TX Group AG
Unternehmenskommunikation

Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR

Zürich, 26. August 2025

TX Group veröffentlicht Halbjahresergebnis 2025 und kündigt Aktienrückkaufprogramm an

Die Resultate der TX Group für das erste Halbjahr 2025 zeigen ein gemischtes Bild. Die digitalen Plattformen JobCloud (50%) und SMG Swiss Marketplace Group (30.72%) wirtschafteten weiterhin erfolgreich. Für Goldbach, 20 Minuten und Tamedia blieb das Umfeld anspruchsvoll und die eingeleitete Transformation zur Reduktion der Komplexität sowie der Ausbau der digitalen Angebote wurde konsequent weiterverfolgt. Zudem beabsichtigt die Gruppe, in naher Zukunft ein Aktienrückkaufprogramm zu starten.

In einem anspruchsvollen Marktumfeld erwies sich die TX Group als operativ robust und konnte wichtige strategische Initiativen vorantreiben. Die Entwicklung in den verschiedenen Geschäftsfeldern spiegelte sowohl die strukturellen Herausforderungen im Medienbereich als auch die Dynamik der Plattformen, wenn auch mit unterschiedlichen Ausprägungen, wider.

Die TX Group erzielte im ersten Halbjahr einen konsolidierten Betriebsertrag von 426.6 Mio. CHF (Vorjahr: 461.0 Mio. CHF) und ein operatives Ergebnis (EBIT adj.) von 38.5 Mio. CHF (Vorjahr: 56.5 Mio. CHF). Während die Medienmarken weiter dem strukturellen Wandel der Branche ausgesetzt waren, konnten die digitalen Plattformen ihre führende Marktstellung behaupten. Die konsequente Umsetzung der eingeleiteten Transformation im Bereich Medien sowie Investitionen in die Diversifikationsstrategie und Digitalisierung beeinflussten das Ergebnis. Weiter prägten Einmaleffekte das Resultat.

Die TX Group-Beteiligungen Swiss Marketplace Group (SMG) und JobCloud erzielten im ersten Halbjahr 2025 stabile Beiträge zum Gruppenergebnis. Trotz rückläufigem Umsatz und tieferem operativen Betriebsergebnis blieb die Marge bei JobCloud auf einem guten Niveau und das Unternehmen entwickelte sich in einem herausfordernden Marktumfeld dank striktem Kostenmanagement solide. Die SMG setzte im ersten Halbjahr ihr Umsatzwachstum fort. Das starke Wachstum verteilte sich über alle Geschäftsbereiche und führte zu einem zweistelligen Umsatzplus. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum konnte auch eine deutliche Margenverbesserung erzielt werden. Die Vorbereitungen für den möglichen Börsengang der SMG verlaufen planmässig. Ziel bleibt es, das Unternehmen optimal auf den Schritt an die Börse vorzubereiten und damit langfristiges Wachstum

sowie strategische Flexibilität zu ermöglichen. Auf der SMG-Webseite werden weitere Details publiziert.

Die Medienunternehmen Goldbach, Tamedia und 20 Minuten haben den zur nachhaltigen Entwicklung notwendigen digitalen Fokus weiter verstärkt. Gleichzeitig führte die von 20 Minuten im Juni angekündigte Neuausrichtung zu Einmalkosten von 5.3 Mio. CHF. Zusätzlich musste eine Rückstellung über 4.8 Mio. CHF für einen Vermarktungsvertrag im OOH-Geschäft bei Goldbach gebildet werden. Diese Faktoren haben zu einer Reduktion des operativen Betriebsergebnisses geführt.

Der Verwaltungsrat der TX Group hat die Durchführung eines öffentlichen Aktienrückkaufprogramms beschlossen. Im Rahmen dieses drei Jahre dauernden Rückkaufprogramms beabsichtigt das Unternehmen, eigene Aktien im Umfang von bis zu einem mittleren einstelligen Prozentsatz des ausstehenden Aktienkapitals zurückzukaufen. Ziel des Rückkaufs ist eine effiziente Kapitalverwendung bzw. Mittelrückführung an die Aktionärinnen und Aktionäre. Der Aktienrückkauf zum Marktpreis wird auf einer zweiten Handelslinie mit anschliessender Vernichtung der Aktien durchgeführt (Kapitalherabsetzung) und soll in den nächsten Wochen starten.

Präsident & Verleger Pietro Supino kommentiert: „Das erste Halbjahr verlief unter unseren Erwartungen. Die strukturellen Herausforderungen im Mediengeschäft haben sich in einem schwierigen Marktumfeld weiter verschärft. Trotz rückläufiger Zahlen sind wir von unserer strategischen Ausrichtung überzeugt und investieren gezielt in publizistische Qualität, Effizienz und digitale Weiterentwicklung. Damit festigen wir die Grundlage für nachhaltige Relevanz und Wert. Zudem untermauert das geplante Aktienrückkaufprogramm das Vertrauen, das wir in unsere Gruppe haben.“

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 30.72%).

Der Umsatz von **JobCloud** wurde durch den schwachen Arbeitsmarkt belastet. In Österreich waren diese Auswirkungen stärker spürbar als in der Schweiz. Die Marge blieb attraktiv und JobCloud investierte weiterhin in den Ausbau des Geschäfts, unter anderem in innovative KI-Lösungen.

Das starke Umsatzwachstum der **Swiss Marketplace Group** setzte sich über alle Geschäftsbereiche hinweg fort. Gleichzeitig konnte auch eine weitere deutliche Margenverbesserung erzielt werden. Diese Entwicklung basiert auf dem nachhaltigen Erfolg der in den vergangenen Jahren umgesetzten Massnahmen zur Etablierung einer skalierbaren und effizienten Kostenstruktur. Trotz des deutlichen Umsatzanstiegs stiegen die operativen Gesamtkosten moderat. Der Fokus der Investitionen lag unverändert auf der Integration von KI, kontinuierlicher Produktinnovationen sowie dem Ausbau der Sicherheitsstandards. Ziel ist es, die Effizienz, Funktionalität und den Nutzen der Plattformen nachhaltig zu verbessern. Zudem hat SMG die Vorbereitungen für einen möglichen IPO eingeleitet. Die Swiss Marketplace Group hat für das Geschäftsjahr 2024 eine erste ordentliche Dividende über 60 Mio. CHF ausgerichtet und plant, für das laufende Geschäftsjahr 2025 eine Dividende von rund 75 Mio. CHF vorzuschlagen.

Goldbach

Die Rückintegration der Vermarktung des Werbeinventars von Tamedia und 20 Minuten per 2025 hat bei Goldbach zu einer veränderten Ausgangslage geführt. Mit dem Fokus auf TV, Radio, OOH und Digital konnten die Struktur vereinfacht und Komplexität reduziert sowie die Unabhängigkeit gestärkt werden. Während das Kerngeschäft im Bereich lineares TV und Radio leicht rückläufig war, entwickelten sich die Umsätze mit Replay Ads im zeitversetzten Fernsehen sehr positiv und konnten mehr als verdoppelt werden. Die Aussenwerbung von Goldbach Neo blieb stabil, zudem gewann das Unternehmen die Ausschreibung der Stadt St. Gallen. Bereinigt um eine Rückstellung von 4.8 Mio. CHF für einen Vermarktungsvertrag liegt das Ergebnis mit 5.5 Mio. CHF unter dem Vorjahresniveau.

20 Minuten

Im digitalen Nutzermarkt hat 20 Minuten seine Führung auf hohem Niveau weiter ausgebaut. Im Juni 2025 betrug der Vorsprung auf die Nummer zwei bei den täglichen Besuchen 33 Prozent. Mit der Einstellung der Printausgabe auf Ende 2025 wurde ein Stellenabbau von bis zu 80 Vollzeitstellen angekündigt. Bereinigt um eine Rückstellung von 5.3 Mio. CHF für den begleitenden Sozialplan liegt das Ergebnis bei 0.3 Mio. CHF. Seit Anfang 2025 setzt 20 Minuten auf Eigenvermarktung des Werbeinventars. Die neu aufgebaute, integrierte Vermarktungsorganisation hat bereits zahlreiche erfolgreiche Vermarktungsprojekte umgesetzt. Dank der neu geschaffenen Nähe zum Kunden und zum eigenen Produkt verzeichnete das digitale Direktkundengeschäft ein Wachstum. In den nächsten Monaten erfolgen substanzielle Investitionen in die Weiterentwicklung von Digitalprodukt, Marke, Wertschöpfung und des kommerziellen Angebots.

Tamedia

Der Fokus von Tamedia liegt auf dem für die Zukunft entscheidenden Ausbau digitaler Angebote. Mitte 2025 verzeichnete Tamedia insgesamt 611’000 bezahlte Abonnements, davon waren 193’000 digital. Dies entsprach bei den Digital-Abos einer Steigerung von 3.4 Prozent im Vergleich zur Vorjahresperiode. Diese Zahlen belegen, dass das Print-Geschäft bedeutend bleibt. Es entspricht einem immer noch weit verbreiteten Kundenbedürfnis und der durchschnittliche Umsatz pro verkauftem Print-Abonnement übertrifft den digitalen Umsatz weiterhin deutlich. Tamedia Advertising wurde Anfang Jahr neu aufgestellt. Der digitale Werbeumsatz konnte gegenüber dem Vorjahr um 24 Prozent gesteigert werden. Damit kompensiert Tamedia strukturelle Rückgänge im Print-Werbemarkt teilweise und richtet sich gleichzeitig auf die Zukunft aus.

Group & Ventures

Die Kosten der **Group** konnten trotz der laufenden Transformation weiter verringert werden. Gleichzeitig werden in den zentralen Diensten Projekte vorangetrieben, um den Digitalisierungsgrad und die Effizienz weiter zu erhöhen.

Der **TX Ventures Fintage Fund I** ist insgesamt in 23 Portfoliogesellschaften mit einem Kapitaleinsatz von 60.0 Mio.CHF investiert. Auch im ersten Halbjahr 2025 konnte das positive Momentum aufrechterhalten werden. Zum einen stieg der NAV, zum anderen wurden weitere neue vielversprechende Investments getätigt. Neben Pliant - einem führenden europäischen Fintech im Bereich virtuelle Kreditkarten - stiessen Particula (Rating für tokenisierte Assets), Oxford DataPlan (Bloomberg für alternative Daten) sowie ein französisches Fintech zum Portfolio hinzu.

Im ersten Halbjahr 2025 lag der Umsatz bei **Doodle** leicht hinter den Erwartungen. Das Ergebnis hingegen lag über den Erwartungen. Der Werbemarkt blieb weiter herausfordernd. Im Frühjahr konnte mit Christian Fielitz ein neuer CEO und ausgewiesener SaaS-Experte gewonnen werden, der den Fokus noch stärker auf Produkt und Marketing legen wird. Auch für **Zattoo** zeigte das erste

Halbjahr 2025 ein gemischtes Bild. Im B2B/Whitelabel konnten zwei grössere Kunden gewonnen und der Vertrag mit dem grössten Kunden verlängert werden. Auf der Direct-to-Consumer-Seite lagen die Umsätze etwas hinter den Erwartungen. Der neue CEO Roger Elsener hat strategische Weichenstellungen vorgenommen - unter anderem wurde im Mai das deutsche Unternehmen Green Streams GmbH übernommen, welches es Zattoo erlaubt, in neue Märkte zu expandieren.

Sollte der IPO der SMG im laufenden Geschäftsjahr stattfinden, beabsichtigt die TX Group ihre Jahreszahlen 2025 rund zwei Wochen später als üblich (in der zweiten Märzhälfte 2026) zu veröffentlichen. Dies zur Sicherstellung der gleichzeitigen Kommunikation der SMG.

Die detaillierten Angaben zur normalisierten Erfolgsrechnung befinden sich im Halbjahresbericht.

Kennzahlen	2025 in Mio. CHF	2024 in Mio. CHF	Veränderung[4] in Prozent
TX Group			
Betriebsertrag	426.6	461.0	-7.5%
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	81.8	95.8	-14.7%
Marge in %[1]	19.2	20.8	-1.6%p
Betriebsergebnis (EBIT)	7.0	23.5	-70.3%
Marge in %[1]	1.6	5.1	-3.5%p
Betriebsergebnis (EBIT adj.)	38.5	56.5	-31.9%
Marge in %[1]	9.0	12.3	-3.2%p
Ergebnis (EAT)	4.2	24.5	-83.0%
Marge in %[1]	1.0	5.3	-4.3%p
Ergebnis (EAT adj.)	33.5	48.4	-30.8%
Marge in %[1]	7.9	10.5	-2.7%p
Mittelfluss aus betrieblicher Tätigkeit	97.6	98.6	-1.0%
Mittelfluss nach Investitionstätigkeit in Sach- und immaterielle Anlagen (FCF b. M&A)	82.1	82.4	-0.4%
Mittelfluss nach Investitionstätigkeit (FCF)	79.5	88.6	-10.2%
Bilanzsumme [2]	3294.6	3489.2	-5.6%
Eigenfinanzierungsgrad (in %)[2,3]	75.8	75.7	0.1%p
TX Markets			
Betriebsertrag	56.9	63.0	-9.7%
EBIT adj.	43.5	49.4	-12.0%
Marge in %[1]	76.5	78.5	-2%p
Goldbach			
Betriebsertrag	112.8	134.0	-15.8%
EBIT adj.	0.7	7.2	-90.0%
Marge in %[1]	0.6	5.3	-4.7%p
20 Minuten			
Betriebsertrag	38.8	49.2	-21.1%
EBIT adj.	-5.0	2.5	n.a.
Marge in %[1]	-12.9	5.1	-18.0%p
Tamedia			
Betriebsertrag	191.5	203.3	-5.8%
EBIT adj.	6.6	5.4	22.8%
Marge in %[1]	3.4	2.6	0.8%p
Group & Ventures			
Betriebsertrag	75.1	79.4	-5.4%
EBIT adj.	-6.1	-7.7	-20.9%
Marge in %[1]	-8.1	-9.7	1.6%p

[1] In Prozent des Betriebsertrags; [2] Werte per 31.12.2024; [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), 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.)

Organisatorische Hinweise

Analystenkonferenz in Englisch heute, 26. August 2025

Zeit	14:00 Uhr
Ort	Werdstrasse 21, 8004 Zürich (hybrid)
Anmeldung	investor.relations@tx.group

Bitte beachten Sie, dass der Anmeldeprozess einige Minuten in Anspruch nehmen kann.
Fragen können während der Q&A-Session nach der Präsentation gestellt werden, indem Sie in den Q&A-Chat von Zoom schreiben.

Kontakt

Urs Fehr, Verantwortlicher Kommunikation & Investor Relations, TX Group,
+41 76 361 56 95, urs.fehr@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