



TX Group AG
Unternehmenskommunikation

Medienmitteilung

TX Group: Umsatz gesteigert, Ergebnis aufgrund von Investitionen und Abschreibungen sowie wegen rückläufiger Printwerbung unter Vorjahr

Der Betriebsertrag der TX Group stieg 2019 akquisitionsbedingt auf 1 079.5 Millionen Franken (6.8 Prozent). Hingegen reduzierte sich das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) um -4,4 Prozent auf 196.8 Millionen Franken. Das Betriebsergebnis vor Effekten aus Unternehmenszusammenschlüssen sank auf 155.2 Millionen Franken (-13.5 Prozent), während das EBIT 70.4 Millionen (-46.5 Prozent) beträgt. Gezielte Investitionen in die Weiterentwicklung der digitalen Marktplätze sowie in die digitale Transformation der Bezahlmedien prägten das operative Ergebnis. Dieses wurde ausserdem durch den rückläufigen Printwerbemarkt sowie durch höhere Wertminderungen und Abschreibungen auf Unternehmenszusammenschlüssen belastet. In der Folge sank das Ergebnis auf 97.8 Millionen Franken (-24.5 Prozent). Aufgrund der aktuellen Gefährdung der Gesundheit der Bevölkerung und zum Schutz der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie unserer Gäste wird auf eine vor Ort durchgeführte Bilanz- und Analystenkonferenz verzichtet. An deren Stelle werden heute Telefonkonferenzen angeboten.

Zürich, 10. März 2020 – Der Betriebsertrag der TX Group stieg um 6.8 Prozent oder 68.9 Millionen Franken auf 1 079.5 Millionen Franken. Die Zunahme des Betriebsertrages ist auf Änderungen im Konsolidierungskreis zurückzuführen, insbesondere auf die Akquisition von Zattoo Group im Jahr 2019 und die früheren Akquisitionen von Basler Zeitung AG, Goldbach Group und Neo Advertising SA, deren Umsatz 2019 erstmals ganzjährig konsolidiert wird. Das Wachstum übersteigt die strukturell bedingt rückläufigen Betriebserträge im traditionellen Verlagsgeschäft.

Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) sank um 9.1 Millionen Franken oder 4.4 Prozent auf 196.8 Millionen Franken. Die EBITDA-Marge sank damit von 20.4 Prozent im Vorjahr auf 18.2 Prozent. Grund für diesen Rückgang waren gezielte Investitionen in die Weiterentwicklung der digitalen Rubrikenplattformen und Marktplätze. Diese Investitionen mündeten in einer Verbesserung der operativen Leistungskennzahlen. So nahmen die Transaktionen von Privatpersonen auf Ricardo durchschnittlich um 8 Prozent zu und die Stellenplattformen von JobCloud erfreuten sich über eine deutliche Zunahme von 36 Prozent an Sessions. Bei Homegate erhöhte sich die Anzahl durchschnittlich gelisteter Objekte um 19 Prozent, während die Steigerung bei der Kleinanzeigenplattform Tutti 17 Prozent betrug. Die Terminfindungsplattform Doodle führte im Berichtsjahr eine Businesslösung ein und konnte damit bereits rund fünfzig Kunden weltweit gewinnen. Zudem wurde die digitale Transformation der Bezahlmedien weiter vorangetrieben. Beispiele dafür sind neu eingeführte Audio- und Videoformate, ein grundlegend modernisierter Webauftritt und der vereinfachte Kaufprozess auf den digitalen Newsplattformen. Positiv entwickelte sich in der Folge auch die Anzahl digitaler Abonnements, die eine allerdings noch ungenügende Steigerung von 19 Prozent verzeichneten. Insgesamt trug das digitale Angebot der TX Group im Berichtsjahr der Hälfte des Umsatzes und rund vier Fünftel des Ergebnisses bei.

Das Betriebsergebnis (EBIT) reduzierte sich um 46.5 Prozent oder 61.2 Millionen Franken und beträgt 70.4 Millionen Franken. Wesentliche Treiber dieser Entwicklung sind höhere Abschreibungen, Abschreibungen aus Unternehmenszusammenschlüssen sowie die Erfassung von Wertminderungen auf Goodwill im Bereich der Bezahlmedien. Die laufenden Abschreibungen verzeichnen im Vorjahresvergleich eine Zunahme um 15.2 Millionen Franken auf 41.5 Millionen Franken, davon entfielen 12.1 Millionen Franken auf die erstmals berücksichtigten Abschreibungen der unter IFRS 16 aktivierten Nutzungsrechte. Die Zunahme der Abschreibungen aus Unternehmenszusammenschlüssen um 14.5 Millionen Franken auf 60.1 Millionen Franken ist insbesondere auf die erstmalige ganzjährige Berücksichtigung der 2018 erworbenen Basler Zeitung AG, Goldbach Group und Neo Advertising SA sowie auf die 2019 erworbene Zattoo Group zurückzuführen. Aufgrund der jährlichen Überprüfung des Goodwills wurden im Bereich der Bezahlmedien per 31. Dezember 2019 Wertminderungen auf Goodwill in Höhe von 24.7 Millionen Franken erfasst, während die Wertminderungen insgesamt im Vorjahr bei 2.3 Millionen Franken lagen. Die EBIT-Marge sank von 13.0 Prozent im Vorjahr auf neu 6.5 Prozent. Das Ergebnis 2019 liegt mit 97.8 Millionen Franken um 24.5 Prozent oder 31.8 Millionen Franken unter dem Vorjahreswert von 129.5 Millionen Franken.

Christoph Tonini, CEO, fasst das Geschäftsjahr 2019 der TX Group folgendermassen zusammen: «Bereits bestehende Tendenzen im Werbemarkt hin zu den GAFAs (Google, Amazon, Facebook und Apple) beschleunigen sich, neue, internationale Konkurrenten finden ihren Weg in den Schweizer Markt und die Weiterentwicklung technischer

Möglichkeiten erhöhen das Risiko von Disruptionen. In diesem Umfeld treiben wir die technische Weiterentwicklung unserer Newsplattformen sowie der digitalen Marktplätze deutlich voran. Die hohen personellen und technologischen Investitionen sowie der rückläufige Werbemarkt führten im Vorjahresvergleich zu einem deutlich tieferen Ergebnis».

Kennzahlen	2019 in Mio. CHF	2018 in Mio. CHF	Veränderung in Prozent
TX Group			
Betriebsertrag	1 079.5	1 010.6	6.8
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	196.8	205.9	-4.4
Marge (in Prozent)	18.2	20.4	-10.5
Betriebsergebnis vor Effekten aus Unternehmenszusammenschlüssen	155.2	179.5	-13.5
Betriebsergebnis (EBIT)	70.4	131.6	-46.5
Marge (in Prozent)	6.5	13.0	-49.9
Ergebnis	97.8	129.5	-24.5
davon Anteil Aktionäre von TX Group	64.8	96.5	-32.9
Mittelfluss aus betrieblicher Tätigkeit	169.2	187.7	-9.9
Bilanzsumme ¹	2 955.5	2 948.4	0.2
Eigenfinanzierungsgrad (in Prozent) ²	73.6	71.3	3.3
Bezahlmedien*			
Betriebsertrag	551.5	579.2	-4.8
davon Intersegment	38.6	45.4	-15.0
EBITDA	43.9	49.7	-11.8
EBITDA-Marge (in Prozent) ³	8.0	8.6	-7.3
Pendlermedien und Vermarktung*			
Betriebsertrag	300.9	240.8	24.9
davon Intersegment	7.1	4.7	52.5
EBITDA	73.9	59.7	23.8
EBITDA-Marge (in Prozent) ³	24.6	24.8	-0.8
Marktplätze und Beteiligungen*			
Betriebsertrag	286.7	252.8	13.4
davon Intersegment	13.8	12.1	14.2
EBITDA	83.9	104.7	-19.9
EBITDA-Marge (in Prozent) ³	29.2	41.4	-29.4
Durchschnittlicher Mitarbeitendenbestand ⁴	3 662	3 330	10.0
Dividende pro Aktie (in CHF)	3.50 ⁵	4.50	-22.2

* Die Werte der Vorperiode wurden als Folge der Einführung eines neuen Betriebs- und Steuerungskonzeptes angepasst

¹ per 31.12.2019

² Eigenkapital zu Bilanzsumme

³ Die Marge bezieht sich auf den Betriebsertrag

⁴ Der durchschnittliche Mitarbeiterbestand versteht sich ohne Mitarbeitende von Assoziierten / Joint Ventures

⁵ Antrag des Verwaltungsrates

Alternative Performance-Kennzahlen

TX Group verwendet die folgenden alternativen Performance-Kennzahlen:

- Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)
- Betriebsergebnis vor Effekten aus Unternehmenszusammenschlüssen
- Konsolidierte normalisierte Erfolgsrechnung

Detaillierte Angaben zur Zusammenstellung der alternativen Performance-Kennzahlen sind unter www.tx.group/performance-kennzahlen zu finden.

Bezahlmedien: Rückläufiger Printwerbemarkt und Investitionen in digitale Newsplattformen belasten das Resultat

Der Umsatz (Betriebsertrag) des Geschäftsfeldes Bezahlmedien gegenüber Dritten sank 2019 um 3.9 Prozent auf 512.9 Millionen Franken (Vorjahr 533.8 Millionen Franken). Der Umsatzrückgang wurde durch einen strukturell rückläufigen Printwerbemarkt herbeigeführt. In der Folge sank das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) um 11.8 Prozent auf 43.9 Millionen Franken (Vorjahr 49.7 Millionen Franken), was sich auch auf die EBITDA-Marge auswirkte, die neu auf 8.0 Prozent zu liegen kommt (Vorjahr 8.6 Prozent). Das Betriebsergebnis vor Effekten aus Unternehmenszusammenschlüssen (EBIT-adj.) liegt bei 16.2 Millionen Franken (Vorjahr 29.5 Millionen Franken), was einer EBIT-adj.-Marge von 2.9 Prozent entspricht.

Pendlermedien und Vermarktung: Goldbach erstmals ganzjährig berücksichtigt

Der Umsatz (Betriebsertrag) des Geschäftsfeldes Pendlermedien und Vermarktung gegenüber Dritten stieg 2019 um 24.4 Prozent auf 293.7 Millionen Franken (Vorjahr 236.1 Millionen Franken). Der deutliche Umsatzanstieg ergibt sich insbesondere aufgrund der erstmaligen ganzjährigen Berücksichtigung der Vermarktungsgesellschaft Goldbach. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) stieg infolgedessen um 23.8 Prozent auf 73.9 Millionen Franken (Vorjahr 59.7 Millionen Franken). Die EBITDA-Marge beträgt praktisch unverändert 24.6 Prozent (Vorjahr 24.8 Prozent). Das Betriebsergebnis vor Effekten aus Unternehmenszusammenschlüssen erreichte 67.9 Millionen Franken (Vorjahr 57.8 Millionen Franken), was einer EBIT-adj.-Marge von 22.6 Prozent entspricht.

Marktplätze und Beteiligungen: Gezielte Investitionen sowie Veräusserung von Beteiligung haben tieferes Resultat im Vorjahresvergleich zur Folge

Der Umsatz (Betriebsertrag) des Geschäftsfeldes Marktplätze und Beteiligungen gegenüber Dritten stieg 2019 um 13.4 Prozent auf 272.9 Millionen Franken (Vorjahr 240.7 Millionen Franken). Das Umsatzwachstum ist auf organisches Wachstum sowie die Erstkonsolidierung von Zattoo zurückzuführen. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) hingegen sank um 19.9 Prozent auf 83.9 Millionen Franken (Vorjahr 104.7 Millionen Franken). Die EBITDA-Marge erreichte 29.2 Prozent (Vorjahr 41.4 Prozent). Diese Entwicklung ist unter anderem durch Investitionen in zusätzliches Personal für die

Weiterentwicklung der Digitalplattformen, Investitionen in Carforyou sowie durch die Veräusserung der Beteiligung an der Swisscom Directories geprägt. In der Folge kam das Betriebsergebnis vor Effekten aus Unternehmenszusammenschlüssen auf 76.0 Millionen Franken (Vorjahr 100.4 Millionen Franken) zu liegen, was einer EBIT-adj.-Marge von 26.5 Prozent entspricht.

Neue Segmentierung ab Berichtsjahr 2020

Mit der Publikation des Halbjahresergebnisses am 25. August 2020 passt die TX Group ihre Segmentberichterstattung an. Diese wird dann die neue Organisationsstruktur mit vier eigenständigen Unternehmen reflektieren. Ab Berichtsjahr 2020 werden folgende fünf Segmente ausgewiesen: Tamedia (Bezahlmedien und Verlagsdienstleistungen), 20 Minuten (Pendlermedien in der Schweiz und im Ausland), Goldbach (Werbevermarktung), TX Markets (Rubrikenplattformen und Marktplätze) sowie Group and Ventures (Beteiligungen, IT, Group und Corporate Services sowie Immobilienportfolio).

Qualitätsreport 2019

Tamedia startete 2017 ein regelmässiges Qualitätsmonitoring für alle Medien. Das journalistische Angebot jeder Redaktion wird einmal jährlich in Zusammenarbeit mit der Chefredaktion und einer unabhängigen Expertin oder einem Experten untersucht. Die Ergebnisse werden in einem jährlichen Qualitätsreport veröffentlicht. Der Bericht 2019 liegt bei.

Medienorientierung und Analysteninformation

Aufgrund der aktuellen Gefährdung der Gesundheit der Bevölkerung und zum Schutz der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie unserer Gäste wird auf eine vor Ort durchgeführte Bilanz- und Analystenkonferenz verzichtet. An deren Stelle werden heute Telefonkonferenzen angeboten. Die telefonische Medienorientierung findet heute Dienstag, 10. März 2020, um 10.00 Uhr statt. Für Analysten und Investoren wird zudem um 12.00 Uhr eine Telefonkonferenz in englischer Sprache durchgeführt. Die Einwahlnummer zu den Konferenzen lautet: +41 58 310 50 00. Bitte wählen Sie sich einige Minuten vor Veranstaltungsbeginn ein. Für Investoren und Analysten aus Übersee wird bei Bedarf ein englischsprachiger Conference Call am Folgetag angeboten.

Hinweis zur Generalversammlung 2020

Die ordentliche Generalversammlung der TX Group AG findet am Freitag, 3. April 2020 um 15.00 Uhr im Lake Side, Bellerivestrasse 170, 8008 Zürich, statt.

Kontakt

Patrick Matthey, Leiter Kommunikation
+41 44 248 41 35, patrick.matthey@tx.group

Über die TX Group

Die TX Group ist ein Netzwerk von digitalen Plattformen in der Schweiz, das den Nutzerinnen und Nutzern täglich Informationen, Orientierung, Unterhaltung und Services bietet. Die TX Group bildet das Dach für vier eigenständige Unternehmen: TX Markets umfasst die digitalen Rubrikenplattformen und Marktplätze; Goldbach steht für die Werbevermarktung in der Schweiz, in Deutschland und in Österreich; 20 Minuten ist das Unternehmen für die Pendlermedien in der Schweiz und im Ausland; Tamedia führt die bezahlten Tages- und Wochenzeitungen und Zeitschriften in die Zukunft.

www.tx.group