

Pressemitteilung

Halbjahresbericht per 30. Juni 2006

Zuwachs in den internationalen Märkten sowie bei den elektronischen und Online-Medien in der Schweiz

Alle Hauptsegmente verzeichneten Fortschritte im operativen Geschäft Steigerung von EBIT und Nettoergebnis auf vergleichbarer Basis

Lausanne, 28 August 2006 - PubliGroupe verzeichnete im ersten Halbjahr 2006 eine Zunahme des konsolidierten Umsatzes um 2.9% auf CHF 1'035 Mio., unterstützt durch die Geschäftstätigkeit in den internationalen Märkten und das Wachstum bei den elektronischen Medien.

Alle Geschäftsaktivitäten der Gruppe verzeichneten im operativen Bereich Fortschritte und konnten ihre Betriebsergebnisse (EBIT) halten, bzw. im ersten Halbjahr 2006 steigern. Gleichzeitig wurden beträchtliche Mittel (rund CHF 8 Mio.) in die Entwicklung der Gruppe eingesetzt, vor allem bei den elektronischen, digitalen und interaktiven Medien, sowie zur Stärkung des Bereichs Presse und Directories im Zusammenhang mit der Migration von Print zu Online.

PubliGroupe weist per Ende Juni 2006 einen EBIT von CHF 34.2 Mio. aus. Auf vergleichbarer Basis, unter Ausklammerung von einmaligen Sondereffekten (Gewinne aus Veräusserungen von Beteiligungen und aus Gesellschaften in Liquidation), liegt der EBIT 26.5% über der Vergleichsperiode des Vorjahres.

Das Finanzergebnis der ersten sechs Monate 2006 bewegt sich mit CHF 5.8 Mio. auf normalem Niveau. Es konnte im Berichtsjahr nicht, wie im ersten Semester 2005, von substantiellen Wertsteigerungen des Wertschriftenportefeuilles (+ CHF 9.6 Mio. aus Position „PSP Swiss Property“) profitieren, die das Finanzergebnis auf CHF 19.1 Mio. hatten ansteigen lassen.

Das den Aktionären der PubliGroupe AG zurechenbare Nettoergebnis per 30. Juni 2006 beträgt CHF 28.6 Mio. Es nahm somit um 1.9% auf vergleichbarer Basis zu, d.h. ausschliesslich der einmaligen Sonderfaktoren, die dazu beitrugen, dass sich das Nettoergebnis des ersten Halbjahres 2005 auf CHF 46.7 Mio. belief.

Kennzahlen per 30. Juni

in Mio. CHF	1. Halbjahr 2006	Pro forma ohne einmalige Sondereffekte	1. Halbjahr 2005 *	Pro forma ohne einmalige Sondereffekte	Entwicklung 2005–2006 pro forma	
Umsatz	1'035.0	1'035.0	1'005.5	1'005.5	+ 2.9%	+ 2.9%
Bruttomarge	215.7	215.7	209.8	209.8	+ 2.8%	+ 2.8%
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	21.1	(1.3) 19.8	25.6	(10.3) 15.3	- 17.6%	+ 29.4%
Betriebsergebnis (EBIT)	34.2	(1.3) 32.9	36.3	(10.3) 26.0	- 5.8%	+ 26.5%
Finanzergebnis	5.8	5.8	19.1	(9.6) 9.5	- 69.6%	- 38.9%
Nettoergebnis, Anteil PubliGroupe AG	28.6	(1.3) 27.3	46.7	(19.9) 26.8	- 38.8%	+ 1.9%

* Die Vergleichszahlen per 30. Juni 2005 wurden entsprechend den IFRS-Normen angepasst

	per 30. Juni 2006	per 31. Dezember 2005	Entwicklung
Personalbestand Ende der Berichtsperiode	2'768	2'852	- 2.9%

GRUPPE //

Umsatzsteigerung um 2.9%. Verbesserung der operativen Ergebnisse in allen Hauptsegmenten der Gruppe. Zunahme des EBIT um 26.5% auf vergleichbarer Basis, ausschliesslich einmaliger Sondereffekte.

Erwartungsgemäss blieben die Werbeausgaben in den entwickelten Märkten stabil, bzw. zogen nur leicht an, während Asien eine stärkere Zunahme verzeichnete. Die Online-Medien sowie bestimmte Kategorien der elektronischen Medien erfuhren eine dynamischere Entwicklung als die Printmedien. Letztere konnten ihre weiterhin starke Position jedoch mit Erfolg verteidigen.

In diesem immer wettbewerbsintensiveren Umfeld setzte PubliGroupe die Bemühungen zur Produktivitätssteigerung in den traditionellen Geschäftsbereichen sowie zur Stärkung ihrer Stellung in den Wachstumsmärkten fort. Dies reflektiert sich in einer Verbesserung des Betriebsergebnisses in allen Geschäftsbereichen der Gruppe und einer Umsatzzunahme um 2.9%. Der grösste Beitrag stammte aus der internationalen Division Publicitas Promotion Network (+ 18.6%) und dem Segment Geschäfte im Aufbau (+ 36.6%). PubliDirect konnte erneut zulegen (+ 1.7%), während PubliPresse ein leicht rückläufiges Ergebnis verzeichnete (- 0.9%).

PubliDirect konnte den EBIT mit CHF 25.1 Mio. halten (1. Halbjahr 05: CHF 25.4 Mio. / - 1.2%) und zugleich mit www.local.ch ein erfolgreiches neues Online-Portal mit Suchmaschine entwickeln und lancieren (negative Auswirkung auf den EBIT von CHF 4.5 Mio.). PubliPresse erzielte eine Verbesserung des EBIT um 8.6% auf CHF 7.6 Mio. (1. Semester 05: CHF 7.0 Mio.) und konnte dadurch den Umsatzrückgang (- 0.9 %) wettmachen, sowie die Weiterentwicklung von Publiconnect verdauen (negative Auswirkung auf den EBIT von CHF 3.4 Mio.). Die internationale Division Publicitas Promotion Network verdreifachte ihren EBIT auf CHF 5.4 Mio. (1. Semester 05: CHF 1.7 Mio.) bei einem Umsatzwachstum von 18.6%. Das Segment Geschäfte im Aufbau (Consulting/E-Business; Electronic, Digital & Interactive Media) erreichte mit einer Zunahme um 36.6% auf CHF 40.3 Mio. praktisch den Break-even, bei einem geringen Betriebsverlust von CHF 0.6 Mio. (1. Halbjahr 05: - CHF 6.8 Mio.). Sämtliche in diesem Segment zusammengefassten Gesellschaften haben zu dieser Verbesserung beigetragen.

Der konsolidierte EBIT der Gruppe beläuft sich auf CHF 34.2 Mio., trotz des beträchtlichen Aufwands (rund CHF 8 Mio.) für die Entwicklung neuer Aktivitäten der Gruppe. Auf vergleichbarer Basis konnte der EBIT um 26.5% gesteigert werden, das heisst, unter Ausklammerung von einmaligen Sondereffekten (Gewinne aus Veräusserungen von Beteiligungen und aus Gesellschaften in Liquidation). Er reflektiert somit eine Verbesserung des operativen Leistungsausweises aller Hauptsegmente.

Hohe Volatilität des Finanzergebnisses aufgrund der Rechnungslegung nach IFRS

Die Einführung der IFRS-Standards seit dem Geschäftsjahr 2005 hat zu einer ausgeprägt hohen Volatilität des Finanzergebnisses geführt, da sich die Schwankungen in der Bewertung des Wertschriftenportefeuilles zwischen dem Anfang und dem Ende jeder Berichtsperiode niederschlagen. Das Finanzergebnis für die ersten sechs Monate 2005 beinhaltet nicht wiederkehrende Gewinne von CHF 9.6 Mio. auf der Position „PSP Swiss Property“. Im ersten Halbjahr 2006 trat kein Ereignis von vergleichbarem Ausmass ein, sodass das Finanzergebnis von CHF 19.1 Mio. auf CHF 5.8 Mio. (- 38.9% auf vergleichbarer Basis) zurückging.

Zunahme des Nettoergebnisses um 1.9% unter Ausklammerung einmaliger Sonderfaktoren auf Stufe EBIT und Finanzergebnis

Das den Aktionären der PubliGroupe AG zurechenbare Nettoergebnis per 30. Juni 2006 belief sich auf CHF 28.6 Mio. Dies entspricht einer Zunahme um 1.9% auf vergleichbarer Basis, ausschliesslich einmaliger Sonderfaktoren, die im ersten Halbjahr 2005 zu einem Nettoergebnis in der Höhe von CHF 46.7 Mio. geführt hatten.

Solide konsolidierte Bilanz

Das Eigenkapital (Anteil der Aktionäre von PubliGroupe) per 30. Juni 2006 betrug CHF 594.3 Mio., was 54% der Bilanzsumme entspricht. Der Posten „Wertschriften“ reduzierte sich von CHF 118.1 Mio. am 31. Dezember 2005 auf CHF 31.7 Mio. per 30 Juni 2006, als Folge der Veräusserung der PSP Swiss Property-Aktien, die von der Gruppe seit dem Verkauf eines Teils der Gruppen-Liegenschaften an PSP im Januar 2000 gehalten wurden. Der Verkaufserlös ermöglichte einen Abbau der kurzfristigen Verschuldung von CHF 120.6 Mio. auf CHF 40.3 Mio. Die Nennwertrückzahlung an die Aktionäre in Höhe von CHF 9.- je Aktie, d.h. von insgesamt CHF 21.5 Mio., erfolgte nach dem Halbjahresabschluss, am 14. August 2006.

SEGMENTINFORMATIONEN //

in Mio. CHF	PubliDirect		PubliPresse		PPN		Geschäfte im Aufbau		Corporate und Übrige						
	1. Halbjahr		1. Halbjahr		1. Halbjahr		1. Halbjahr		1. Halbjahr						
	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005					
Umsatz	+ 1.7%	52.6	51.7	- 0.9%	767.7	774.8	+ 18.6%	183.9	155.1	+ 36.6%	40.3	29.5	- 0.7%	29.0	29.2
Bruttomarge	+ 1.6%	43.9	43.2	- 2.0%	117.0	119.4	+ 12.1%	35.1	31.3	+ 71.4%	18	10.5	- 2.8%	20.7	21.3
EBITDA	- 19.0%	9.8	12.1	+ 6.9%	9.3	8.7	+ 217.6%	5.4	1.7		0.8	(5.5)		(4.1)	8.5
Assoziierte Gesells.	+ 11.3%	15.7	14.1		0.1	-		0.4	0.4		(0.2)	(0.1)	+ 22.2%	3.3	2.7
EBIT	- 1.2%	25.1	25.4	+ 8.6%	7.6	7.0	+ 217.6%	5.4	1.7		(0.6)	(6.8)		(3.3)	9
Personalbestand*	- 6.7%	491	526	- 2.7%	1'315	1'352	- 1.7%	476	484	- 0.4%	227	228	- 1.1%	259	262

* 2006: per 30. Juni / 2005: per 31. Dezember

PubliDirect - Search & Find / Gelbe Seiten und andere Print-/Internetverzeichnisse

PubliDirect steigerte den Umsatz (CHF 52.6 Mio./+ 1.7%) und konnte den EBIT auf hohem Niveau (CHF 25.1 Mio./- 1.2%) halten, obwohl einige Projekte Auf- und Ausbaukosten (CHF 4.5 Mio.) nach sich zogen. Dies gilt vor allem für die Lancierung des neuen Internetportals mit Suchmaschine www.local.ch, aber auch für die Neuausrichtung der Internetportale der Unternehmen Fundgrueb und Auto Börse, die seit 2005 zu PubliDirect gehören, sowie die Erweiterung des Angebots von «The Guide Company», bei der PubliGroupe im Juli 2006 ihre Beteiligung von 30% auf 64% ausbaute.

In der Schweiz wurde mit den lokalen Telefonbücher „LOCAL“ ein Umsatzwachstum von 12% erzielt, dabei wurden im Vergleich zum Vorjahr drei zusätzliche Ausgaben publiziert. Die Gelben Seiten wuchsen um 4%, bei unveränderter Auflagenzahl. Die Kommissionen aus dem Verkauf von Produkten von Swisscom Directories waren um 19% rückläufig; dies aufgrund des Erneuerungsrhythmus von Werbeverträgen über drei Jahre. Es lässt sich eine ausgeprägte strukturelle Verlagerung zugunsten der Online-Werbung und zulasten der Print-Produkte beobachten.

Das Internetportal mit Suchmaschine www.local.ch startete im April 2006 mit Erfolg. Das Portal ist auf die Bedürfnisse der Lokalmärkte ausgerichtet und weist mit stetig wachsender Besucherzahl bereits einen vielversprechenden Leistungsausweis auf. Auch die Reaktionen der Inserenten sind sehr positiv. Fundgrueb und Auto Börse erzielten einen kumulierten Umsatz von CHF 1.4 Mio., eine Abnahme um 34% gegenüber der Vergleichsperiode im Vorjahr. Ihre Internetportale werden derzeit umgebaut und in [local.ch](http://www.local.ch) integriert. The Guide Company, die Inhalte für City und Event Guides für Print- und elektronische Medien herstellt, wird ebenfalls in [local.ch](http://www.local.ch) integriert werden. Die seit Juli 2006 bestehende Mehrheitsbeteiligung von PubliGroupe wird diese Zusammenarbeit verstärkend unterstützen.

Im französischen Markt vermochte Amitel den Umsatz um 6.7% auf CHF 3.8 Mio. zu steigern.

PubliPresse – Vermarktung des Werbeangebots der Schweizer Presse und ihrer Onlinedienste

In einem unverändert schwierigen und kompetitiven Umfeld mit hoher Volatilität nahm der Umsatz von PubliPresse um 0.9% auf CHF 767.7 Mio. ab. Dabei gilt es, gegenüber der Vergleichsperiode, zwei Abweichungen besonders zu beachten: Zum einen brachte die Übernahme der exklusiven Werbevermarktungsrechte für die Aargauer Zeitung ab Januar 2006, einen zusätzlichen Umsatz von geschätzten CHF 7 Mio., während zum andern die Gesellschaft Südostschweiz Publicitas AG (Anteil PubliGroupe: 50%) von nun an nicht mehr voll, sondern anteilig konsolidiert wird, was für die Division zu einem Umsatzrückgang von CHF 11 Mio. führt. Auf vergleichbarer Basis hätte PubliPresse somit einen Umsatzrückgang von 0.5% verzeichnet.

Bei der kommerziellen Werbung hatte PubliPresse auch in den ersten sechs Monaten 2006 unter dem Rückgang von 2.9% zu leiden, wobei die Unterschiede zwischen den einzelnen Branchen nach wie vor sehr ausgeprägt waren. Obwohl das Verhalten einzelner Auftraggeber starke Differenzen aufweist, haben sich die Werbebudgets der Grossverteiler auf dem Niveau der Vergleichsperiode gehalten, während das Werbevolumen in den Sektoren Automobil, Telekommunikation und Tourismus abflaute. Unter den Branchen mit steigenden Werbeausgaben befinden sich erneut die Banken, aber auch das Gesundheitswesen und die Personalvermittler. Zum ersten Mal seit drei Jahren gingen die Immobilieninserate zurück; der Umsatz sank um 3.4%. Bei den Stellenanzeigen setzte sich der Wachstumstrend mit 18.7% fort.

Der EBIT erhöhte sich von CHF 7.0 Mio. auf CHF 7.6 Mio. Die rückläufigen Bruttomargen und höheren Aufwendungen (CHF 3.4 Mio.) für den Aufbau von Publicconnect (Werbevermittlung für professionelle Rubrikkunden in Print- und Online-Medien) werden somit durch die Kostensenkungen mehr als aufgefangen.

Publicitas Promotion Network – Internationale Vermarktung von Pressewerbung

Publicitas Promotion Network (PPN) verdreifachte den EBIT auf CHF 5.4 Mio., mit einem Umsatzwachstum von 18.6% auf CHF 183.9 Mio. und einer Steigerung der Bruttomarge um 12% auf CHF 35.1 Mio., während die Kosten auf dem Niveau der Vergleichsperiode des Vorjahres gehalten werden konnten.

Asien/Australien verzeichnete auch in diesem Halbjahr ein ausgeprägtes Wachstum (Umsatz + 24%/Bruttomarge + 27.5%) und das Geschäft in Europa erholte sich deutlich (Umsatz + 23.3%/Bruttomarge + 15.3%). Die Ergebnisse der Region Nord- und Südamerika sind weiterhin negativ, weisen aber erneut eine solide Basis auf (Umsatz - 7.7%/Bruttomarge - 7.4%).

In den zwölf europäischen Ländern, in denen PPN vertreten ist, konnte sie ein Wachstum verzeichnen, wobei Grossbritannien, Frankreich, Belgien und Deutschland erneut als Wachstumstreiber wirkten. Letzteres hatte sehr stark von der Fussballweltmeisterschaft profitiert.

In Asien festigte die Emphasis-Gruppe ihre Position als Nr. Eins im Bereich Inflight Entertainment indem sie einerseits ihren Marktanteil ausbauen und andererseits Neukunden gewinnen konnte. Der Umsatz nahm um 31% zu. Auch auf dem chinesischen Festland erfolgte ein umfangreicher Ausbau der Aktivitäten (+ 88%). Im zweiten Halbjahr 2006 wird die Gruppe ihre Beteiligung an der indischen Gesellschaft Mediascope von 40% auf 65% erhöhen. Ziel ist ein rascher Ausbau der Aktivitäten im indischen Subkontinent mit Schwerpunkt im Geschäft mit Inflight Entertainment.

Die Region Nord- und Südamerika verzeichnete in Kanada einen zufrieden stellenden Geschäftsgang sowie positive Signale in den USA, nach einigen schwierigen Jahren mit umfangreichen Restrukturierungen. Die Gesellschaft Leading Hispanic Media hat mit dem Ausbau ihrer Aktivitäten rund um die Mediendienstleistungen in spanischer Sprache im US-amerikanischen Gebiet begonnen und einen ersten bescheidenen Beitrag an den Gesamtumsatz von Nordamerika geleistet. Die Aktivitäten in Lateinamerika waren leicht rückläufig, da die massive Budgetkürzung eines Grosskunden noch nicht kompensiert werden konnte.

Geschäfte im Aufbau: Consulting/E-Business – Vermarktung «Electronic, Digital & Interactive Media»

Alle in diesem Segment zusammengefassten Gesellschaften haben ihren Leistungsausweis sowohl hinsichtlich des Umsatzes als auch der Ergebnisse deutlich verbessert. Insgesamt erzielten sie eine Umsatzsteigerung von 36.6%. Mit einem insgesamt um CHF 6.8 Mio. auf CHF 0.6 Mio. reduzierten Betriebsverlust belasten sie den EBIT von PubliGroupe praktisch kaum mehr.

namics (Beratung für interaktive Kommunikation / Konzepte und Entwicklung für E-Business-Lösungen) steigerte ihren Umsatz um 45.9% auf CHF 13 Mio. Die Expansion verläuft dynamisch, sowohl beim Ausbau ihres Beratungsangebots (Akquisition und Entwicklung von namics rotweiss) wie auch in geographischer Hinsicht, mit der Eröffnung neuer Büros in München. namics beschäftigt zurzeit 160 Personen und rechnet damit, den Mitarbeiterbestand bis Ende Jahre auf 180 zu erhöhen.

cinecom (Vermarktung von Kino- und Fernsehwerbung) steigerte ihren Umsatz um 32% auf CHF 23.3 Mio. Die Aktivitäten im Bereich Kino nahmen um 9% zu, dank einer Steigerung der nationalen Werbung um 6% und einem Zuwachs in den Lokalmärkten von 20%. cinecom profitiert nun von den ersten positiven Auswirkungen der Digitalisierung, die das Medium Kino für lokale Werbeaufträge attraktiver gemacht hat. Der Verkauf von Fernsehwerbung nahm um 35% zu, hauptsächlich aufgrund eines neuen Vertretungsvertrags mit kabel eins. Mit der Vermarktung des neuen Senders 3+ („drei plus“) ab September 2006 ist für das zweite Halbjahr ein weiterer Umsatzzuwachs zu erwarten.

web2com (Vermarktung von Werbung in interaktiven Medien: Internetseiten und Mobiltelefonie) legte um 59.3% zu und erzielte einen Umsatz von CHF 5 Mio. Damit wies web2com zum ersten Mal schwarze Zahlen aus.

Corporate und Übrige

Das Segment „Corporate und Übrige“ umfasst die IT-Gesellschaften der Gruppe unter dem Dach von PubliService, die Konzernbeteiligungen im Verlagsbereich sowie die Zentralen Dienste. Es ist in erster Linie ein Cost center für die Gruppe. Es beinhaltet einmalige Sonderfaktoren aufgrund von Gewinnen aus Veräusserungen von Beteiligungen und aus Gesellschaften in Liquidation.

AUSBLICK //

Die im ersten Halbjahr festgestellten Tendenzen des Werbemarktes dürften sich im zweiten Semester 2006 bestätigen. Der Umsatz dürfte dank den ausländischen Märkten und den elektronischen Medien weiter zunehmen, umso mehr, als Radiotele AG (Zürich), seit Juli 2006 in die Gruppe integriert ist. Radiotele verkauft Werbezeit für Radio- und Lokalfernsehsender. Für den Aufbau neuer Geschäfte werden weiterhin beträchtliche Mittel eingesetzt. Vorausgesetzt, dass diese Trends unverändert anhalten und unter Vorbehalt ausserordentlicher Ereignisse, dürften sich die operativen Ergebnisse des zweiten Semesters im Rahmen der ersten sechs Monate des Berichtsjahres bewegen.

KONZERNBILANZ //

in Mio. CHF

	per 30. Juni 2006	per 31. Dezember 2005
Aktiven		
Flüssige Mittel	45.9	50.6
Wertschriften	31.7	118.1
Forderungen	335.7	326.9
Steuerforderungen	1.3	1.4
Aktive Rechnungsabgrenzungen	107.4	66.5
Umlaufvermögen	522.0	563.5
Renditeliegenschaften	42.2	43.2
Selbst genutzte Liegenschaften	78.7	78.5
Übrige Sachanlagen	17.7	17.0
Immaterielles Anlagevermögen	37.7	33.0
Beteiligungen an assoziierten Gesellschaften	117.7	110.9
Finanzanlagen	283.1	268.2
Latente Steuerforderungen	3.7	4.2
Anlagevermögen	580.8	555.0
Total Aktiven	1'102.8	1'118.5
Passiven		
Kurzfristige Verbindlichkeiten	40.3	120.6
Kreditoren	269.0	236.8
Steuerverbindlichkeiten	5.2	10.3
Passive Rechnungsabgrenzungen	93.7	76.3
Kurzfristige Rückstellungen	5.0	5.4
Kurzfristiges Fremdkapital	413.2	449.4
Langfristige Verbindlichkeiten	10.8	12.8
Rückstellung für latente Steuern	20.6	20.9
Übrige langfristige Rückstellungen	9.9	9.7
Langfristiges Fremdkapital	41.3	43.4
Fremdkapital	454.5	492.8
Aktienkapital PubliGroupe AG	24.9	24.9
Eigene Aktien	(55.6)	(47.9)
Reserven	625.0	590.5
Eigenkapital, Anteil der PubliGroupe Aktionäre	594.3	567.5
Anteil der Minderheitsaktionäre	54.0	58.2
Total Eigenkapital	648.3	625.7
Total Passiven	1'102.8	1'118.5

KONZERNERFOLGSRECHNUNG //

in Mio. CHF

	1. Halbjahr 2006	1. Halbjahr 2005	Entwicklung
Umsatz	1'035.0	1'005.5	+ 2.9%
Einkäufe	(763.1)	(742.1)	+ 2.8%
Erlösminderungen	(56.2)	(53.6)	+ 4.9%
Bruttomarge	215.7	209.8	+ 2.8%
Personalaufwand	(151.3)	(145.8)	+ 3.8%
Betriebsaufwand	(45.5)	(51.8)	- 12.2%
Übriger Betriebsaufwand und -ertrag	2.2	13.4	- 83.6%
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	21.1	25.6	- 17.6%
Abschreibungen	(6.2)	(6.0)	+ 3.3%
Wertverminderung von Vermögenswerten	-	(0.4)	- 100.0%
Anteil am Ergebnis der assoziierten Gesellschaften	19.3	17.1	+ 12.9%
Betriebsergebnis (EBIT)	34.2	36.3	- 5.8%
Finanzergebnis	5.8	19.1	- 69.6%
Ergebnis vor Steuern	40.0	55.4	- 27.8%
Steuern	(7.4)	(3.9)	+ 89.7%
Nettoergebnis	32.6	51.5	- 36.7%
Zuteilung des Nettoergebnisses :			
- Minderheitsanteile	4.0	4.8	- 16.7%
- Aktionäre der PubliGroupe AG	28.6	46.7	- 38.8%
Ergebnis pro Aktie			
Unverwässertes Ergebnis pro Aktie (in CHF)	11.98	19.49	- 38.5%
Verwässertes Ergebnis pro Aktie (in CHF)	11.94	19.41	- 38.5%

Für weitere Auskünfte:

PubliGroupe AG
Jean-Denis Briod

Tel. : 021 317 73 00
Fax : 021 317 72 22

e-mail : jdbriod@publigroupe.com

Andreas Schmidt

Tel. : 021 317 73 08
Fax : 021 317 73 40

e-mail : aschmidt@publigroupe.com

Der Halbjahresbericht ist auf www.publigroupe.com/de/inv_rap.cfm verfügbar.