



TX Group AG
Unternehmenskommunikation

Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR

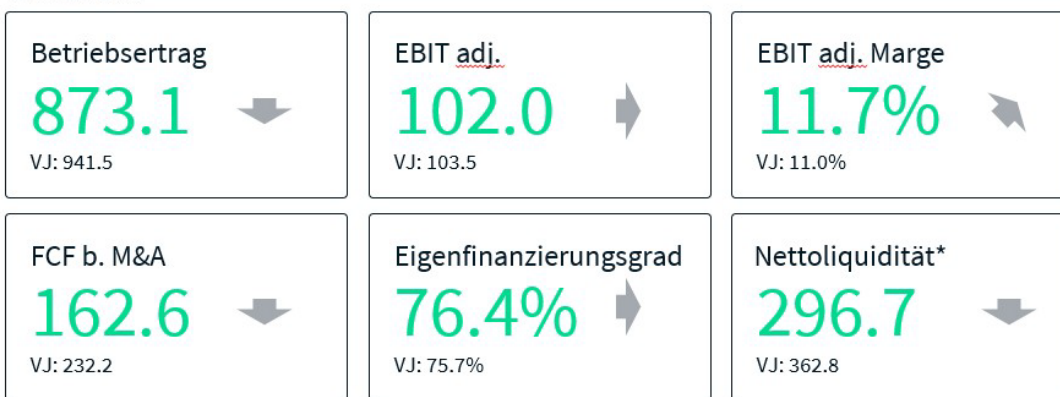
Zürich, 18. März 2026

Das Jahresergebnis 2025 widerspiegelt die Entwicklung der Unternehmen und Investments unter dem Dach der TX Group AG

- **Die Marktplatzaktivitäten haben sich erfreulich entwickelt. So ist die SMG Swiss Marketplace Group zweistellig gewachsen, während JobCloud im angespannten Marktumfeld weiter erfolgreich blieb.**
- **Die Medienunternehmen haben ihre Transformation konsequent fortgesetzt:**
 - **20 Minuten erscheint seit Ende 2025 zu 100 Prozent digital.**
 - **Goldbach konzentriert sich auf Out of Home (OOH) und die Vermarktung von TV, Radio und Digitalwerbung.**
 - **Tamedia hat die Schliessung der Druckzentren und den Ausbau des digitalen Angebots vorangetrieben.**
- **Die Kapitalallokation wurde mit dem Aktienrückkaufprogramm und dem Zukauf von Aktien der SMG Swiss Marketplace Group konsequent weitergeführt.**
- **Pascale Bruderer zieht sich nach sechs Jahren aus dem Verwaltungsrat zurück; Christian Osterland wird der Generalversammlung zur Neuwahl vorgeschlagen.**

Wichtigste Ergebnisse für 2025

In Mio. CHF



* Änderung der Nettoliiquidität ohne Leasingverbindlichkeiten (IFRS 16)

Präsident & Verleger Pietro Supino kommentiert: „Das Geschäftsjahr 2025 war wiederum sehr anspruchsvoll, vom Tagesgeschäft bis zur notwendigen Erneuerung der Grundlagen. Erfreulich ist, dass alle Unternehmen und Beteiligungen der Gruppe strategische Fortschritte erzielt haben. Wir sind stolz, mit der Qualität unserer journalistischen Angebote und mit unseren Plattformen zu einer freiheitlichen Gesellschaft beizutragen.“

Obwohl der Umsatz der TX Group im Vorjahresvergleich zurückging, konnte das operative Betriebsergebnis dank striktem Kostenmanagement fast auf Vorjahresniveau gehalten werden. Der Free Cashflow vor Mergers & Akquisitionen lag mit 162.6 Mio. CHF unter dem Vorjahr (232.3 Mio. CHF), das durch die Sonderdividende von SMG in Höhe von 70.7 Mio. CHF geprägt war.

Für die **SMG Swiss Marketplace Group** war der Börsengang im September 2025 erfolgreich und die Geschäftsentwicklung positiv. Der Umsatz und das operative Betriebsergebnis konnten gesteigert werden. **JobCloud** war von den Unsicherheiten im geopolitischen Umfeld betroffen, konnte aber die führende Position ausbauen und die starke Marge halten.

Die **Medienunternehmen** Goldbach, 20 Minuten und Tamedia haben 2025 ihre Transformation konsequent fortgesetzt. Damit verbundene Restrukturierungen und die Unterstützung der betroffenen Mitarbeitenden führten bei den Medienunternehmen zu Einmalkosten von insgesamt 6.8 Mio. CHF, die das operative Betriebsergebnis belasten. Wesentliche Einmaleffekte im Jahr 2025 waren Sozialplankosten für die im Juni 2025 angekündigte Einstellung des Printprodukts bei 20 Minuten (-2.4 Mio. CHF), die Rückstellung bei Goldbach Neo für einen Vermarktungsvertrag (-3.3 Mio. CHF) und Sozialplankosten im Zusammenhang mit der im November 2025 angekündigten Fokussierung auf das Kerngeschäft bei Goldbach (-1.2 Mio. CHF).

Im September 2025 hat TX Group ein öffentliches Aktienrückkaufprogramm gestartet. Im Rahmen dieses drei Jahre dauernden [Rückkaufprogramms](#) beabsichtigt das Unternehmen, maximal 662'500 eigene Aktien zurückzukaufen. Per 31. Dezember 2025 wurden 124'650 Aktien zu einem Gesamtwert von rund 23.2 Mio. CHF zurückgekauft.

Entsprechend der [Ankündigung vom November 2024](#) beantragt der Verwaltungsrat der Generalversammlung eine Dividende von 4.00 CHF pro Aktie.

Pascale Bruderer zieht sich aus dem Verwaltungsrat zurück, Christian Osterland wird zur Neuwahl vorgeschlagen

Pascale Bruderer wird nach sechs Jahren im Gremium nicht zur Wiederwahl antreten, um sich auf eigene Projekte zu konzentrieren. Zur Neuwahl in den Verwaltungsrat der TX Group AG wird Christian Osterland (D/1991) vorgeschlagen. Er verfügt über ausgewiesene Erfahrungen im Bereich Classifieds und Marktplätze und ist seit 2015 bei General Atlantic tätig, einem global operierenden Finanzinvestor mit Fokus auf Wachstumskapital. Zuvor arbeitete er im Investment Banking bei J.P. Morgan in London. Sein Studium in Management und Technologie hat er an der Technischen Universität München abgeschlossen.

Pietro Supino: "Pascale Bruderer hat mit ihrem Sachverstand, ihrer Kenntnis der Schweiz und ihrem Unternehmergeist sehr viel zur Weiterentwicklung der TX Group beigetragen. Ich danke ihr im Namen aller Kolleginnen und Kollegen für die fruchtbare Zusammenarbeit während der letzten sechs Jahre, wünsche ihr mit dem vielversprechenden Stablecoin-Projekt viel Erfolg und freue mich, im bereichernden Austausch zu bleiben."

Details zu den Segmenten

TX Markets

Das Segment TX Markets umfasst die strategischen Beteiligungen an der SMG Swiss Marketplace Group (31.14%, At-Equity-Konsolidierung) und am Stellenportal JobCloud (50%, vollkonsolidiert).

SMG Swiss Marketplace Group

Das Unternehmen umfasst die vier Bereiche Immobilien, Automobil, allgemeine Marktplätze sowie Finanzen und Versicherungen. 2025 verzeichnete das Unternehmen ein zweistelliges Umsatzwachstum und substantielle Margensteigerungen. Die SMG Swiss Marketplace Group ist seit September 2025 an der SIX Swiss Exchange Zürich kotiert und veröffentlicht ihren [Jahresabschluss](#) gleichzeitig mit der TX Group. TX Group AG konnte im letzten Quartal 2025 414'771 Aktien der SMG Swiss Marketplace Group zukaufen und ist mit einem Aktienanteil von 31.14% die grösste Aktionärin.

JobCloud

Das schwache Wirtschaftswachstum sowie die anhaltenden Unsicherheiten auf dem Arbeitsmarkt haben sich negativ auf die Umsatzentwicklung und das operative Betriebsergebnis von JobCloud ausgewirkt. Trotz des herausfordernden Umfelds konnte eine attraktive Marge (EBIT adj.) von 58.3% erzielt werden. Besonders erfreulich ist, dass die Anzahl der neu registrierten Nutzerinnen und Nutzer ("New Registrations") um +47% gesteigert werden konnte, während die angefangenen Bewerbungen ("Applications Started") um 25% zunahmen. JobCloud wird die Kostendisziplin beibehalten, weiter in den strategischen Ausbau des Geschäfts investieren und die Möglichkeiten der technologischen Entwicklung proaktiv nutzen, insbesondere im Bereich der künstlichen Intelligenz.

Goldbach

2025 hat Goldbach eine tiefgreifende Transformation durchgeführt und fokussiert sich in Zukunft auf die profitablen Aktivitäten Aussenwerbung / OOH sowie die Vermittlung von TV, Radio und Digitalwerbung. Aus diesem Grund wurde die regionale Vermarktung geschlossen und AdUnit, DSP Splicky sowie Goldvertise verkauft. Das führte in der Folge zu einem Kosten- und Personalabbau in den zentralen Bereichen. Das Kerngeschäft der Werbevermittlung und -vermarktung entwickelte sich im ersten Halbjahr 2025 positiv. Wie

schon im Vorjahr kam der Werbemarkt im vierten Quartal stark unter Druck. Im linearen TV ist Goldbach mit einem strukturellen Rückgang konfrontiert. Dieser Rückgang wird mit Werbung im zeitversetzten Fernsehen kompensiert. Diese sogenannten «Replay Ads» haben sich 2025 sehr erfreulich entwickelt. Die Umsätze konnten erneut verdoppelt werden. Der Digital Out of Home-Markt in der Schweiz hat sich im Verlauf des vergangenen Jahrzehnts aufgrund des Bestands an Werbeflächen mehr als verdreifacht und bleibt trotz regulatorischer Einschränkungen ein klarer Wachstumstreiber innerhalb der Aussenwerbung. Dies war einer der Gründe, weshalb sich die Goldbach Neo mit einem Wachstum von 2.6% stärker als der prognostizierte Markt entwickelt hat.

20 Minuten

2025 war das dritte Jahr einer fundamentalen Transformation von 20 Minuten, in der das redaktionelle Angebot und die Marke geschärft, die digitalen Plattformen und Distributionskanäle neu aufgesetzt und die Vermarktung reintegriert wurden. Per Ende 2025 hat 20 Minuten die tägliche Printausgabe eingestellt. 2025 hat 20 Minuten substanziell in den neuen Markenauftritt inkl. Imagekampagne, Relaunch des Digitalproduktes und in Innovationen auf dem Nutzer- und Werbemarkt investiert. Die Rücknahme der Vermarktung Anfang 2025 erwies sich als richtiger Schritt. In der zweiten Jahreshälfte übertraf der digitale Umsatz die Vorjahresperiode. Dank der zurückgewonnenen Kundennähe und reduzierter Komplexität konnte der Direktvermarktungsumsatz deutlich erhöht werden. Ertragsmindernd gegenüber 2024 wirkten sich der Ausstieg aus Österreich (heute.at), reduzierte interne Dienstleistungen für Tamedia und die Abtretung des Lifestyle-Magazins Encore! an Tamedia aus.

Tamedia

Nach der strategischen Neuaufstellung im Vorjahr stand 2025 bei Tamedia die Umsetzung im Vordergrund. Die Zielsetzung ist, die publizistische Qualität zu stärken und die Voraussetzungen für ein langfristiges digitales Wachstum zu schaffen. Die Nutzung der technologischen Entwicklung, insbesondere im Bereich der künstlichen Intelligenz, wurde konsequent vorangetrieben. Die eingeleiteten Massnahmen zeigen erste positive Effekte beim digitalen Wachstum: Die Besuche auf den Webseiten der Kernmarken sowie die Anzahl digitale Abonnements stiegen um jeweils 5%, bei steigendem durchschnittlichen Umsatz pro Nutzer. Der Print-Werbemarkt entwickelte sich strukturell rückläufig, während Tamedias digitales Werbegeschäft durch die Einführung neuer Produkte und Steigerung der Reichweite trotz eines anspruchsvollen Marktumfelds um rund 30% wuchs. Im Berichtsjahr wurde mit der Schliessung des Druckzentrums Lausanne (CIL) ein zentraler Schritt zur geplanten Konsolidierung der Druckinfrastruktur umgesetzt.

Group & Ventures

Group: Im Jahr 2025 wurden unternehmensnahe Services wie Business Controlling oder HR dezentralisiert und verschlankt. Dadurch wurde die unternehmerische Verantwortung der Medienunternehmen gestärkt und die Kosten der Gruppe gesenkt.

Immobilien: Die Entwicklung der Immobilien im Besitz der TX Group AG wird seit Herbst 2024 als eigenständiger Bereich unter Leitung des CPO geführt. Für die drei Druckzentren in Zürich, Bern und Bussigny sowie die beiden Bürostandorte im Zentrum von Zürich und in Bern sind Objektstrategien in Erarbeitung. Je nach Lage und Charakteristik des Standorts bieten sich verschiedene Entwicklungsszenarien an (Sanieren oder Entwickeln von Wohnraum, Bürofläche und Logistik). Diese sollen in den kommenden Jahren in unterschiedlichen Projekten umgesetzt werden. Dabei werden auch Partnerschaften geprüft. Die Bauarbeiten für den Neubau an der Werdstrasse im Zentrum von Zürich haben im Herbst 2025 begonnen und sollen per Ende 2028 abgeschlossen werden.

Ventures: Neben den Beteiligungen an den Digitalunternehmen Doodle und Zattoo konzentriert sich Ventures auf die im TX Ventures Fintage Fund I gebündelten Investitionen im Bereich Fintech. Der NAV Wert pro Anteil stieg per 30. Juni 2025 auf CHF 128.91 (+28.9% vs. Auflage). Insgesamt hat der Fonds per Ende 2025 64.8 Mio. CHF in 24 Start-Ups investiert.

Die detaillierten Angaben zur normalisierten Erfolgsrechnung sind auf Seite 89 des Geschäftsberichts zu finden.

Kennzahlen	2025 in Mio. CHF	2024 in Mio. CHF	Veränderung ³
TX Group			
Betriebsertrag	873.1	941.5	-7.3%
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	190.2	167.5	13.5%
Marge ¹	21.8%	17.8%	4.0%p
Betriebsergebnis (EBIT)	38.8	19.0	103.8%
Marge ¹	4.4%	2.0%	2.4%p
Betriebsergebnis (EBIT adj.)	102.0	103.5	-1.4%
Marge ¹	11.7%	11.0%	0.7%p
Ergebnis (EAT)	36.6	31.1	17.6%
Marge ¹	4.2%	3.3%	0.9%p
Ergebnis (EAT adj.)	90.2	95.4	-5.4%
Marge ¹	10.3%	10.1%	0.2%p
Mittelfluss aus betrieblicher Tätigkeit	190.6	266.7	-28.5%
Mittelfluss nach Investitionstätigkeit in Sach- und immaterielle Anlagen (FCF b. M&A)	162.6	232.2	-30.0%
Mittelfluss nach Investitionstätigkeit (FCF)	144.2	270.8	-46.8%
Nettoliquidität	88.2	137.1	-35.7%
Bilanzsumme	3'268.3	3'489.2	-6.3%
Eigenfinanzierungsgrad ²	76.4%	75.7%	0.7%p
TX Markets			
Betriebsertrag	113.3	122.8	-7.7%
EBIT adj.	89.1	96.3	-7.5%
Marge ¹	78.6%	78.4%	0.2%p
Goldbach			
Betriebsertrag	236.1	286.7	-17.7%
EBIT adj.	15.4	23.5	-34.5%
Marge ¹	6.5%	8.2%	-1.7%p
20 Minuten			
Betriebsertrag	85.6	101.8	-15.9%
EBIT adj.	2.7	7.9	-65.9%
Marge ¹	3.1%	7.8%	-4.6%p
Tamedia			
Betriebsertrag	385.7	410.1	-5.9%
EBIT adj.	11.5	2.6	346.2%
Marge ¹	3.0%	0.6%	2.3%p
Group & Ventures			
Betriebsertrag	148.2	159.7	-7.2%
EBIT adj.	-11.8	-16.4	-28.4%
Marge ¹	-7.9%	-10.3%	2.4%p

¹ In Prozent des Betriebsertrags; ² Eigenkapital zu Bilanzsumme; ³ 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 auf Englisch heute, 18. März 2026

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, Leiter Kommunikation & Investor Relations, 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