



Erfolgsrechnung Januar bis Juni				
	IST 2024	IST 2025	Abweichung in	
	TCHF	TCHF	TCHF	%
Erlös a. Lieferung/Leistung				
Inserate	4'097	3'573	-524	-12.8
Abonnemente	3'976	3'760	-216	-5.4
Übrige Erlöse	492	455	-37	-7.5
Erlösminderungen	-51	-30	21	-41.2
Total Erlöse	8'514	7'758	-756	-8.9
Betriebliche Aufwendungen				
Fremdaufwand	3'703	3'425	-278	-7.5
Personalaufwand	3'979	3'520	-459	-11.5
Übriger Aufwand	965	953	-12	-1.2
Total betr. Aufwendungen	8'647	7'898	-749	-8.7
EBITDA	-133	-140	-7	5.3
– in % der Erlöse	-1.6	-1.8		
Abschreibungen	170	153	-17	-10.0
Betriebsergebnis (EBIT)	-303	-293	10	-3.3
– in % der Erlöse	-3.6	-3.8		
a.o. Ergebnis	35	208	173	-494.3
Unternehmensergebnis	-268	-85	183	-68.3
– in % der Erträge	-3.1%	-1.1%		
Cash-Flow				
Unternehmen	-98	215	313	-319.4
– in % der Erträge	-1.2%	2.8%		

Kommentar zum Geschäftsgang im 2. Quartal 2025

Im 2. Quartal konnten wir den Erlösrückgang bei den Inseraten gegenüber Vorjahr im Rahmen der Erwartungen halten. Während wir im 1. Quartal noch TCHF 436 gegenüber Vorjahr verloren haben, waren es im 2. Quartal nur noch TCHF 88.

Die Abo-Umsätze sind im Budget. Der Fokus auf starke regionale Inhalte ist ein Erfolg, was sich auch in der gemäss WEMF-Studie klar grösser gewordenen Leserschaft zeigt.

Dank gutem Kostenmanagement konnten die Aufwendungen stark reduziert werden. Der EBIT lag per Ende Q1 bei TCHF -388 und liegt jetzt per Ende Q2 bei TCHF -293. Eine gute Verbesserung.

Für einen positiven EBIT im Jahr 2025 wird es vermutlich nicht mehr reichen. Die im 1. HJ 2025 erfolgreich abgeschlossenen strategischen Massnahmen werden sich erst ab 2026 spürbar auf den EBIT auswirken. Weitere Massnahmen folgen im 2. HJ 2025.

Bewertungskennzahlen
Basis: Jahresabschluss 2024

Kurs (Geld am 31.12.2024) CHF	425
Kurs-/Gewinn-Verhältnis	-28.12
Kurs/Umsatz	0.45
Kurs/Eigenkapital	0.55
Dividenden-Rendite %	3.50