
Liquide Mittel und Wertschriften	174 190	47	164 424	45
Übriges Umlaufvermögen	30 342	8	34 780	9
Umlaufvermögen	204 532	55	199 204	54
Finanzanlagen	131 774	35	130 142	35
Sach- und immaterielle Anlagen	37 759	10	39 593	11
Anlagevermögen	169 533	45	169 735	46
Total Aktiven	374 065	100	368 939	100

Passiven

in 1000 CHF	30.06.22	in %	31.12.21	in %
Kurzfristiges Fremdkapital	99 216	27	90 489	25
Langfristiges Fremdkapital	121	0	351	0
Fremdkapital	99 338	27	90 840	25
Eigenkapital exkl. Minderheitsanteile	274 063	73	277 403	75
Minderheitsanteile	664	0	695	0
Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile	274 727	73	278 099	75
Total Passiven	374 065	100	368 939	100

Die konsolidierte Bilanzsumme des Unternehmens NZZ steigt im ersten Halbjahr um 5,1 Mio. CHF auf 374,1 Mio. CHF. Der Bestand an liquiden Mitteln und Wertschriften nimmt insgesamt um 9,8 Mio. CHF zu. Die Erhöhung der liquiden Mittel wird im Abschnitt zur Geldflussrechnung erläutert. Die starken Kursrückgänge an den Kapitalmärkten führen zu einem Rückgang des Wertschriftenbestands. 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 deren anteiliges Ergebnis an.

Zum Halbjahr nimmt das Fremdkapital um 8,5 Mio. CHF zu. Der Anstieg des kurzfristigen Fremdkapitals ist u.a. auf die zeitlich früher durchgeführten Veranstaltungen zurückzuführen. Das Eigenkapital (inkl. Minderheiten) vermindert sich

um 3,4 Mio. CHF, da die ausgeschüttete Dividende das erwirtschaftete Unternehmensergebnis sowie den Netto-Zuwachs aus der Rückführung und Verrechnung von Goodwill im Eigenkapital übersteigt. Die Eigenkapitalquote sinkt im Vergleich zum Jahresbeginn um 2,0 Prozentpunkte auf nach wie vor hohe 73,4%.

Die leichte Steigerung des erwirtschafteten Cashflows aus Geschäftstätigkeit gegenüber dem Vorjahr ergibt sich hauptsächlich aus den Veränderungen des Netto-Umlaufvermögens. Der Cashflow aus Investitionstätigkeit setzt sich u.a. aus dem Mittelzufluss aus der Veräusserung von Bindexis und der Mittelverwendung für den Erwerb der Beteiligung an Designboom zusammen. Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit ist bestimmt durch die von der Generalversammlung beschlossene Dividende von 10,0 Mio. CHF. Insgesamt führt dies zu einer Zunahme der liquiden Mittel um 14,0 Mio. CHF.

Konsolidierte Geldflussrechnung

in 1000 CHF	Jan – Jun 22	Jan – Jun 21	Veränderung
Cashflow aus Geschäftstätigkeit	20 817	20 066	751
Cashflow aus Investitionstätigkeit	3 260	-6 949	10 209
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-9 872	3 449	-13 321
Einfluss aus Währungsumrechnung	-156	90	-247
Veränderung liquide Mittel	14 049	16 656	-2 608
Liquide Mittel am 01.01.	109 040	89 457	
Liquide Mittel am 30.06.	123 089	106 114	
Veränderung liquide Mittel	14 049	16 656	-2 608

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 2022 endende Berichtsperiode. Es wurden die gleichen Rechnungslegungsgrundsätze (Swiss GAAP FER) wie im Geschäftsbericht 2021 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 2021 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 2022 ergaben sich folgende wesentliche Veränderungen im Konsolidierungskreis:

Gesellschaft	Veränderung
Designboom S.r.l., Italien	Die DAAily platforms AG (vormals Architonic ArchDaily AG) erwarb per Januar 2022 100 % des international führenden Online-Designmagazins Designboom S.r.l. in Mailand. Bei der Erstkonsolidierung wurden Aktiven im Umfang von 0,8 Mio. CHF übernommen, hauptsächlich bestehend aus liquiden Mitteln und Forderungen. Die Passivseite setzte sich zusammen aus kurzfristigem Fremdkapital im Wert von 0,2 Mio. CHF und Eigenkapital im Betrag von 0,6 Mio. CHF.
Bindexis AG Concepis Consulting LLC, Ukraine	Im Februar wurde die 100 %-Beteiligung an der Bindexis AG zusammen mit ihrer zu 100 % gehaltenen ukrainischen Tochtergesellschaft Concepis Consulting LLC an die Infopro Digital Gruppe veräussert. Die Aktiven der beiden veräusserten Gesellschaften beliefen sich auf 2,1 Mio. CHF. Sie bestanden zu 0,8 Mio. CHF aus flüssigen Mitteln, zu ebenfalls 0,8 Mio. CHF aus Forderungen und aus 0,5 Mio. CHF mehrheitlich immateriellen Anlagen. Die Passivseite setzte sich zusammen aus Vorauszahlungen von Kunden im Betrag von 1,1 Mio. CHF, 0,4 Mio. CHF kurzfristigen Verbindlichkeiten und Eigenkapital im Umfang von 0,6 Mio. CHF.

Finanzkalender

Über das Ergebnis des Gesamtjahres 2022 werden wir Sie im März 2023 orientieren. Die Generalversammlung der AG für die Neue Zürcher Zeitung findet am Samstag, 15. April 2023, statt.

