

Pressemitteilung

Lausanne, 29. März 2006

Jahresergebnis 2005

PubliGroupe erzielte in stabilen bis leicht rückläufigen Märkten ein gutes Betriebsergebnis (EBIT) von CHF 72 Mio. (2004: CHF 76 Mio.), wobei bedeutende Mittel für die Entwicklung neuer Aktivitäten in den Bereichen elektronische Medien und Online aufgewendet wurden.

Das den PubliGroupe-Aktionären zurechenbare Nettoergebnis hat sich aufgrund stark gestiegener Finanzerträge um 28.3% auf CHF 72 Mio. erhöht (2004: CHF 56 Mio.).

Der Verwaltungsrat beantragt der nächsten Generalversammlung eine Gesamtausschüttung an die Aktionäre von CHF 11.- pro Aktie (+ 22% /2004: CHF 9.-) in Form einer Nennwertrückzahlung von CHF 9.- pro Aktie und einer Dividende von CHF 2.-.

Ergebnis 2005

in CHF Mio.	Entwicklung	2005	2004
Umsatz	+ 1.7%	2'015	1'981
Bruttomarge	- 0.4%	443	445
Personalaufwand	+ 2.6%	(300)	(292)
Betriebsaufwand	+ 5.2%	(97)	(92)
Übriger Betriebsaufwand und -ertrag	-	16	5
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	- 4.5%	63	66
Abschreibungen	+ 7.2%	(12)	(11)
Anteil am Ergebnis der assoziierten Gesellschaften	+ 0.4%	22	22
Betriebsergebnis (EBIT)	- 5.3%	72	76
Finanzergebnis	-	25	7
Ergebnis vor Steuern	+ 17.4%	98	83
Steuern	- 3.5%	(13)	(13)
Nettoergebnis	+ 21.3%	85	70
Zuteilung des Nettoergebnisses :			
- Minderheitsanteile	- 6.5%	13	14
- Aktionäre der PubliGroupe AG	+ 28.3%	72	56
Personalbestand Ende Jahr	+ 0.8%	2'852	2'829
Eigenkapital, Anteil der PubliGroupe Aktionäre	+ 10.2%	567	515

Neue Rechnungslegungsnormen

PubliGroupe hat für das Geschäftsjahr 2005 die IFRS-Standards angewendet und verzeichnet drei hauptsächliche Auswirkungen: Das Betriebsergebnis (EBIT) schliesst von jetzt an den Immobilienertrag sowie die bisher unter ausserordentlichem Ergebnis aufgeführten Elemente mit ein. Die Ergebnisse der Divisionen werden transparenter ausgewiesen. Das Eigenkapital steigt aufgrund der Bewertung gewisser Aktiven nach Marktwerten. Die Resultate des Geschäftsjahres 2004 werden auf vergleichbarer Basis ausgewiesen (Restatement).

Gruppe

Der bedeutende Mitteleinsatz (ca. CHF 12 Mio.) für die Entwicklung der Gruppe in den Bereichen Online und elektronische Medien ist der wesentliche Grund für den EBIT-Rückgang (CHF 72 Mio. / - 5.3%). Auf vergleichbarer Basis verbessert sich der operative Leistungsausweis.

Die Umsatzzunahme von 1.7% auf CHF 2'015 Mio. ist auf die neuen Aktivitäten von cinecom im Bereich der elektronischen Medien und auf die seit dem 1. Januar 2005 verstärkte Zusammenarbeit zwischen PubliPresse und der Neue Zürcher Zeitung AG zurückzuführen.

Auf vergleichbarer Basis nahmen der Umsatz um 3.1%, die Bruttomarge um 2.4% und der Betriebsaufwand um 2.7% ab.

PubliDirect konnte den EBIT bei stabilem Umsatz auf der Rekordhöhe von 2004 (CHF 52 Mio.) halten. Das internationale Netzwerk Publicitas Promotion Network erhöhte seinen Umsatz um 2% und verdoppelte den EBIT von CHF 4 Mio. auf CHF 8 Mio. PubliPresse steigerte ihren Umsatz dank der verstärkten Partnerschaft mit der Neuen Zürcher Zeitung und der NZZ am Sonntag um 1.5%. Der EBIT nahm von CHF 24 Mio. auf CHF 16 Mio. ab, was hauptsächlich auf die Lancierung von Publicconnect (CHF 5 Mio.) zurückzuführen ist. Die neue Einheit soll PubliPresse eine führende Stellung bei den Rubrikinseraten Online und in den Printmedien verschaffen. Die Resultate der drei Divisionen wurden in einem schwierigen Marktumfeld und aufgrund weiterer Kostensenkungen erzielt.

Wichtige Massnahmen wurden getroffen, um die Angebots-palette der Gruppe im Bereich der elektronischen Medien (cinecom: Wachstum bei der Fernsehwerbung, Projekt „Digitalisierung“ des Kinogeschäfts), in der Internetwerbung (Lancierung von web2com im Juli 2005) und in der Konzeption von Crossmedia-Angeboten auszubauen. Dafür waren und sind auch weiterhin hohe Investitionen erforderlich. Das Segment «Geschäfte im Aufbau» wies daher einen Betriebsverlust von CHF 5 Mio. (2004: EBIT von CHF 1 Mio.) aus.

PubliGroupe will den Zusammenschluss von Verlagsgruppen, die Regionalzeitungen herausgeben, fördern, damit diese die erforderliche Grösse erreichen, um in den immer härter umkämpften Märkten bestehen zu können. Deshalb hat sich die Gruppe zum Teil von drei ihrer Beteiligungen an Verlagshäusern in der Deutschschweiz durch Veräusserung oder Aktientausch getrennt. Die Buchgewinne aus diesen Transaktionen widerspiegeln sich im EBIT, namentlich im Segment «Corporate und Übrige» mit einem EBIT von CHF 1 Mio. (2004: - CHF 4 Mio.).

Die Ergebnisse der Gruppe sind das Abbild der stagnierenden Märkte und der Prioritäten, die sich PubliGroupe gesetzt hat: Erhöhung der Produktivität und Einsatz der notwendigen Mittel für den Aufbau neuer Aktivitäten im Bereich der elektronischen Medien oder im Umfeld der Print-Online-Migration. In diesen beiden Bereichen erzielte PubliGroupe 2005 erstmals einen Umsatz von über CHF 100 Mio.

Beträchtliche Steigerung des Nettoergebnisses (CHF 72 Mio. /+ 28.3%) als Folge eines stark verbesserten Finanzergebnisses

Die günstige Entwicklung auf den Börsenmärkten hat zu einem bedeutenden Wertzuwachs des Wertschriftenportefeuilles geführt. Dies schlägt sich im Finanzergebnis nieder, das von CHF 7 Mio. auf CHF 25 Mio. gestiegen ist. Das den PubliGroupe-Aktionären zurechenbare Nettoergebnis 2005 beträgt CHF 72 Mio. (+28.3%) oder CHF 29.91 je Aktie.

Solide konsolidierte Bilanz

Mit der Anwendung der IFRS-Normen, die gewisse Aktiven nach Marktwerten und nicht mehr nach ihren Akquisitionskosten bewerten (dies betrifft vor allem das Wertschriftenportefeuille und die als Finanzinvestition gehaltenen Beteiligungen), hat sich das Eigenkapital (Anteil der Aktionäre von PubliGroupe) am 31. Dezember 2004 von CHF 381 Mio. (Swiss GAAP FER) auf CHF 515 Mio. (IFRS) erhöht. Am 31. Dezember 2005 belief sich das Eigenkapital auf CHF 567 Mio., bzw. CHF 228.- je Aktie, was 50.7% der Bilanzsumme entspricht.

Gesamtausschüttung an die Aktionäre von CHF 11.- (+ 22%) pro Aktie

Der Verwaltungsrat beantragt der nächsten Generalversammlung vom 16. Mai 2006, in Lausanne, eine Gesamtausschüttung an die Aktionäre von CHF 11.- pro Aktie (2004: CHF 9.-) in Form einer Nennwertrückzahlung von CHF 9.- pro Aktie und einer Dividende von CHF 2.-. Die Ausschüttung an die Aktionäre beträgt somit insgesamt CHF 26.2 Mio. (+ 22%), beziehungsweise 36.5% des Nettoergebnisses.

Konzernleitung

Moritz Wuttke, der im vergangenen November im Rahmen der Reorganisation der Führung der Auslandaktivitäten zum CEO für die Gesamtregion Asien-Pazifik ernannt worden war, wird wie vorgesehen am 30. Juni 2006 von seinen Funktionen als Direktor Business Development und Mitglied der Konzernleitung zurücktreten. Seine Nachfolge in diesen beiden Funktionen tritt ab 1. Juli 2006 Thomas Kaiser (40) an, der am 1. Juni 2006 zu PubliGroupe stossen wird. Thomas Kaiser ist Schweizer Bürger und ein ausgewiesener Medienfachmann, vor allem auf dem Gebiet der elektronischen Medien und der Online-Kommunikation. Nach seinem Studium an der Universität St. Gallen war er zunächst als Verlagsleiter verschiedener Zeitschriften in der Schweizer Printmedienbranche tätig. 1995 stiess er zur Bertelsmann-Gruppe in Deutschland, wo er sich internationale Erfahrung aneignete und verschiedene Abteilungen in den Bereichen Direct Marketing, Online-Dienstleistungen und internationales Marketing leitete. Seit 2000 wirkt er bei der Burda Media Group an der Erschliessung neuer Märkte mit, namentlich im Bereich von E-Business- und Mobiltelefonie. Er ist unter anderem Gründer der Burda Wireless GmbH, die er seit 2003 leitet.

Revisionsstelle

Auf der Basis der Ergebnisse aus einem Bietverfahren beschliesst der Verwaltungsrat, der nächsten Generalversammlung vom 16. Mai 2006, KPMG Fides Peat Lausanne als neue Revisionsstelle und Konzernprüfer für das Geschäftsjahr 2006 vorzuschlagen.

Ausblick 2006

PubliGroupe bewegt sich weiterhin in einem sich stark wandelnden Umfeld. Während die Werbeausgaben in den entwickelten Ländern stagnieren oder nur leicht zunehmen, entwickeln sich die Märkte vor allem in Asien positiv. Die Migration von Print zu Internet wird sich weiter beschleunigen. Damit wird sich der Wettbewerb in den Märkten intensivieren.

PubliGroupe wird im nächsten Jahr erneut Produktivitätssteigerungen im angestammten Geschäft realisieren und wiederum wesentliche Mittel einsetzen, um in den Wachstumsmärkten ihre Position weiter zu verstärken.

Segmentinformationen

in CHF Mio.	PubliDirect		PubliPresse		PPN		Geschäfte im Aufbau		Corporate & Übrige						
	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004					
Umsatz	- 0.1%	133	133	+ 1.5%	1'480	1'458	+ 2.0%	345	338	+ 33.9%	68	50	- 12.6%	58	66
Bruttomarge	- 3%	106	110	+ 2.0%	229	225	+ 1.2%	69	68	+ 14.2%	30	26	- 3.5%	41	43
EBITDA	- 1.7%	35	35	- 29.5%	20	28	+ 98.6%	8	4		(2)	2		2	(3)
Assoziierte Gesells.	+ 7.2%	19	18					1					- 37.1%	2	4
EBIT	+ 0.6%	52	52	- 32.7%	16	24	+ 117.9%	8	4		(5)	1		1	(4)
Personalbestand*	- 9.3%	526	580	+ 0.9%	1'352	1'341	+ 4.3%	484	464	+ 21.9%	228	187	+ 1.6%	262	258

* Ende Jahr

PubliDirect - Search & Find / Herausgabe der Gelben Seiten und anderer Print-/Internetverzeichnisse

PubliDirect konnte ihren Umsatz auf der Rekordhöhe des Jahres 2004 halten. Die gedruckten Telefonbücher verzeichneten leichte Einbussen, während sich der Absatz der Internetprodukte stark erhöhte. Auf dem Schweizer Markt blieb der Umsatz unverändert. Bei den Produktkategorien waren die lokalen Telefonbücher "LOCAL" leicht rückläufig (- 2.7%), während die Gelben Seiten 6.8% zuzulegen vermochten. Die Kommissionen auf dem Verkauf von Produkten des Partners Swisscom Directories erhöhten sich um 8.8%, wobei die Nachfrage nach Internetangeboten stark zunahm (+ 32.4%) und die Weissen Seiten leicht rückläufig waren (- 3.7%). Die Aktivitäten in Frankreich steigerten sich um 7.5%. Der EBIT blieb auf Rekordhöhe (CHF 52 Mio.), einschliesslich des Anteils der Gruppe (49%) am Ergebnis von Swisscom Directories als Partner von PubliDirect. PubliDirect bereitet auf April 2006 die Lancierung eines neuen Portals mit Suchmaschine, ausgerichtet auf die Bedürfnisse der Lokalmärkte in der ganzen Schweiz, vor: www.local.ch.

PubliPresse: Vermarktung des Werbeangebots der Schweizer Presse und ihrer Onlinedienste

Der Umsatz verbesserte sich um 1.5% dank der neuen exklusiven Zusammenarbeit mit NZZ und NZZ am Sonntag ab 1. Januar 2005 (- 4.2% auf vergleichbarer Basis). Belastend wirkte sich für PubliPresse der Rückgang der kommerziellen Werbung aus (- 2.8%), der durch die günstige Entwicklung bei den Stellenanzeigen (+ 14.2%) und der Immobilienwerbung (+ 5.1%) nur teilweise kompensiert werden konnte. Das Verhalten der Grossinserenten blieb weiterhin sehr unterschiedlich: Während beispielsweise die Grossverteiler 19% weniger in Werbung investierten, legte der Finanzsektor um 52% zu. Der Vertrieb über das Internet nimmt an Bedeutung zu. PubliPresse verzeichnete einen Rückgang des EBIT um CHF 8 Mio. auf CHF 16 Mio. Auf vergleichbarer Basis konnte die Umsatzabnahme jedoch durch die erzielten Einsparungen weitgehend ausgeglichen werden. Die Produktivitätssteigerung wird im Personalbestand reflektiert, der trotz der Integration von 50 neuen Mitarbeitern, die von der NZZ dazu stiessen und der Lancierung von Publiconnect nur um 11 Vollzeitstellen zugenommen hat. Die Initialkosten für die Integration der NZZ-Verkaufsorganisation belasteten das Ergebnis 2005. Der grösste Teil des EBIT-Rückgangs von PubliPresse ist jedoch auf die rund CHF 5 Mio. zurückzuführen, die in den Aufbau von Publiconnect investiert wurden. Diese Einheit, die den Betrieb am 2. Mai 2005 aufgenommen hat, ist auf die Werbevermittlung für Print- und Onlinemedien für professionelle Rubrikkunden spezialisiert.

Publicitas Promotion Network (PPN): Internationale Vermarktung von Pressewerbung

Die Sparsbemühungen und die Fokussierung auf profitable Aktivitäten haben Früchte getragen. Der EBIT verdoppelte sich bei leicht gestiegenem Umsatz auf CHF 8 Mio. PPN verzeichnete ein starkes Wachstum in Asien (+ 27.9%), während die Europaaktivitäten (- 0.1%) insgesamt stabil blieben. Das Geschäft in Amerika erlitt eine Umsatzeinbusse von insgesamt 24.3% (- 12.9% nach Ausscheiden der während des 1. Semesters verkauften Custom Marketing Group). Die Ergebnisse der Aktivitäten in Kanada und Lateinamerika sind weiterhin zufrieden stellend, während sich die USA noch immer in der Konsolidierungsphase befinden.

Geschäfte im Aufbau

Diesem Segment zugehörig sind Konzerngesellschaften, die sich im Aufbau befinden und deren Aktivitäten von strategischer Bedeutung für die Gruppe sind, die jedoch von ihrer Grösse her die Schaffung einer eigenen Division noch nicht rechtfertigen. Die Aktivitäten dieses Segments weisen einen Umsatz von CHF 68 Mio. und einen Betriebsverlust von CHF 5 Mio. aus.

cinecom verzeichnete eine gute Entwicklung ihrer Werbe-vermarktung für das Fernsehen (+ 3%) während der Kinobereich (- 10%) eine Übergangsphase durchlief, in der die geplante Ausrüstung der Kinosäle für die digitale Übertragung von Werbefilmen umgesetzt wurde. Der Umsatz der cinecom-Gruppe belief sich auf CHF 39 Mio. (2004, nur 2. Semester: CHF 25 Mio.). web2com AG, die am 1. Juli 2005 aus der Fusion von Publicitas webservices und Publimedia webadvertising hervorgegangen ist, entwickelte sich zufrieden stellend und kann einen Umsatz von CHF 8 Mio. (+ 10.5%) im Bereich der Werbevermarktung für Internetseiten und der Mobiltelefonie ausweisen. Die Consulting/E-Business-Firma namics erhöhte den Umsatz um 12.3% (CHF 20 Mio.).

Corporate und Übrige

Dieses Segment umfasst die IT-Gesellschaften der Gruppe unter dem Dach von PubliService, die Konzernbeteiligungen im Verlagsbereich sowie die zentralen Dienste. Der EBIT von CHF 1 Mio. liegt CHF 5 Mio. über dem Ergebnis 2004. Ausschlaggebend waren die Buchgewinne aus Transaktionen, bei denen Verlagsbeteiligungen in der Deutschschweiz getauscht und veräussert wurden.

Für weitere Auskünfte :

PubliGroupe AG

Andreas Schmidt, CFO

Tel.: ++ 41 21 317 73 08

Fax: ++ 41 21 317 73 40

e-mail : aschmidt@publigroupe.com

Jean-Denis Briod, IR

Tel.: ++ 41 21 317 73 00

Fax: ++ 41 21 317 72 22

e-mail : jdbriod@publigroupe.com

PubliGroupe AG

Avenue des Toises 12
CH-1002 Lausanne

Tel. : ++ 41 21 317 71 11

Fax : ++ 41 21 317 75 55

www.publigroupe.com

Publikation des Geschäftsberichts 2005: 25. April 2006

Generalversammlung: 16. Mai 2006, 15 Uhr, Lausanne

Bekanntgabe der Ergebnisse per 30. Juni 2006: 28. August 2006