

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 im Jahr 2020 mit der Übernahme der Radiosender Radio 32 und mit dem Ausbau des Onlineangebots (Pilatus Today) zusätzlich gestärkt.

Basisinformationen

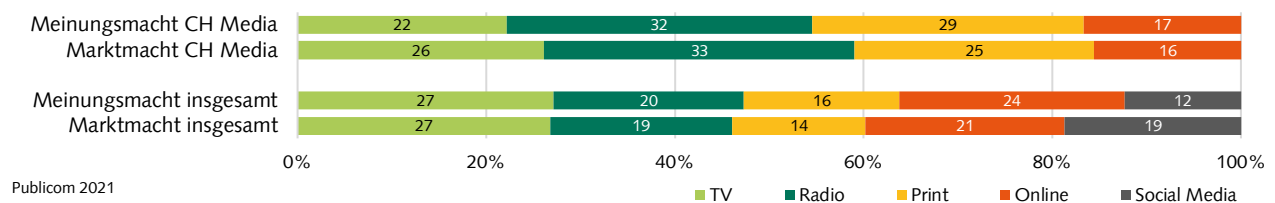


Geschäftssitz:	Aarau
Name im Handelsregister:	CH Media Holding AG
Aktionariat:	AZ Medien und NZZ-Mediengruppe
Umsatz 2020 (Mio. CHF):	417,8 (-6,7% seit 2019)
Gewinn 2020 (Mio. CHF):	22,8 (-17,1% seit 2019)
Mitarbeiter 2020:	Ca. 1'800 Vollzeitstellen (-10.0% seit 2019)
Untersuchtes Sample:	27 Medienmarken

CH Media hat für das Jahr 2020 keinen eigenen Geschäftsbericht veröffentlicht; die Geschäftszahlen entstammen der offiziellen Website und einer Medienmitteilung von CH Media.

Abb. 1: Meinungsmacht und Marktmacht – Publizistische Schwerpunkte von CH Media

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

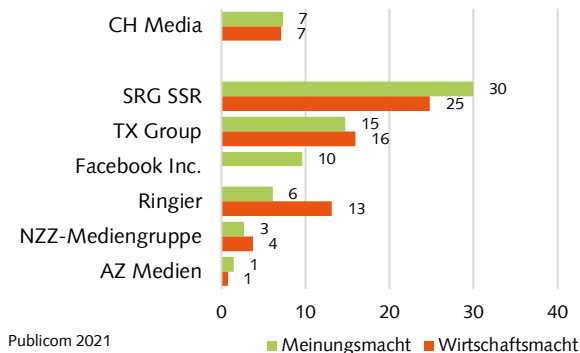


- > **Radio** erbringt **32%** am Meinungsmachtspotenzial und **33%** Marktmacht von CH Media, dahinter **Print** mit **29%** an Meinungsmacht und **TV** mit **22%**
- > **Online** klar dahinter, erzielt 17% der CH Media-Meinungsmacht

- > **Schweizer Meinungsmarkt** insgesamt: TV (27%) vor Online (24%), Radio (20%), Print (16%) und Social Media (12%)

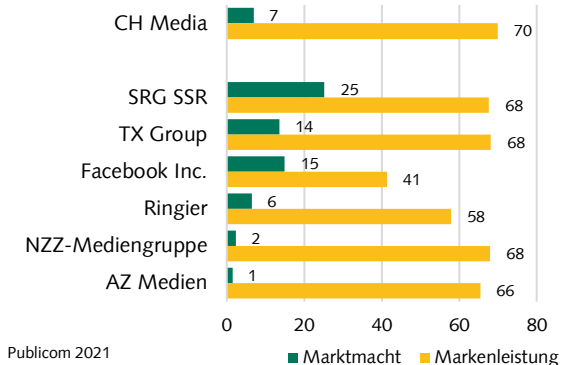
Abb. 2: Meinungs-, Wirtschafts- und Marktmacht sowie Markenleistung – CH Media im Konkurrenzvergleich
 Anteile Konzerne an gesamter nationaler Meinungs-, Markt- und Wirtschaftsmacht; Mittelwerte für Markenleistung (Index 0 bis 100)

Schweiz



- > **CH Media ist #4 bei nationaler Meinungsmacht (7%)**, hinter SRG SSR, TX Group und Facebook Inc.
- > CH Media ist auch **#4 bei Wirtschaftsmacht (7%)** der Schweizer Konzerne; hinter SRG SSR mit 25%, TX Group (16%) und Ringier (13%)

Schweiz



- > CH Media erreicht **zweitstärkste qualitative Markenleistung** (Mittelwert von 70) nach ESH Médias (ohne Abbildung) gefolgt von TX Group
- > CH Media ist **#4 bei nationaler Marktmacht**, halb so mächtig wie TX Group

Abb. 3: Regionale Meinungsmacht CH Media

Anteile Konzern an gesamter Meinungsmacht in Medienräumen



Publicom 2021

Sehr grosse Meinungsmacht:

-

Grosse Meinungsmacht:

-

Mittlere Meinungsmacht:

- > St. Gallen: #2 mit 17%
- > Zentralschweiz: #2 mit 15%
- > Zürich Nordwest: #2 mit 14%
- > Mittelland: #3 mit 11%
- > Deutsche Schweiz: #3 mit 10%

Kleine Meinungsmacht:

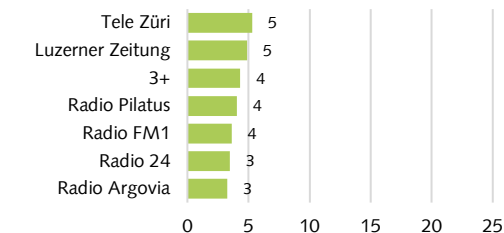
- > Zürich Nordost: #5 mit 8%
- > Ganze Schweiz, Graubünden: #4; Zürich/See: #5 mit 7%
- > Basel: #5 mit 6%
- > Hochalpen und Bern: #7 mit 1%

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

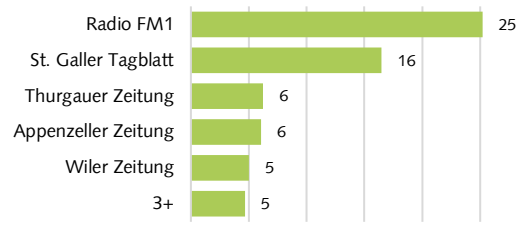
Meinungsmacht von Medienmarken, national und in Sprachregionen (Indexwerte 0 bis 100)

Deutsche Schweiz



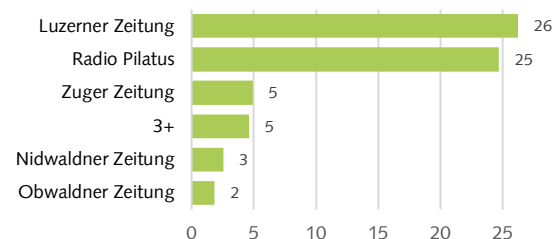
Publicom 2021

St. Gallen



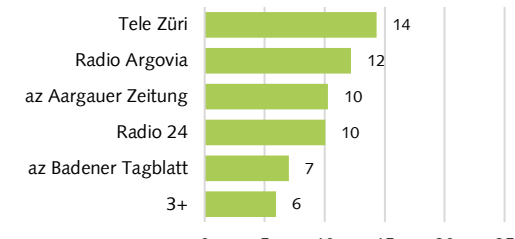
Publicom 2021

Zentralschweiz



Publicom 2020

ZH Nordwest



Publicom 2021

- > **Tele Züri** ist stärkste Marke für Meinungsmacht von CH Media, ist insgesamt #20 in der Deutschschweiz und #13 im Medienraum Zürich Nordwest und #16 im Medienraum Zürich/See
- > **Radio Pilatus** #3 und **Luzerner Zeitung** #5 mit starker Medienmacht in Zentralschweiz
- > **St. Gallen: Radio FM1** #4 und **St. Galler Tagblatt** #8 mit grösster Meinungsmacht von CH Media
- > **Radio Argovia** und **az Aargauer Zeitung** in **Zürich Nordwest** mit zweit- und drittgrösster regionaler CH Media-Meinungsmacht (#16/#19)

Wichtige Veränderungen

- > Das regionale Newsportal **pilatustoday.ch** ist gestartet (25.03.2020).
- > **Radio 32** wird vollständig in die Organisation integriert (31.03.2020).
- > **Kostensenkungsmassnahmen** werden eingeführt: Bis Ende 2022 sollen 30 Millionen Schweizer Franken eingespart werden (24.09.2020).
- > **Verkauf** der Verbandsmedien und der Aktien der Multicolor Print AG an das Ostschweizer Medienunternehmen Galedia (25.09.2020/29.06.2020).

Methodische Anmerkungen

Der *Medienmonitor Schweiz* untersucht den Einfluss von insgesamt **171 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** (tägliche Kontaktleistungen von Medienmarken, ermittelt durch Sekundäranalyse der Schweizer Währungsstudien von WEMF, Mediapulse und Net-Metrix).

- > 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