

CH Media

Portrait

CH Media entstand 2018 als **Joint Venture** der NZZ Mediengruppe und AZ Medien. Beide Unternehmen steuerten ihre Regionalzeitungen mit den entsprechenden Online-Portalen sowie die nicht-konzessionierten Radio- und TV-Sender und Druckereien bei.

Die Schwerpunkte des Unternehmens liegen einerseits im Schweizer **Mittelland**, zwischen dem zürcherischen Limmattal und den Kantonen Aargau und Solothurn, wo die von AZ Medien eingebrachten Medienmarken beherrscht sind. Andererseits verlegt CH Media in der **Ost- und Zentralschweiz** zwei Regionalzeitungen mit diversen Kopfbältern, die von der NZZ-Mediengruppe eingebracht wurden. In den Regionen veranstaltet das Unternehmen zudem **regionale Radio- und TV-Programme**. Das multimediale Markenportfolio wurde in den vergangenen Jahren mit dem Ausbau des Onlineangebots zusätzlich gestärkt.

Basisinformationen

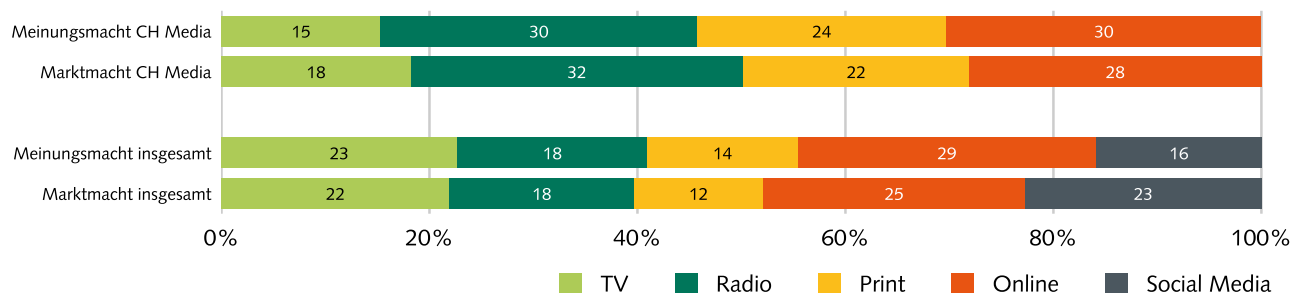


Geschäftssitz:	Aarau
Name im Handelsregister:	CH Media Holding AG
Aktionariat:	AZ Medien und NZZ-Mediengruppe
Umsatz 2022 (Mio. CHF):	430.2 (+3.5% seit 2021)
Gewinn 2022 (Mio. CHF):	20.7 (-40,5% seit 2021)
Mitarbeiter 2022:	Ca. 1'800 Vollzeitstellen (unverändert seit 2021)
Untersuchtes Sample:	31 Medienmarken

CH Media hat für das Jahr 2022 keinen eigenen Geschäftsbericht veröffentlicht; die Geschäftszahlen entstammen der offiziellen Website und einer Medienmitteilung von CH Media.

Abbildung 1: Meinungsmacht und Marktmacht – Publizistische Schwerpunkte von CH Media

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



Publicom 2023

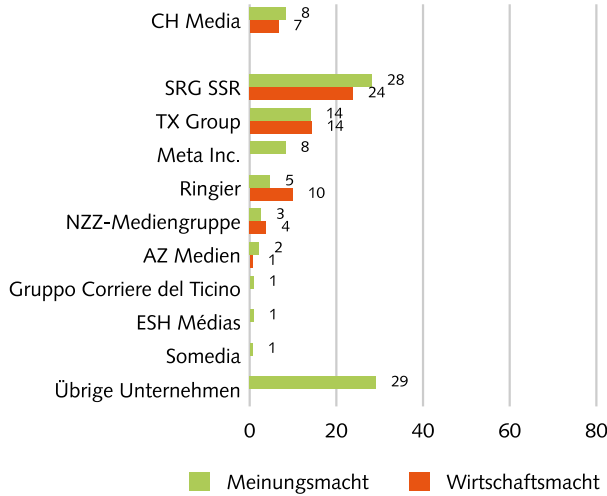
- > **Radio** erbringt **30%** am Meinungsmacht-Potenzial für CH-Media, dahinter **Online** mit **30%**, **Print** mit **24%** und **TV** mit nur **15%**
- > **Radio** ist **Marktmacht** Spitzenreiter mit **32%**, klar dahinter **Online** mit **28%**, **Print** #3 mit **22%** und **TV** #4 mit **18%**
- > **Meinungsmachtzunahme** bei Print (+3) und Online (+1), Abnahme bei Radio (-2) und TV (-1) seit 2021
- > Schweizer **Meinungsmacht** insgesamt: Online (29%) vor TV (23%), Radio (18%), Social Media (16%) und Print (14%)

MEDIENMONITOR SCHWEIZ

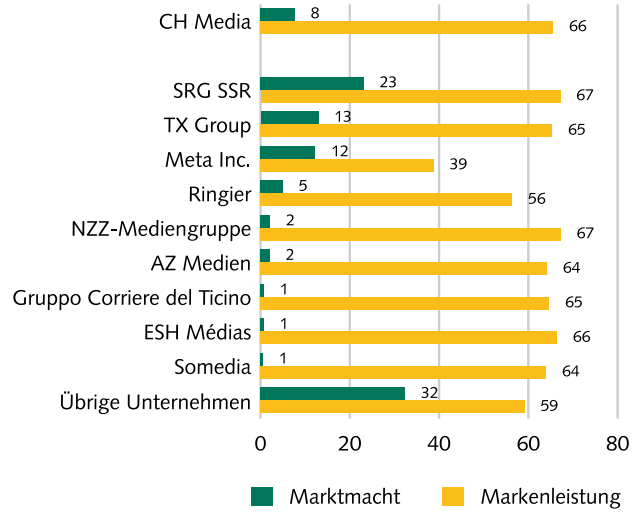
Abb. 2: Meinungs-, Wirtschafts- und Marktmacht sowie Markenleistung – CH Media im Konkurrenzvergleich

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

Schweiz



Schweiz



Publicom 2023

- > **CH Media** ist #3 bei nationaler **Meinungsmacht** (8%), hinter SRG SSR, und TX Group vor Meta
- > Ausserdem #4 bei **Wirtschaftsmacht** (6%) der Schweizer Konzerne; hinter SRG SSR mit 28%, TX Group (14%) und Ringier (10%)

Publicom 2023

- > CH Media bei **qualitativer Markenleistung** auf #4 (Mittelwert von 62) nach ESH Médias gefolgt von TX Group
- > CH Media ist #5 bei nationaler **Marktmacht**

Abb. 3: Regionale Meinungsmacht CH Media

Anteile Konzern an gesamter Meinungsmacht in Medienräumen



Publicom 2023

Sehr grosse Meinungsmacht:

Grosse Meinungsmacht:

- > St. Gallen: #2 mit 24%

Mittlere Meinungsmacht:

- > Zentralschweiz: #3 mit 19%
- > Mittelland: #3 mit 16%
- > Zürich Nordwest: #4 mit 14%
- > Deutsche Schweiz: #4 mit 12%

Kleine Meinungsmacht:

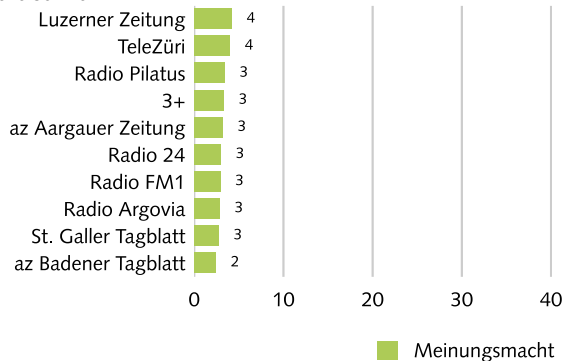
- > Ganze Schweiz #4 mit 8%
- > Zürich Nordost und Graubünden: #4 mit je 7%
- > Basel: #6 mit 6%
- > Zürich/See: #7 mit 5%
- > Bern: #8 mit 3%
- > Hochalpen #8 mit 1%

Nicht vertreten in französischer Schweiz (Medienräume Genève, Vaud/Fribourg/Valais, Arc Jurassien) und italienischer Schweiz (Ticino)

Abb. 4: Meinungsmacht von CH Media: Stärkste Medienmarken Schweiz und Sprachregionen

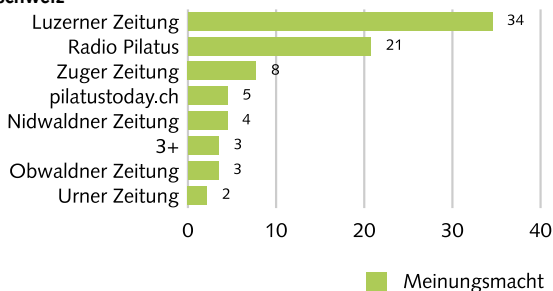
Meinungsmacht von Medienmarken, national und in Sprachregionen (Indexwerte 0 bis 100)

Deutsche Schweiz



Publicom 2023

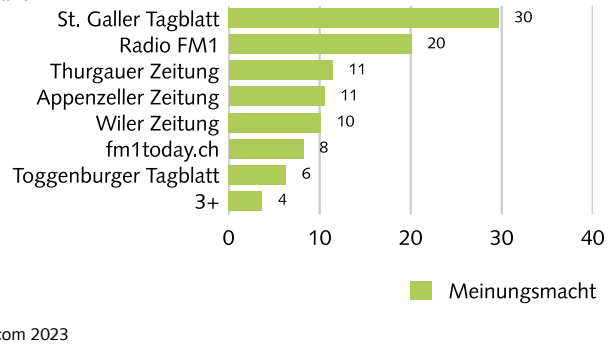
Zentralschweiz



Publicom 2023

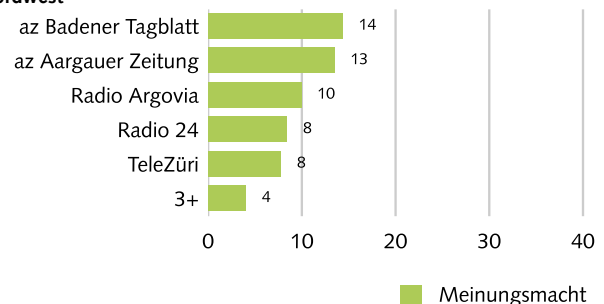
- > **Luzerner Zeitung** ist **stärkste Marke** für Meinungsmacht von CH Media, ist insgesamt **#25** in der Deutschschweiz und **#1** in der Zentralschweiz, **Radio Pilatus** **#3** ebenfalls stark in Zentralschweiz
- > **TeleZüri** **#2** für CH Media (insgesamt **#33**)

St. Gallen



Publicom 2023

ZH Nordwest



Publicom 2023

- > **St. Gallen: St. Galler Tagblatt** **#2** und **Radio FM1** **#6** mit grösster Meinungsmacht von CH Media
- > **Badener Tagblatt** und **Aargauer Zeitung** in **Zürich Nordwest** mit grösster- und zweitgrösster regionaler CH Media-Meinungsmacht (**#11/#12**)

Wichtige Veränderungen

- > CH Media und Sunrise UPC spannen zusammen und bilden ein neues Joint Venture. Der Streaming-Dienst **Oneplus** von CH Media wird zum integralen Bestandteil des TV-Angebotes von Sunrise UPC. Gleichzeitig beteilige sich Sunrise UPC mit 20 Prozent an der CH Media TV AG (04.03.2022)
- > Alle CH Media-Teams von TV, Radio und Online sind nun am neuen zentralen Standort in Zürich-Nord eingezogen und sind ab sofort unter einem Dach konvergent tätig (17.03.2022)
- > Das **Bieler Tagblatt** (Gassmann Media) kooperiert ab Mitte Jahr mit der Zentralredaktion von CH Media und übernimmt nationale und internationale Nachrichten. Damit gehört es auch dem Verbund der "Schweiz am Wochenende" an. (30.03.2022)
- > CH Media ist neu vollständige Eigentümerin des Solothurner Regionalsenders **Radio 32**. Das Medienhaus hat per 3. Juni den übrigen Aktienanteil von 21,82 Prozent vom bisherigen Eigentümer Zofinger Tagblatt übernommen. (08.06.2022)
- > Die AZ Medien kauft im ersten Quartal 2023 der NZZ 15 Prozent der Anteile des Joint Ventures CH Media ab und übernimmt mit 65 Prozent die Anteilsmehrheit. Zeitgleich übernimmt CH Media von AZ Medien die Mehrheit an der Fixx-Punkt AG, der Muttergesellschaft des Newsportals "Watson" und Michael Wanner, der derzeitige Geschäftsführer von
- > Die fünfte, regionale Onlineplattform "BärnToday" ist an den Start gegangen (04.08.2022)
- > CH Media passt ihre Organisation an und legt mit einem neuen Bereich "Regionale Elektronische Medien" (REM) die Bereiche TV Regional und Radio per 1. September 2022 zusammen. Zum neuen Bereich soll auch das neugeschaffene Profitcenter "Today" gehören, worin die konvergenten Today-Newsportale "FM1Today", "PilatusToday", "ArgoviaToday", "ZüriToday" und "BärnToday" zusammengeführt werden. Die Leitung des neu geschaffenen Bereichs, sowie die des Profitcenters, übernimmt Florian Wanner. Oliver Steffen übernimmt neu als Chefredaktor Regionale Elektronische Medien die übergreifende redaktionelle Chefredaktion für sämtliche regionale elektronische Medien von TV Regional, die Today-Portale und alle Radiosender. Die einzelnen Sender behalten jeweils eigene Chefredaktoren. (18.08.2022)
- > CH Media übernimmt rückwirkend per 1. Januar 2022 die Radiosender "**Central**" und "**Sunshine**" von Radio Central AG bzw. Radio Sunshine AG (21.09.2022)
- > Der Streamingdienst von CH Media "oneplus", der im November 2021 lanciert wurde, ist neu auch auf Apple TV, Android TV

"Watson", löst Axel Wüstmann als CEO der CH Media ab. (30.06.2022)

- > CH Media erweitert das Portfolio um die Region Solothurn und lanciert damit im ersten Quartal 2023 die sechste regionale Newsplattform namens "**32Today**". (07.07.2022)

sowie auf den Fernsehgeräten von Samsung verfügbar. Bis anhin konnte der Dienst via einer Desktopversion und als App für iOS und Android, auf der Quickline-TV-Box und der Sunrise-TV-Box gestreamt werden. (28.09.2022)

- > CH Media lanciert in der Ostschweiz zwei und in der Zentralschweiz vier Webseiten mit je ein E-Paper und eine News-App. Die Marken "Thurgauer Zeitung" und "Appenzeller Zeitung" erhalten einen eigenen Web- und App-Auftritt, in der Zentralschweiz die Marken "Zuger Zeitung", "Nidwaldner Zeitung", "Obwaldner Zeitung" und "Urner Zeitung". Bislang teilten sich die Ostschweizer Marken ihren Webauftritt mit dem "St. Galler Tagblatt" und die Zentralschweizer Titel ihren mit der "Luzerner Zeitung". (26.10.2022)

Methodische Anmerkungen

Der *Medienmonitor Schweiz* untersucht den Einfluss von insgesamt **176 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 **Konzernebene** 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