



# JAHRES- BERICHT 2021

AZ MEDIEN AG



AZ MEDIEN AG  
**JAHRESBERICHT**

**2021**

# ***INHALT***

Wichtigste Kennzahlen	<b>06</b>
Organisation AZ Medien	<b>08</b>
Lagebericht CH Media	<b>10</b>
Lagebericht watson	<b>13</b>
Lagebericht AZ Medien	<b>16</b>
Ertrags- und Finanzlage der AZ Medien Gruppe	<b>18</b>
Portfolio	<b>20</b>



# TRUMP-MOB ATTACKIERT DAS KAPITOL

## **Headline auf watson.ch, 7. Januar 2021**

In Washington besetzten Anhängerinnen und Anhänger des abgewählten US-Präsidenten Donald Trump am 6. Januar gewaltsam das Kapitol. Mehrere Menschen wurden getötet. Abgeordnete mussten in Sicherheit gebracht werden. Die Bilder und Videos gingen um die Welt. Der Kongress bestätigte schliesslich dennoch die Wahl von Joe Biden zum neuen US-Präsidenten. Dieser wurde am 20. Januar ins Amt eingeführt.

# WICHTIGSTE KENNZAHLEN

## FINANZIELLE KENNZAHLEN DER AZ MEDIEN

	<b>2021</b>	<b>2020</b>
	in Mio. CHF	in Mio. CHF
<b>Erfolgsrechnung</b>		
Betriebsertrag	<b>232.1</b>	<b>233.1</b>
EBITDA	<b>24.8</b>	<b>20.1</b>
in % des Betriebsertrags	<b>11 %</b>	<b>9 %</b>
<b>Bilanz</b>	in Mio. CHF	in Mio. CHF
Bilanzsumme	<b>184.7</b>	<b>199.2</b>



# WARUM IN DIESEM SCHNECKEN- TEMPO? BERN IST IN DER IMPFRANGLISTE IMMER NOCH AUF DEM LETZTEN PLATZ

## Schlagzeile in den «TeleBärn News», 16. Februar 2021

Der Kanton Bern war bei der nationalen Impfkampagne gegen Covid-19 lange das Schlusslicht bei den Impfungen und das, obwohl es genügend Impfzentren und Personal gab. Die Behörden standen in den meisten Kantonen in der Kritik, weil sie zu wenig Impfstoff bereitstellen konnten – auch das Impftempo und Probleme mit dem Anmeldesystem wurden bemängelt. Mitte des Jahres kehrte sich die Situation um: Die Kantone blieben auf den Impfstoffen sitzen und die Behörden waren damit beschäftigt, zögernde Personen vom Nutzen der Impfung zu überzeugen. Diese Versuche gipfelten in einer nationalen Impfwochen, welche unter dem Motto «Gemeinsam aus der Pandemie» vom 8. bis 14. November 2021 stattgefunden hat. Trotz dem eher schwierigen Verlauf der nationalen Impfkampagne stützte die breite Stimmbürgerbevölkerung die Corona-Politik des Bundes mit der Bestätigung des Covid-19-Gesetzes 2021 gleich zweimal an der Urne.

# ORGANISATION AZ MEDIEN AG

## **Verwaltungsrat**

**Peter Wanner** Verwaltungsratspräsident

**Dr. Philip Funk** Vizepräsident

**Michael Wanner** Delegierter

**Dr. Hans-Peter Zehnder** Mitglied

**Kaspar Hemmeler** Mitglied

**Anna Wanner** Mitglied

**Florian Wanner** Mitglied

## **Unternehmensleitung**

**Michael Wanner** Delegierter des Verwaltungsrates

**Tarkan Özküp** Chief Business Development Officer

**Markus Müller** Chief Financial Officer



# EIN RIESENSCHIFF BLOCKIERT DEN WELTHANDEL

## **Headline in der «Aargauer Zeitung», 24. März 2021**

Der Frachter «Ever Given» blockierte ab dem 23. März 2021 für mehrere Tage den Suezkanal. Das Schiff war bei starkem Wind auf Grund gelaufen, hatte sich schräg gestellt und so den Kanal blockiert. Hunderte andere Schiffe konnten die Wasserstrasse nicht durchqueren. Durch die Blockade einer der wichtigen Seehandelsrouten der Welt entstanden immense wirtschaftliche Kosten. Schliesslich konnte das Schiff nach sechs Tagen am 29. März befreit werden.

# LAGEBERICHT CH MEDIA 2021

## **Deutliche Ergebnissteigerung**

CH Media behauptete sich auch im zweiten Corona-Jahr und erzielt ein gegenüber dem Vorjahr deutlich besseres Ergebnis. Der Umsatzrückgang konnte dank Synergien, grossen Sparanstrengungen, Verkäufen von Aktivitäten und nicht betriebsnotwendigen Liegenschaften sowie einer Erholung des Werbemarktes im zweiten Halbjahr überkompensiert werden. Die operative Performance war stark; die Umsetzung der Strategie «CH Media 2025» verläuft planmässig.

CH Media erwirtschaftete 2021 einen Umsatz von 415,7 Millionen Schweizer Franken, ein EBITDA von 51,7 Millionen Schweizer Franken, ein EBIT von 35,9 Millionen Schweizer Franken sowie ein Unternehmensergebnis von 34,8 Millionen Schweizer Franken und überzeugte damit auch im zweiten Corona-Jahr trotz Umsatzrückgang mit einem soliden Ergebnis. Zahlreiche Portfolioveränderungen, insbesondere diverse Veräusserungen, verzerren den Vorjahresvergleich.

## **Strategie «CH Media 2025» auf Kurs**

CH Media konnte die beiden strategischen Säulen Publishing und Entertainment weiter stärken.

Im Bereich Publishing entwickelten sich die Abschlüsse der Digitalabonnements seit dem Relaunch der Online-Newsportale und der Einführung des «Freemium-Bezahlmodells» erfreulich.

Im Bereich Entertainment expandierte CH Media im Berichtsjahr weiter mit der Übernahme von Radio Bern1 und einer Aufstockung des Aktienanteils an Radio 32 um 20 Prozent (neuer Aktienanteil: 78 Prozent). Mit «ArgoviaToday» startete nach «FM1Today» und «PilatusToday» die dritte konvergente Newsplattform der regionalen Radio- und TV-Sender. Ein wichtiger Schritt gelang CH Media im Bereich der Fussballrechte: Das Unternehmen erwarb Sublizenzen für Spiele der Schweizer Fussballnationalmannschaft, für die UEFA Nations League Finals und die Qualifikationsspiele der europäischen Top-Nationalmannschaften.

Noch mehr attraktive Inhalte bieten die nationalen TV-Sender dank der mehrjährigen Partnerschaft mit ViacomCBS Networks International: Per Oktober 2021 übernahm CH Media den Betrieb des Kinder-TV-Senders «Nick Schweiz» und erweiterte damit die Senderfamilie um den Familiensender «7+ Family». Im November startete der

neue Schweizer Streamingdienst «oneplus» mit über 10'000 Programmstunden, exklusiven Eigenproduktionen sowie Streamingpremierer.

Neben den konsequenten Investitionen in die Geschäftsfelder Publishing und Entertainment gelang es CH Media durch den Verkauf des Special-Interest-Magazins «Fit for Life», der Architekturzeitschrift «Modulør», des Magazins und Onlineportals «Natürlich» und der Bezahlzeitung «Werdenberger & Obertoggenburger», ihr Portfolio weiter zu schärfen. Im Weiteren wurde eine nicht betriebsnotwendige Liegenschaft in Solothurn verkauft.

### **Ausblick 2022**

Nach dem brutalen Überfall der Ukraine durch die russische Armee muss mit einem lang anhaltenden Abnützungskrieg gerechnet werden. Dies wird weltweit zu einem Anstieg der Inflation führen, in einzelnen Ländern auch zu einer Rezession. Für unsere Branche ist mit deutlichen Preissteigerungen insbesondere im Papier- und Strommarkt zu rechnen. Im Werbemarkt gehen wir von einem weiteren Rückgang aus. Das Geschäftsjahr 2022 dürfte schwierig und anspruchsvoll werden.

Im Februar 2022



Axel Wüstmann  
CEO CH Media



# STADT ZÜRICH TILGT RASSISTISCHE HÄUSERNAMEN

## Schlagzeile in den «TeleZüri News», 8. April 2021

An diversen Hausfassaden im Niederdorf winken den Passanten Schriftzüge und Wandmalereien entgegen, welche zum Beispiel das Wort «Mohr» enthalten. Diese sollten nun entfernt oder in einen geschichtlichen Kontext gestellt werden. Gemäss der Zürcher Stadtpräsidentin Corine Mauch ein klares Zeichen gegen Rassismus. Stefan Urech, Gemeinderatsmitglied der Stadt Zürich (SVP), fand die Aktion undifferenziert und übertrieben. Es gäbe keine Beweise, dass die Namensgebungen negativ gemeint seien.

# LAGEBERICHT WATSON 2021

Das digitale Nachrichtenportal watson hat sich im Jahr 2021 sehr gut entwickelt. Nachdem im Jahr 2020 erstmalig ein Gewinn erzielt werden konnte, stand im Jahr 2021 die Expansion in die Romandie im Vordergrund.

## ***Erfolgreicher Start in der Romandie***

Nach Monaten der Vorbereitung ist watson.ch/fr im März 2021 erfolgreich in der Westschweiz gestartet. Seither produzieren 20 Journalistinnen und Journalisten am Standort Lausanne nach dem bewährten watson-Konzept täglich Nachrichten, Debattenbeiträge und Unterhaltungsstücke für den westlichen Landesteil. Für die Markteinführung hat watson eine breit angelegte, nationale Werbekampagne «Haltung zeigen, watson lesen» lanciert. Die Kampagne hat ihre Wirkung nicht verfehlt, die Bekanntheit konnte in beiden Landesteilen deutlich gesteigert werden. Während die Traffic-Entwicklung in der Romandie mit rund 0,5 Millionen Besuchen pro Monat noch etwas unter den Erwartungen geblieben ist, ist die Rechnung kommerziell bereits aufgegangen. Nicht zuletzt dank der nationalen Abdeckung konnte watson im Werbeumsatz weiter wachsen und gegenüber dem Vorjahr um ganze 38 Prozent zulegen. Die Jahresziele konnten dank diesen nationalen Werbeumsätzen deutlich übertroffen werden und die für den Aufbau der Romandie budgetierten Anlaufinvestitionen konnten durch diese Mehrumsätze weitgehend kompensiert werden.

Die Nutzerzahlen des Hauptportals in der Deutschschweiz lagen mangels publizistischer Grossereignisse und aufgrund von Änderungen im Google-Algorithmus unter den Corona-bedingten Rekorden von 2020 und haben sich bei rund 18 Millionen monatlichen Besuchen eingependelt. watson bleibt damit das drittgrösste rein werbefinanzierte Nachrichtenportal der Schweiz. Die stetig wachsende Anzahl Zitierungen und die auch in 2021 zahlreichen Nominierungen für Journalistenpreise geben Zeugnis davon, dass sich watson endgültig als gewichtige Stimme in der Schweizer Medienlandschaft etabliert hat.

Weiterhin erfreulich entwickelt hat sich auch das Schwesterportal watson.de, welches in einem Lizenzmodell vom deutschen Medienkonzern Ströer betrieben wird und das sich in seinem vierten Jahr weiter als Stimme der jungen Generation im deutschen Medienmarkt etablieren konnte.

### **Positive Aussichten**

Für 2022 gilt die Aufmerksamkeit dem Reichweitenaufbau von watson in der Romandie. Zur weiteren Steigerung der Bekanntheit und der Nutzerzahlen plant watson für das Frühjahr eine weitere Welle der erfolgreichen nationalen Werbekampagne «Haltung zeigen, watson lesen». Zudem wurden die Ressourcen in den strategisch wichtigen Bereichen SEO (Google-Optimierung), Video und Social Media aufgestockt.

Der Start ins Jahr ist geglückt. Die Nutzerzahlen sind im Januar in beiden Landesteilen deutlich angestiegen und beim Werbeumsatz konnte im Januar das Budget übertroffen werden. Für das Gesamtjahr bleibt abzuwarten, wie sich der Konflikt in der Ukraine entwickelt.

Im Februar 2022



**Michael Wanner**  
Geschäftsführer watson



# PFAHLBAUTEN ENTDECKT: LUZERN IST 2000 JAHRE 'ÄLTER ALS GEDACHT

**Headline auf pilatustoday.ch, 22. April 2021**

Die Funde aus dem Luzerner Seebecken bestätigten laut einer Medienmitteilung des Kantons, dass die Stadt Luzern 2000 Jahre älter ist als bisher angenommen. Damit geselle sich Luzern in die Reihe bedeutender Schweizer Städte wie Zürich oder Genf und der Fund belege, dass auch die heutige Zentralschweiz seit Urzeiten eine begehrte Lage ist.

# **LAGEBERICHT AZ MEDIEN 2021**

## **AZ Konzept**

Im November 2021 hat AZ Medien die Marketing-Unit AZ Konzept lanciert. Mit dem Angebot von AZ Konzept unterstützt AZ Medien fortan Werbetreibende, Content-Marketing-Lösungen strategisch zu planen, Inhalte zu erstellen und diese in den passenden Kanälen auszuspielen – sei dies in klassischen oder in digitalen Mediengattungen. Als Unit der AZ Medien will AZ Konzept eng mit watson und den Medien von CH Media zusammenarbeiten und gleichzeitig als «open platform» unabhängig am Markt agieren. AZ Konzept wird dabei auch mit weiteren Publishern sowie mit Media- und Werbeagenturen zusammenarbeiten.

Geschäftsführer von AZ Konzept ist Tarkan Özküp, der in Personalunion Chief Commercial Officer bei watson bleibt. Das Team von AZ Konzept umfasst zum Start sechs Mitarbeitende. Die Unit ist gut gestartet und konnte bereits erste Kunden für kanalübergreifende Kampagnen gewinnen.

## **AZ Regionalfernsehen AG**

Als führende regionale TV-Stationen haben Tele M1 und TeleBärn ihre Stellung auch im zweiten Corona-Jahr behaupten können: Umsatz, Betriebs- und Unternehmensergebnis konnten deutlich gesteigert werden. Beide konzessionierten Sender werden durch die AZ Regionalfernsehen AG betrieben.

Im Februar 2022



Michael Wanner  
Delegierter des Verwaltungsrates AZ Medien



# FLUTKATASTROPHE IN DEUTSCHLAND FORDERT ÜBER 100 TODESOPFER

## Headline in der «bz Basel», 17. Juli 2021

Mitte Juli 2021 kam es in Teilen Deutschlands zu extremen Unwettern. Am schlimmsten waren Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen betroffen. Am 14. Juli und in der Nacht auf den 15. Juli fiel in Teilen der beiden Bundesländer innerhalb von 24 Stunden 100 bis 150 Liter Regen pro Quadratmeter. In der Folge des Starkregens kam es in den betroffenen Regionen zu Sturzfluten und massiven Überschwemmungen, bei denen mindestens 180 Menschen starben. Das Ausmass der Schäden war gigantisch. Das Jahrhunderthochwasser, das durch das Tiefdruckgebiet Bernd ausgelöst wurde, richtete auch in Teilen Belgiens, Frankreichs, Luxemburgs, der Niederlande und der Schweiz erhebliche Schäden an.

# **ERTRAGS- UND FINANZLAGE**

## **DER AZ MEDIEN GRUPPE**

Mit einem konsolidierten Umsatz von 232 Millionen Schweizer Franken hat die AZ Medien Gruppe den Vorjahresumsatz erreicht. Dank tieferen Kosten gegenüber Vorjahr konnte das operative Ergebnis (EBITDA) auf 24,8 Millionen Schweizer Franken (Vorjahr: 20,1 Millionen Schweizer Franken) beziehungsweise 11 Prozent des Umsatzes gesteigert werden (Vorjahr: 9 Prozent).

Per Jahresende weist die AZ Medien Gruppe eine Bilanzsumme von 185 Millionen Schweizer Franken aus.

Im Februar 2022



Markus Müller  
CFO AZ Medien



# EHE FÜR ALLE: SCHWULES PAAR AUS DER OST- SCHWEIZ ERZÄHLT

## Headline auf tagblatt.ch, 21. August 2021

Die Schweiz sagte am 26. September 2021 mit 64,1 Prozent Ja zur Ehe für alle. Fast zwei Drittel der Stimmbevölkerung haben der Öffnung der Ehe für gleichgeschlechtliche Paare zugestimmt – nicht ein einziger Kanton war dagegen. Was in weiten Teilen Westeuropas längst Realität war, wurde somit auch in der Schweiz möglich: Gleichgeschlechtliche Paare können ab dem 1. Juli 2022 heiraten oder ihre eingetragene Partnerschaft in eine Ehe umwandeln. Mit der Ehe für alle können Schwule und Lesben auch gemeinsam ein Kind adoptieren. Für die Befürworterinnen und Befürworter stand vor allem die Beseitigung von Ungleichbehandlungen im Vordergrund. Widerstand gegen die Ehe für alle kam vor allem von der konservativen Rechten und aus evangelikalen Kreisen, die die traditionelle Stellung der Ehe in der Schweizer Gesellschaft gefährdet sahen.

# PORTFOLIO

## STAND DEZEMBER 2021

Zwei Drittel der Einwohnerinnen und Einwohner der Deutschschweiz nutzten 2021 regelmässig mindestens eine der Medienmarken, die vollständig oder mehrheitlich im Besitz der AZ Medien sind. Marken mit einem Einzugsgebiet, das sich über mehrere Kantone erstreckt, wurden dem jeweiligen Hauptsitz der Marke zugeordnet.



### Basel

**bz**

### Liestal

**bz**

Schweiz am Wochenende

ObZ Oberbaselbieter Zeitung

### Arlesheim

**WOCHENBLATT**

### Laufen

**WOCHENBLATT**

### Solothurn

**Solothurner Zeitung**

Schweiz am Wochenende

**AZEIGER**

RADIO 32

### Olten

**Oltner Tagblatt**

**stadt anzeiger**

### Grenchen

**Grenchener Tagblatt**

**Grenzener Medien-Anzeiger**

### Derendingen

VOGT-SCHILD/DRUCK

### Aarau

**Aargauer Zeitung**

Schweiz am Wochenende

myjob.ch

myjob.ch

**wiretern**

petitio

**Kochen**

TELE MI

planer installateur

etelektro technik

hkgebäude technik

AZ VERTRIEB

wohnrevue

**swissm**

### Lenzburg

**Lenzburger Bezirks-Anzeiger**

**Der Seetal** ♦ **Der Lindenberg**

### Baden

**Badener Tagblatt**

Schweiz am Wochenende

**Limmatwelle**

### Brugg / Fricktal / Freiamt

**Aargauer Zeitung**



Zürich



St. Gallen



Frauenfeld

Thurgauer Zeitung

Dietikon

Limmattaler Zeitung

Wattwil

Toggenburger Tagblatt

Luzern



Affoltern am Albis

Anzeiger

Wil

WILER ZEITUNG



Bern



Nidwalden / Obwalden

Nidwaldner Zeitung Obwaldner Zeitung



Zug

Zuger Zeitung Zuger Presse Zugerbieter



Lausanne

watson



Altdorf

Urner Zeitung



Herisau

Appenzeller Zeitung

# ***IMPRESSUM***

## **Herausgeberin**

AZ Medien AG

## **Projektkoordination**

Christian Scherler

## **Konzept & Design**

Christian Scherler

## **Bilder**

S. 05 Keystone / John Minchillo

S. 07 Keystone / Peter Klaunzer

S. 09 Keystone / Maxar Technologies

S. 12 Keystone / Gaetan Bally

S. 15 Keystone / Urs Flüeler

S. 17 Keystone / Rhein-Erft-Kreis

S. 19 Keystone / Salvatore di Nolfi



**AZ Medien AG**  
Neumattstrasse 1  
5001 Aarau

+41 58 200 58 58  
info@azmedien.ch  
www.azmedien.ch