



TX Group AG
Unternehmenskommunikation

Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR

Zürich, 25. August 2026

TX Group: Positive Entwicklung im ersten Halbjahr 2026

Die Aktivitäten und Beteiligungen der TX Group AG zeigen für das erste Halbjahr 2026 ein positives Gesamtbild. Während die SMG Swiss Marketplace Group (Beteiligung von 31.4%) weiter profitabel wächst, konnte JobCloud (50%) die starke Marktposition behaupten. 20 Minuten und Goldbach Neo profitieren von ihrer zukunftsgerichteten Positionierung und einer wachsenden Nachfrage nach Aussenwerbung. Goldbach Media und Tamedia führen die eingeleitete Transformation weiter.

Die TX Group erzielte im ersten Halbjahr ein operatives Ergebnis (EBIT adj.) von 67.1 Mio. CHF (Vorjahr: 38.5 Mio. CHF) und einen konsolidierten Betriebsertrag von 402.4 Mio. CHF (Vorjahr: 426.6 Mio. CHF). Die deutliche Ergebnisverbesserung wurde von der positiven Entwicklung der digitalen Plattformen und den Fortschritten bei der Transformation der Medienunternehmen getrieben. Das Marktumfeld der Medienbranche bleibt anspruchsvoll.

Die SMG setzte im ersten Halbjahr ihr Umsatzwachstum in allen Geschäftsbereichen fort, was in einem zweistelligen Umsatzplus und einer Margenverbesserung resultierte. In einem anspruchsvollen Marktumfeld investierte JobCloud in neue Technologien und Angebote. Gleichzeitig wurde die hohe Marge dank striktem Kostenmanagement behauptet.

Die Medienunternehmen Goldbach, Tamedia und 20 Minuten haben den zur nachhaltigen Entwicklung notwendigen digitalen Fokus verstärkt. Bestandteil des Transformationsprozesses war die Dezentralisierung der Gruppe, welche im ersten Halbjahr abgeschlossen wurde. Die damit verbundene höhere Agilität und Eigenverantwortung der Medienunternehmen resultierte in einem erfreulichen Halbjahresergebnis.

Nachdem Tanja zu Waldeck ihre Funktion als COO aus persönlichen Gründen abgibt und aus der Gruppe ausscheidet, wird die Organisation verschlankt. Daniel Mönch übernimmt die Verantwortung für die Goldbach-Aktivitäten sowie die zentralen Group Services. Er übernimmt zusätzlich zu seiner Aufgabe als Chief Portfolio Officer die Funktion als Chief Operating Officer der Gruppe. Die CEOs der beiden Publizistikunternehmen Tamedia und 20 Minuten werden wieder direkt an den Verwaltungsrat berichten.

Im Rahmen des vor Jahresfrist angekündigten und im September 2025 gestarteten Aktienrückkaufprogramms konnte die TX Group per 30. Juni 2026 knapp die Hälfte des definierten Volumens zurückkaufen.

Präsident & Verleger Pietro Supino kommentiert: „Die Entwicklung der Gruppe im ersten Halbjahr 2026 ist erfreulich. Angesichts der fortschreitenden Veränderung der Medienwelt müssen wir die Dynamik aufrechterhalten und weiter in die Transformation und den Ausbau unserer Aktivitäten investieren. Nachdem Tanja zu Waldeck die Gruppe aus persönlichen Gründen verlässt, werden wir die Organisation verschlanken. Unter ihrer Verantwortung haben sich unsere Medienunternehmen positiv entwickelt, und sie war federführend in der Dezentralisierung der Gruppe, welche nun abgeschlossen ist. Ich danke ihr im Namen des Verwaltungsrats herzlich für ihren Einsatz und wünsche ihr für die Zukunft alles Gute.“

Details zu den Segmenten

TX Markets

Das Segment TX Markets umfasst die strategischen Beteiligungen an der SMG Swiss Marketplace Group (31.4%, At-Equity-Konsolidierung) und am Stellenportal JobCloud (50%, vollkonsolidiert).

Der Umsatz von **JobCloud** wurde im ersten Halbjahr 2026 weiterhin durch den schwachen Arbeitsmarkt belastet. In Österreich war diese Entwicklung unverändert stärker ausgeprägt als in der Schweiz. Neben einem konsequenten Kostenmanagement wurden Investitionen in die Produkte und Dienstleistungen getätigt. Dabei lag der Fokus auf zukunftssträchtigen KI-Lösungen, welche den langfristigen Erfolg von JobCloud unterstützen.

Das Umsatzwachstum der **Swiss Marketplace Group** setzte sich über alle Geschäftsbereiche hinweg fort und führte zu einer weiteren Margenverbesserung. Details über den Geschäftsverlauf im ersten Halbjahr sind auf der [SMG-Webseite](#) verfügbar.

Goldbach

Die 2025 von Goldbach eingeleitete Fokussierung zeigt Wirkung und wird fortgesetzt. Die Einstellung und der Verkauf von Aktivitäten reduzierten die Kostenbasis. Gleichzeitig entfallen die entsprechenden Umsätze. Die so genannten CTV-Aktivitäten (Connected-TV) und die Vermarktung von konvergenten Videoformaten entwickeln sich positiv. Das Kerngeschäft der Vermittlung und Vermarktung war im ersten Halbjahr 2026 im Bereich des linearen Fernsehens rückläufig. Der Rückgang im linearen Geschäft konnte nur teilweise durch Wachstum in digitalen Bewegtbildformaten kompensiert werden. Aufgrund dieser Entwicklungen ergab sich bei der Prüfung der Werthaltigkeit des Goodwills und der immateriellen Anlagen im Hinblick auf die erwartete zukünftige Geschäftsentwicklung ein Wertminderungsbedarf in Höhe von 46.4 Mio. CHF, der das Halbjahresergebnis entsprechend belastet. Es handelt sich um einen einmaligen Effekt, der nicht liquiditätswirksam ist. Goldbach ohne Aussenwerbung erzielte eine Marge von 7.7%, während das OOH-Segment (Goldbach Neo) mit einer Marge von 14.1% abschloss.

20 Minuten

20 Minuten blickt auf ein erfolgreiches erstes Halbjahr ohne tägliche Printausgabe zurück. Per Anfang Jahr hat 20 Minuten einen dreijährigen Transformationsprozess hin zu einer digitalen Medienplattform abgeschlossen. Dieser umfasste den Aufbau einer eigenen Vermarktung, einen Refresh von Marke, Identität und Digitalprodukt, die Zusammenführung der Redaktionen in der Deutsch- und Westschweiz sowie den Ausstieg aus der täglichen Printproduktion. Im ersten Halbjahr 2026 steigerte 20 Minuten den digitalen Werbeumsatz gegenüber der Vorjahresperiode um 20%.

Gleichzeitig fielen Umsätze und Kosten der täglichen Printausgabe weg. Das Ergebnis (EBIT adj.) von 20 Minuten liegt mit 11.7 Mio. CHF substantiell über der Vorjahresperiode.

Tamedia

Tamedia befindet sich in einer Transformation vom Print- zum Digitalunternehmen. Das digitale Wachstum ist der zentrale Werttreiber der Zukunft. Tamedia verzeichnete insgesamt 601'000 bezahlte Abonnemente, davon waren 207'000 (+7% im Vergleich zum Vorjahr) digital. Dies wurde flankiert durch eine kontinuierliche Verbesserung des durchschnittlichen Umsatzes pro Nutzer (ARPU). Das digitale Abo-Angebot wurde mit innovativen Komponenten, wie der neuen Spiele-App, attraktiver. Auch in der digitalen Werbevermarktung erzielte Tamedia ein starkes Wachstum (+18%). Tamedia investiert konsequent in Differenzierung durch regionale Nähe, hyperlokale Inhalte und starke Personenmarken. Technologisch beschleunigen der gezielte Einsatz von KI und die Schulung der Mitarbeitenden in deren Nutzung diese Skalierung. Dem gegenüber stehen rückläufige Erlöse aus Print-Abonnements und Einzelverkäufen (-10.9 Mio. CHF). Hinzu kamen geringere Erlöse in den Bereichen Print und Logistik infolge der Schliessung des Druckzentrums Lausanne (-4.0 Mio. CHF).

Tamedia hat in den letzten Jahren auf dem Weg der Transformation Fortschritte gemacht. Der Umsatzrückgang war jedoch sowohl im Leser- als auch im Werbemarkt deutlich höher als ursprünglich erwartet. Dies hat zur Folge, dass sich der Transformationsprozess verlängert. Mittelfristig wird am ursprünglich für 2027 vorgesehenen Margenziel von 8-10% festgehalten.

Group & Ventures

Die Kosten der **Group** konnten trotz der laufenden Transformation erneut verringert werden. Parallel dazu wurden in den zentralen Diensten Projekte vorangetrieben, die den Digitalisierungsgrad und die Effizienz erhöhen.

Der **TX Ventures Fintage Fund I** entwickelte sich weiter positiv. Der NAV pro Anteil stieg per 31. Dezember 2025 auf CHF 123.35 (+23% seit Auflage). Mehrere Beteiligungen konnten erfolgreiche Finanzierungsrunden verkünden. Neu zum Portfolio hinzugefügt wurden Beteiligungen in Finovox (Software zur Identifizierung KI-generierter Bilder zur Erkennung von Betrug), Range (Risk & Compliance Lösung für Stablecoin Payments), Unosecur (Identifizierung und Management von Identitäten) und Capsa (KI-unterstützte Software für das Portfoliomanagement von Private-Equity-Funds). Der TX Ventures Fintage Fund I ist mittlerweile zu gut zwei Dritteln investiert.

Im ersten Halbjahr 2026 verfolgte **Doodle** die strategischen Prioritäten weiter. Im Fokus stand die organisatorische Neuausrichtung mit einem verstärkten Management-Team und dem Aufbau zusätzlicher KI-Kompetenzen. Gleichzeitig wurden die Grundlagen für die nächste Produktgeneration gelegt, unter anderem mit Initiativen wie dem Doodle Time Institute, und die Markteinführung des neuen B2B-Produkts vorbereitet. **Zattoo** gab Anfang des Jahres bekannt, dass Roger Elsener das Unternehmen verlässt und Tina Rodriguez seine Nachfolge als CEO ad interim übernimmt. Im ersten Halbjahr 2026 gelang es, das Ergebnis gegenüber dem Vorjahr zu steigern. Im B2B-/Whitelabel-Bereich wurden Verträge mit Bestandskunden verlängert, während die Gewinnung von Neukunden hinter den Erwartungen zurückblieb. Im Consumer-Bereich erwies sich Deutschland wieder als herausfordernder Markt, während die Umsätze in der Schweiz und in Österreich erneut gesteigert werden konnten.

Die detaillierten Angaben zur adjustierten Erfolgsrechnung finden sich im Halbjahresbericht.

Kennzahlen	2026 in Mio. CHF	2025 in Mio. CHF	Veränderung ⁴ in Prozent
TX Group			
Betriebsertrag	402.4	426.6	-5.7%
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	113.4	81.8	38.7%
Marge in % ¹	28.2	19.2	9.0%p
Betriebsergebnis (EBIT)	-9.9	7.0	n.a.
Marge in % ¹	-2.5	1.6	n.a.
Betriebsergebnis (EBIT adj.)	67.1	38.5	74.3%
Marge in % ¹	16.7	9.0	7.6%p
Ergebnis (EAT)	-14.6	4.2	n.a.
Marge in % ¹	-3.6	1.0	n.a.
Ergebnis (EAT adj.)	62.0	33.5	85.1%
Marge in % ¹	15.4	7.9	7.6%p
Mittelfluss aus betrieblicher Tätigkeit	120.4	97.6	23.3%
Mittelfluss nach Investitionstätigkeit in Sach- und immaterielle Anlagen (FCF b. M&A)	104.2	82.1	27.0%
Mittelfluss nach Investitionstätigkeit (FCF)	87.9	79.5	10.5%
Bilanzsumme ²	3'115.0	3'268.3	-4.7%
Eigenfinanzierungsgrad (in %) ^{2,3}	76.8	76.4	0.4%p
TX Markets			
Betriebsertrag	54.8	56.9	-3.6%
EBIT adj.	48.7	43.5	11.9%
Marge in % ¹	88.8	76.5	12.3%p
Goldbach			
Betriebsertrag	107.4	112.8	-4.8%
EBIT adj.	12.9	0.7	n.a.
Marge in % ¹	12.0	0.6	11.4%p
20 Minuten			
Betriebsertrag	33.0	38.8	-15.1%
EBIT adj.	11.7	-5.0	n.a.
Marge in % ¹	35.4	-12.9	n.a.
Tamedia			
Betriebsertrag	175.1	191.5	-8.6%
EBIT adj.	4.8	6.6	-27.1%
Marge in % ¹	2.7	3.4	-0.7%p
Group & Ventures			
Betriebsertrag	61.7	75.1	-17.9%
EBIT adj.	-7.9	-6.1	29.8%
Marge in % ¹	-12.8	-8.1	-4.7%p

¹ In Prozent des Betriebsertrags; ² Vergleichswerte per 31.12.2025; ³ Eigenkapital zur Bilanzsumme; ⁴ Bei Veränderungen von Vergleichsgrössen mit unterschiedlichen Vorzeichen oder über +/- 1000 % 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 adjustierte Erfolgsrechnung (Kennzahlen der konsolidierten adjustierten Erfolgsrechnung werden als adjustiert bezeichnet, zum Beispiel EBIT adj.).

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