



LETZTER AUFTRITT Verwaltungsratspräsident Jürg Schärer in überlebensgrosser Projektion auf Schloss Lenzburg. ALEX SPICHALE

Unterwegs zur schwarzen Null

AZ Medien AG sieht nach Krisenjahr Voraussetzungen für neue Erfolge geschaffen

Trotz schwierigen Zeiten blieben die Aktionäre an der Generalversammlung der AZ Medien AG gut gelaunt. Das Unternehmen hat die Voraussetzungen geschaffen, um wieder schwarze Zahlen zu schreiben.

URS MOSER

Gut 200 Aktionäre versammelten sich auf Schloss Lenzburg zur Generalversammlung der AZ Medien AG, Herausgeberin unter anderem dieser Zeitung. Es war die letzte, die von Verwaltungsratspräsident Jürg Schärer geleitet wurde. Und der nahm sich zu Beginn gleich selber aufs Korn. Ihm sei der Fehler unterlaufen, den er – nur im Stillen, verstehe sich – mitunter den Journalisten vorwerfe: zu früh und zu oft zu den ganz grossen Buchstaben und Schlagworten zu greifen. Ein «annus horribilis» hatte er einst das Geschäftsjahr 2002 genannt, von einem «absolut unbefriedigenden Ergebnis» hatte er letztes Jahr gesprochen. Ges-

tern musste er sagen: «Verglichen mit dem, was unserer Gruppe im vergangenen Jahr widerfahren ist, waren frühere schlechte Jahre ein Honiglecken.» Ausgerechnet im Krisenjahr 2009 mit einem gewaltigen Einbruch bei den Werbeeinnahmen standen rekordhohe Investitionen von über 40 Millionen an, was zu einem Konzernverlust von fast 15 Millionen führte.

Ziel ist eine schwarze Null

Verwaltungsratspräsident Jürg Schärer, Verleger Peter Wanner und der neue CEO Christoph Bauer zeigten sich allerdings überzeugt, dass die Voraussetzungen geschaffen sind, um im laufenden Jahr wieder ein ausgeglichenes Ergebnis zu erreichen. Wichtige Hausaufgaben seien gemacht, so Peter Wanner, etwa die Rückkehr zur Eigenregie bei der Inserateakquisition. Sein Ziel ist klar: «Wir wollen dieses Jahr eine schwarze Null erreichen.» Die Aktionäre vertrauen ihm, dem Verwaltungsrat und der Unternehmenslei-

terung. Alle Anträge wurden diskussionslos gutgeheissen, der Verzicht auf eine Dividendenausschüttung selbstverständlich hingenommen.

Abschied von Jürg Schärer

Für die AZ Medien gingen gestern eine Ära zu Ende. Nach 13 Jahren im Amt und 94 Verwaltungsratssitzungen gibt Jürg Schärer das Präsidium der AZ Medien ab. Er hätte sich keinen besseren Präsidenten vorstellen können, so das Fazit der Würdigung durch Verleger Peter Wanner. Entsprechend gross die Fussstapfen, in die er nun selber tritt. «Und wenn ein Badener das über einen Aarauer sagt, will das etwas heissen», fügte Wanner scherzend an.

Als langjähriger Verwaltungsrat verabschiedet wurde auch Georg Müller, den Peter Wanner als «das kritische Gewissen» im Verwaltungsrat bezeichnete. «Ich bereue im Nachhinein, nicht immer von Anfang an auf ihn gehört zu haben», so der Verleger.

Neu in den Verwaltungsrat gewählt wurde der Aarauer Rechtsanwalt Kaspar Hemmeler, 39-jährig, Partner in der Kanzlei des scheidenden Präsidenten. Er sei darauf zwar stolz, aber Hemmeler sei nicht etwa von ihm portiert worden, versicherte Jürg Schärer. Er liess zum Abschied eine ereignisreiche Zeit Revue passieren, die nicht zuletzt von zahlreichen Akquisitionen geprägt war, abgeschlossen mit der vollständigen Übernahme der Solothurner Vogt-Schild AG im vergangenen Jahr. Die AZ Medien hätten dabei keineswegs in einem unüberlegten Kaufrausch gehandelt, sondern ihr Marktgebiet gefestigt und die Existenz der Unternehmung und ihrer Produkte sowie der Mittelland-Zeitungspartner gesichert. Daher ist er überzeugt: Die scheinbare aktuelle Schwäche ist gleichzeitig eine Stärke: Man habe eine Marktposition im Mittelland erreicht, die es erlaube, mit Konkurrenten im Grossraum Zürich oder Basel auf Augenhöhe zu verhandeln.

Randnotizen

WERTSCHÄTZUNG Die GV der AZ Medien Gruppe ist seit Jahr und Tag auf Schloss Lenzburg. Was Lenzburgs



Stadtammann **Hans Huber** als Zeichen der Wertschätzung sehr freut. Er hofft, dass es der Zeitung

bald wieder besser geht, «damit die Gäste dann noch lieber aufs Schloss kommen».

EINDRÜCKLICH Zu seinem Bedauern war der neue CEO der AZ Medien Gruppe, **Christoph Bauer**, vor der GV noch nicht auf dem Schloss. Die



Anlage und ihre Lage findet er sehr eindrücklich. Sie sei ein wichtiges Symbol für den Aargau.

Bauer und seine Frau Sari haben sich fest vorgenommen, sie bald richtig zu besichtigen.

UNABDINGBAR Zum letzten Mal als AZ-Verwaltungsrat war Staatsrechtsprofessor **Georg Müller** im Schloss. Welche Zukunft gibt er der Presse? Er ist ganz sicher, dass es sie weiterhin braucht: «Freie Medien sind unabdingbar für die politische Willensbildung.» Ob aber in gedruckter oder anderer Form, da mag Müller noch keine Prognose stellen.

LICHT IM TUNNEL? Kann man die Herstellung der Zeitungen noch bezahlen? **Corina Eichenberger**, Verwaltungsratspräsidentin des Zofinger Tag-



blatts, bereitet Sorge, dass sich die prekäre Inseratesituation 2010 noch nicht verbessert hat, ob-

wohl sich die Wirtschaft zu erholen scheint. Auch sie weiss noch nicht, «wie die Zukunft der gedruckten, bezahlten Tageszeitung aussieht».

SINNLICH Zuversichtlicher ist der frühere AZ-Chefredaktor **Franz Straub**. «Printmedien haben Zukunft», sagt er bestimmt. Gewiss hätten sie ihre besten Zeiten hinter sich. Die Zeitung werde aber auch künftig auf dem sinnlichen Medium Papier gelesen, ist Straub überzeugt: «Das braucht der Mensch.»

ZUKUNFT Ein Bild der Lage in Deutschland bekommt derzeit Verwaltungsrat **Michael Wanner** in seinem noch zwei Monate dauernden Trainee-Programm in Hamburg.



Aktuell beim «Stern». Und schwergewichtig auf der Verlagsseite. Aber nicht nur. Wer jüngst die

grosse «Stern»-Geschichte zur Finanzmarktregulierungsdebatte gelesen hat, entdeckte dort den Namen von Mitautor Michael Wanner.

UNABHÄNGIG Wie Georg Müller fest von der Bedeutung der Zeitungen für die politische Berichterstattung



überzeugt ist Landammann **Peter C. Beyeler**. Die Politik sei darauf angewiesen. Die Tendenz zur

weiteren Konzentration in der Branche bereitet ihm Sorge. Beyeler hofft, dass die AZ unabhängig bleibt. (MKU)

Intelligenter Vitaminstoss gegen die Krise

Medienspezialist und Gastredner Karl Lüönd: Gleichzeitig ernster Mahner, nüchternen Analyst und glänzender Unterhalter

HANS FAHLRLÄNDER

Es ist nicht einfach, nach schlechten Zahlen den richtigen Redner zu finden. Weder übertriebener Pessimismus (wie im Vorjahr mit Professor Wittmann) noch künstlicher Optimismus sind gefragt, sondern ein nüchterner Blick auf Risiken und Nebenwirkungen des Mediengeschäfts. Mit Karl Lüönd hatte das Findungsgremium eine glückliche Hand. Lüönd ist Innerschweizer, folglich wirft ihn nicht so schnell etwas um. Und er ist ein unabhängiger Kenner der Medienszene und ein pointierter Formulierer. Er war unter anderem Gründer und langjähriger Chef der «Züri Woche», leitete das Medieninstitut des Verbandes Schweizer Presse und schrieb neben- und seither rund 30 Sachbücher und Biografien.

Selber schuld...

Lüönd, unzimperlich, mochte die Schuld an der Medienkrise nicht nur bei exogenen Faktoren suchen: «Wenn es denn so etwas wie eine Krise gibt, haben wir sie redlich verdient, denn sie ist die



POINTIERT Karl Lüönd verteilte Rosen und Kakteen. ALEX SPICHALE

Folge jahrzehntelang geduldeter Bequemlichkeit und Arroganz.» Haben wir, fragte er die Zeitungsverleger, «vor lauter Verteidigen und Bewahren nicht alle miteinander die Chancen der Digitalisierung verpasst?» Und an die Adresse privater Radio- und TV-Betreiber: «Sie haben die skandalöse Marktverfälschung durch die SRG akzeptiert, indem sie sich ihre Sender per Gebüh-

rensplitting mit einem besseren Trinkgeld subventionieren liessen und sich dafür der freien Bürokratie des Bundes unterwerfen mussten.» Die Krise auf dem Medien-Marktplatz Schweiz hat für Karl Lüönd also drei Väter: konjunkturelle Turbulenzen, Strukturwandel – und «historische Versäumnisse».

Die Schweizer Medienindustrie erlebe derzeit, was Textil-

und Uhrenindustrie schon hinter sich haben: Globale Strukturveränderungen überlappen sich mit dem Wandel der Konsumgewohnheiten und damit des Kundenverhaltens – und die unsichere Konjunktur kommt als «Strafverschärfung» obendrauf.

Vernunft, Nähe, Qualität

Er sei nicht Hayek, meinte Lüönd. Aber er sehe sehr wohl, was jene auszeichne, welche die Krise erfolgreich meisterten. Erstens: Vernunft. «Strategische Investitionen in neue Geschäftsfelder – genauer: Verluste mit der Absicht, Marktplätze rechtzeitig zu besetzen – sind nur noch befristet und mit straffer Führung angängig.» Immerhin erhielten die AZ Medien vom Gastreferenten ein schönes Kompliment für den «Sonntag»: «Noch selten habe ich eine Neulancierung in einem so umkämpften Markt gesehen, die in so kurzer Zeit die gleiche Reiseflughöhe wie die Konkurrenz erreicht hat.»

Zweitens: Nähe. «Als Aargauer haben Sie die Risiken und Nebenwirkungen des Föderalismus

sozusagen in den Genen», sagte Lüönd, um in Anspielung auf das massgeschneiderte Regional-konzept dieser Zeitung nachzuschieben: «Das Naheliegende stirbt zuletzt.» Voraussetzung sei allerdings die Verknüpfung mit einem dritten Erfordernis: Qualität. «Am Ende des Tages entscheiden nicht Werkzeuge und Maschinen, sondern Inhalte.»

Bodennähe, Herz und Seele

Die Endverbraucher merken sehr genau, ob die Medienmacher mit Herz bei der Sache seien. Lüönds Diagnose: «Das Leben in der Branche bleibt spannend. Wer dabei sein will, braucht gute Nerven. Die Betriebstemperatur ist hoch. Wer sie nicht verträgt, soll besser die Küche verlassen. Denjenigen, die freiwillig bleiben, kann ich versprechen: Es wird Ihnen nicht langweilig.» Und dann sprach er das gastgebende Unternehmen nochmals ganz direkt an: «Mit Ihren sehr aargauischen, bodennahen, im besten Sinn provinziellen Kriterien werden Sie es schaffen, dabeizubleiben.»