

Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR

Zürich, 27. August 2024

Druck auf dem traditionellen Mediengeschäft erfordert grundlegende Transformation

Tamedia stellt sich für die Zukunft auf

Die Halbjahresresultate der TX Group spiegeln die aktuellen Chancen und Herausforderungen wider: Die digitalen Plattformen JobCloud (50%) und SMG Swiss Marketplace Group (30.73%) wirtschaften erfolgreich. Goldbach, 20 Minuten und Tamedia sind im Medien- und Werbebereich seit vielen Jahren mit stetigen Veränderungen konfrontiert. Diese erfordern eine Reduktion der Komplexität und Neuausrichtung.

Dank des anorganischen Wachstums von Goldbach Neo im Bereich der Aussenwerbung blieb der Gesamtumsatz stabil (die 2023 akquirierte Clear Channel Schweiz wurde im Vorjahr nur für drei von sechs Monaten konsolidiert). Organisch sank der Umsatz der Gruppe im Vergleich zur Vorjahresperiode um 6.3%. Sowohl die Werbeeinnahmen bei Tamedia und 20 Minuten als auch das Druckgeschäft entwickelten sich rückläufig. Tiefere Kosten für Material (insbesondere Papier) und Services sowie tiefere organische Personalkosten kompensieren den rückläufigen Umsatz.

Die Swiss Marketplace Group SMG setzte ihre hervorragende Entwicklung fort und wies in allen Geschäftsbereichen ein hohes Wachstum aus. Das Leistungsangebot und die Marktposition konnten gestärkt werden. JobCloud war mit einem rückläufigen Stellenmarkt konfrontiert: Der Umsatz und das operative Ergebnis gingen zurück, die Marge ist weiterhin auf einem attraktiven Niveau.

Umsatz in Mio. CHF 461.0 VJ: 460.5	EBIT adj. in Mio. CHF 56.5 VJ: 54.3	EBIT adj. Marge 12.3% VJ: 11.8%
Eigenfinanzierungsgrad 75.9% VJ: 75.1%	Nettoliquidität in Mio. CHF -0.4 VJ: 23.9	FCF b. M&A in Mio. CHF 82.4 VJ: 91.1

* Vorjahr für Eigenfinanzierungsgrad und Nettoliquidität ist 31.12.2023

Tamedia stellt sich neu auf: Konzentration auf digitales Wachstum, Druckaktivitäten werden in Bern gebündelt

In den letzten Jahren hat sich die Medienwelt grundlegend verändert. Um den grossen Herausforderungen gerecht zu werden, wurde seit letztem Herbst unter der neuen Führung von Jessica Peppel-Schulz eine ganzheitliche Neuaufstellung bei Tamedia entwickelt. Die Strategie beinhaltet im Kern drei Initiativen:

- Tamedia stellt ihr **Marken- und Produktportfolio** mit reduzierter Komplexität und Fokus auf die digitalen Kanäle neu auf. Für das digitale Wachstum setzt Tamedia auf vier grosse Marken: «Tages-Anzeiger», «BZ Berner Zeitung», «Basler Zeitung» und «24 heures». Das Print-Portfolio besteht weiter und alle Marken werden als starke Printprodukte weitergeführt.
- Zweitens organisiert sich Tamedia im Bereich der **Werbevermarktung** ab Anfang 2025 inhouse als Tamedia Advertising. Mit der Integration der relevanten Teams von Goldbach und mit mehr Nähe zu den Marken soll ein Wachstum bei den Werbeeinnahmen generiert werden. Goldbach unterstützt diese Organisationentwicklung und bleibt mit Goldbach Audience Partnerin im wachsenden digitalen Netzwerkgeschäft. Abonnements und die Werbevermarktung sind die tragenden Säulen in der Monetarisierungsstrategie von Tamedia.
- In den **Druckereien** sind in den letzten Jahren Überkapazitäten entstanden, die es Tamedia nicht mehr ermöglichen, drei Betriebe wirtschaftlich zu betreiben. Deshalb sieht das Medienunternehmen als dritte und einschneidendste Massnahme die sukzessive Stilllegung von Druckzentren vor. Das Centre d'Impression de Lausanne in Bussigny (VD) soll voraussichtlich Ende März 2025 geschlossen werden, das Druckzentrum Zürich Ende 2026. Die Druckerei in Bern wird weitergeführt. Tamedia kann mit dem Ausbau des Standortes in der Bundesstadt für die eigenen Titel sowie für externe Kunden langfristige Produktionssicherheit bieten.

Die notwendigen Massnahmen sind leider mit Personalmassnahmen im Bereich der Druckereien und bei den Redaktionen verbunden. In den Druckereien umfassen diese Personalmassnahmen einen Stellenabbau von rund 200 Vollzeitstellen. Von den Anpassungen des Markenportfolios sind auf den Redaktionen 90 Stellen betroffen. Dies unter dem Vorbehalt der Ergebnisse der Konsultationsverfahren. Es kommen Sozialpläne inklusive Möglichkeit von Frühpensionierungen zur Anwendung. Neben persönlicher Begleitung und Beratung bietet Tamedia den betroffenen Mitarbeitenden finanzielle Unterstützung für Weiterentwicklungs- und Umschulungsprogramme an.

Die neue Strategie zielt darauf ab, die journalistische Leistungsfähigkeit und Qualität aufrechtzuerhalten. Der Ausbau des digitalen Angebots mit der Rekrutierung neuer Talente sowie Investitionen in innovative Technologien sollen die Transformation der Geschäftsprozesse und Wertschöpfungskette beschleunigen.

Tamedia hat damit die klare Ambition, das grösste privat finanzierte Redaktionsnetzwerk der Schweiz in die digitale Welt zu führen. Um dies nachhaltig zu erreichen, müssen die Einnahmen und Ausgaben mittelfristig in einem gesunden Verhältnis stehen. Dafür und für das Erreichen der im letzten November gesetzten Ziele wird der Zeithorizont auf 2027 verlängert.

Verleger Pietro Supino sagt: «Die Medienwelt hat sich über die letzten zwei Jahrzehnte grundlegend verändert. Nach laufenden Anpassungen ist der Zeitpunkt für eine grundlegende Neuaufstellung gekommen. Der Verwaltungsrat hat die Strategieentwicklung unter der Führung von CEO Jessica Peppel-Schulz eng begleitet. Er ist sich der Schwere der notwendigen Massnahmen bewusst und steht dahinter, um das Ziel einer erfolgreichen Aufstellung für eine digitale Zukunft zu erreichen.»

Tamedia erläutert die Strategieentwicklung in einer eigenen ausführlichen Medienmitteilung.

Details zu den Segmenten

TX Markets

Das Segment TX Markets umfasst die beiden Beteiligungen JobCloud (vollkonsolidiert, TX Group hält 50% des Kapitals) und SMG Swiss Marketplace Group (At-Equity-Konsolidierung, TX Group hält 30.73%).

Der Umsatz von **JobCloud** entwickelte sich im Vergleich zum Vorjahr rückläufig. Dies ist auf die verhaltene Konjunktorentwicklung zurückzuführen, die sich auf den Stellenmarkt negativ auswirkte. Zudem war der Umsatz im Vorjahr auf einem sehr hohen Niveau gewesen. Die Marge von JobCloud bleibt sehr attraktiv. JobCloud investiert weiterhin in den Ausbau des Geschäfts, unter anderem in innovative KI-Lösungen.

Das starke Umsatzwachstum der **SMG Swiss Marketplace Group** setzte sich fort, alle Geschäftsbereiche trugen dazu bei. Gleichzeitig stieg die Marge weiter an. Das stärkste Wachstum verzeichneten die Bereiche Real Estate und Automotive. Im Frühling 2024 startete die SMG eine Initiative, um ihre Wettbewerbsfähigkeit zu stärken: Bis Ende 2026 soll ein mittlerer zweistelliger Millionenbetrag eingespart und reinvestiert werden, um weiteres Wachstum und Innovation zu fördern. Durch den Anteilserwerb von Flatfox hat die SMG ihr Angebot im Immobilienbereich gestärkt.

Goldbach

Nach 24 Jahren bei der Goldbach Group, davon 11 Jahre als CEO, übergab Michi Frank Anfang Juli 2024 die operative Verantwortung des Unternehmens an Christoph Marty, der bis dahin als CEO von Goldbach Neo tätig war. Der im Vorjahresvergleich gestiegene Umsatz ist auf die Integration von Clear Channel Schweiz zurückzuführen, deren Übernahme per 1. April 2023 vollzogen wurde. Im Bereich TV konnte Goldbach insbesondere in der Westschweiz dank dem neuen Inventar der französischen TF1 Gruppe wachsen. Anfang 2025 wird die Vermarktung des Werbeinventars der zur Gruppe gehörenden Tamedia und 20 Minuten weitgehend in die jeweiligen Unternehmen integriert werden. Goldbach unterstützt dies, und will sich auf die Bereiche TV/Radio/OOH und Netzwerk konzentrieren.

20 Minuten

Mit insgesamt 2.182 Millionen täglichen Digital-Nutzern und Print-Leserinnen (WEMF Total Audience 2024-1) ist 20 Minuten die reichweitenstärkste Schweizer Medienmarke. Die Position im digitalen Nutzermarkt hat sich im ersten Halbjahr 2024 verbessert und der Vorsprung auf die Mitbewerber wurde deutlich ausgebaut. Der Erfolg im Nutzermarkt basiert auf Glaubwürdigkeit und Innovation in der Publizistik. Der im Jahr 2023 umgesetzte Refresh der Printzeitung trug ebenfalls Früchte. Um den direkten Kundenkontakt im Werbemarkt zu stärken und die Komplexität zu reduzieren, wird 20 Minuten ab 2025 die Vermarktung wieder in Eigenregie betreiben. Die erfolgreiche Partnerschaft mit Goldbach in der Netzwerk-Vermarktung wird fortgesetzt.

Tamedia

Entscheidend für die Zukunft von Tamedia ist das digitale Wachstum, das im Fokus der neuen Strategie steht: Mitte 2024 verzeichnete Tamedia insgesamt 635'000 bezahlte Abonnements, davon sind 188'000 rein digital. Dies entspricht bei den Digital-Abos einer Steigerung von 9,7% im Vergleich zur Vorjahresperiode. Das Print-Geschäft bleibt bedeutend. Es entspricht einem immer noch weit verbreiteten Kundenbedürfnis und der durchschnittliche Umsatz pro verkauftem Print-Abonnement übertrifft den digitalen Umsatz deutlich. Auch im Werbebereich ist der Anteil der Einnahmen aus digitalen Produkten geringer. Mit dem Aufbau der eigenen Werbevermarktung soll die Monetarisierung gesteigert werden.

Group & Ventures

Die Kosten der **Group** konnten weiter verringert werden. Auch nach erfolgreichem Abschluss des bis Ende 2023 laufenden Kostenprogramms werden in den zentralen Diensten Projekte vorangetrieben, um den Digitalisierungsgrad und die Effizienz zu erhöhen.

Der **TX Ventures Fintage Fund I** ist insgesamt in 18 Portfoliogesellschaften mit einem Kapitaleinsatz von CHF 49.2 Mio. CHF investiert. Fast 50% der Zielfondsgrösse (100 Mio. CHF) wurden bisher angelegt. Das

NAV pro Aktie ist seit der Auflage im August 2023 von CHF 100 auf CHF 111.91 per Ende März 2024 gestiegen. Neu im Portfolio des TX Ventures Fintage Fund I befinden sich Trustap aus Irland (Escrow Payment für Marktplätze), Swiipr aus England (Payment Lösung für Entschädigungszahlungen) und Trever aus Österreich (mit deren Software Banken digitale Assets handeln können). Die Beteiligung an Helvengo wurde vollständig abgeschrieben: Das Versicherungs-Start-up hat sein Kerngeschäft verkauft und wird liquidiert.

Für **Doodle** war das erste halbe Jahr durchzogen. Die Entwicklung auf dem Nutzermarkt und dem Werbemarkt sind herausfordernd. Verschiedene Massnahmen bezüglich Produkt und Marketing wurden ergriffen, um ein nachhaltiges Wachstum zu erreichen. Bei **Zattoo** kommt es zu einem CEO-Wechsel: Nick Brambring hat nach über 12 Jahren als CEO von Zattoo seinen Abschied angekündigt. Mit Roger Elsener konnte ein ausgewiesener Fachmann als sein Nachfolger präsentiert werden, der Zattoo in die nächste Entwicklungsphase führen wird.

Die detaillierten Angaben zur normalisierten Erfolgsrechnung befinden sich im Halbjahresbericht.

Kennzahlen	2024 in Mio. CHF	2023 in Mio. CHF	Veränderung ⁴ in Prozent
TX Group			
Betriebsertrag	461.0	460.5	0.1%
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	95.8	86.7	10.6%
Marge in % ¹	20.8	18.8	2.0%p
Betriebsergebnis (EBIT)	23.5	21.4	9.7%
Marge in % ¹	5.1	4.7	0.4%p
Betriebsergebnis (EBIT adj.)	56.5	54.3	4.1%
Marge in % ¹	12.3	11.8	0.5%p
Ergebnis (EAT)	24.5	13.7	79.4%
Marge in % ¹	5.3	3.0	2.4%p
Ergebnis (EAT adj.)	48.4	46.4	4.4%
Marge in % ¹	10.5	10.1	0.4%p
Mittelfluss aus betrieblicher Tätigkeit	98.6	111.7	-11.7%
Mittelfluss nach Investitionstätigkeit in Sach- und immaterielle Anlagen (FCF b. M&A)	82.4	91.1	-9.5%
Mittelfluss nach Investitionstätigkeit (FCF)	88.6	74.5	18.8%
Bilanzsumme ²	3260.1	3429.1	-4.9%
Eigenfinanzierungsgrad (in %) ^{2,3}	75.9	75.1	0.7%p
TX Markets			
Betriebsertrag	63.0	70.4	-10.5%
EBIT adj.	49.4	55.5	-11.0%
Marge in % ¹	78.5	78.9	-0.5%p
Goldbach			
Betriebsertrag	134.0	109.7	22.2%
EBIT adj.	7.2	-0.6	n.a.
Marge in % ¹	5.3	-0.5	5.9%p
20 Minuten			
Betriebsertrag	49.2	52.0	-5.3%
EBIT adj.	2.5	2.2	15.2%
Marge in % ¹	5.1	4.2	0.9%p
Tamedia			
Betriebsertrag	203.3	222.7	-8.7%
EBIT adj.	5.4	6.1	-11.7%
Marge in % ¹	2.6	2.7	-0.1%p
Group & Ventures			
Betriebsertrag	79.4	79.4	0.0%
EBIT adj.	-7.7	-9.5	-19.4%
Marge in % ¹	-9.7	-12.0	2.3%p

¹ In Prozent des Betriebsertrags; ² Werte per 31.12.2023; ³ Eigenkapital zu Bilanzsumme; ⁴ Bei Veränderungen von Vergleichsgrößen mit unterschiedlichen Vorzeichen wird keine Angabe gemacht (n.a.). Die Veränderung von relativen Größen (z.B. Margen) wird in Prozentpunkten (p) angegeben.

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 (Kennzahlen der konsolidierten normalisierten Erfolgsrechnung werden als adjustiert bezeichnet, zum Beispiel EBIT adj.)

Kontakt

Ursula Nötzli, Chief Communications & Sustainability Officer, Member of the Executive Board
+41 79 462 52 45, ursula.noetzli@tx.group

Über die TX Group

Die TX Group bildet ein Netzwerk von Plattformen und Beteiligungen, die einer breiten Nutzerschaft Informationen, Orientierung, Unterhaltung sowie Hilfestellungen für den Alltag bieten. Die Wurzeln liegen in der Publizistik mit den vielfältigen Zeitungen von Tamedia sowie den Medien von 20 Minuten. Ergänzt wird das Portfolio durch die Werbevermarkterin Goldbach. Die TX Group ist Ankeraktionärin der SMG Swiss Marketplace Group und von JobCloud, hält Mehrheitsbeteiligungen an Doodle und Zattoo und ist durch TX Ventures als Investorin im Bereich Fintech engagiert. Das 1893 gegründete Unternehmen ist seit 2000 an der Schweizer Börse kotiert.

www.tx.group