



TX Group AG
Unternehmenskommunikation

Medienmitteilung

TX Group: Corona-Krise hat im ersten Halbjahr 2020 Umsatzrückgang von 18 Prozent zur Folge

Aufgrund des Werbeeinbruchs infolge der Corona-Krise sank der konsolidierte Betriebsertrag der TX Group im ersten Halbjahr 2020 um 92.9 Mio. CHF auf 431.2 Mio. CHF (-17.7 Prozent). 40 Mio. CHF des Umsatzrückgangs konnten mit kurzfristigen Einsparungen und dank der Kurzarbeitsentschädigung kompensiert werden. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) sank um -62.7 Prozent auf 34.1 Mio. CHF, während das Betriebsergebnis vor Effekten aus Unternehmenszusammenschlüssen (EBIT adj.) 12.3 Mio. CHF (-82.6 Prozent) erreichte. Die Überprüfung der Werthaltigkeit des Goodwills ergab bei Tamedia einen Wertminderungsbedarf in der Höhe von 85 Mio. CHF. Aufgrund dessen sowie von Abschreibungen aus Unternehmenszusammenschlüssen weist das Betriebsergebnis (EBIT) einen Verlust von -107.5 Mio. CHF (-362.5 Prozent) auf. Das Ergebnis sinkt auf -109.4 Mio. CHF (-304.2 Prozent).

Zürich, 25. August 2020 – Der Betriebsertrag der TX Group reduzierte sich im Vergleich mit der Vorjahresperiode um 92.9 Mio. CHF von 524.1 Mio. CHF auf 431.2 Mio. CHF. Der strukturell bedingte Druck auf dem Werbemarkt sowie Buchungsstornierungen infolge der Corona-Krise führten im ersten Halbjahr 2020 zu einem Umsatzrückgang gegenüber Vorjahr von 17.7 Prozent sowie zusammen mit notwendig gewordenen Abschreibungen zu einem negativen Ergebnis auf Stufe EBIT. Besonders betroffen sind die Unternehmen 20 Minuten, Goldbach und Tamedia. Bei TX Markets entwickelt sich das Ergebnis der digitalen Stellenplattformen aufgrund der eingetrübten Wirtschaftsentwicklung rückläufig. Der übrige Ertrag beinhaltet den Erfolg aus dem Verkauf der Aktivität Renovero in Höhe von 1.1 Mio. CHF, die im April 2020 von der Olmero AG veräussert wurde. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) sank um 57.4 Mio. CHF auf 34.1 Mio. CHF. Die EBITDA-Marge sank damit von 17.5 Prozent im Vorjahr auf 7.9 Prozent. Mit kurzfristigen Einsparungen sowie dank der Kurzarbeitsentschädigung von insgesamt 11.5 Mio. CHF konnte der Betriebsaufwand um über 40 Mio. CHF reduziert werden. So fallen die Fremdleistungen bei Verlag und Redaktion um 12.3 Mio. CHF und der Papieraufwand um 7.3 Mio. CHF tiefer aus, wobei die Abnahme beim Papieraufwand sowohl auf den Rückgang der Papiermenge wie auch auf den tieferen Papierpreis zurückzuführen ist. Zudem konnte der übrige Betriebsaufwand um 15.4 Mio. CHF gesenkt werden. Als Betriebsergebnis (EBIT) weist die TX Group für das erste Halbjahr 2020 -107.5 Mio. CHF aus. Insbesondere die Wertminderung auf den Goodwill bei Tamedia in der Höhe von 85.0 Mio. CHF sowie weitere Abschreibungen prägen diese Entwicklung. Das Ergebnis ist in der Folge ein Verlust von -109.4 Mio. CHF.

Pietro Supino, Präsident und Verleger, fasst das Halbjahr 2020 der TX Group so zusammen: «Nach einem guten Start der neu aufgestellten TX Group ins Jahr 2020, wurden die Monate ab März in besonderem

Masse von der Corona-Krise überschattet. Sie hat unmittelbar zu grossen Verlusten auf dem traditionell konjunkturabhängigen Werbemarkt geführt. Davon sind vor allem 20 Minuten, Goldbach und die Zeitungen von Tamedia betroffen. Die negativen Konjunkturaussichten betreffen auch die Stellenmärkte von TX Markets. Hingegen konnten die Marktplätze Ricardo und Tutti in der Krise profitieren. Zu den Herausforderungen des Strukturwandels ist in den vergangenen Monaten die unerwartete Krisensituation hinzugekommen. Dank der hervorragenden Marktpositionen unserer Unternehmen, der Verbundeffekte und der soliden Bilanz besteht für die TX Group die Möglichkeit, von Opportunitäten zu profitieren, die Krise als Chance zu verstehen und gestärkt daraus hervorzugehen. Die Lage ist ernst, aber kein Grund, vom eingeschlagenen Weg abzuweichen».

Kennzahlen	2020-6 in Mio. CHF	2019-6 in Mio. CHF	Veränderung in Prozent
TX Group			
Betriebsertrag	431.2	524.1	-17.7
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	34.1	91.5	-62.7
Marge ¹	7.9	17.5	-54.7
Betriebsergebnis vor Effekten aus Unternehmenszusammenschlüssen (EBIT adj.)	12.3	71.1	-82.6
Marge ¹	2.9	13.6	-78.9
Betriebsergebnis (EBIT)	-107.5	41.0	-362.5
Marge ¹	-24.9	7.8	-419.1
Ergebnis	-109.4	53.6	-304.2
davon Anteil Aktionäre der TX Group	-116.5	39.6	-394.4
Mittelfluss aus betrieblicher Tätigkeit	15.4	64.9	-76.3
Mittelfluss nach Investitionstätigkeit in Sach- und immaterielle Anlagen (FCF adj.)	-0.0	54.2	-100.0
Bilanzsumme	2 613.4	2 841.6	-8.0
Eigenkapital-Quote (in Prozent) ²	73.6	72.8	1.1
TX Markets			
Betriebsertrag	100.8	108.1	-6.7
davon Intersegment	0.8	0.6	32.4
EBIT adj.	35.8	42.6	-7.1
Marge ¹	35.5	39.4	-9.9
Goldbach			
Betriebsertrag	61.1	78.1	-21.8
davon Intersegment	21.0	22.1	-4.7
EBIT adj.	-3.3	10.8	-130.6
Marge ¹	-5.4	13.8	-139.1
20 Minuten			
Betriebsertrag	39.8	70.5	-43.5
davon Intersegment	2.4	1.9	25.7
EBIT adj.	-7.0	19.3	-136.3
Marge ¹	-17.6	27.4	-164.2
Tamedia			
Betriebsertrag	224.7	276.1	-18.6
davon Intersegment	10.8	14.8	-27.0

EBIT adj.	-5.4	16.2	-133.3
Marge ¹	-2.4	5.9	-141.0

Group & Ventures

Betriebsertrag	102.3	76.5	33.7
davon Intersegment	62.6	46.0	36.3
EBIT adj.	-3.5	-17.1	-79.4
Marge ¹	-3.4	-22.3	-84.6
Mitarbeiterbestand (FTE) ³	3 640	3 642	-0.1

¹ In Prozent des Betriebsertrags

² Eigenkapital zu Bilanzsumme

³ Durchschnittlicher Mitarbeiterbestand, ohne Mitarbeiter von Assoziierten / Joint Ventures

Alternative Performance-Kennzahlen

TX Group wendet die folgenden alternativen Performance-Kennzahlen an:

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

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

Restatement

Per 1. Januar 2020 wurde unter dem Dach der TX Group eine dezentrale Organisation mit vier weitgehend eigenständigen Unternehmen gebildet. Alle Rubrikenplattformen und Marktplätze sind im Segment TX Markets integriert, die Werbevermarktung wird im Segment Goldbach gebündelt. Das Segment 20 Minuten beinhaltet die Pendlermedien in der Schweiz und im Ausland und unter dem Namen Tamedia werden die Bezahlmedien geführt. Die Venture-Beteiligungen sowie die Leistungen der Gruppe werden im Segment Group & Ventures zusammengefasst. Die Segmentinformationen des Vorjahres wurden deshalb an die neue Segmentstruktur angepasst.

Impairment: Wertminderung in der Höhe von 85 Mio. CHF bei Tamedia

Aufgrund der Corona-Krise sind die Werbeerträge im laufenden Jahr eingebrochen. Dadurch wird der grundlegende Strukturwandel der Medien beschleunigt. Die gedruckten Zeitungen leiden unter den erodierenden Werbeumsätzen und auch die Zahl ihrer Abonnenten entwickelt sich rückläufig. Neue digitale Abonnements und Werbeumsätze können diese Rückgänge bei weitem nicht kompensieren. Für Tamedia ist von tieferen zukünftigen Cashflows auszugehen. Dadurch wird eine Abschreibung auf dem Goodwill notwendig. Der Anstieg des Diskontsatzes vor Steuern wirkt sich ebenfalls negativ auf die Bewertung aus. Insgesamt beträgt die Wertminderung von Tamedia in der Bilanz der TX Group 85 Mio. CHF. Das Halbjahresergebnis der TX Group wird um diesen Betrag belastet. Bei den anderen Cash Generating Units (CGU) ergab die gleichzeitige Überprüfung der Werthaltigkeit zum jetzigen Zeitpunkt keinen Wertminderungsbedarf.

TX Markets: Ricardo und Tutti mit Rekordwerten - JobCloud von abkühlender Konjunktur betroffen

Im Vorjahresvergleich weist TX Markets mit 100.8 Mio. CHF einen um 6.7 Prozent tieferen Betriebsertrag aus. Dabei waren die Plattformen von TX Markets unterschiedlich von der Covid-19-Situation betroffen. Während die Corona-Krise bei JobCloud (50 Prozent an Joint Venture) einen merklichen

Auftragsrückgang zur Folge hatte, erholte sich das Immobiliengeschäft von Homegate vergleichsweise rasch. Die Plattformen Tutti sowie Ricardo konnten während des Lockdowns gar Rekordwerte verzeichnen. Insgesamt führte dies zu einem Rückgang des Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) auf 38.8 Mio. CHF (Vorjahr 44.8 Mio. CHF), wobei der Betriebsaufwand mittels der Kurzarbeitsentschädigung um 1.0 Mio. CHF entlastet wurde. Das Betriebsergebnis vor Effekten aus Unternehmenszusammenschlüssen (EBIT adj.) erreichte 35.8 Mio. CHF (Vorjahr 42.6 Mio. CHF).

Goldbach: Ergebnis von coronabedingtem Werberückgang geprägt - ab Juni Beruhigung der Werbesituation

Im Vorjahresvergleich weist Goldbach aufgrund der Corona-Krise und der insgesamt angespannten Situation auf dem Werbemarkt mit 61.1 Mio. CHF einen um 21.8 Prozent tieferen Betriebsertrag aus. Nachdem die Werbebuchungen aufgrund des Lockdowns stark zurückgingen, kann seit Juni 2020 eine Beruhigung der Werbesituation festgestellt werden. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) sank auf -0.1 Mio. CHF (Vorjahr 13.6 Mio. CHF), wobei der Betriebsaufwand mittels der Kurzarbeitsentschädigung um 3.7 Mio. CHF entlastet wurde. Das Betriebsergebnis vor Effekten aus Unternehmenszusammenschlüssen (EBIT adj.) erreichte -3.3 Mio. CHF (Vorjahr 10.8 Mio. CHF).

20 Minuten: Grosses Informationsbedürfnis mit rekordhohen Zugriffen auf den digitalen Plattformen - drastischer Rückgang der Werbeeinnahmen

Im ersten Halbjahr stiegen die Zugriffe auf die digitalen Plattformen der Pendlermedien aufgrund des gesteigerten Informationsbedürfnisses in der Krise auf Rekordniveau. Trotz dieser Rekordzahlen zeigt das Unternehmen einen coronabedingten Rückgang der Werbeeinnahmen. Die Printwerbung war im besonderen Masse betroffen. So sank der Betriebsertrag der ausschliesslich werbefinanzierten Pendlerzeitungen um 43.5 Prozent und erreichte 39.8 Mio. CHF. In der Folge beläuft sich das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) auf -6.9 Mio. CHF (Vorjahr 19.3 Mio. CHF), wobei der Betriebsaufwand mittels der Kurzarbeitsentschädigung um 1.0 Mio. CHF entlastet wurde. Das Betriebsergebnis vor Effekten aus Unternehmenszusammenschlüssen (EBIT adj.) sank auf -7.0 Mio. CHF (Vorjahr 19.3 Mio. CHF).

Tamedia: Steigende Nutzerzahlen können Werberückgang nicht annähernd kompensieren - Einsparungen von rund 70 Mio. CHF in den kommenden drei Jahren geplant

Während der Corona-Krise stieg das Bedürfnis nach unabhängigem Qualitätsjournalismus. Dies zeigte sich in einer Steigerung der verkauften digitalen Abonnements um 46 Prozent im Vergleich zur Vorjahresperiode. Aufgrund der Corona-Krise brach jedoch der Werbemarkt ein. So weist Tamedia im ersten Halbjahr mit 224.7 Mio. CHF einen im Vorjahresvergleich um 18.6 Prozent tieferen Betriebsertrag aus. In der Folge sank das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) auf -4.3 Mio. CHF (Vorjahr 23.0 Mio. CHF), wobei der Betriebsaufwand mittels der Kurzarbeitsentschädigung um 4.2 Mio. CHF entlastet wurde. Das Betriebsergebnis vor Effekten aus Unternehmenszusammenschlüssen (EBIT adj.) erreichte -5.4 Mio. CHF (Vorjahr 16.2 Mio. CHF).

Im Vorjahresvergleich und um ausserordentliche Effekte bereinigt hat Tamedia bereits im Geschäftsjahr 2019 34 Mio. CHF Umsatz verloren. Im ersten Halbjahr 2020 beträgt der Umsatzverlust 47 Mio. CHF. Neben dem fortgesetzten Strukturwandel wird das erste Halbjahr 2020 von der Corona-Krise und dem daraus resultierenden Einbruch auf dem Werbemarkt belastet. Die Geschäftsführung von Tamedia geht davon aus, dass auch nach der Bewältigung der Krise mit einer Fortsetzung, wenn nicht gar Beschleunigung des Strukturwandels und des damit verbundenen negativen Trends auf der Einnahmenseite zu rechnen sein wird. Daher plant sie, die Kosten in den kommenden drei Jahren um 15 Prozent oder 70 Mio. CHF zu reduzieren, um eine nachhaltige Geschäftsbasis für die Zukunft zu sichern. Die dafür nötigen

Massnahmen sollen in den nächsten Monaten mit den betroffenen Bereichen und unter Einbezug der Sozialpartner erarbeitet werden.

Dank der getätigten Investitionen in die digitale Transformation sowie der Neuaufstellung der Organisation und damit verbunden dem Fokus auf die Bedürfnisse der Nutzerinnen und Nutzer sowie die Etablierung digitaler Bezahlmodelle ist Tamedia gut gerüstet, um die Herausforderungen zu meistern. Zuversichtlich stimmt dabei, dass sich der Anteil der Erlöse aus dem Nutzermarkt am Umsatz seit Sommer 2018 von 44 Prozent auf 54 Prozent gestiegen ist und insbesondere die digitalen Einnahmen nahezu verdoppelt wurden.

Group & Ventures: Fokussierung der Felder bei Ventures - Umstrukturierung der zentralen Dienste

Im Bereich Ventures fand eine klare Fokussierung auf die Felder Digital Entertainment mit Zattoo, Consumer Productivity mit Doodle sowie Consumer Fintech mit Neon und Monito statt, während die zentralen Dienste im Verlauf der nächsten drei Jahren umstrukturiert werden. Mit der Neuaufstellung der zentralen Dienste sollen Einsparungen in der Höhe von 20 Mio. CHF erzielt werden. Im Vorjahresvergleich stieg der Betriebsertrag von Group & Ventures um 33.7 Prozent auf 102.3 Mio. CHF. Insbesondere Zattoo, die im Vorjahr nur für drei Monate berücksichtigt wurde, führte zu dieser Steigerung. In der Folge erhöhte sich das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) auf 10.9 Mio. CHF (Vorjahr –8.5 Mio. CHF), wobei der Betriebsaufwand mittels der Kurzarbeitsentschädigung um 1.6 Mio. CHF entlastet wurde. Das Betriebsergebnis vor Effekten aus Unternehmenszusammenschlüssen (EBIT adj.) erreichte –3.5 Mio. CHF (Vorjahr –17.1 Mio. CHF).

Medienorientierung und Analysteninformation

TX Group

Die telefonische Medienorientierung findet heute Dienstag, 25. August 2020, um 12.00 Uhr, statt. Für Analysten und Investoren wird zudem um 14.00 Uhr eine Telefonkonferenz durchgeführt.

Tamedia

Für dedizierte Fragen zum Unternehmen Tamedia findet um 15.00 Uhr eine separate telefonische Medienorientierung mit den Geschäftsführern Marco Boselli und Andreas Schaffner statt.

Die Einwahlnummer zu den Konferenzen lautet: +41 58 310 50 00. Bitte wählen Sie sich einige Minuten vor Veranstaltungsbeginn ein. Für Investoren und Analysten aus Übersee wird bei Bedarf ein englischsprachiger Conference Call am Folgetag angeboten.

Kontakt

Patrick Matthey, Leiter Kommunikation
+41 44 248 41 35, patrick.matthey@tx.group

Über die TX Group

Die TX Group bildet ein Netzwerk von digitalen Plattformen, das den Nutzerinnen und Nutzern täglich Informationen, Orientierung, Unterhaltung und Hilfestellungen für den Alltag bietet. Unter dem Dach der TX Group agieren vier eigenständige Unternehmen: TX Markets umfasst die digitalen Rubrikenplattformen und Marktplätze; Goldbach steht für die Werbevermarktung in der Schweiz, in Deutschland und in Österreich; 20 Minuten ist das Unternehmen für die Pendlermedien in der Schweiz und im Ausland; Tamedia führt die bezahlten Tages- und Wochenzeitungen und Zeitschriften in die Zukunft.

www.tx.group

