

EIN STARKER PARTNER FÜR DEN KURIER



MEDIEN



Die Raiffeisen-Holding NÖ-Wien hält in ihrem Portfolio wesentliche Beteiligungen an Medienunternehmen. Dazu zählen neben Printmedien auch Privatfernsehen und Außenwerbung. Für die Raiffeisen-Gruppe geht es bei diesen Engagements darum, die österreichische Herausgeberschaft sowie die Titel- und Meinungsvielfalt zu sichern. Gleichzeitig stehen aber auch kaufmännische Gesichtspunkte im Vordergrund.

KURIER

KURIER

Die Raiffeisen-Holding NÖ-Wien ist gemeinsam mit der RZB und der UNIQA über diverse Holdinggesellschaften mehrheitlich an der KURIER Zeitungsverlag und Druckerei GmbH beteiligt. Minderheitseigentümer mit knapp unter 50% ist die Westdeutsche Allgemeine Zeitungsverlagsgesellschaft E. Brost & J. Funke GmbH & Co KG (WAZ-Gruppe). Die KURIER Zeitungsverlag und Druckerei GmbH ist Medieninhaber der Tageszeitung KURIER. Die Kompetenz für Blattlinie und Herausgeberschaft liegt ausschließlich im Bereich der österreichischen Eigentümer. Die Tageszeitung KURIER konnte im Jahr 2004 ihre Position als auflagenstärkste Qualitätszeitung Österreichs halten.

Im vergangenen Kalenderjahr übersiedelte die KURIER Redaktion in die neu renovierten Büroräumlichkeiten in der Lindengasse in Wien. Der KURIER, der 1954 auf den Markt kam, feierte 2004 sein 50-Jahr-Jubiläum. Neben zahlreichen Aktivitäten für die Leser des KURIER erschien ein Buch, das einen Einblick hinter die Schlagzeilen gewährt. Den Höhepunkt bildete ein Festakt im Wiener Konzerthaus im Oktober. Weitere Fixpunkte im Kalenderjahr 2004 waren die alljährlich stattfindende „Romy Gala“ im Juni sowie die Ausgabe des „Tafelspitz“ (ein Lokalführer der Freizeit-Redaktion) im November, der bereits zum 6. Mal erschienen ist.

Bei der Telekurier Online Medien GmbH & Co KG kam es im abgelaufenen Geschäftsjahr zu einer konsequenten Umsetzung der verstärkten Zusammenarbeit zwischen Print- und Online-Redaktion. Die Online-Aktivitäten zielten darauf ab, die Zeitung durch Vertriebs- und Marketingmaßnahmen im Internet bestmöglich zu unterstützen. Die im Sommer eingeführte Kostenpflicht für die Print-Inhalte unter dem Titel „KURIER PREMIUM“ wurde von den Usern ohne Widerstände angenommen. Es zeigt sich, dass grundsätzlich die Bereitschaft besteht, für werthaltigen Content im Internet zu bezahlen. Im letzten Jahresdrittel deckten sich die Schwerpunkte des Online-Bereichs weitgehend mit den Marketingschwerpunkten der Redaktion im Zuge des 50-Jahr-Jubiläums. Nach der Installierung einer Print-Online-Koordination zwischen Telekurier und der KURIER Redaktion wurden ab Oktober auch die Marketingaktionen der Zeitung verstärkt im Internet umgesetzt. Mit einer eigens zu diesem Zweck erworbenen Software können die Teilnehmer-Adressen von Gewinnspielen effizient nachbearbeitet und für weitere



Aktionen z.B. im Vertrieb genutzt werden. Im Dezember fand eine Internet-Versteigerung für die KURIER-Weihnachtsaktion statt. In Zusammenarbeit mit dem weltgrößten Online-Auktionshaus eBay wurden mehrere Dutzend Lose zugunsten der Phillips Schülerhilfe der Caritas versteigert.

Die KURIER-Verlagsgruppe ist als Minderheitsgesellschafter an der Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag GmbH (Mediaprint), dem größten heimischen Unternehmen des Printsektors, beteiligt. Die Mediaprint wickelt das gesamte verlagswirtschaftliche Geschäft (Druck, Vertrieb, Anzeigen, kaufmännische Administration) von KURIER und Kronen Zeitung ab und ist darüber hinaus für fremde Auftraggeber tätig. Der Geschäftsgang dieser Beteiligung ist sehr zufrieden stellend.

Die Beteiligung der KURIER-Gruppe an der Verlagsgruppe NEWS verläuft ebenfalls zufrieden stellend. Die Verlagsgruppe NEWS brachte im Kalenderjahr 2004 die beiden Magazine „Young Style“ und „NEWS Leben“ sowie zwei neue Line Extensions auf den Markt: NEWS EXKLUSIV als Trend-Navigator für urbane lifestyle-affine Top-Verdiener und -Entscheider und das Kindersupplement NEWSINO.

Die KURIER-Gruppe ist an der Privatradiosenderkette Krone-HIT beteiligt. Sie bewarb sich im abgelaufenen Kalenderjahr 2004 um die bundesweite Zulassung. Diese wurde schließlich Anfang Dezember zugesprochen. Der bundesweite Sendebetrieb konnte noch im Dezember aufgenommen werden.

EPA

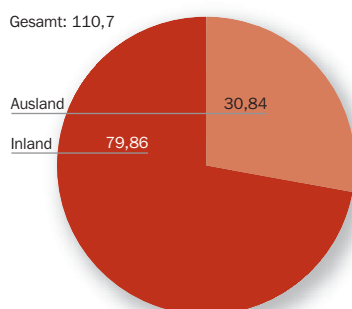


Die epa! – Europäische Plakat- und Außenwerbholding GmbH – ist 2003 durch den Zusammenschluss der beiden Firmengruppen heimatwerbung und AUSSENWERBUNG Dr. Heinrich Schuster/Ankündiger entstanden. Die Raiffeisen-Holding NÖ-Wien ist zu 25% an der epa! beteiligt. Das größte Plakatunternehmen Österreichs ist in Tschechien, der Slowakei, Ungarn und Mazedonien Marktführer und darüber hinaus auch in Kroatien, Serbien, Polen, Slowenien und Bulgarien sowie seit 2005 in Rumänien vertreten.

Das Geschäftsjahr 2004 war von einer äußerst aggressiven Marktsituation geprägt. Dennoch gelang es, ein über dem Branchenschnitt liegendes Wachstum zu erarbeiten und im Plakatsbereich, insbesondere in Wien, Marktanteile hinzuzugewinnen.

Der Konsolidierungsprozess konnte im Berichtsjahr programmgemäß fortgesetzt und weitestgehend abgeschlossen werden. Ein Hauptaugenmerk im Jahr 2004 wurde dem Ausbau des „Poster Light“-Netzes – Plakatwechsler im klassischen 16/1 Bogen- und 24/1 Bogen-Format – gewidmet. In Wien gelang es, am Ring vor dem Parlament und an einigen anderen Standorten erste Schritte zu setzen. In den Bundesländer-Hauptstädten wurden die Voraussetzungen für ein marktadäquates Angebot ge-

epa! Umsatz nach Ländern 2004 in EUR Mio.





schaffen.

Durch ein einheitliches Tafeldesign für alle operativ tätigen Gesellschaften wurde die optische Präsenz am Markt deutlich verstärkt.

Gemeinsam mit der Telekom Austria wurde mit der Errichtung von mit City Light Werbeflächen ausgestatteten Multimedia-Stationen und Telefonzellen begonnen. Bis dato wurden 200 solcher Zellen, die Mehrheit davon in Wien, errichtet. Insgesamt sind 1.000 solcher Anlagen mit ca. 2.000 Werbeflächen geplant. Der Investitionsaufwand hierfür beträgt EUR 7,3 Mio.

Mit dem Baunetz an der Wiener Staatsoper, das als Fassadenspiegelung gestaltet war – eine Österreich-premiere – und von UNIQA gesponsert wurde, konnten positive Akzente für Österreichs Außenwirtschaft gesetzt werden. Es gelang, sich deutlich vom Wettbewerb abzuheben.

In der Tschechischen Republik fusionierten die 4 Unternehmen zur „outdoor akzent Prag“ und konzentrierten sich unter neuem Management an einem Betriebsstandort. Dadurch können erhebliche Synergien erzielt werden. Ebenso wurden die Büros der OUTDOOR Budapest und der akzent media Budapest zusammengelegt, wodurch sich ebenfalls beträchtliche Synergien ergaben. Die OUTDOOR Zagreb verschmolz mit der akzent media Zagreb zur „outdoor akzent Zagreb“.

Mit Gründung der „outdoor akzent Laibach“ trat die epa-Holding in den slowenischen Außenwerbemarkt ein. Der Markteintritt in Rumänien gelang durch erfolgreiche Akquisitionen.

Die epa-Holding erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2004 einen Umsatz von insgesamt EUR 111 Mio. (2003 waren es EUR 101 Mio.), davon EUR 79,9 Mio. in Österreich und EUR 30,8 Mio. in Mittel- und Osteuropa (im Vergleich zum Vorjahr: in Österreich EUR 77,7 Mio. und in Mittel- und Osteuropa EUR 23,3 Mio.) Der Jahresüberschuss 2004 liegt knapp über EUR 4 Mio. und ist somit gleich wie im Vorjahr. Im Geschäftsjahr 2004 wurden Gesamtinvestitionen in Höhe von rund EUR 26,8 Mio. getätigt, davon EUR 19,5 Mio. in den Erwerb von Beteiligungen. Die epa-Holding beschäftigte im Geschäftsjahr 2004 242 Mitarbeiter (2003 waren es 293), davon 139 im Inland (2003 waren es 178).

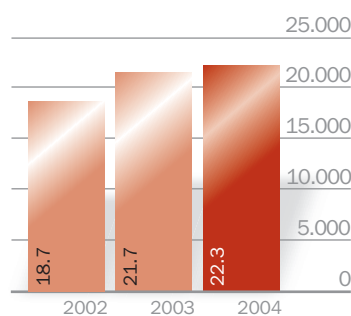
SAT.1 ÖSTERREICH

Die SAT.1 Privatrundfunk und Programmgesellschaft m.b.H. (SAT.1 Österreich) wurde im Jahr 1986 gegründet und ist ein mehrheitlich österreichisches Unternehmen. Eigentümer sind zu je einem Drittel die Raiffeisentochter Medicur-Holding Gesellschaft m.b.H, die Styria Medien AG sowie die deutsche SAT.1 Satelliten-Fernsehen GmbH.



SAT.1 Umsatz

in EUR Mio.



Seit ihrer Gründung konnte die Gesellschaft ihr Jahresergebnis signifikant steigern – selbst in den Jahren 2002 und 2003, die durch eine allgemeine Flaute des Werbemarktes geprägt waren. Der Bruttoumsatz von SAT.1 Österreich erfuhr im Jahr 2004 laut Focus eine Steigerung um 2,5% (VJ: EUR 22,3 Mio.).

SAT.1 Österreich war die erste deutsche Sendertochter mit einer österreichischen Programmlizenz. Damit konnte SAT.1 Österreich neben dem Werbefenster auch österreichische Identität und Content entwickeln.

Die in SAT.1 Österreich ausgestrahlten Österreich-Programme kommen äußerst gut sowohl bei den Werbepartnern als auch bei den Zuschauern an. Die in der Zeitschiene Montag bis Freitag von 17:30 Uhr bis 18:00 Uhr laufenden Formate sind fixer Bestandteil des SAT.1 Österreich Sendeschemas. Bereits seit dem Jahr 2000 läuft „GO! Das Motormagazin“, das erfolgreichste Motormagazin Österreichs. „Welt der Medizin“ ist seit 2003 Ratgeber rund um das Thema Gesundheit und Medizin. Außerdem hat SAT.1 Österreich seit Juni 2002 als erster Fenstersender auch eine eigene österreichische Wettershow im Angebot, die täglich von Montag bis Freitag um kurz vor 17:00 Uhr läuft.

Seit Juli 2001 wird SAT.1 Österreich von der SevenOne Media Austria, einer 100%-Tochter der ProSiebenSat.1 Media AG, vermarktet. Die Familienvermarktung bedeutet für SAT.1 Österreich vielfache Synergien in der Zusammenarbeit mit Agenturen und Direktkunden.

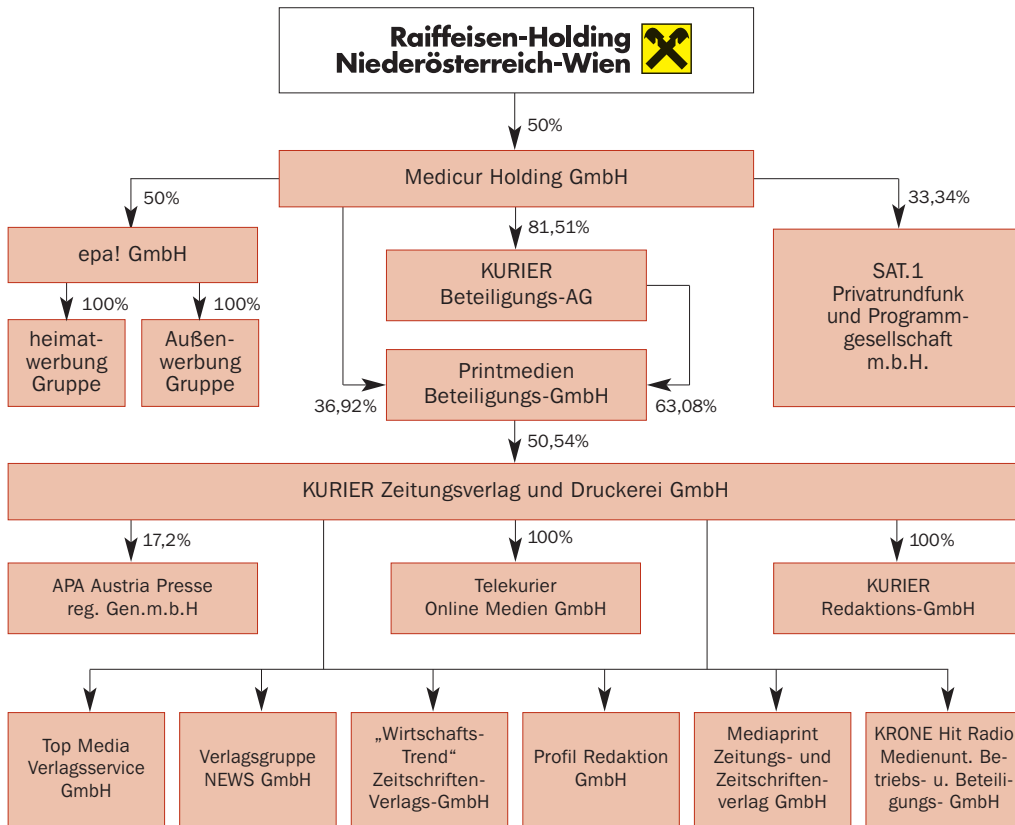
Im SAT.1 Österreich Teletext können ausführliche Informationen zu den Österreichmagazinen „GO! Das Motormagazin“ und „Welt der Medizin“, aber auch Österreichwetter-Informationen abgerufen werden. Ebenfalls für die Vermarktung erschlossen wurde im Jahr 2004 die Homepage www.sat1.at, die nun die attraktiven Contents der deutschen Site mit spezifischen, für österreichische Seher relevanten Inhalten vereint.

UTA



Der alternative Telekomanbieter UTA Telekom AG (UTA), wurde am 13. Oktober zu 100% an die schwedische Tele2 AB verkauft. Die Raiffeisen-Holding NÖ-Wien war gemeinsam mit RZB, UNIQA und RLB Steiermark mit 25 % plus 1 Aktie an UTA beteiligt. Der Verkauf ist mittlerweile kartellrechtlich genehmigt.

Das Interesse an UTA war groß. Für die Eigentümer hat sich Tele2 als der optimale Käufer zur richtigen Zeit dargestellt, da sowohl Geschäftsmodell als auch Geschäftsstruktur komplementär zu UTA sind. Für die Kunden beider Unternehmen ergeben sich durch die Übernahme keine Veränderungen. Durch den



Es werden nur ausgewählte Tochtergesellschaften dargestellt, die teilweise über Zwischengesellschaften gehalten werden.

Zusammenschluss von UTA und Tele2 entsteht der größte und leistungsfähigste alternative Telekomanbieter Österreichs.