

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

¹In der Finanzberichterstattung 2022 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 2022. Nach eigener Schätzung betrug der bereinigte Umsatz von AZ Medien 2022 rund CHF 45 Millionen.

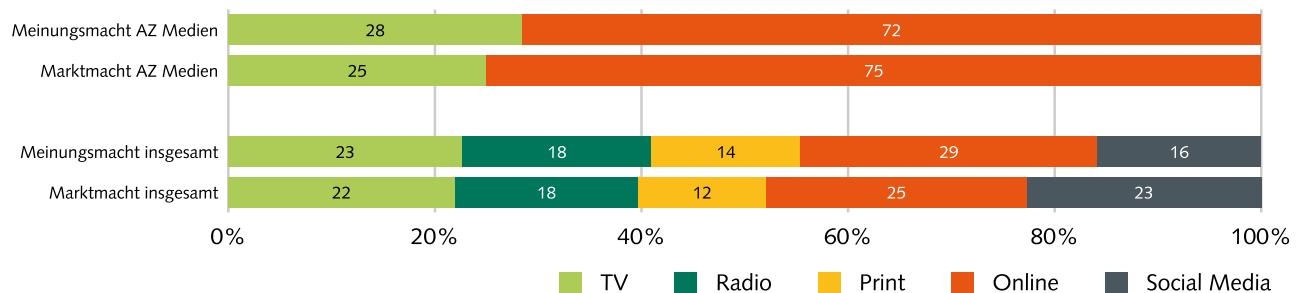
Basisinformationen



Geschäftssitz:	Aarau
Name im Handelsregister:	BT Holding AG
Aktionariat:	Familienbesitz
Umsatz 2022 (Mio. CHF):	349,6 ¹ (+50.6% seit 2021)
Gewinn 2022 (Mio. CHF)	35,1 (+41.5% seit 2021)
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



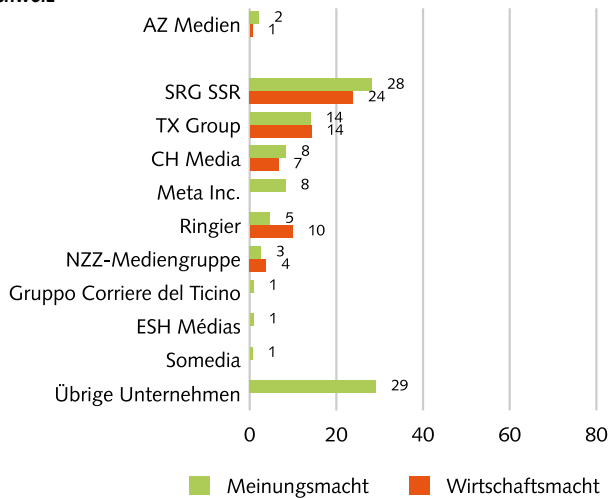
Publicom 2023

- > **Online** erbringt **72%** am Meinungsmachtspotenzial und **75%** der Marktmacht von AZ Medien. Gefolgt von **TV** mit 28% an Meinungsmacht und 25% Marktmacht
- > **Meinungsmachtzunahme** bei Online (+1), **Abnahme** bei TV (-1) seit 2021
- > **Schweizer Meinungsmarkt** insgesamt: Online (29%) vor TV (23%), Radio (18%), Social Media (16%) und Print (14%)

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)

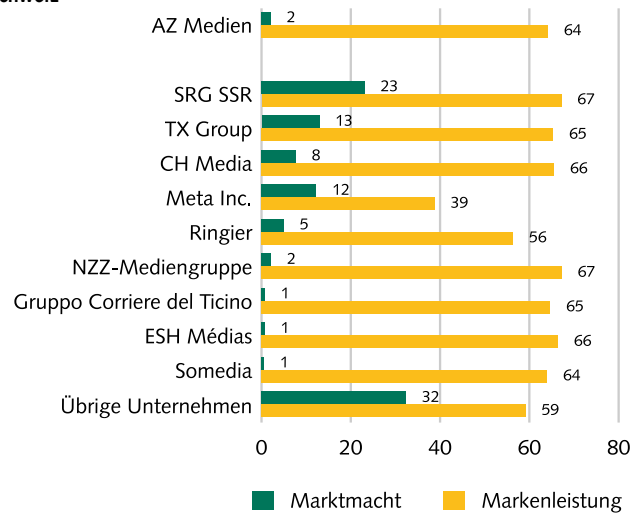
Schweiz



Publicom 2023

- > **AZ Medien ist #7** bei nationaler **Meinungsmacht** (2.2%) hinter SRG SSR, TX Group, CH Media, Meta, Ringier und NZZ-Mediengruppe
- > AZ Medien **#6** bei **Wirtschaftsmacht** (1%) der Schweizer Konzerne

Schweiz



Publicom 2023

- > AZ Medien erreicht **siebtstärkste qualitative Markenleistung** (Mittelwert von 62), noch vor Somedia, Ringier und Meta
- > AZ Medien ist **#7** bei **nationaler Marktmacht**

Abb. 3: Regionale Meinungsmacht AZ Medien

Anteile Konzern an gesamter Meinungsmacht in Medienräumen



Publicom 2023

Sehr grosse Meinungsmacht:

Grosse Meinungsmacht:

Mittlere Meinungsmacht:

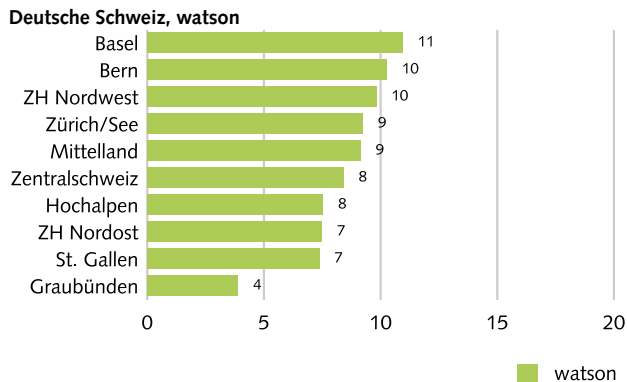
Kleine Meinungsmacht:

- > Bern #6; Mittelland #7: mit je 4%
- > Hochalpen #6; Zürich Nordwest: #7; Basel, Deutsch Schweiz und Zürich/See #8: mit je 3%
- > Zentralschweiz, Gesamte Schweiz, ZH Nordost und St. Gallen #8: mit je 2%
- > Vaud/Fribourg/Valais #7; Graubünden #9: 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 2023

- > **Watson** ist **stärkste Marke** für Meinungsmacht von AZ Medien, ist insgesamt **#16** in der gesamten und der deutschen Schweiz.
- > **Watson** in **Basel** und im **Bern** stärker als im Grossraum **Zürich** und als in den Medienräumen **Mittelland**, **Zentralschweiz**, **Hochalpen**, **St. Gallen** und **Graubünden**
- > Tele M1 #2 von AZ Medien (Rang 48 in deutscher Schweiz), TeleBärn #3 (#51)

Wichtige Veränderungen

- > 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 Newspor-tals "Watson". (30.06.2022)

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 Kontaktsomme 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