

AZ Medien

Portrait

Die AZ Medien haben ihren Sitz in Aarau. Das regionale Medienhaus ist in mehrheitlichem Besitz der BT Holding AG und von Verleger Peter Wanner. Die AZ Medien betreiben das Online-Newsportal **watson.ch** und die zwei konzessionierten Regionalfernseher **Tele M1** und **TeleBärn**. Die Stammregion von AZ Medien ist das Schweizer Mittelland, zwischen dem zürcherischen Limmattal und den Kantonen Aargau und Solothurn.

AZ Medien hat per Oktober 2018 alle Tageszeitungen mit Regionalausgaben und die dazugehörigen Online-Newsportale, Wochenzeitungen und Fachpresstitel, mehrere Radio- und Fernsehprogramme und eine Zeitungsdruckerei in Aarau in das **Joint Venture CH Media** eingebracht (siehe unten "Wichtige Veränderungen").

¹In der Finanzberichterstattung 2021 von AZ Medien und der NZZ-Mediengruppe wird CH Media unterschiedlich transparent dargestellt bzw. abgegrenzt. Es ist deshalb schwierig, den um CH Media bereinigten Umsatz von AZ Medien aufzuzeigen. Auf Nachfrage wurden Publicom keine diesbezüglichen Zahlen bekanntgegeben. In der Folge wird darum der kumulierte Umsatz von AZ Medien inkl. CH Media ausgewiesen, analog dem Finanzbericht 2021. Nach eigener Schätzung betrug der bereinigte Umsatz von AZ Medien 2021 rund CHF 45 Millionen.

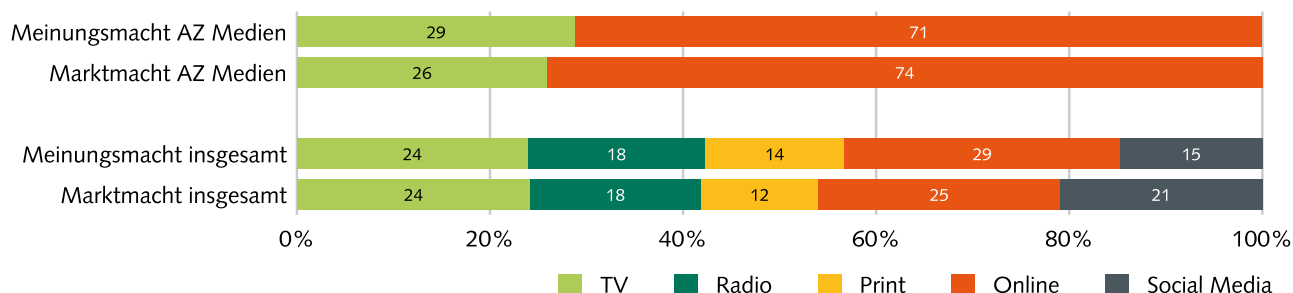
Basisinformationen



Geschäftssitz:	Aarau
Name im Handelsregister:	BT Holding AG
Aktionariat:	Familienbesitz
Umsatz 2021 (Mio. CHF):	232,1 (-0.4% seit 2020)
Gewinn 2021 (Mio. CHF):	24,8 (+145.5% seit 2020)
Untersuchtes Sample:	3 Medienmarken

Abbildung 1: Meinungsmacht und Marktmacht – Publizistische Schwerpunkte der AZ Medien

Anteile Mediengattungen bzw. Verbreitungskanäle an summierter nationaler Meinungs- und Marktmacht des Konzerns



Publicom 2022

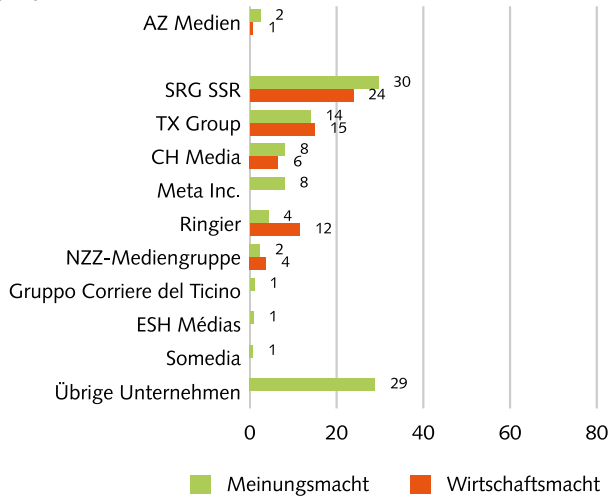
- > **Online** erbringt **71%** am Meinungsmachtspotenzial und **74%** der Marktmacht von AZ Medien mit Abstand folg TV mit **29%** an Meinungsmacht und 26% Marktmacht
- > Meinungsmachtzunahme bei Online (+20), Abnahme bei TV (-20) seit 2020¹
- > Schweizer Meinungsmarkt insgesamt: Online (29%) vor TV (24%), Radio (18%), Social Media (15%) und Print (14%)

¹Der grosse Zuwachs der Onlinemeinungsmacht ist vor allem auf den Datenbruch der Onlinereichweiten zurückzuführen.

Abb. 2: Meinungs-, Wirtschafts- und Marktmacht sowie Markenleistung – AZ Medien im Konkurrenzvergleich

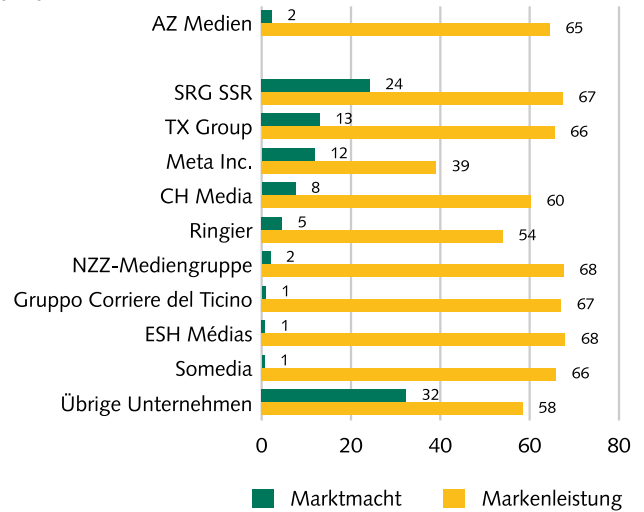
Anteile Konzerne an gesamter nationaler Meinungs-, Markt- und Wirtschaftsmacht; Mittelwerte für Markenleistung (Index 0 bis 100)

Schweiz



Publicom 2022

Schweiz



Publicom 2022

- > **AZ Medien ist #6** bei nationaler **Meinungsmacht** (2.5%) hinter SRG SSR, TX Group, Meta, CH Media und Ringier
- > AZ Medien **#6** bei **Wirtschaftsmacht** (1%) der Schweizer Konzerne

- > AZ Medien erreicht **siebtstärkste qualitative Markenleistung** (Mittelwert von 62), noch vor CH Media, Ringier und Meta
- > AZ Medien ist **#6 bei nationaler Marktmacht**

Abb. 3: Regionale Meinungsmacht AZ Medien

Anteile Konzern an gesamter Meinungsmacht in Medienräumen



Publicom 2022

Sehr grosse Meinungsmacht:

Grosse Meinungsmacht:

Mittlere Meinungsmacht:

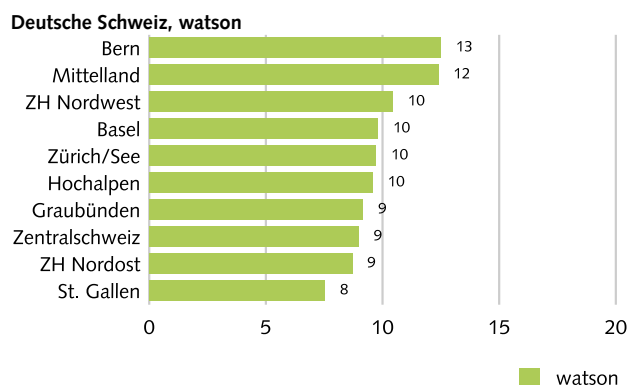
Kleine Meinungsmacht:

- > Bern #6; Mittelland #7: mit je 5%
- > Zürich Nordwest: #7: mit 4%
- > Hochalpen #6; Zürich/See und Zentralschweiz #8; Deutsche Schweiz und Basel: #7: mit je 3%
- > Ganze Schweiz #7; St. Gallen: #8; Zürich Nordost #8 Graubünden: #9 mit je 2%
- > Französische Schweiz, Genève und Vaud/Fribourg/Valais: #6 mit je 1%

Nicht vertreten in Medienräume Arc Jurassien und italienischer Schweiz (Ticino)

Abb. 4: Meinungsmacht AZ Medien: watson.ch in der Deutschen Schweiz

Meinungsmacht von watson.ch in der Deutschen Schweiz (Indexwerte 0 bis 100)



Publicom 2022

- > **Watson** ist **stärkste Marke** für Meinungsmacht von AZ Medien, ist insgesamt **#16** in der gesamten und der deutschen Schweiz.
- > **Watson** in **Bern** und im **Mittelland** stärker als im Grossraum Zürich und als in den Medienräumen Basel, Hochalpen, Graubünden, Zentralschweiz und St. Gallen

Wichtige Veränderungen

- > Die Aktionäre der AZ Medien AG haben an ihrer Generalversammlung der beantragten **Barabfindungsfusion zugestimmt**. Damit hält die Familie Wanner alle Aktien der AZ Medien Holding AG (28.05.2021).

Methodische Anmerkungen

Der *Medienmonitor Schweiz* untersucht den Einfluss von insgesamt **172 Medienmarken** aus TV, Radio, Print, Online und Social Media (mind. wochenaktuell, ohne Gratis-Wochenanzeiger) auf die **Meinungsbildung** in der Schweizer Bevölkerung.

Meinungsmacht besteht aus zwei Einflussgrössen: Erstens die **qualitative Markenleistung** (Bewertung von Medienmarken durch ihre Nutzer, ermittelt in Bevölkerungsbefragung) und zweitens die **quantitative Marktmacht**, bzw. die täglichen Kontaktleistungen von Medienmarken (auf Basis von Sekundäranalysen der Schweizer Währungsstudien von WEMF und Mediapulse für Print, Radio und TV sowie eigenen Hochrechnungen für Online und Social Media).

- > Befunde auf **Gattungsebene** kumulieren die täglichen Kontaktleistungen für jeden Verbreitungskanal, der von Medienmarken des Konzerns bedient wird (Abb. 1). Befunde auf **Konzernenebene** kumulieren die Gesamt-Kontaktleistung (=aller Verbreitungskanäle) sämtlicher Marken des Unternehmens (Abb. 2 und 3). Die ermittelte Kontaktsumme wird als prozentualer **Anteil** des Brutto-Kontaktuniversums ausgewiesen, das der Summe der Kontaktleistungen aller Medienmarken eines Konzerns (Abb. 1) bzw. in einer Region (Abb. 2 und 3) entspricht.
- > **Indexwerte** auf **Markenebene** (Abb. 4) kumulieren die täglichen Gesamt-Kontaktleistungen einer Medienmarke, ausgewiesen als Teil des Netto-Universums (=Bevölkerung) im betreffenden Gebiet und/oder Bevölkerungssegment. Zur Berechnung des Meinungsmacht-Index wird der Marktmacht-Index mit dem Markenleistungs-Index gewichtet und in den Indexbereich (0 bis 100) normalisiert.
- > Kennzahl für **Wirtschaftsmacht** weist bereinigte Inlandumsätze der Konzerne (falls vorhanden) als Anteile des Schweizer Gesamtmarkts aus.

Der *Medienmonitor Schweiz* ist eine Studie der Publicom AG im Auftrag des Bundesamts für Kommunikation (BAKOM).

Weitere Informationen und Methodik unter www.medienmonitor-schweiz.ch