

TX Group Halbjahresabschluss 2022

Zürich, 30. August 2022

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre
Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
Liebe Partnerinnen und Partner der TX Group

Das Jahr 2022 hat Unerfreuliches gebracht: Voller Hoffnung auf das baldige Ende der weltweiten Corona-Krise sind wir ins Jahr gestartet. Doch schon bald haben zunehmende Sorgen die Hoffnung überlagert: Krieg vor der Haustüre, eine Energiekrise in Reichweite, die noch nicht überwundene Pandemie und eine instabile Wirtschaftslage – all dies löst Unsicherheit aus.

Die TX Group kann sich diesen Ereignissen nicht entziehen, im Gegenteil. Unsere Medien sind gefordert, diese herausfordernden Zeiten mit gutem Journalismus zu begleiten. Die unabhängige Information der Bürgerinnen und Bürger und die damit einhergehende Möglichkeit zur eigenen Meinungsbildung ist unsere Verantwortung und unser Beitrag zu einer freiheitlichen, demokratischen Gesellschaft – in diesen Zeiten mehr denn je. Die verlässliche Berichterstattung sowohl in den Bezahlmedien von Tamedia wie auch in den Pendlermedien von 20 Minuten ist und bleibt das Rückgrat unseres Geschäftes, das uns gerade in einer schwierigen Phase mit Stolz erfüllt.

Zugleich sind unsere Medien daran, sich an die heutigen gesellschaftlichen Gegebenheiten anzupassen. Bei Tamedia erreichen wir derzeit noch die Mehrheit der Leserinnen und Leser mit gedruckten Zeitungen, während bei 20 Minuten bereits die digitalen Angebote dominieren. Sowohl 20 Minuten (Social-Media-First-Strategie) als auch Tamedia (Einführung von neuen digitalen Abomodellen) haben zu Jahresanfang wichtige Schritte in Bezug auf die Digitalisierung unternommen. Bei unserer Werbevermarkterin Goldbach steht der Aufbau einer wegweisenden Technologieplattform ganz oben auf der Agenda. Diese Innovationskraft ist eine Voraussetzung für die Weiterentwicklung unserer Geschäftsmodelle.

Das herausfordernde Umfeld gepaart mit der Transformation der Branche hinterlässt bei unseren Traditionsunternehmen Spuren. Insbesondere bei Tamedia ist die notwendige Entwicklung des digitalen Nutzermarkts und neuer Ertragsströme unbefriedigend. Das organische Umsatzwachstum der Gruppe von 12 Prozent ist grösstenteils dem Neugeschäft in der Aussenwerbung bei Goldbach und der herausragenden Entwicklung von JobCloud zu verdanken. Die im letzten Jahr neu gegründete Swiss Marketplace Group (SMG), in die wir unsere anderen Online-Marktplätze (Car For You, Homegate, Ricardo und Tutti) eingebracht haben und an der wir nunmehr rund 31 Prozent halten, hat sich etabliert und Grundlagen für eine gute Zukunft gelegt.

Im weiteren Jahresverlauf gilt es auf den Erfolgen in der Aussenwerbung, bei den Stellenportalen und den Marktplätzen aufzubauen und auch in der Publizistik die Wachstumsfelder mit Sorgfalt und Nachsicht zu entwickeln, um so langfristigen Erfolg sicherzustellen. Gleichzeitig müssen wir unsere Aufmerksamkeit der schwierigen Transformation im Journalismus und in der Werbung widmen. Nachhaltige Geschäftsmodelle müssen entwickelt und etabliert werden, um so unsere Rolle in der freiheitlichen Gesellschaft wahrzunehmen – sie ist und bleibt unersetzbar und unverzichtbar.

Mit freundlichen Grüssen



Dr. Pietro Supino
Präsident und Verleger



Operative Berichterstattung der TX Group über das erste Halbjahr 2022

Alternative Performance-Kennzahlen

TX Group wendet die folgenden alternativen Performance-Kennzahlen an:

- Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)
- Betriebsergebnis vor Effekten aus Unternehmenszusammenschlüssen (EBIT b. PPA)
- Mittelfluss nach Investitionstätigkeit in Sach- und immaterielle Anlagen (FCF b. M&A)
- Konsolidierte normalisierte Erfolgsrechnung

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

Die aufgeführten Werte werden in allen Tabellen gerundet ausgewiesen. Da die Berechnungen mit einer grösseren Zahlengenauigkeit erfolgen, können geringe Rundungsdifferenzen entstehen.

Kennzahlen

in Mio. CHF

| | 30.06.2022 | 30.06.2021 | Veränderung ¹ | |
|---|------------|------------|--------------------------|-------|
| Erfolgsrechnung | | | | |
| Betriebsertrag | 445.7 | 453.3 | -1.7% | |
| Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) | 61.5 | 72.5 | -15.1% | |
| Marge ² | 13.8% | 16.0% | -2.2 %p | |
| Betriebsergebnis vor Effekten aus Unternehmenszusammenschlüssen (EBIT b. PPA) | 28.7 | 48.2 | -40.4% | |
| Marge ² | 6.4% | 10.6% | -4.2 %p | |
| Betriebsergebnis (EBIT) | 3.7 | 15.4 | -76.2% | |
| Marge ² | 0.8% | 3.4% | -2.6 %p | |
| Ergebnis (EAT) | 1.0 | 21.2 | -95.2% | |
| Marge ² | 0.2% | 4.7% | -4.5 %p | |
| Anteile der Segmente am Gesamtumsatz mit Dritten | | | | |
| TX Markets | 15.9% | 23.9% | -8 %p | |
| Goldbach | 14.6% | 10.9% | 3.7 %p | |
| 20 Minuten | 10.9% | 10.5% | 0.4 %p | |
| Tamedia | 49.1% | 47.4% | 1.7 %p | |
| Group & Ventures | 9.4% | 7.4% | 2 %p | |
| Personalkennzahlen | | | | |
| Mitarbeiterbestand (FTE) ³ | 3 371 | 3 667 | -8.1% | |
| Betriebsertrag pro Mitarbeiter/in | in CHF 000 | 132.2 | 123.6 | 7.0% |
| Bilanz | | | | |
| Umlaufvermögen | 701.3 | 577.4 | 21.5% | |
| Anlagevermögen | 2 676.7 | 2 199.5 | 21.7% | |
| Bilanzsumme | 3 377.9 | 2 776.9 | 21.6% | |
| Fremdkapital | 744.0 | 703.6 | 5.7% | |
| Eigenkapital | 2 633.9 | 2 073.3 | 27.0% | |
| Mittelfluss | | | | |
| Mittelfluss aus betrieblicher Tätigkeit | 66.0 | 61.1 | 8.1% | |
| Mittelfluss aus Investitionstätigkeit | 23.8 | (15.8) | n.a. | |
| Mittelfluss nach Investitionstätigkeit in Sach- und immaterielle Anlagen (FCF b. M&A) | 50.3 | 49.3 | 2.0% | |
| Mittelfluss nach Investitionstätigkeit (FCF) | 89.8 | 45.3 | 98.3% | |
| Mittelfluss aus Finanzierungstätigkeit | (134.8) | (37.4) | 260.5% | |
| Veränderung der flüssigen Mittel | (45.4) | 8.1 | n.a. | |
| Finanzkennzahlen | | | | |
| Eigenfinanzierungsgrad ⁴ | 78.0% | 74.7% | 3.3 %p | |
| Eigenkapital-Rentabilität ⁵ | 0.0% | 2.0% | -2 %p | |
| Nettoverschuldung / (-liquidität) ⁶ | (207.0) | (194.2) | 6.6% | |
| Verschuldungsfaktor ⁷ | x | - | - | n.a. |
| Kennzahlen pro Aktie | | | | |
| Ergebnis pro Aktie (unverwässert) | in CHF | (1.68) | 0.85 | n.a. |
| Aktienkurs | in CHF | 115.00 | 85.90 | 33.9% |
| Marktkapitalisierung | | 1 218.8 | 910.3 | 33.9% |

1 Bei Veränderungen von Vergleichsgrößen mit unterschiedlichem Vorzeichen wird keine Angabe gemacht (n.a.). Die Veränderung von relativen Größen (z.B. Margen) wird in Prozentpunkten (%p) angegeben.

2 In Prozent des Betriebsertrages.

3 Durchschnittlicher Mitarbeiterbestand, ohne Mitarbeiter von Assoziierten / Joint Ventures.

4 Eigenkapital zu Bilanzsumme.

5 Ergebnis inklusive Minderheitsanteile (hochgerechnet auf 12 Monate) zu Eigenkapital per 30.06.

6 Kurz- und langfristige Finanzverbindlichkeiten abzüglich flüssige Mittel.

7 Nettoverschuldung zu Mittelfluss aus betrieblicher Tätigkeit.

Konsolidierte normalisierte Erfolgsrechnung

| in Mio. CHF | Erläuterung | 30.06.2022 | | | 30.06.2021 | | | |
|-------------|--|-----------------|---------------|-------------------------------|-----------------|---------------|-------------------------------|---------|
| | | Erfolgsrechnung | Sondereffekte | normalisierte Erfolgsrechnung | Erfolgsrechnung | Sondereffekte | normalisierte Erfolgsrechnung | |
| | Werbeumsatz | 113.2 | – | 113.2 | 110.1 | – | 110.1 | |
| | Umsatz aus Classifieds & Services | 123.8 | – | 123.8 | 143.7 | – | 143.7 | |
| | Vermarktungs- und Vermittlungsumsatz | 37.5 | – | 37.5 | 35.4 | – | 35.4 | |
| | Umsatz aus Abonnementen- und Einzelverkauf | 116.0 | – | 116.0 | 121.3 | – | 121.3 | |
| | Umsatz aus Druck & Logistik | 39.6 | – | 39.6 | 32.6 | – | 32.6 | |
| | Übriger Betriebsumsatz | 12.0 | – | 12.0 | 9.3 | – | 9.3 | |
| | Übrige Erträge | 1 | 3.5 | (2.5) | 1.0 | 0.9 | (0.8) | 0.2 |
| | Betriebsertrag | 445.7 | (2.5) | 443.3 | 453.3 | (0.8) | 452.6 | |
| | Materialaufwand und Fremdleistungen | 2 | (77.2) | – | (77.2) | (67.6) | (0.3) | (67.9) |
| | Personalaufwand | | (212.5) | – | (212.5) | (230.9) | – | (230.9) |
| | Übriger Betriebsaufwand | 3 | (100.9) | 4.3 | (96.7) | (91.9) | (1.6) | (93.5) |
| | Ergebnisanteil an Assoziierten / Joint Ventures | 4 | 6.4 | 10.1 | 16.5 | 9.5 | 1.7 | 11.2 |
| | Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) | 61.5 | 11.9 | 73.4 | 72.5 | (1.0) | 71.5 | |
| | Abschreibungen | | (32.8) | – | (32.8) | (24.3) | – | (24.3) |
| | Betriebsergebnis vor Effekten aus Unternehmenszusammenschlüssen (EBIT b. PPA) | 28.7 | 11.9 | 40.6 | 48.2 | (1.0) | 47.2 | |
| | Abschreibungen aus Unternehmenszusammenschlüssen | 5 | (25.1) | 25.1 | – | (32.8) | 32.8 | – |
| | Betriebsergebnis (EBIT) | 3.7 | 37.0 | 40.6 | 15.4 | 31.8 | 47.2 | |
| | Finanzertrag | 6 | 10.7 | (2.2) | 8.5 | 14.7 | (11.8) | 2.9 |
| | Finanzaufwand | 7 | (9.5) | 0.6 | (8.9) | (3.0) | – | (3.0) |
| | Ergebnis vor Steuern (EBT) | 4.9 | 35.3 | 40.2 | 27.1 | 19.9 | 47.1 | |
| | Ertragssteuern | 8 | (3.8) | (4.6) | (8.4) | (5.9) | (2.8) | (8.7) |
| | Ergebnis (EAT) | 1.0 | 30.8 | 31.8 | 21.2 | 17.1 | 38.4 | |

- 1 Die Normalisierung 2022 betrifft sämtliche Zahlungseingänge aus den Rechnungsperioden 2016 und früher, die keiner Rechnung zugewiesen und nicht zurückgezahlt werden konnten. Diese wurden erfolgswirksam aufgelöst (Segmente Tamedia, Group & Ventures sowie Goldbach). Die Normalisierung 2021 betrifft Härtefallgelder für Neo Advertising AG (Segment Goldbach).
- 2 Die Normalisierung 2021 betrifft die ausserordentlichen Bundesbeiträge zur Finanzierung der Basisdienste der nationalen Nachrichtenagentur Keystone-SDA zur Entlastung der Medien (Segment Tamedia).
- 3 Die Normalisierung 2022 betrifft die vollständige Rückzahlung von 3.1 Mio. CHF der im 2021 erhaltenen ausserordentlichen Unterstützung des Bundes für die ermässigte Zustellung von abonnierten Tags- und Wochenzeitungen (Presseförderung), davon wurde im 2021 der für das erste Halbjahr erhaltene Betrag vollständig normalisiert (Segment Tamedia). Zudem wurde in 2022 1.1 Mio. CHF für die Wertberichtigung und den Verkauf von alten Forderungen normalisiert (Segmente Group & Ventures, Goldbach sowie Tamedia).
- 4 Die Normalisierung 2022 betrifft die anteiligen Abschreibungen aus Unternehmenszusammenschlüssen der Assoziierten SMG Swiss Marketplace Group AG in Höhe von 10.1 Mio. CHF (Segment TX Markets, nach latenten Steuern). Die Normalisierung 2021 betrifft die Wertminderung des Goodwills der assoziierten Gesellschaft BTMX P/S in Höhe von 1.7 Mio. CHF (Segment 20 Minuten).
- 5 Die Abschreibungen aus Unternehmenszusammenschlüssen werden vollständig normalisiert. Die Aufteilung auf die Segmente erfolgt gemäss Segmentinformationen.
- 6 Die Normalisierung 2022 betrifft den Veräusserungserfolg aus dem Verkauf von 0.09% der Anteile an SMG Swiss Marketplace Group AG an General Atlantic SC B.V. (Segment Group & Ventures). Die Normalisierung 2021 betrifft die Entschädigung aus einem Rechtsverfahren im Zusammenhang mit Trendsales ApS in Höhe von 11.8 Mio. CHF, bei dem TX Group AG als Klägerin aufgetreten war (Segment Group & Ventures).
- 7 Die Normalisierung 2022 betrifft den Verwässerungseffekt von einer Kapitalerhöhung und somit einer Beteiligungsreduktion aufgrund von Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen bei SMG Swiss Marketplace Group AG (Segment Group & Ventures).
- 8 Die Steuereffekte auf den Sondereffekten werden entsprechend normalisiert.

| in Mio. CHF | 30.06.2022 | 30.06.2021 |
|--|-------------|--------------|
| Werbeumsatz ¹ | – | 6.7 |
| Umsatz aus Classifieds & Services ¹ | 70.7 | 101.1 |
| Übriger Betriebsumsatz ¹ | 0.5 | 0.5 |
| Übrige Erträge ¹ | – | 0.1 |
| Betriebsertrag | 71.2 | 108.4 |
| Betriebsaufwand ² | (29.5) | (69.4) |
| Ergebnisanteil an Assoziierten / Joint Ventures | 5.0 | 8.0 |
| Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) | 46.8 | 47.0 |
| Marge ³ | 65.7% | 43.4% |
| Abschreibungen | (3.0) | (3.6) |
| Betriebsergebnis vor Effekten aus Unternehmenszusammenschlüssen (EBIT b. PPA) | 43.7 | 43.4 |
| Marge ³ | 61.4% | 40.1% |
| Abschreibungen aus Unternehmenszusammenschlüssen | (5.2) | (10.3) |
| Betriebsergebnis (EBIT) | 38.5 | 33.1 |
| Marge ³ | 54.1% | 30.5% |
| Normalisierung ⁴ | 15.3 | 10.3 |
| Betriebsergebnis (EBIT adj.) | 53.8 | 43.4 |
| Marge ³ | 75.6% | 40.1% |
| Mitarbeiterbestand (FTE) ⁵ | 252 | 562 |

1 Beinhaltet Drittumsätze und Umsätze gegenüber weiteren TX-Segmenten.

2 Ohne Vorsorgeaufwand IAS 19 (analog Segmentberichterstattung).

3 Die Marge bezieht sich auf den Betriebsertrag.

4 Siehe Details im Abschnitt «Konsolidierte normalisierte Erfolgsrechnung».

5 Durchschnittlicher Mitarbeiterbestand, ohne Mitarbeiter von Assoziierten / Joint Ventures.

Das Segment TX Markets umfasst die strategischen Beteiligungen am Stellenportal JobCloud (50%, vollkonsolidiert) und an der SMG Swiss Marketplace Group (30.76%, At-Equity-Konsolidierung).

Jobcloud

JobCloud hält eine Beteiligung an der österreichischen Stellenplattform Karriere.at (Anteil von Jobcloud an Karriere.at 49%, At-equity-Konsolidierung)

Die Stellenplattformen von JobCloud sind im ersten Halbjahr 2022 deutlich gewachsen, dank einem Anstieg an Aufträgen (+36% ggü. Vorjahr) sowie der Gewinnung von neuen Kundinnen und Kunden (+23% ggü. Vorjahr). Damit konnte die Marktführerschaft in der Schweiz ausgebaut werden. Die österreichische Stellenplattform Karriere.at hat sich ebenfalls sehr erfreulich entwickelt und ist stark gewachsen.

Das Marktumfeld ist vom «War for Talents» geprägt. In der Schweiz liegt die Arbeitslosigkeit auf einem rekordtiefen Stand und die Anzahl der offenen Stellen auf einem Höchststand. Für JobCloud bedeutet dies, dass die Anzahl der suchenden Unternehmen auf den Plattformen zugenommen hat. Suchende Unternehmen erwarten von Stellenplattformen, dass ihre Produkte eine maximale Anzahl von geeigneten Kandidatinnen und Kandidaten identifizieren. Die Technologie ist hierfür entscheidend.

JobCloud hat in den vergangenen Jahren gezielt in Technologie (JobCloud ai., Joveo) investiert. Zudem waren der Aufbau von neuen Geschäftsmodellen (Spotted) und die Erschliessung von neuen Kunden im Bereich der kleinen und mittelgrossen Unternehmen (KMU) im Fokus. Im ersten Halbjahr haben sowohl das KMU-Geschäft wie auch der Bereich der programmatischen (erfolgsabhängigen) Talentsuche besonders hohe Steigerungsraten verzeichnet.

Künftig will JobCloud das digitale Recruiting weiter ausbauen und die Attraktivität der Plattformen auch für Jobsuchende weiter erhöhen. Das Potenzial im Bereich der KMU ist zudem noch nicht ausgeschöpft und wird weiterhin auch dank gezielter Software-Unterstützung prioritär bleiben.

Swiss Marketplace Group

Die im November 2021 gegründete Swiss Marketplace Group SMG umfasst die bekannten Plattformen acherer-louer.ch, anibis.ch, AutoScout24, Car For You, Casasoftware, FinanceScout24, home.ch, Homegate, lazi, icasa.ch, ImmoScout24, ImmoStreet.ch, MotoScout24, Publimmo, Ricardo und tutti.ch. Diese Plattformen werden unter den Geschäftsfeldern Real Estate, Automotive, General Marketplaces sowie Finance and Insurance zusammengefasst.

Im ersten Halbjahr hat das junge Unternehmen das Führungsteam komplettiert und betriebliche Strukturen weiter aufgebaut. Erste Synergien konnten durch optimierte Marketingaufwendungen sowie eine Reorganisation, im Zuge derer rund 70 Stellen abgebaut wurden, erzielt werden. Das operative Geschäft verläuft erfreulich, trotz der allgemein schwierigen Lage mit Lieferengpässen, Inflation, Pandemie und Krieg. Der Einfluss auf die Geschäftsfelder von SMG ist heterogen.

Der Automobilbereich war aufgrund der Lieferengpässe bei Rohstoffen und Chips Ende 2021 nahezu ausgetrocknet. Seitdem konnte das Angebot an Personenfahrzeugen auf den SMG-Plattformen wieder etwas zulegen. Auch der Immobilienmarkt ist trocken; SMG profitiert aber weiterhin von ihrer starken Marktpositionierung. Die «General Marketplaces» erfuhren in der Pandemie einen deutlichen Zuwachs, als Kundinnen und Kunden die digitalen Marktplätze regelmässig und intensiv nutzten. Mittlerweile haben sich die Gewohnheiten auf sehr hohem Niveau stabilisiert. Auch aufgrund von Nachhaltigkeitsüberlegungen bleiben die «General Marketplaces» sehr beliebt. Das erste Halbjahr war auch für den Bereich «Finance & Insurance» erfolgreich.

Die SMG wird sich auch im zweiten Halbjahr darauf fokussieren, organisatorische Massnahmen bzgl. Technologie, Abwicklung und Administration rasch umzusetzen. Dies wird die Profitabilität steigern und den Plattformen zu weiterem Wachstum verhelfen.

www.goldbach.com

Geschäftsführer: Michi Frank

| in Mio. CHF | 30.06.2022 | 30.06.2021 |
|--|--------------|-------------|
| Werbeumsatz ¹ | 19.4 | 8.4 |
| Umsatz aus Classifieds & Services ¹ | 5.1 | – |
| Vermarktungs- und Vermittlungsumsatz ¹ | 55.7 | 59.1 |
| Übriger Betriebsumsatz ¹ | 3.3 | 5.6 |
| Übrige Erträge ¹ | 0.0 | 0.8 |
| Betriebsertrag | 83.6 | 74.0 |
| Betriebsaufwand ² | (68.7) | (59.5) |
| Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) | 14.9 | 14.5 |
| Marge ³ | 17.8% | 19.6% |
| Abschreibungen | (13.9) | (4.3) |
| Betriebsergebnis vor Effekten aus Unternehmenszusammenschlüssen (EBIT b. PPA) | 0.9 | 10.2 |
| Marge ³ | 1.1% | 13.8% |
| Abschreibungen aus Unternehmenszusammenschlüssen | (6.9) | (7.9) |
| Betriebsergebnis (EBIT) | (6.0) | 2.3 |
| Marge ³ | –7.2% | 3.1% |
| Normalisierung ⁴ | 6.9 | 7.2 |
| Betriebsergebnis (EBIT adj.) | 0.9 | 9.4 |
| Marge ³ | 1.1% | 12.8% |
| Mitarbeiterbestand (FTE) ⁵ | 661 | 622 |

1 Beinhaltet Drittumsätze und Umsätze gegenüber weiteren TX-Segmenten.

2 Ohne Vorsorgeaufwand IAS 19 (analog Segmentberichterstattung).

3 Die Marge bezieht sich auf den Betriebsertrag.

4 Siehe Details im Abschnitt «Konsolidierte normalisierte Erfolgsrechnung».

5 Durchschnittlicher Mitarbeiterbestand, ohne Mitarbeiter von Assoziierten / Joint Ventures.

Goldbach vermarktet und vermittelt Werbung in den Bereichen TV, Radio, Print, Online, Mobile, Aussenwerbung und Performance Marketing. Das Segment umfasst unter anderem die vollkonsolidierten Mehrheitsbeteiligungen an dem Bewegtbild-Vermarkter Goldbach Media (54%), dem Online-Vermarkter Goldbach Audience (50.1%), an der Titelvermarkterin Goldbach Publishing, der Audio-Vermarkterin Swiss Radioworld (54%) und der Out-of-Home-Vermarkterin Neo Advertising (52.3%) sowie das zentrale Technologie- und Service-Kompetenzzentrum Goldbach neXT und die Digitalagentur dreifive. In Deutschland ist Goldbach mit Goldbach Germany und Jaduda vertreten, in Österreich mit Goldbach Austria.

Goldbach spürt den Gegenwind, dem der gesamte Werbemarkt aufgrund des Kriegs und der Pandemie ausgesetzt ist. Werbetreibende bleiben bei Buchungen zurückhaltend. Gegenüber dem tiefen Vorjahresniveau konnte der Werbemarkt leicht zulegen. Die Erholung wird vorwiegend von den Bereichen Online sowie Aussenwerbung getrieben. Im Online-Bereich sind grosse, internationale Konzerne marktbeherrschend, bei der Aussenwerbung konnte Goldbach in den letzten Jahren bedeutendes Inventar dazugewinnen.

Die erfreuliche Umsatzsteigerung von Goldbach gegenüber der Vorjahresperiode ist grösstenteils dem Vermarktungsstart der Aussenwerbeflächen der neu gewonnenen Inventare zu verdanken. Auf Stufe des Ergebnisses konnten die Aussenwerbung und das neue Inventar die Wirkung noch nicht entfalten. Nicht überraschend hatte der Bereich im ersten Halbjahr einen negativen Einfluss auf das Resultat: Viele der neuen Inventare mussten vor der Vermarktung digitalisiert (Anlaufeffekt) werden und die Langzeiterfahrungen zeigen, dass das zweite Halbjahr umsatzstärker ist als das erste.

Die Kerngeschäfte Print und TV sind weiterhin unter Druck. Die Umsätze sind durch die aktuellen Gegebenheiten sowie Reichweitenverluste aufgrund der zeitversetzten Nutzung (TV) und der digitalen Transformation (Print) geringer als im Vorjahr ausgefallen. Eine Kompensation durch neue Werbeformen im Bereich der zeitversetzten Nutzung wird für den TV-Bereich angestrebt. Im Print-Bereich vermag Goldbach tiefere Werbeausgaben durch einen Ausbau des Drittvermarktungsgeschäfts teilweise zu kompensieren.

Die Werbeindustrie bereitet sich auf den Wegfall von Third Party Cookies vor. Gemeinsam mit Technologiepartnern hat Goldbach nun eine Data-Onboarding-Lösung realisiert, mit der Werbetreibende ohne Einsatz von Cookies, effizient und datenschutzkonform relevante Zielgruppen ansprechen können. Zudem steht die Technologie zur Vermarktung von neuen Werbeformen im TV, die «Replay Ads», vor der Kommerzialisierung. Dank diesen Werbeformate stehen Werbetreibenden zukünftig neue Möglichkeiten zur Bewerbung ihrer Marken und Produkte zur Verfügung und dies eröffnet Goldbach neue Ertragsquellen. Die neue Einheit Content & Sponsoring konnte einige namhafte Vereine und Veranstaltungen für die Vermarktung gewinnen, darunter den Spengler Cup, die Skirennen in Adelboden und Wengen, den FC Zürich und die ZSC Lions. Damit kommt Goldbach einem Kundenbedürfnis von 360-Grad-Angeboten im Eventbereich nach.

Die digitale Transformation spielt bei Goldbach eine zentrale Rolle. So wird unter anderem die Entwicklung einer Buchungsplattform vorangetrieben mit dem Ziel, die Abwicklung von Werbekampagnen über verschiedene Mediengattungen und Inventare zu automatisieren und neue Inventarquellen zu erschliessen. Ausserdem verfolgt Goldbach das Ziel, weitere Mandate im Bereich der Aussenwerbung zu gewinnen.

www.20min.ch

Geschäftsführer: Bernhard Brechbühl

| in Mio. CHF | 30.06.2022 | 30.06.2021 |
|--|-------------|--------------|
| Werbeumsatz ¹ | 46.5 | 46.8 |
| Umsatz aus Classifieds & Services ¹ | 2.1 | 2.1 |
| Übriger Betriebsumsatz ¹ | 2.0 | 2.1 |
| Übrige Erträge ¹ | - | 0.0 |
| Betriebsertrag | 50.6 | 51.0 |
| Betriebsaufwand ² | (49.5) | (50.9) |
| Ergebnisanteil an Assoziierten / Joint Ventures | 1.8 | (0.0) |
| Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) | 2.9 | 0.1 |
| Marge ³ | 5.8% | 0.2% |
| Abschreibungen | (0.5) | (0.4) |
| Betriebsergebnis vor Effekten aus Unternehmenszusammenschlüssen (EBIT b. PPA) | 2.5 | (0.3) |
| Marge ³ | 4.9% | -0.6% |
| Abschreibungen aus Unternehmenszusammenschlüssen | (1.1) | (1.1) |
| Betriebsergebnis (EBIT) | 1.4 | (1.4) |
| Marge ³ | 2.7% | -2.8% |
| Normalisierung ⁴ | 1.1 | 2.8 |
| Betriebsergebnis (EBIT adj.) | 2.5 | 1.4 |
| Marge ³ | 4.9% | 2.6% |
| Mitarbeiterbestand (FTE) ⁵ | 322 | 316 |

1 Beinhaltet Drittumsätze und Umsätze gegenüber weiteren TX-Segmenten.

2 Ohne Vorsorgeaufwand IAS 19 (analog Segmentberichterstattung).

3 Die Marge bezieht sich auf den Betriebsertrag.

4 Siehe Details im Abschnitt «Konsolidierte normalisierte Erfolgsrechnung».

5 Durchschnittlicher Mitarbeiterbestand, ohne Mitarbeiter von Assoziierten / Joint Ventures.

Das Segment 20 Minuten umfasst 20 Minuten, 20 minutes und 20 minuti, 20 Minuten Radio, lematin.ch, encore! sowie die Beteiligungen an der Pendlerzeitung Heute (Herausgeberin AHVV Verlag, 25.5%) und heute.at (Herausgeberin DJ Digitale Medien, 51%) in Österreich und Edita/ L'essentiel (50%) in Luxemburg.

20 Minuten bleibt unangefochten das meistgenutzte News-Angebot der Schweiz. Die Auswirkungen der Pandemie zeigen sich jedoch weiterhin, sowohl im Nutzer- als auch im Werbemarkt. Die Auflage erholt sich nur langsam und pendelt sich 20% unter dem Wert von 2019 ein. Der Ukraine-Krieg und die unsichere Konjunkturlage haben einen negativen Einfluss auf die Werbeumsätze.

Die Investitionen der vergangenen Jahre im Bereich der digitalen Kanäle von 20 Minuten zahlen sich aus. Seit dem Start der Login-Initiative im Frühling 2021 haben sich bereits über 500 000 Nutzerinnen und Nutzer registriert. 20 Minuten ist damit marktführend. Das Video-Newsformat 20 Minuten NOW! gewann im März 2022 den Media Excellence Award für die beste User Experience. Im April 2022 belegte 20 Minuten erstmals den 1. Platz der Schweizer Medienmarken im Social-Media-Ranking von Storyclash und konnte diesen seither verteidigen. Dieser Erfolg ist auf die schrittweise Einführung der Social-Media-First-Strategie im ersten Halbjahr 2022 zurückzuführen. Die laufende Evaluation zeigt, dass via Social Media die jüngeren Zielgruppen gut erreicht werden. Mit der Funktion «My View» in der 20-Minuten-App hat 20 Minuten eine weitere Innovation erfolgreich lanciert. Die Ende 2021 eingeführte Sprachoption, die eine automatisierte Übersetzung der redaktionellen Inhalte der 20 Minuten App bietet, wurde im ersten Halbjahr auf insgesamt neun Sprachen erweitert.

In Österreich ist heute.at die führende private News-Seite. Gemäss der unabhängigen österreichischen Webanalyse (ÖWA) verzeichnet heute.at alleine auf Mobiltelefonen und Tablets (Mobile-Nutzung) mehr Nutzerinnen und Nutzer als andere private News-Angebote (Stand Juni).

www.tamedia.ch

Geschäftsführer: Marco Boselli & Andreas Schaffner

| in Mio. CHF | 30.06.2022 | 30.06.2021 |
|--|---------------|--------------|
| Werbeumsatz ¹ | 41.1 | 43.1 |
| Umsatz aus Classifieds & Services ¹ | 18.2 | 15.7 |
| Umsatz aus Abonnementen- und Einzelverkauf ¹ | 116.0 | 121.3 |
| Umsatz aus Druck & Logistik ¹ | 48.1 | 39.9 |
| Übriger Betriebsumsatz ¹ | 2.3 | 2.4 |
| Übrige Erträge ¹ | 2.0 | 0.0 |
| Betriebsertrag | 227.7 | 222.4 |
| Betriebsaufwand ² | (229.3) | (214.3) |
| Ergebnisanteil an Assoziierten / Joint Ventures | 0.9 | 1.7 |
| Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) | (0.7) | 9.8 |
| Marge ³ | -0.3% | 4.4% |
| Abschreibungen | (0.3) | (0.4) |
| Betriebsergebnis vor Effekten aus Unternehmenszusammenschlüssen (EBIT b. PPA) | (1.0) | 9.4 |
| Marge ³ | -0.4% | 4.2% |
| Abschreibungen aus Unternehmenszusammenschlüssen | (9.1) | (10.6) |
| Betriebsergebnis (EBIT) | (10.1) | (1.2) |
| Marge ³ | -4.4% | -0.6% |
| Normalisierung ⁴ | 10.7 | 8.7 |
| Betriebsergebnis (EBIT adj.) | 0.7 | 7.5 |
| Marge ³ | 0.3% | 3.4% |
| Mitarbeiterbestand (FTE) ⁵ | 1 295 | 1 384 |

1 Beinhaltet Drittumsätze und Umsätze gegenüber weiteren TX-Segmenten.

2 Ohne Vorsorgeaufwand IAS 19 (analog Segmentberichterstattung).

3 Die Marge bezieht sich auf den Betriebsertrag.

4 Siehe Details im Abschnitt «Konsolidierte normalisierte Erfolgsrechnung».

5 Durchschnittlicher Mitarbeiterbestand, ohne Mitarbeiter von Assoziierten / Joint Ventures.



Tamedia umfasst die bezahlten Tages- und Sonntagszeitungen, die Zeitschriften sowie sämtliche Verlagsdienstleistungen.

Die wirtschaftlichen Auswirkungen der Corona-Krise und des Ukraine-Kriegs bekam Tamedia in verschiedener Hinsicht zu spüren: Der hohe Papierpreis drückte auf die Marge und die wirtschaftliche Unsicherheit, Probleme in den Lieferketten sowie die Kriegsberichterstattung beeinflussten die Werbeeinnahmen negativ. Zudem wurde die im Jahr 2021 bezogene «Corona-Nothilfe» in der Höhe von 3.1 Mio. CHF im ersten Halbjahr 2022 an den Bund zurückgezahlt.

Grundsätzlich bleibt für Tamedia die digitale Transformation ihres Geschäfts mit allen daraus folgenden Konsequenzen das dominierende Thema. Kundenbindung über alle Kanäle hinweg und die Steigerung der Anzahl digitaler Bezahlabonnements haben höchste Priorität. Mitte Jahr betrug die Anzahl der bezahlten Abos 646 000 und Tamedia verzeichnete rund 146 000 reine Digitalabonnentinnen und -abonnenten, was einer leichten Steigerung gegenüber dem Vorjahr gleichkommt. Hierzu trug die erfolgreiche Einführung einer neuen Software im Abo-Bereich Ende 2021 bei. Sie erlaubt eine bessere Segmentierung und eine entsprechend optimierte Ansprache der Zielgruppen. Dies half mit, die Anzahl Neuabschlüsse im ersten Halbjahr 2022 zu steigern, gleichzeitig wurde im Frühling eine erhöhte Anzahl von Abgängen aus den sogenannten «Lockdown-Abos» verzeichnet.

Das Ziel von Tamedia ist es, die Anzahl der Digitalabos bis 2023 auf 200 000 zu steigern und die digitale Transformation weiter voranzutreiben.

www.tx.group

Gruppenleitung: Pietro Supino, Sandro Macciachini, Daniel Mönch & Ursula Nötzli

| in Mio. CHF | 30.06.2022 | 30.06.2021 |
|--|---------------|---------------|
| Werbeumsatz ¹ | 6.9 | 7.0 |
| Umsatz aus Classifieds & Services ¹ | 27.8 | 24.9 |
| Übriger Betriebsumsatz ¹ | 55.9 | 56.7 |
| Übrige Erträge ¹ | 1.5 | 0.0 |
| Betriebsertrag | 92.2 | 88.6 |
| Betriebsaufwand ² | (89.1) | (81.7) |
| Ergebnisanteil an Assoziierten / Joint Ventures | (1.3) | (0.4) |
| Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) | 1.7 | 6.5 |
| Marge ³ | 1.8% | 7.4% |
| Abschreibungen | (15.1) | (15.5) |
| Betriebsergebnis vor Effekten aus Unternehmenszusammenschlüssen (EBIT b. PPA) | (13.4) | (9.0) |
| Marge ³ | -14.5% | -10.2% |
| Abschreibungen aus Unternehmenszusammenschlüssen | (2.8) | (2.8) |
| Betriebsergebnis (EBIT) | (16.2) | (11.8) |
| Marge ³ | -17.6% | -13.3% |
| Normalisierung ⁴ | 2.9 | 2.8 |
| Betriebsergebnis (EBIT adj.) | (13.3) | (9.0) |
| Marge ³ | -14.4% | -10.2% |
| Mitarbeiterbestand (FTE) ⁵ | 840 | 784 |

1 Beinhaltet Drittumsätze und Umsätze gegenüber weiteren TX-Segmenten.

2 Ohne Vorsorgeaufwand IAS 19 (analog Segmentberichterstattung).

3 Die Marge bezieht sich auf den Betriebsertrag.

4 Siehe Details im Abschnitt «Konsolidierte normalisierte Erfolgsrechnung».

5 Durchschnittlicher Mitarbeiterbestand, ohne Mitarbeiter von Assoziierten / Joint Ventures.

Im Segment Group & Ventures werden die Mehrheitsbeteiligungen der TX Group an Doodle (98.5%) und Zattoo (58.9%) sowie Beteiligungen im Fintech-Bereich zusammengefasst. Zudem umfasst Group & Ventures das Immobilienportfolio der TX Group und die zentralen Dienste. Letztere umfassen seit 2022 Group Operations, Group Communications & Sustainability sowie Group Development.

Ventures

Im Venture-Bereich haben sich die Bewertungsvorstellungen der Start-ups aufgrund der Korrekturen an den Kapitalmärkten relativiert. Da sich Investoren eher zurückhaltend zeigen, gehen die Beteiligungen konservativer mit den liquiden Mitteln um respektive haben Massnahmen ergriffen, um die Zeit bis zur Anschlussfinanzierung zu verlängern. Die TX Group hat im ersten Halbjahr 2022 Investitionen in bestehende Portfolio-Unternehmen wie Selma, aber auch in neue Start-ups wie beispielsweise Stableton getätigt. Der Exit von Moneypark im Frühjahr 2022 war ein Erfolg.

Die beiden Mehrheitsbeteiligungen, Doodle und Zattoo, blicken auf ein ereignisreiches erstes Halbjahr zurück. Doodle konnte mit der Umstellung auf ein neues Backend beste Voraussetzungen für die Produktentwicklung und Produktinnovationen schaffen. Die Umstellung hin zu mehr B2B-Kunden (Subscription) schreitet voran. Der jährlich wiederkehrende Umsatz aus dem Subscription-Geschäft konnte im Vergleich zum Vorjahr um 32% gesteigert werden. Zattoo legte bei den Nutzerzahlen in der Schweiz kontinuierlich zu und fokussierte sich dabei auf die Gewinnung neuer Kunden im B2B-Bereich. Der Umsatz ist um 5.3% gegenüber Vorjahr gewachsen.

Group

Die Group konnte dank laufender Flexibilisierung des Angebotes und Optimierung der Prozesse und Systeme weitere Kostenoptimierungen realisieren. Dazu trägt auch der Ausbau der Aktivitäten des Service Centers in Belgrad bei. Das vor zwei Jahren angekündigte Ziel, wonach auf Gruppenstufe bis Ende 2023 20 Mio. CHF eingespart werden, hat weiterhin Bestand. Auch künftig werden die Vereinfachung und die Digitalisierung von Prozessen sowie, wo sinnvoll, die Dezentralisierung von Organisationseinheiten vorangetrieben. Dass im ersten Halbjahr höhere Kosten als in derselben Vorjahresperiode angefallen sind, hängt im Wesentlichen mit dem Aufbau des Service Centers in Belgrad, einer wiederaufgenommenen Reisetätigkeit sowie Delkredereanpassungen zusammen.

Finanzielle Berichterstattung der TX Group über das erste Halbjahr 2022

Konsolidierte Erfolgsrechnung

| in Mio. CHF | 30.06.2022 | 30.06.2021 |
|--|--------------|--------------|
| Werbeumsatz | 113.2 | 110.1 |
| Umsatz aus Classifieds & Services | 123.8 | 143.7 |
| Vermarktungs- und Vermittlungsumsatz | 37.5 | 35.4 |
| Umsatz aus Abonnements- und Einzelverkauf | 116.0 | 121.3 |
| Umsatz aus Druck & Logistik | 39.6 | 32.6 |
| Übriger Betriebsumsatz | 12.0 | 9.3 |
| Übrige Erträge | 3.5 | 0.9 |
| Betriebsertrag | 445.7 | 453.3 |
| Materialaufwand und Fremdleistungen | (77.2) | (67.6) |
| Personalaufwand | (212.5) | (230.9) |
| Übriger Betriebsaufwand | (100.9) | (91.9) |
| Ergebnisanteil an Assoziierten / Joint Ventures | 6.4 | 9.5 |
| Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) | 61.5 | 72.5 |
| Abschreibungen | (32.8) | (24.3) |
| Betriebsergebnis vor Effekten aus Unternehmenszusammenschlüssen (EBIT b. PPA) | 28.7 | 48.2 |
| Abschreibungen aus Unternehmenszusammenschlüssen | (25.1) | (32.8) |
| Betriebsergebnis (EBIT) | 3.7 | 15.4 |
| Finanzertrag | 10.7 | 14.7 |
| Finanzaufwand | (9.5) | (3.0) |
| Ergebnis vor Steuern (EBT) | 4.9 | 27.1 |
| Ertragssteuern | (3.8) | (5.9) |
| Ergebnis (EAT) | 1.0 | 21.2 |
| davon | | |
| Anteil Aktionäre TX Group | (17.8) | 9.0 |
| Anteil Minderheitsaktionäre | 18.8 | 12.2 |

Ergebnis (EAT) pro Aktie

| in CHF | 30.06.2022 | 30.06.2021 |
|---------------------------------------|------------|------------|
| Ergebnis (EAT) pro Aktie unverwässert | (1.68) | 0.85 |
| Ergebnis (EAT) pro Aktie verwässert | (1.68) | 0.85 |

in Mio. CHF

| | 30.06.2022 | 30.06.2021 |
|--|----------------|--------------|
| Ergebnis (EAT) | 1.0 | 21.2 |
| Wertschwankung Absicherungen / Finanzanlagen | 7.1 | 3.0 |
| Umrechnungsdifferenzen | (1.6) | 0.5 |
| Ertragssteuereffekte | (0.0) | (0.0) |
| Sonstiges Ergebnis – Reklassifizierung über die Erfolgsrechnung in zukünftigen Perioden | 5.4 | 3.5 |
| Versicherungsmathematische Gewinne / (Verluste) IAS 19 | (289.1) | 102.2 |
| Anteil an direkt im Eigenkapital erfasstem Ergebnis von Assoziierten / Joint Ventures | 3.5 | - |
| Ertragssteuereffekte | 52.2 | (18.2) |
| Sonstiges Ergebnis – keine Reklassifizierung über die Erfolgsrechnung in zukünftigen Perioden | (233.5) | 83.9 |
| Sonstiges Ergebnis | (228.0) | 87.5 |
| Gesamtergebnis | (227.0) | 108.7 |
| davon | | |
| Anteil Aktionäre TX Group | (251.2) | 96.1 |
| Anteil Minderheitsaktionäre | 24.2 | 12.6 |

Konsolidierte Bilanz

| in Mio. CHF | 30.06.2022 | 31.12.2021 |
|--|----------------|----------------|
| Flüssige Mittel | 391.0 | 436.5 |
| Kurzfristige Finanzanlagen | 18.6 | 20.0 |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | 180.9 | 228.5 |
| Kurzfristige Finanzforderungen | 27.2 | 123.0 |
| Laufende Steuerforderungen | 9.1 | 5.3 |
| Übrige kurzfristige Forderungen | 15.5 | 12.9 |
| Aktive Rechnungsabgrenzungen | 53.1 | 28.9 |
| Vorräte | 5.8 | 3.9 |
| Umlaufvermögen | 701.3 | 859.0 |
| Sachanlagen | 413.7 | 302.1 |
| Beteiligungen an Assoziierten / Joint Ventures | 888.6 | 900.6 |
| Vorsorgeguthaben | 33.4 | 348.1 |
| Langfristige Finanzanlagen | 198.5 | 193.5 |
| Latente Steuerforderungen | 11.0 | 2.4 |
| Immaterielle Anlagen | 1 131.4 | 1 157.7 |
| Anlagevermögen | 2 676.7 | 2 904.4 |
| Aktiven | 3 377.9 | 3 763.4 |
| Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten | 30.7 | 19.9 |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 49.0 | 66.0 |
| Laufende Steuerverbindlichkeiten | 15.6 | 14.3 |
| Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten | 47.4 | 31.2 |
| Passive Abgrenzungen aus Verträgen mit Kunden | 215.4 | 235.9 |
| Übrige passive Rechnungsabgrenzungen | 110.0 | 103.7 |
| Kurzfristige Rückstellungen | 3.0 | 3.6 |
| Kurzfristiges Fremdkapital | 471.0 | 474.7 |
| Langfristige Finanzverbindlichkeiten | 153.3 | 113.7 |
| Vorsorgeverbindlichkeiten | 5.4 | 27.5 |
| Latente Steuerverbindlichkeiten | 103.3 | 156.1 |
| Langfristige Rückstellungen | 11.0 | 11.2 |
| Langfristiges Fremdkapital | 273.0 | 308.6 |
| Fremdkapital | 744.0 | 783.3 |
| Aktienkapital | 106.0 | 106.0 |
| Eigene Aktien | (0.2) | (0.7) |
| Reserven | 2 243.7 | 2 573.9 |
| Eigenkapital, Anteil Aktionäre TX Group | 2 349.6 | 2 679.2 |
| Anteil Minderheitsaktionäre | 284.4 | 301.0 |
| Eigenkapital | 2 633.9 | 2 980.1 |
| Passiven | 3 377.9 | 3 763.4 |

in Mio. CHF

| | 30.06.2022 | 30.06.2021 |
|--|----------------|---------------|
| Indirekte Methode | | |
| Ergebnis (EAT) | 1.0 | 21.2 |
| Abschreibungen und Wertminderungen | 57.9 | 57.1 |
| Ergebnisanteil an Assoziierten / Joint Ventures | (6.4) | (9.5) |
| Finanzergebnis | (1.2) | (11.7) |
| Ertragssteuern | 3.8 | 5.9 |
| Erfolg aus Abgang von Sach- und immateriellen Anlagen | 0.0 | 0.3 |
| Sonstiger liquiditätsunwirksamer Erfolg | 3.9 | 5.7 |
| Veränderung Nettoumlaufvermögen | 6.5 | (7.2) |
| Veränderung langfristige Rückstellungen | (0.2) | (0.2) |
| Dividenden von Assoziierten / Joint Ventures | 17.9 | 1.5 |
| Erhaltene Zinsen | 0.1 | 0.1 |
| Bezahlte Zinsen | (1.0) | (0.2) |
| Übriger liquiditätswirksamer Finanzerfolg | - | 12.0 |
| Bezahlte Ertragssteuern | (16.3) | (13.9) |
| Mittelfluss aus betrieblicher Tätigkeit | 66.0 | 61.1 |
| Investitionen in Sachanlagen | (12.1) | (6.8) |
| Devestitionen von Sachanlagen | (0.1) | 0.1 |
| Investitionen in konsolidierte Gesellschaften | - | (1.8) |
| Investitionen in Beteiligung an Assoziierten / Joint Ventures | (0.0) | (4.5) |
| Devestitionen von Beteiligung an Assoziierten / Joint Ventures | - | 0.6 |
| Investitionen in übrige Finanzanlagen | (14.2) | (21.2) |
| Devestitionen von übrigen Finanzanlagen | 53.8 | 22.8 |
| Investitionen in immaterielle Anlagen | (3.5) | (5.3) |
| Devestitionen von immateriellen Anlagen | 0.0 | 0.2 |
| Mittelfluss aus Investitionstätigkeit | 23.8 | (15.8) |
| Gewinnausschüttung an Aktionäre TX Group | (78.4) | - |
| Gewinnausschüttung an Minderheitsaktionäre | (40.7) | (31.5) |
| Aufnahme kurzfristige Finanzverbindlichkeiten | 0.1 | - |
| Rückzahlung kurzfristige Finanzverbindlichkeiten | (0.1) | (3.0) |
| Rückzahlung Leasingverbindlichkeiten | (15.5) | (7.2) |
| Aufnahme langfristige Finanzverbindlichkeiten | (0.0) | 4.0 |
| (Rückkauf) / Verkauf eigene Aktien | (0.1) | (0.2) |
| Verkauf Anteile Minderheitsaktionäre | - | 0.5 |
| Mittelfluss aus Finanzierungstätigkeit | (134.8) | (37.4) |
| Fremdwährungseinfluss | (0.4) | 0.2 |
| Veränderung der flüssigen Mittel | (45.4) | 8.1 |
| Flüssige Mittel per 1. Januar | 436.5 | 276.2 |
| Flüssige Mittel per 30. Juni | 391.0 | 284.3 |
| Veränderung der flüssigen Mittel | (45.4) | 8.1 |

Veränderung des Eigenkapitals

| in Mio. CHF | Aktienkapital | Eigene Aktien | Umrechnungs- differenzen | Reserven | Eigenkapital, Anteil der Aktionäre TX Group | Anteil Minderheits- aktionäre am Eigenkapital | Eigenkapital |
|--|---------------|---------------|-----------------------------|----------------|--|--|----------------|
| Stand 31. Dezember 2020 | 106.0 | (0.3) | (2.9) | 1 596.4 | 1 699.2 | 297.2 | 1 996.4 |
| Ergebnis (EAT) | - | - | - | 9.0 | 9.0 | 12.2 | 21.2 |
| Wertschwankung Absicherungen / Finanzanlagen | - | - | - | 3.0 | 3.0 | - | 3.0 |
| Versicherungsmathematische Gewinne / (Verluste) IAS 19 | - | - | - | 101.7 | 101.7 | 0.5 | 102.2 |
| Umrechnungsdifferenzen | - | - | 0.6 | - | 0.6 | (0.0) | 0.5 |
| Ertragssteuereffekte | - | - | - | (18.2) | (18.2) | (0.1) | (18.2) |
| Gesamtergebnis | - | - | 0.6 | 95.5 | 96.1 | 12.6 | 108.7 |
| Gewinnausschüttung | - | - | - | - | - | (31.5) | (31.5) |
| Verkauf Minderheitsanteile | - | - | - | 0.5 | 0.5 | 0.2 | 0.6 |
| Vertragliche Verpflichtungen zum Kauf von Minderheitsanteilen | - | - | - | (0.4) | (0.4) | - | (0.4) |
| Aktienbasierte Vergütungen | - | - | - | (0.6) | (0.6) | - | (0.6) |
| (Kauf) / Verkauf eigene Aktien | - | 0.1 | - | - | 0.1 | - | 0.1 |
| Stand 30. Juni 2021 | 106.0 | (0.2) | (2.3) | 1 691.3 | 1 794.8 | 278.5 | 2 073.3 |

| | | | | | | | |
|--|--------------|--------------|--------------|----------------|----------------|--------------|----------------|
| Stand 31. Dezember 2021 | 106.0 | (0.7) | (4.7) | 2 578.6 | 2 679.2 | 301.0 | 2 980.1 |
| Ergebnis (EAT) | - | - | - | (17.8) | (17.8) | 18.8 | 1.0 |
| Anteil an direkt im Eigenkapital von Assoziierten / Joint Ventures erfassten Werten | - | - | - | 3.5 | 3.5 | - | 3.5 |
| Wertschwankung Absicherungen / Finanzanlagen | - | - | - | 7.1 | 7.1 | 0.0 | 7.1 |
| Versicherungsmathematische Gewinne / (Verluste) IAS 19 | - | - | - | (295.4) | (295.4) | 6.3 | (289.1) |
| Umrechnungsdifferenzen | - | - | (1.8) | - | (1.8) | 0.1 | (1.6) |
| Ertragssteuereffekte | - | - | - | 53.3 | 53.3 | (1.1) | 52.2 |
| Gesamtergebnis | - | - | (1.8) | (249.4) | (251.2) | 24.2 | (227.0) |
| Gewinnausschüttung | - | - | - | (78.4) | (78.4) | (40.7) | (119.1) |
| Verkauf Minderheitsanteile | - | - | - | 0.1 | 0.1 | (0.1) | - |
| Aktienbasierte Vergütungen | - | - | - | (0.6) | (0.6) | - | (0.6) |
| (Kauf) / Verkauf eigene Aktien | - | 0.5 | - | - | 0.5 | - | 0.5 |
| Stand 30. Juni 2022 | 106.0 | (0.2) | (6.5) | 2 250.2 | 2 349.6 | 284.4 | 2 633.9 |

Allgemeines

Der ungeprüfte konsolidierte Halbjahresabschluss per 30. Juni 2022 wurde in Übereinstimmung mit dem International Accounting Standard (IAS) 34, «Zwischenberichterstattung», erstellt. Es wurden die gleichen Rechnungslegungsregeln wie im Geschäftsbericht 2021 angewandt und zudem die seit dem 1. Januar 2022 eingeführten Anpassungen berücksichtigt, die im Abschnitt Rechnungslegung aufgeführt sind. Der konsolidierte Halbjahresabschluss wurde vom Verwaltungsrat der TX Group AG am 24. August 2022 verabschiedet.

Die Rechnungslegung erfordert von Gruppenleitung und Verwaltungsrat Einschätzungen und Annahmen, welche die Höhe der ausgewiesenen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten sowie Eventualschulden, aber auch Aufwendungen und Erträge der Berichtsperiode beeinflussen. Diese Einschätzungen und Annahmen berücksichtigen historische Erfahrungen sowie die Entwicklungen der Wirtschaftslage und werden, wo relevant, erwähnt. Sie unterliegen Risiken und Unsicherheiten. Die effektiven Ergebnisse können von diesen Schätzungen abweichen.

In der Berichtsperiode haben insbesondere die Einschätzungen und Annahmen, die für die nachstehenden Bereiche zur Anwendung gelangen, einen wesentlichen Einfluss auf den konsolidierten Halbjahresabschluss.

- Aktivierung von Verlustvorträgen
- Überprüfung der Werthaltigkeit von Goodwill und immateriellen Anlagen mit unbegrenzter Nutzungsdauer
- Finanzielle Risikoeinschätzungen

Rechnungslegung

TX Group hat die untenstehenden neuen und revidierten Standards und Interpretationen erstmals mit dem Halbjahresabschluss 2022 angewendet:

- IFRS 3, «Ansetzung gewisse Verbindlichkeiten und Eventualverbindlichkeiten in einem Unternehmenszusammenschluss» (Änderung an IFRS 3 – «Unternehmenszusammenschlüsse») – 2022
- IAS 16, «Einnahmen vor der beabsichtigten Nutzung» (Änderung an IAS 16 «Sachanlagen») – 2022
- IAS 37, «Belastende Verträge – Kosten für die Erfüllung eines Vertrages» (Änderung an IAS 37 «Rückstellungen, Eventualschulden und Eventualforderungen») – 2022

Die erstmals für den Halbjahresabschluss 2022 oder später einzuführenden neuen und revidierten Standards bzw. Interpretationen wurden nicht vorzeitig angewandt. Mit der Einführung der revidierten Standards werden keine wesentlichen Auswirkungen auf die konsolidierte Jahresrechnung erwartet.

Segmentinformation

| in Mio. CHF | TX Markets | Goldbach | 20 Minuten | Tamedia | Group & Ventures | Eliminationen und Überleitung IAS 19 | Total |
|--|-------------|--------------|-------------|---------------|------------------|--|----------------|
| Per 30. Juni 2022 | | | | | | | |
| Werbeumsatz | – | 19.4 | 46.6 | 41.1 | 6.1 | – | 113.2 |
| Umsatz aus Classifieds & Services | 70.7 | 5.1 | 2.1 | 18.2 | 27.8 | – | 123.8 |
| Vermarktungs- und Vermittlungsumsatz | – | 37.5 | – | – | – | – | 37.5 |
| Umsatz aus Abonnements- und Einzelverkauf | – | – | – | 116.0 | – | – | 116.0 |
| Umsatz aus Druck & Logistik | – | – | – | 39.6 | – | – | 39.6 |
| Übriger Betriebsumsatz | 0.1 | 3.1 | 0.0 | 2.1 | 6.6 | – | 12.0 |
| Übrige Erträge | – | 0.0 | – | 2.0 | 1.5 | – | 3.5 |
| Betriebsertrag Intersegment | 0.4 | 18.5 | 1.9 | 8.7 | 50.0 | (79.5) | – |
| Betriebsertrag | 71.2 | 83.6 | 50.6 | 227.7 | 92.2 | (79.5) | 445.7 |
| Betriebsaufwand ¹ | (29.5) | (68.7) | (49.5) | (229.3) | (89.1) | 75.5 | (390.6) |
| Ergebnisanteil an Assoziierten / Joint Ventures | 5.0 | – | 1.8 | 0.9 | (1.3) | – | 6.4 |
| Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) | 46.8 | 14.9 | 2.9 | (0.7) | 1.7 | (4.0) | 61.5 |
| Marge ² | 65.7% | 17.8% | 5.8% | –0.3% | 1.8% | – | 13.8% |
| Abschreibungen | (3.0) | (13.9) | (0.5) | (0.3) | (15.1) | – | (32.8) |
| Betriebsergebnis vor Effekten aus Unternehmenszusammenschlüssen (EBIT b. PPA) | 43.7 | 0.9 | 2.5 | (1.0) | (13.4) | (4.0) | 28.7 |
| Marge ² | 61.4% | 1.1% | 4.9% | –0.4% | –14.5% | – | 6.4% |
| Abschreibungen aus Unternehmenszusammenschlüssen | (5.2) | (6.9) | (1.1) | (9.1) | (2.8) | – | (25.1) |
| Betriebsergebnis (EBIT) | 38.5 | (6.0) | 1.4 | (10.1) | (16.2) | (4.0) | 3.7 |
| Marge ² | 54.1% | –7.2% | 2.7% | –4.4% | –17.6% | – | 0.8% |
| Mitarbeiterbestand (FTE) ³ | 252 | 661 | 322 | 1 295 | 840 | – | 3 371 |

| in Mio. CHF | TX Markets | Goldbach | 20 Minuten | Tamedia | Group & Ventures | Eliminationen und Überleitung IAS 19 | Total |
|--|--------------|-------------|--------------|--------------|------------------|--|----------------|
| Per 30. Juni 2021 | | | | | | | |
| Werbeumsatz | 6.7 | 8.4 | 45.0 | 43.0 | 7.0 | – | 110.1 |
| Umsatz aus Classifieds & Services | 101.1 | 0.0 | 2.1 | 15.7 | 24.9 | – | 143.7 |
| Vermarktungs- und Vermittlungsumsatz | – | 35.4 | – | – | – | – | 35.4 |
| Umsatz aus Abonnements- und Einzelverkauf | – | – | – | 121.3 | – | – | 121.3 |
| Umsatz aus Druck & Logistik | – | – | – | 32.6 | – | – | 32.6 |
| Übriger Betriebsumsatz | 0.4 | 4.9 | 0.3 | 2.1 | 1.6 | – | 9.3 |
| Übrige Erträge | 0.0 | 0.8 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | – | 0.9 |
| Betriebsertrag Intersegment | 0.2 | 24.5 | 3.6 | 7.7 | 55.2 | (91.1) | – |
| Betriebsertrag | 108.4 | 74.0 | 51.0 | 222.4 | 88.6 | (91.1) | 453.3 |
| Betriebsaufwand ¹ | (69.4) | (59.5) | (50.9) | (214.3) | (81.7) | 85.5 | (390.4) |
| Ergebnisanteil an Assoziierten / Joint Ventures | 8.0 | – | (0.0) | 1.7 | (0.4) | 0.2 | 9.5 |
| Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) | 47.0 | 14.5 | 0.1 | 9.8 | 6.5 | (5.5) | 72.5 |
| Marge ² | 43.4% | 19.6% | 0.2% | 4.4% | 7.4% | – | 16.0% |
| Abschreibungen | (3.6) | (4.3) | (0.4) | (0.4) | (15.5) | – | (24.3) |
| Betriebsergebnis vor Effekten aus Unternehmenszusammenschlüssen (EBIT b. PPA) | 43.4 | 10.2 | (0.3) | 9.4 | (9.0) | (5.5) | 48.2 |
| Marge ² | 40.1% | 13.8% | –0.6% | 4.2% | –10.2% | – | 10.6% |
| Abschreibungen aus Unternehmenszusammenschlüssen | (10.3) | (7.9) | (1.1) | (10.6) | (2.8) | – | (32.8) |
| Betriebsergebnis (EBIT) | 33.1 | 2.3 | (1.4) | (1.2) | (11.8) | (5.5) | 15.4 |
| Marge ² | 30.5% | 3.1% | –2.8% | –0.6% | –13.3% | – | 3.4% |
| Mitarbeiterbestand (FTE) ³ | 562 | 622 | 316 | 1 384 | 784 | – | 3 667 |

1 Der Vorsorgeaufwand aus IAS 19 ist nicht Bestandteil der einzelnen Segmente und wird zusammen mit den Eliminationen separat dargestellt.

2 Die Marge bezieht sich auf den Betriebsertrag.

3 Durchschnittlicher Mitarbeiterbestand, ohne Mitarbeiter von Assoziierten / Joint Ventures.

Änderungen im Konsolidierungskreis

Im ersten Halbjahr 2022 gab es keine wesentlichen Änderungen im Konsolidierungskreis.

Erfolgsrechnung

Der **Betriebsertrag** sank im Vergleich mit der Vorperiode um 7.6 Mio. CHF von 453.3 Mio. CHF auf 445.7 Mio. CHF. Ohne Veränderungen im Konsolidierungskreis (Verkauf der SMG-Gesellschaften im zweiten Halbjahr 2021) hätte der Betriebsertrag um 47.5 Mio. CHF zugenommen. Sowohl die Werbeumsätze (+3.1 Mio. CHF oder +2.8 Prozent, ohne Veränderungen im Konsolidierungskreis +9.8 Mio. CHF bzw. 9.5 Prozent) wie auch die Vermarktungs- und Vermittlungsumsätze (+2.2 Mio. CHF oder +6.1 Prozent) haben sich im Nachgang an die Corona-Krise weiter erholt. Auch der Umsatz aus Classifieds & Services (-19.9 Mio. CHF beziehungsweise -13.9 Prozent) wäre ohne die Veränderungen im Konsolidierungskreis um 28.1 Mio. CHF angestiegen. Der Umsatz aus Abonnements- und Einzelverkauf war mit -5.3 Mio. CHF oder -4.4 Prozent auf 116.0 Mio. CHF rückläufig. Der Umsatz aus Druck & Logistik erhöhte sich aufgrund der deutlich gestiegenen Papierpreise um total 7.0 Mio. CHF oder 21.5 Prozent auf neu 39.6 Mio. CHF. Der übrige Betriebsumsatz konnte um 2.7 Mio. CHF oder 27.9 Prozent auf 12.0 Mio. CHF zulegen. Der übrige Ertrag beinhaltet aufgelöste, nicht benutzte Rückstellungen aus Sozialplänen, die Auflösung von Zahlungseingängen, welche keiner Rechnung zugewiesen und nicht zurückgezahlt werden konnten und weitere im Einzelnen unwesentliche Erträge.

Der **Materialaufwand und die Fremdleistungen** haben um 9.5 Mio. CHF auf 77.2 Mio. CHF zugenommen. Die Zunahme des Materialaufwandes ist in Höhe von 11.1 Mio. CHF auf den höheren Papieraufwand zurückzuführen. Dieser stieg infolge des wesentlich höheren Papierpreises sowie eines leichten Anstiegs der Papiermenge. Die tieferen Fremdleistungen sind unter anderem auf den Abgang der SMG-Gesellschaften aus dem Konsolidierungskreis zurückzuführen.

Der **Personalaufwand** sank im Vergleich mit der Vorperiode um 18.4 Mio. CHF auf 212.5 Mio. CHF. Ohne die Veränderungen im Konsolidierungskreis (Abgang SMG-Gesellschaften) hätte der Personalaufwand um 7.8 Mio. CHF zugenommen. In der Vergleichsperiode wurden noch Entschädigungen für Kurzarbeit in Höhe von 5.9 Mio. CHF in Anspruch genommen, was im ersten Halbjahr 2022 nicht mehr der Fall war. Die Aufwendungen für Gewinnbeteiligungen der Gruppenleitung und der Mitarbeitenden nahmen um 3.5 Mio. CHF zu. Darin berücksichtigt sind zusätzliche Aufwendungen für die Zahlungen eines Mitarbeiterbonus für das Vorjahr. Die Vorsorgeaufwendungen aus IAS 19 haben gegenüber der Vorperiode um 1.7 Mio. CHF abgenommen, wobei die Veränderung der Vorsorgeaufwendungen auch Aufwendungen für den Ausgleich der Kurzarbeitsentschädigung und für erwartete Sozialplanleistungen enthält.

Der **übrige Betriebsaufwand** stieg um 9.1 Mio. CHF auf 100.9 Mio. CHF. Davon sind 3.1 Mio. CHF auf die vollständige Rückzahlung der im 2021 erhaltenen Bundesbeiträge zur Presseförderung zurückzuführen.

Der **Ergebnisanteil an Assoziierten und Joint Ventures** für das 1. Halbjahr 2022 beträgt 6.4 Mio. CHF, was im Vergleich mit dem ersten Halbjahr 2021 einem Rückgang von 3.1 Mio. CHF entspricht. Den grössten Beitrag sowie eine deutliche Verbesserung zum Vorjahr weist Karriere.at auf (+4.2 Mio. CHF), während SMG Swiss Marketplace Group aufgrund der Abschreibungen aus Unternehmenszusammenschlüssen einen Verlust von 7.4 Mio. CHF aufweist.

Die **Abschreibungen** verzeichnen im Vorjahresvergleich eine Zunahme um 8.5 Mio. CHF auf 32.8 Mio. CHF. Die Erhöhung ist insbesondere auf Abschreibungen von Nutzungsrechten aus Leasingverträgen zurückzuführen, was auf das Wachstum von Neo Advertising zurückzuführen ist. Aus Veränderungen im Konsolidierungskreis ist kein wesentlicher Effekt zu verzeichnen. Die Abschreibungen aus Unternehmenszusammenschlüssen nahmen um 7.7 Mio. CHF auf 25.1 Mio. CHF ab, wobei sich der Effekt aus Veränderungen im Konsolidierungskreis auf -5.2 Mio. CHF beläuft und der weitere Rückgang auf vollständig abgeschriebene Kundenstämme und IT-Plattformen zurückzuführen ist.

Im ersten Halbjahr 2022 beträgt das **Finanzergebnis** 1.2 Mio. CHF (Vorjahr 11.7 Mio. CHF). Im Vorjahr hatte das abgeschlossene Schiedsverfahren gegen die Verkäufer von Trendsales am Schiedsgericht in Kopenhagen einen wesentlichen Einfluss, aufgrund dessen eine Entschädigung von 11.8 Mio. CHF erfasst worden ist. Wie bereits im ersten Halbjahr 2021 ist auch 2022 kein wesentlicher Gewinn oder Verlust aus der Veräusserung von Beteiligungen zu berücksichtigen. Das Nettozinsergebnis beträgt 1.2 Mio. CHF, die Wechselkurseffekte belaufen sich auf –0.7 Mio. CHF und der aus IAS 19 resultierende Finanzertrag beträgt 0.5 Mio. CHF.

Der erwartete durchschnittliche Steuersatz entspricht dem gewichteten Durchschnitt der Steuersätze der konsolidierten Gesellschaften. Dieser liegt für das erste Halbjahr 2022 bei 14.0 Prozent (Vorjahr 19.4 Prozent). Sowohl positive wie auch negative Ergebnisse der einzelnen Gesellschaften fliessen unter Berücksichtigung der jeweils anwendbaren Steuersätze in die Berechnung des erwarteten Steuersatzes ein und führen so zu einem tieferen erwarteten Steuersatz gegenüber dem Vorjahr.

Der effektive Steuersatz stieg von 21.7 Prozent im ersten Halbjahr 2021 auf 29.1 Prozent im ersten Halbjahr 2022. Gründe für die Abweichung vom erwarteten Steuersatz sind insbesondere der Einfluss aus Beteiligungsabzügen und den übrigen nicht steuerbaren Erträgen, Steuereffekten auf Beteiligungen sowie nicht bilanzierte latente Steuerforderungen aus Verlustvorträgen. Die nicht bilanzierten latenten Steuerforderungen aus Verlustvorträgen resultieren aus der Einschätzung, dass für erzielte Verluste die Ertragslage der betroffenen Gesellschaften für die Realisierung nicht gegeben ist.

Bilanz

Die Bilanzsumme nahm im ersten Halbjahr 2022 von 3 763.4 Mio. CHF um 385.5 Mio. CHF auf 3 377.9 Mio. CHF ab. Das **Eigenkapital** ging um 346.2 Mio. CHF auf 2 633.9 Mio. CHF zurück. Die Eigenkapitalquote liegt per 30. Juni 2022 bei 78.0 Prozent (Ende Vorjahr 79.2 Prozent). Die in der Gesamtergebnisrechnung erfasste Neubewertung der Vorsorgeverpflichtungen nach IAS 19 hatte einen negativen Effekt von 289.1 Mio. CHF (vor latenten Steuern), während im ersten Halbjahr des Vorjahres ein Gewinn von 102.2 Mio. CHF resultierte. An die Aktionäre der TX Group AG wurde eine Dividende in Höhe von 78.4 Mio. CHF (7.40 CHF pro Aktie) ausgeschüttet, während im Vorjahr keine Dividende ausbezahlt worden ist. Die Minderheitsanteile am Eigenkapital sanken um 16.6 Mio. CHF auf 284.4 Mio. CHF. Das Ergebnis der Minderheiten stieg um 6.6 Mio. CHF oder 53.7 Prozent auf 18.8 Mio. CHF an, wobei sich hier insbesondere der Umsatzzuwachs von JobCloud AG widerspiegelt. Es wurden Dividenden an Minderheiten in Höhe von 40.7 Mio. CHF ausbezahlt (Vorjahr 31.5 Mio. CHF).

Das **Umlaufvermögen** ging um 157.7 Mio. CHF auf 701.3 Mio. CHF zurück. Die flüssigen Mittel verbleiben mit 391.0 Mio. CHF auf hohem Niveau. Im ersten Halbjahr 2022 sanken die kurzfristigen Finanzforderungen um 95.8 Mio. CHF, was primär auf die Zahlung der Vorzugsdividende von SMG in der Höhe von 89.8 Mio. CHF zurückzuführen ist, die als Net-Debt-Ausgleich im Rahmen der Einbringung der Anteile an der TX Markets AG in das Joint Venture SMG vereinbart wurde. Die Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie die Zunahme der aktiven Rechnungsabgrenzung ist eine Folge der saisonalen Schwankung.

Das **Anlagevermögen** nahm um 227.8 Mio. CHF auf 2 676.7 Mio. CHF ab. Zugänge von Sachanlagen betreffen insbesondere Investitionen in das Inventar von digitalen Werbeflächen und in Umbauten. Bei den immateriellen Anlagen erfolgten im ersten Halbjahr 2022 weitere Investitionen in Softwareprojekte. Den Investitionen standen Abschreibungen von 57.9 Mio. CHF gegenüber. Es sind keine wesentlichen Abgänge und Währungseffekte im ersten Halbjahr 2022 zu verzeichnen. Die Anteile an Beteiligungen an Assoziierten und Joint Ventures reduzierten sich um 12.0 Mio. CHF auf 888.6 Mio. CHF. Die Veränderung resultiert primär aus dem Nettoeffekt vom Ergebnisanteil an Assoziierten und Joint Ventures von 6.4 Mio. CHF und den erhaltenen Dividendenzahlungen im Umfang von –17.9 Mio. CHF. Per 30. Juni 2022 bestehen bei verschiedenen Vorsorgeplänen Vorsorgeguthaben in Höhe von 33.4 Mio. CHF, die durch die negative Performance auf dem Planvermögen und den Effekt aus der Vermögensbegrenzung (Asset Ceiling) um 314.7 Mio. CHF abnahmen. Die langfristigen Finanzanlagen nahmen um 5.0 Mio. CHF auf 198.5 Mio. CHF zu, der Verkauf von MoneyPark AG und firstbird GmbH wird durch neu ausgegebene Darlehen und Investitionen in neue sonstige Beteiligungen überkompensiert. Die latenten Steuerforderungen nahmen um 8.6 Mio. CHF auf 11.0 Mio. CHF zu.

Das **kurzfristige Fremdkapital** verzeichnete eine Abnahme um 3.7 Mio. CHF auf 471.0 Mio. CHF. Die kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten stiegen aufgrund neuer Leasingverbindlichkeiten um 10.8 Mio. CHF. Der Rückgang der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen von 17.0 Mio. CHF sowie die Zunahme der übrigen kurzfristigen Verbindlichkeiten von 16.2 Mio. CHF gehen auf die saisonal bedingten Schwankungen zurück. Die Abgrenzungen aus Verträgen mit Kunden betragen 215.4 Mio. CHF, womit sie sich im Vergleich zum 31. Dezember 2021 um 20.6 Mio. CHF verringerten. Die übrigen passiven Rechnungsabgrenzungen verzeichnen eine Zunahme von 6.3 Mio. CHF auf 110.0 Mio. CHF. Sowohl die Veränderungen bei den passiven Rechnungsabgrenzungen aus Verträgen mit Kunden wie auch bei den übrigen passiven Rechnungsabgrenzungen gehen auf die üblichen saisonalen Schwankungen zurück. Die kurzfristigen Rückstellungen reduzierten sich leicht um 0.6 Mio. CHF auf total 3.0 Mio. CHF. Die Reduktion ist auf verwendete bzw. aufgelöste Rückstellungen für Sozialpläne zurückzuführen.

Das **langfristige Fremdkapital** sank um 35.6 Mio. CHF auf 273.0 Mio. CHF. Die langfristigen Finanzverbindlichkeiten stiegen im ersten Halbjahr um 39.6 Mio. CHF. Die Zunahme geht primär auf Verbindlichkeiten aus neuen Leasingverträgen zurück, welche die Rückzahlung eines Darlehens überkompensiert. Die Vorsorgeverbindlichkeiten nahmen um 22.1 Mio. CHF auf 5.4 Mio. CHF ab, die latenten Steuerverbindlichkeiten verzeichneten ebenfalls einen Rückgang, um 52.8 Mio. CHF auf 103.3 Mio. CHF. Die langfristigen Rückstellungen blieben praktisch unverändert und betragen 11.0 Mio. CHF (Vorjahr 11.2 Mio. CHF).

Mittelflussrechnung

Die flüssigen Mittel nahmen von 436.5 Mio. CHF um 45.4 Mio. CHF auf 391.0 Mio. CHF ab.

Der **Mittelfluss aus betrieblicher Tätigkeit** stieg im Vergleich zum ersten Halbjahr 2021 um 5.0 Mio. CHF auf 66.0 Mio. CHF an. Die leichte Zunahme ist, trotz des deutlich tieferen Ergebnisses (EAT), insbesondere auf die positive Entwicklung des Nettoumlaufvermögens und der höheren Dividenden von Assoziierten / Joint Ventures zurückzuführen.

Der **Mittelfluss aus Investitionstätigkeit** betrug 23.8 Mio. CHF (Vorjahr –15.8 Mio. CHF). Der sich im Vergleich zum Vorjahr ergebende Mittelzufluss ist unter anderem auf die getätigten Verkäufe von MoneyPark AG und firstbird GmbH (Zufluss an flüssigen Mitteln von insgesamt 21.0 Mio. CHF), leicht höhere Aktivdarlehen sowie eine erhaltene Vorzugsdividende der SMG zurückzuführen, die als Net-Debt-Ausgleich vereinbart wurde, von dem 25.6 Mio. CHF in bar bezahlt wurde. Mittelabflüsse im Jahr 2022 erfolgten durch die Investitionen in Sachanlagen in Höhe von 12.1 Mio. CHF, beispielsweise für das Inventar von digitalen Werbeflächen im Out-of-Home-Bereich sowie in den Umbau auf dem Werdareal. In immaterielle Anlagen wurden 3.5 Mio. CHF investiert, insbesondere für die Aktivierung von Software-Projekten bei JobCloud AG. Devestitionen von Sach- und immateriellen Anlagen führten zu einem Zufluss von flüssigen Mitteln in Höhe von 0.1 Mio. CHF. Der Mittelfluss nach Investitionstätigkeit in Sach- und immaterielle Anlagen (FCF b. M&A) beträgt 50.3 Mio. CHF und ist damit 0.9 Mio. CHF höher als der Vorjahreswert von 49.3 Mio. CHF. Der Mittelabfluss durch Investitionen in übrige Finanzanlagen von 14.2 Mio. CHF umfasst neben dem Kauf von Anteilen an Stableton Financial AG und Caeleste AG auch Veränderungen von Kontokorrenten mit Minderheitsaktionären sowie die Erhöhungen von Darlehen an Assoziierte.

Der **Mittelfluss aus Finanzierungstätigkeit** nahm auf –134.8 Mio. CHF zu (Vorjahr –37.4 Mio. CHF). Der im Vergleich zum Vorjahr wesentlich höhere Mittelabfluss ist insbesondere auf die wieder aufgenommene Dividendenausschüttung an die Aktionäre der TX Group für das Geschäftsjahr 2021 im Umfang von 78.4 Mio. CHF zurückzuführen. Die Ausschüttungen an die Minderheitsaktionäre von JobCloud AG und der Goldbach Group waren zudem um rund 8.9 Mio. CHF höher als im ersten Halbjahr 2021. Weiter haben die Mietzahlungen deutlich um 8.4 Mio. CHF auf 15.5 Mio. CHF zugenommen. Dies ist auf neue oder modifizierte Leasingverträge zurückzuführen – insbesondere im Wachstumsfeld Out-of-Home wurden signifikant mehr Leasingverträge aktiviert. Die übrigen Positionen blieben dabei weitgehend stabil.

Finanzinstrumente

| in CHF 000 | Kategorie | 30.06.2022 | | 31.12.2021 | |
|--|-----------|------------|-----------|------------|-----------|
| | | Buchwert | Marktwert | Buchwert | Marktwert |
| Flüssige Mittel | 1 | 391.0 | 391.0 | 436.5 | 436.5 |
| Kurzfristige Finanzanlagen | | 18.6 | 18.6 | 20.0 | 20.0 |
| davon Wertschriften | 4 | 18.6 | 18.6 | 20.0 | 20.0 |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | 2 | 180.9 | 180.9 | 228.5 | 228.5 |
| Kurzfristige Finanzforderungen | 2 | 27.2 | 27.2 | 123.0 | 123.0 |
| Übrige langfristige Finanzanlagen | | 198.5 | 187.5 | 193.5 | 184.9 |
| davon sonstige Beteiligungen – Eigenkapitalinstrumente | 3 | 30.5 | 30.5 | 37.4 | 37.4 |
| davon sonstige Beteiligungen – keine Eigenkapitalinstrumente | 4 | 0.3 | 0.3 | 0.2 | 0.2 |
| davon Darlehensforderungen | 2 | 165.2 | 154.2 | 154.3 | 145.7 |
| davon sonstige lfr. Finanzanlagen – keine Eigenkapitalinstrumente | 2 | 2.6 | 2.6 | 1.6 | 1.6 |
| Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten | | 2.9 | 2.9 | 6.1 | 6.1 |
| davon Devisentermingeschäfte | 6 | 1.6 | 1.6 | 1.7 | 1.7 |
| davon sonstige kurzfristige Finanzverbindlichkeiten | 5 | 1.4 | 1.4 | 4.4 | 4.4 |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 5 | 49.0 | 49.0 | 66.0 | 66.0 |
| Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten | 5 | 7.8 | 7.8 | 4.9 | 4.9 |
| Langfristige Finanzverbindlichkeiten | | 11.7 | 12.6 | 72.3 | 72.2 |
| davon Bankverbindlichkeiten und Darlehen | 5 | 8.9 | 9.8 | 69.6 | 69.5 |
| davon Devisentermingeschäfte | 5 | 0.1 | 0.1 | – | – |
| davon Kaufpreisverpflichtungen | 6 | 1.1 | 1.1 | 1.1 | 1.1 |
| davon Verpflichtungen zum Kauf eigener Eigenkapitalinstrumente | 6 | 0.5 | 0.5 | 0.5 | 0.5 |
| davon sonstige langfristige Finanzverbindlichkeiten | 6 | 1.2 | 1.2 | 1.2 | 1.2 |
| Kategorisierung Finanzinstrumente nach IFRS 9 | | | | | |
| Flüssige Mittel – zu fortgeführten Anschaffungskosten | 1 | 391.0 | 391.0 | 436.5 | 436.5 |
| Darlehen und Forderungen – zu fortgeführten Anschaffungskosten | 2 | 375.9 | 364.9 | 507.5 | 498.9 |
| Finanzielle Vermögenswerte – zum Fair Value mit Wertänderungen im sonstigen Ergebnis | 3 | 30.5 | 30.5 | 37.4 | 37.4 |
| Finanzielle Vermögenswerte – zum Fair Value mit Wertänderungen im Gewinn oder Verlust | 4 | 18.8 | 18.8 | 20.2 | 20.2 |
| Finanzielle Verbindlichkeiten – zu fortgeführten Anschaffungskosten | 5 | (67.1) | (68.0) | (144.9) | (144.9) |
| Finanzielle Verbindlichkeiten – zum Fair Value mit Wertänderungen im Gewinn oder Verlust | 6 | (4.3) | (4.3) | (4.4) | (4.4) |

TX Group wendet zur Bestimmung des Marktwertes von Finanzinstrumenten die folgenden Hierarchiestufen an:

- Klasse 1
Börsenkurse an aktiven Märkten für identische Vermögenswerte oder Schulden.
- Klasse 2
Marktwerte, die auf Basis von beobachtbaren Marktdaten ermittelt werden. Dabei werden entweder notierte Preise auf nicht aktiven Märkten oder nicht notierte Preise berücksichtigt. Zudem können solche Verkehrswerte auch indirekt aus Preisen abgeleitet werden.
- Klasse 3
Marktwerte, die nicht auf Basis von beobachtbaren Marktdaten ermittelt werden.

In den kurzfristigen Finanzanlagen werden allfällige Devisentermingeschäfte gruppiert, sofern sie einen positiven Marktwert aufweisen. Per 30. Juni betragen diese netto –1.7 Mio. CHF, weshalb auf eine weitere Offenlegung verzichtet wird.

In der Klasse 3 der Hierarchiestufen der Marktwerte sind unter anderem die Eigenkapitalinstrumente der sonstigen Finanzanlagen sowie allfällige Kaufpreisverpflichtungen erfasst. Auch hier wird aufgrund der Unwesentlichkeit auf einen detaillierteren Ausweis verzichtet. Ebenfalls der Klasse 3 zugewiesen sind die als übrige langfristige Finanzanlage erfassten sonstigen Beteiligungen. Investiert wird insbesondere in Beteiligungen in der Aufbauphase (Start-ups), bei welchen keine beobachtbaren Marktpreise vorliegen. Deshalb wird eine geeignete alternative Bewertungsmethode für die Ermittlung des Fair Values der Beteiligung angewendet. Dies kann unter anderem der von Dritten bezahlte Preis bei Finanzierungsrunden sein, eine Ermittlung mittels Barwertmethode (DCF-Ermittlung) oder die Marktpreisermittlung mittels Multiples. Inputfaktoren sind zum Beispiel Vertragsdetails zu den Finanzierungsrunden inklusive bezahlten Preises durch Dritte oder Businesspläne, welche die neuesten Einschätzungen betreffend Entwicklungen von Betriebsertrag und Kosten beinhalten. Für die quantitativ bedeutendste sonstige Beteiligung an Joveo Inc., die per 30. Juni 2022 mit einem Wert von 9.9 Mio. CHF in der Bilanz erfasst ist, erfolgte die Bewertung auf Basis von DCF-Bewertungen, die im zweiten Halbjahr 2021 stattgefunden hat. Die weiteren sonstigen Beteiligungen (inklusive deren Sensitivität) sind für die TX Group als unwesentlich zu betrachten. Die Überprüfung der Bewertung der sonstigen Beteiligungen wird halbjährlich vorgenommen. Die Veränderung der sonstigen Beteiligungen in der Berichtsperiode ist in untenstehender Tabelle ersichtlich.

| in CHF 000 | 30.06.2022 | 31.12.2021 |
|---|-------------|-------------|
| Sonstige Beteiligungen – Stand 01.01. | 37.5 | 32.9 |
| Zugänge | 7.0 | 10.2 |
| Abgänge | (13.9) | - |
| Umbuchung zu Assoziierten | - | (9.8) |
| Bewertungserhöhung über Gesamtergebnisrechnung | 0.1 | 4.2 |
| Sonstige Beteiligungen – Stand 30.06. / 31.12. | 30.7 | 37.5 |

Der Klasse 1 der Hierarchiestufen zur Bestimmung des Marktwertes sind alle übrigen zum Fair Value bewerteten Finanzinstrumente zugeordnet. Zwischen den drei Klassen fanden keine Transfers statt.

Wichtige Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Es liegen keine Ereignisse nach dem Bilanzstichtag vor.

Finanzkalender

Die Publikation des Ergebnisses 2022 findet am 9. März 2023 statt.

Investor Relations

TX Group AG

Dr. Ursula Nötzli

Chief Communications & Sustainability Officer

Werdstrasse 21

CH - 8021 Zürich

Telefon: +41 (0)44 248 41 35

E-Mail: investor.relations@tx.group