

«Wir erreichen mehr Menschen als je zuvor»

CEO Axel Wüstmann und Verleger Peter Wanner ziehen an der Generalversammlung eine positive Bilanz und sagen, wie die AZ Medien in der digitalen Welt bestehen sollen.

VON MANUEL BÜHLMANN

Die gute Nachricht überbrachte Peter Wanner gleich zu Beginn der Generalversammlung vor über 200 Aktionären und Gästen auf Schloss Lenzburg: Das letzte Geschäftsjahr endete für die AZ Medien AG mit einem Gewinn von 2,5 Millionen Franken. Ein gutes Ergebnis angesichts eines massiven Umsatzrückgangs von knapp 11 Millionen Franken, wie Verleger Wanner sagte. Aber, so fügte er sogleich an: «Zufriedenstellen kann uns das noch nicht.»

Im Rittersaal fanden sich auch Grössen aus Politik und Wirtschaft ein – unter ihnen Landammann Stephan Attiger, der ehemalige Solothurner Regierungsrat Christian Wanner sowie mit Pascal Koradi (Aargauische Kantonalbank), Roland Herrmann (Neue Aargauer Bank) und Marianne Wildi (Hypothekbank Lenzburg) gleich drei Bank-CEOs. Sie alle hörten in Peter Wanners Ansprache, warum die Printmedien schwere Zeiten hinter sich haben, der Verleger aber dennoch an deren Chance glaubt. Die Krise der Zeitungsbranche lässt sich insbesondere an einer Zahl festmachen: Rund die Hälfte des Werbeumsatzes ging in den letzten zehn Jahren verloren – allen voran bei den Stellen-, Immobilien- und nationalen Image-Insertaten.

Die Zeitungen der AZ Medien seien dank ihrer regionalen Verankerung ein wenig besser weggekommen, doch auch so betrage der Rückgang 40 Prozent, rechnete Wanner vor. Ist die Talsohle inzwischen erreicht? Auf die Frage, die alle interessiert, aber niemand abschliessend beantworten kann, gab er eine vorsichtige Antwort: Der Rückgang der Werbeerträge werde leider noch weiter gehen.

Noch mehr Menschen erreichen

Dazu kommt ein Phänomen, das die ganze Medienbranche beschäftigt: Unternehmen wie Google und Facebook, die Inhalte verteilen und Daten sammeln, machen das grosse Geschäft. Wer Inhalte herstelle, werde insbesondere im Internet schlecht entgolten, sagte Peter Wanner. Dazu habe auch der Kardinalfehler beigetragen, den alle Verlagshäuser der Welt begangen hätten, indem sie ihre Inhalte gratis online stellten. Allerdings, räumte Wanner ein, sei dieser Fehler angesichts der weltweiten Konkurrenz schwer vermeidbar gewesen. Im Nachhinein Geld zu verlangen und eine sogenannte Paywall einzuführen, erweise sich als schwierig. «Wahrscheinlich führt aber kein Weg daran vorbei.» Vorerst ist das Ziel der AZ Medien aber ein anderes: die Reichweite weiter ausbauen.



Peter Wanner spricht zu den Aktionären und Gästen an der 169. Generalversammlung der AZ Medien.

Alex Spichale

In dieser Hinsicht konnte CEO Axel Wüstmann bereits einen positiven Trend vermelden: «Wir erreichen mehr Menschen als jemals zuvor.» In Zahlen ausgedrückt: Im vergangenen Jahr konnten rund 50 000 Personen mehr erreicht werden. «Inzwischen erreichen wir über 800 000 Menschen täglich mit mindestens einem Medium.» Dazu trugen unter anderem die Fernsehsender TV24 und TV25 bei. Der Betriebscashflow – «die wichtigste Kennzahl für die Solidität unseres Geschäfts» – liege mit 29,2 Millionen Franken über den vergangenen drei Jahren. Wüstmann stellte aber auch klar: «Sparen bleibt an der Tagesordnung.»

Digital Native im Verwaltungsrat

Über das Ergebnis des letzten Jahres dürfen sich die Aktionäre freuen. Rund 1,5 Millionen Franken werden als Dividende ausgeschüttet. Dies wurde an der Generalversammlung einstimmig beschlossen. Kurz darauf wurde ein weiteres Kapitel in der Geschichte des Familienunternehmens geschrieben. Vorgeschlagen zur Wahl in den Verwaltungsrat der AZ Medien war Florian Wanner. Über seinen jüngsten Sohn, der

800 000

Personen erreichen die AZ Medien täglich mit mindestens einem Medium. 63 Prozent der Menschen in der Nordwestschweiz nutzen die Produkte des Medienhauses regelmässig.

Geschäftsführer von «Radio 24» ist, sagte Peter Wanner: «Er gehört zur Generation der Digital Natives und kennt das Medien-nutzungsverhalten der jungen Generation, was bei kommenden Investitionsvorhaben von einiger Wichtigkeit sein dürfte.» Einstimmig hiessen die Aktionäre den Wahlvorschlag gut. Auf die Begrüssung mit Applaus folgte eine Verabschiedung mit Geschenk. Mit Roland Tschudi verlasse «das finanzielle Gewissen der AZ» das Unternehmen, sagte Peter Wanner. Tschudi hört nach 18 Jahren als Finanzchef auf und wird im Herbst von Roberto Rhiner abgelöst.

Bevor Team und Essen des Restaurants Krone und später «Leo Wundergut & das Staatsorchester» im Mittelpunkt standen, sprach Publizist und Berater Peter Hartmeier über den politischen Journalismus in der Schweiz. Der Vorsitzende des Publizistischen Ausschusses der AZ Medien kam in seinem Referat zum Schluss: «Unabhängiger, transparent finanzierter Journalismus ist in einer freien Gesellschaft mit direkter Demokratie notwendiger denn je.»

Den Vortrag von Peter Hartmeier finden Sie in leicht gekürzter Form auf Seite 21

Angetroffen



Marianne Wildi, CEO der Hypothekbank Lenzburg AG, und Daniel Knecht, Präsident der Aargauischen Industrie- und Handelskammer, sind über ebendiesen Verband verbunden: Wildi ist seit 2012 Vorstandsmitglied, und Knecht wird am 1. Juni sein Amt abgeben – wohl an die bereits nominierte Marianne Wildi.



Zwei Generationen Wanner auf einem Bild: Peter (Mitte, VR-Präsident) und Michael (links, Geschäftsführer Watson), freuen sich, dass seit gestern auch Florian (Geschäftsführer Radio 24) mit ihnen im AZ-Verwaltungsrat sitzt.



Sie kennen sich bestens aus der gemeinsamen Zeit im Badener Stadtrat Anfang der 2000er-Jahre: Landammann Stephan Attiger (links) und Philip Funk, Vizepräsident des AZ-Verwaltungsrats.



Chief Executive Officers unter sich (von links): Pascal Koradi (CEO Aargauische Kantonalbank), Axel Wüstmann (CEO AZ Medien) und Roland Herrmann (CEO Neue Aargauer Bank).



Konnten auf acht gemeinsame Jahre in der AZ-Unternehmensleitung anstossen: Dietrich Berg (links, Geschäftsführer Zeitungen), und Roland Tschudi (CFO). Tschudi tritt nach 18 Jahren im Amt im Herbst in den Ruhestand. TEXT: MARIO FUCHS
FOTOS: SEVERIN BIGLER

Radio Argovia als «wichtige Klammer»

Der Regierungsrat lehnt den Plan des Bundes ab, dass Lokalradios in städtischen Gebieten ab 2020 keiner Konzessionspflicht mehr unterstehen sollen. Er befürchtet Nachteile für Radio Argovia.

Radioprogramme in städtischen Agglomerationen aus der Konzessionspflicht zu entlassen, bedeute zwar eine Liberalisierung des Marktes. Der Schritt habe jedoch für die kommerziellen Betreiber im Aargau «gewichtige Nachteile». Das schreibt der Regierungsrat in seiner Stellungnahme an das Bundesamt für Kommunikation (Bakom).

Wenn Radio Argovia und Radio 32 keine Konzession mehr benötigten, würden sie gleichzeitig auch von der

Verpflichtung befreit, lokalen, regionalen und kantonalen Service public zu erbringen. Der Regierungsrat befürchtet deshalb, «dass dies bei Radio Argovia und Radio 32 zu einer Schwächung der Lokal- und Regional-, insbesondere aber der Kantonalberichterstattung führen könnte».

Die Programme der beiden Lokalradios würden zumindest die Chance bieten, einen Teil der jüngeren Staatsbürger ansprechen zu können. Diese Gruppe lasse sich zum Beispiel mit der politischen Tageszeitung, deren Leserschaft im Durchschnitt über 55 Jahre alt sei, nicht mehr erreichen.

In seiner Stellungnahme kritisiert der Regierungsrat das Bakom. Das Bundesamt kolportiere im Bericht zum Revisionsentwurf der Radio- und Fernsehverordnung, «dass kommerzielle Radiosender wie Radio Argovia und Radio 32 inhaltlich vor allem aus Kurzinformationen, Servicedienstleis-

tungen (Wetter-, Strassenberichte, Ausgehtipps etc.) und Unterhaltung bestehen würden». Die beiden Radios berichten gemäss Regierungsrat aber kontinuierlich auch über das kantonspolitische Geschehen.

Wichtige Klammerfunktion

Radio Argovia erfülle «eine wichtige identitätsstiftende Klammerfunktion». Es handle sich um eine der wenigen privaten Institutionen mit kantonalen Ausstrahlung. Dazu komme, dass Radio Argovia mit dem jährlichen «Argovia Fäscht» eine der grössten Kulturveranstaltungen des Kantons ausrichte.

Aus diesen Überlegungen will der Regierungsrat an der heutigen Situation – Konzession mit Leistungsauftrag – vorläufig nicht rütteln. Die bisherigen Veranstalterkonzessionen seien bis zur definitiven Abschaltung von UKW im Jahr 2024 beziehungsweise bis zur verbindlichen Regelung der Verbreitungs-

bedingungen für DAB+ (digitales Radio) zu verlängern.

Der Regierungsrat führt aus, dass die im Kantonsgebiet tätigen SRG-Medien zusammen mit den privaten Medienunternehmen einen wichtigen Service public leisten würden. Man unterstütze Bestimmungen, die allen Medienanbietern grösstmögliche Unabhängigkeit und Eigenständigkeit gewährleisten. Die Bestimmungen müssten andererseits eine qualitativ überzeugende und quantitativ vielfältige Lokal-, Regional- und Kantonalberichterstattung begünstigen.

Der Vorschlag des Bundesamtes für Kommunikation sieht vor, dass lokale Radiostationen in städtischen Agglomerationen künftig ihre Programme nach Belieben zusammenstellen können. Von der neuen Autonomie profitieren sollen jene 21 Stationen, die bisher noch keine Gebührgelder erhalten haben. (SDA)

INSERAT

MSC
www.msc.org/ch

Achten Sie beim Fischeinkauf auf das MSC-Siegel.

Es kennzeichnet Produkte aus Fischereien, die Fisch auf nachhaltige Weise fangen.