

## Zu wenig Rendite in Bern

### Tamedia setzt Tochtergesellschaft Espace Media unter Druck

#### Christian Mensch

*Mitarbeiter der Espace Media erhalten weniger Bonus als Mitarbeiter des Tamedia-Stammhauses. Konzernchef Martin Kall erwartet aus Bern mehr Gewinn.*

Der Zürcher Medienkonzern Tamedia schreitet mit der Integration der Berner Verlagsgruppe Espace Media voran. Knapp 350 Millionen Franken hat die Tamedia aufgewendet, 200 Stellen sind in Bern weggefallen, jährlich wiederkehrende Synergien in Höhe von 20 Millionen Franken wurden geschaffen. Doch die Betriebsgewinn-Marge der Berner Tochter liegt mit 9,2 Prozent weiterhin zu tief für die Tamedia, die gesamthaft 13 Prozent ausweist.

Für Konzernchef Martin Kall ist klar, dass es keine unterschiedlichen Renditeerwartungen im Unternehmen geben wird. Die Bonuszahlungen unterstreichen die Haltung: Mitarbeiter des Stammhauses erhalten 2226 Franken ausbezahlt, Mitarbeiter der Espace Media erhalten 738 Franken.

Mit dieser Ansage macht die Tamedia-Konzernspitze deutlich, dass sie auch nicht bereit sein wird, in Bern kommerzielle Konzessionen für den Erhalt der Traditionszeitung «Der Bund» zu machen. Gegenüber den Initianten der Aktion «Rettet den Bund» zeigt sich Kall zwar gesprächsbereit, gerettet werden könne der «Bund» jedoch nicht durch Gespräche, sondern allenfalls durch konkrete Taten, sagte Kall am Rand der gestrigen Bilanzpressekonferenz.

Verluste. Handlungsspielraum sieht er allerdings nicht: Fünf Verleger hätten sich an der Zeitung vergeblich versucht, seit zwölf Jahren schreibe das Blatt rote Zahlen, gut 30 Millionen Franken Verluste seien in dieser Zeit geschrieben worden, und: In den kommenden zehn Jahren werde der «Bund» wohl einen weiteren Viertel der Leserschaft verlieren. Über die Zukunft der Zeitung soll in den nächsten Monaten entschieden werden. Gedanklich sind Kall und Verleger Pietro Supino bereits an der Integration des nächsten Brockens Edipresse, dessen Übernahme noch von der Wettbewerbskommission bewilligt werden muss.

Das Geschäft der Zukunft ist für die Tamedia jedoch online und für die Kunden weitgehend gratis. Bis in vier Jahren sollen die Online-Aktivitäten einen Viertel der Konzerngewinne betragen. Zwar ist der Umsatz der elektronischen Medien im Konzern stark auf 85 Millionen Franken gewachsen. Der Gewinn hat sich für das Jahr 2008 allerdings bei einer schwarzen Null bewegt.