

JAHRESBERICHT 2015

Verband SCHWEIZER MEDIEN



DAS INSERAT. JEDEN EFFIZIENT ERREICHEN.

DIESER SATZ
WURDE BEREITS
VON JEMAND
ANDEREM GELESEN.



Mit einem Inserat erreichen Werbebotschaften innert kürzester Zeit eine

hohe Anzahl Leserinnen und Leser. National, regional und lokal.

printwirkt.ch

Editorial



Hanspeter Lebrument
Präsident

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Mitglieder

Der Verband SCHWEIZER MEDIEN (VSM) hat ein bewegtes Jahr 2015 hinter sich. Einmal mehr, aber dieses vergangene Jahr ganz besonders.

Ein medienpolitischer Meilenstein war die Volksabstimmung zur RTVG-Revision im Juni über die Zwangsgebühren für Haushalte und Gewerbebetriebe. Der äusserst knappe Ausgang hat gezeigt, dass die SRG, als immer dominanter auftretender Service-Public-Koloss, in breiten Teilen der Bevölkerung auf Ablehnung stösst. Es ist wohl in der Geschichte der Schweiz begründet, dass grundsätzlich auf Skepsis stösst, was übermächtig und fremdbestimmend daherkommt. Ein klarer Warnschuss.

Umso erstaunlicher dann die Ankündigung der Vermarktungsallianz Admeira durch SRG, Swisscom und Ringier im August. Die Vorarbeiten wurden im Abstimmungskampf der RTVG vorangetrieben. Dieses Vorgehen im Stile eines Hinterhalts hat zum bedauerlichen Austritt von Ringier geführt. Die SRG spaltet die privaten Medienunternehmen und zettelt im Werbemarkt einen inner-schweizerischen Verdrängungskampf an. Dieser betrifft grosse wie kleine Me-

dienhäuser. Dagegen setzt sich der VSM politisch wie vor Gericht ein.

Es gibt aber auch Positives zu berichten. Ganz besonders hervorzuheben ist die erfolgreich eingereichte Motion von Christine Buillard-Marbach. Die indirekte Presseförderung darf nicht mehr in zukünftige Sparprogramme aufgenommen werden.

Im Streit mit der Post um die Tarifgestaltung hat der VSM einen Zwischenerfolg verbucht. Die Post hat das Verfahren zwar an das Bundesgericht weitergezogen. Wir sind aber zuversichtlich, gute Argumente für mehr Transparenz und faire Zustelltarife zu haben.

Ein weiterer Erfolg ist die 2015 beschlossene Senkung der Mehrwertsteuer für digitale Zeitungen, Zeitschriften und Bücher auf 2,5 Prozent. Hier hat der VSM Gleichheit zu den Printprodukten erreicht.

Das alles hat sehr viel Einsatz der Beteiligten erfordert. Ich möchte mich deshalb herzlich bei meinen Kollegen im Präsidium, allen Engagierten in den Verbandsgremien, den Mitarbeitenden auf der Geschäftsstelle für den grossen Einsatz und vor allem Ihnen, liebe Mitglieder, für die Unterstützung bedanken. Das Zusammenstehen hat sich gelohnt.

Herzlichst

Hanspeter Lebrument
Präsident

Inhalt

Editorial	3
Porträt Verband Schweizer Medien	5
Jahresbericht 2015	7
Aussenbeziehungen	8
Distribution	9
Medienpolitik / digitale und elektronische Medien	10
Recht	13
Publizistik	14
Nutzermarkt	15
Werbemarkt	16
Bildung	18
Who is who: Führungsgremien Verband Schweizer Medien	20

Impressum

Herausgeber

Verband Schweizer Medien
Konradstrasse 14
Postfach
8021 Zürich
Telefon 044 318 64 64
Fax 044 318 64 62
contact@schweizermedien.ch
www.schweizermedien.ch

Redaktion

Andreas Häuptli (Leitung), Othmar Fischlin,
Nadine Sonderegger

Gestaltung

Nadine Sonderegger

Produktion

Multicolor Print AG, Baar

Auflage

200 Exemplare

Stand: August 2016

© Verband Schweizer Medien; Abdruck,
auch auszugsweise, nur mit Genehmigung
der Herausgeber und mit Quellenangabe.

Kurzporträt Verband SCHWEIZER MEDIEN

Das Präsidium



Hanspeter Lebrument
Präsident Verband SCHWEIZER MEDIEN,
VR-Präsident, Verleger Somedia AG, Chur



Gilbert A. Bühler
CEO, Freiburger Nachrichten AG



Veit V. Dengler
CEO, NZZ-Mediengruppe



Christof Nietlisbach
Verleger
Freiämter Regionalzeitungen AG, Wohlen



Markus Somm
Verleger, Chefredaktor
National-Zeitung und Basler Nachrichten AG



Dr. Pietro Supino
Verleger, VR-Präsident Tamedia AG



Peter Wanner
VR-Präsident, Verleger AZ Medien AG,
Aarau/Baden

Der Verband SCHWEIZER MEDIEN ist die Branchenvereinigung und somit die Interessenvertretung der privaten Medienhäuser und Verlage in der Schweiz. Wir kooperieren eng mit unseren Schwesterverbänden Médias Suisses in der Romandie und Stampa Svizzera im Tessin.

Schwerpunkt des Geschäftsfeldes unserer über 100 Mitglieder bilden Print und digitale Medien, aber auch eine Vielzahl regionaler Radio- und Fernsehstationen gehören zu ihrem Portfolio. Wir unterscheiden zwischen ordentlichen und assoziierten Mitgliedern.

Das Präsidium steht dem Verband vor. Es ist prominent besetzt durch die Spitzen der strategischen oder operativen Führung aus grossen, mittleren und auch kleineren Medienhäusern. Die Präsidiumsmitglieder engagieren sich stark für den VSM. Sie stehen je einem Departement vor.

Der VSM nimmt die Interessenvertretung bei politischen Anliegen in der Schweiz und auf internationaler Ebene wahr. In Bern, beim zuständigen Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK), beim Bundesamt für Kommunikation

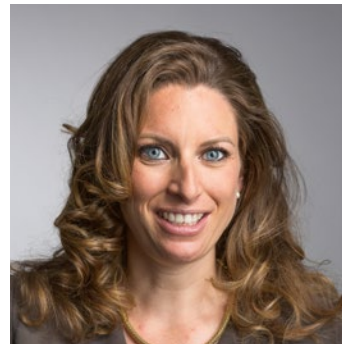
Die Geschäftsstelle



Andreas Häuptli
Geschäftsführer
Verband SCHWEIZER MEDIEN



Othmar Fischlin
Leiter MEDIENINSTITUT
Verband SCHWEIZER MEDIEN



Dr. Mirjam Teitler
Rechtskonsultantin
Verband SCHWEIZER MEDIEN



Yeliz Açıksöz Demirkol
Organisation Seminare und Tagungen
MEDIENINSTITUT des Verbands
SCHWEIZER MEDIEN



Florian Schaffner
Koordination Marketing
Verband SCHWEIZER MEDIEN



Nadine Sonderegger
Koordination Marketing
Verband SCHWEIZER MEDIEN



Lea Thommen
Koordination Public Affairs / Kommunikation
Verband SCHWEIZER MEDIEN

(BAKOM) sowie beim Parlament und bei weiteren Entscheidungsträgern.

Der VSM finanziert, konzipiert und organisiert zahlreiche Branchemarketing-Massnahmen. Derzeit besonders die Offensive Werbemarkt pro Print im Verbund mit Digital. Er betreut auch erfolgreich seit vielen Jahren Abogewinnungs-Aktionen.

Mitglieder des VSM profitieren von diesen Aktionen, von vergünstigter Teilnahme an Workshops, Tagungen und Kongressen, von kostenloser Rechtsberatung, von Presseausweisen für ihre Medienschaffenden, von at-

traktiven Networkingmöglichkeiten in einer ganzen Reihe von Gremien und Arbeitsgruppen und einigem mehr.

Über das zum Verband gehörende Medieninstitut verfügt der VSM auch über die einzige branchenspezifische Ausbildungsstätte für Medienmanager in der Schweiz. Das Medieninstitut ist Plattform für Know-how-Austausch der Schweizer Medienszene und bietet praxisbezogene Kurse und Veranstaltungen an.

Gegründet wurde der Verband 1899. Sein Sitz ist in Zürich.

Jahresbericht 2015



Andreas Häuptli

Der Verband SCHWEIZER MEDIEN hat 2015 ein ausgeglichenes Resultat erreicht. Die Interessensvertretung hat viel Aufwand erfordert, dies verstärkt nach der Ankündigung der Werbeallianz Admeira. Die Werbemarktoffensive positioniert die Werbegattung Print als klare Nummer 1.

Der Gesamterlös des Verbandes SCHWEIZER MEDIEN (VSM) aus Mitgliederbeiträgen, Projekten und Veranstaltungen betrug 4 164 655 Franken. Die Rechnung schloss mit einem kleinen Gewinn von 7592 Franken ab. Das Kapital betrug am Bilanzstichtag 3 232 735 Franken. Die Mitgliederbeiträge lagen mit 1 283 508 Franken leicht tiefer als im Vorjahr. Der Verband steht per Ende 2015 auf solidem Fundament.

Tod von Norbert Neininger

Am 30. Mai 2015 ist Norbert Neininger kurz vor seinem 65. Geburtstag verstorben. Damit hat der Verband einen äusserst engagierten Vertreter der kleinen und mittleren Medienhäuser verloren. Der Nachruf ist im letztjährigen Jahresbericht erschienen. Norbert Neiningers Sitz im VSM-Präsidium wird an der Mitgliederversammlung 2016 neu besetzt.

Ankündigung von Admeira führt zu Austritt von Ringier

Mitte August 2015 haben die SRG, Swisscom und Ringier das Joint Venture

Admeira zur gemeinsamen Vermarktung ihres Werbeinventars bekannt gegeben. Der Zusammenschluss wurde an der Retraite des Präsidiums eingehend diskutiert. Der VSM hat seine Positionen bekräftigt. Ringier hat sich daraufhin entschieden, den Verband SCHWEIZER MEDIEN zu verlassen. Dieser von der SRG ausgelöste Disput treibt einen Keil zwischen die privaten Medienhäuser, was bedauerlich ist.

Print mit grossem Auftritt

Der Zusatzbeitrag der Mitglieder hat die grosse Marketingkampagne unter dem Motto «Print wirkt» möglich gemacht. Mit diesen finanziellen Mitteln wurde ein breiter Mix von frischen und überraschenden Massnahmen lanciert. Damit konnten die positiven Eigenschaften der Nummer eins unter den Mediagattungen auf breiter Front in Erinnerung gerufen und in den Köpfen der Werbetreibenden verankert werden.

Interessensvertretung zeigt Wirkung

Nicht nur in die Angelegenheit Admeira wurde viel Energie investiert. Durch die professionalisierte Lobbyarbeit konnten auch in anderen für die Verleger wichtigen Bereichen Erfolge verbucht werden.

Im Februar 2015 hat der Bundesrat die Botschaft zu einer Teilrevision des MWST-Gesetzes verabschiedet, in der festgehalten ist, dass für digitale Medienprodukte zukünftig der reduzierte Satz von 2,5 % anstatt 8 % gültig sein soll. Im November hat das Bundesverwaltungsgericht dem VSM im Verfahren gegen die Post für Transparenz in der Tarifsetzung Recht gegeben. Auch wenn die Post den Entscheid nicht akzeptiert und ans Bundesgericht weitergezogen hat, ist das ein wichtiger Etappensieg. Schliesslich hat das Parlament Anfang Dezember den Bundesrat beauftragt, an der für uns so wichtigen indirekten Presseförderung festzuhalten.

Fusion Medienkongress und SwissMediaForum

Der Verband SCHWEIZER MEDIEN und die Organisatoren des Swiss Media Forum haben sich Anfang 2015 entschieden, ihre Veranstaltungen zusammenzulegen und ab 2016 gemeinsam einen jährlichen, zweitägigen Kongress unter dem Namen «SwissMediaForum – der Schweizer Medienkongress» durchzuführen. Dafür wurde ein Joint Venture gegründet. Die Programmgestaltung sowie die Sponsorenakquise werden gemeinsam angegangen.

Personelle Wechsel

Fredy Greuter hat die Leitung des Medieninstitutes im Januar abgegeben. Das Ausbildungsangebot wurde im ersten Halbjahr 2015 einer Überprüfung unterzogen. Für die Übergangszeit konnte René Gehrig verpflichtet werden. Am 1. Oktober 2015 übernahm Othmar Fischlin die Leitung des Medieninstitutes und ist Mitglied der Geschäftsleitung.

Ende März wurde Waltraud Stalder nach mehr als 16 Jahren Verbandstreue in den von ihr gewünschten Ruhestand verabschiedet. Seit dem 1. Juli 2015 ist Nadine Sonderegger für die Marketingkoordination und Mitgliederbetreuung an Bord.

Mit Mirjam Teitler haben wir eine ausgewiesene Fachkraft mit Erfahrung im Medienrecht als Rechtskonsultantin und Mitglied der Geschäftsleitung gewinnen können. Sie hat die Stelle zum 1. Juli angetreten.

Die Direktorin Verena Vonarburg hat sich Ende November entschieden, den Verband zu verlassen. Andreas Häuptli hat ab Anfang Dezember die Geschäftsführung interimsmässig übernommen und wurde per Juni 2016 definitiv bestätigt.

Departement Aussenbeziehungen



Hanspeter Lebrument

Bericht WAN-IFRA und ENPA 2015

Eines der wichtigen Themen der ENPA war im Berichtsjahr der Schutz der journalistischen Datenverarbeitung. Ebenso wurden Anstrengungen zur Sicherung des Direktmarketings, zu Leserwerbung und Aboerhalt sowie zur Sicherung digitaler Geschäftsmodelle unternommen. Im Bereich der Mehrwertsteuer setzt sich ENPA für einen reduzierten Mehrwertsteuersatz auch für digitale Angebote von Zeitungen ein. Im Bereich des Urheberrechts will der Verband keine Ausdehnung der bisherigen Schranken, sondern vielmehr einen stärkeren Schutz der Inhalte von Verlagen gegen deren kommerzielle Nutzung durch Dritte ohne Zustimmung der Verlage. Das von der EU-Kommission mit einem Statement of objections eingeleitete Google-Wettbewerbsverfahren wird von der ENPA ausdrücklich begrüsst.

Der internationale Medienverband WAN-IFRA legte 2015 den Schwerpunkt seiner Arbeit erneut auf die Medienfreiheit. Mit mehreren Engagements setzte er sich für den Schutz der Journalistinnen und Journalisten sowie für unzensurierte Berichterstattung ein. Um die Sicherheit der Medienschaffenden zu verbessern, wurde unter anderem die Einbindung von UNO und UNESCO stark gewichtet. Ein besonderer Länderfokus wurde auf die Türkei gerichtet.

Ebenfalls mit dem Ziel, Freiheit und Unabhängigkeit der Medien zu stärken, wurden verschiedene Strukturprogramme gefördert. So etwa zur Erhöhung des Frauenanteils im Journalismus, zur Unterstützung ehemaliger Konfliktgebiete und zur gezielten Sensibilisierung von Führungskräften.

Mit dem World Young Reader Prize investierte WAN-IFRA auch 2015 in die Medienkapazität der Jugend. Um den Mitgliedern eine noch bessere Dienstleistung bieten zu können, wurde

ein «Knowledge-hub» eingerichtet, der Unterstützung in den Themen Wandel, Inhalte, Erlös und Druck bietet. Sorge bereite die zunehmende Verbreitung von Werbeblockern im Internet. Diese Stärkung der Entwicklung wird der Verband genau im Auge behalten.

Departement Distribution



Christof Nietlisbach

Das Departement Distribution wurde auch im Geschäftsjahr 2015 vor allem vom Postverfahren auf Trab gehalten – immerhin mit einem einstweiligen Sieg vor dem Bundesverwaltungsgericht. Der Verband SCHWEIZER MEDIEN (VSM) wurde 2014 gezwungen, den Rechtsweg zu beschreiten; nachdem die Gespräche über die Agglomerationstarife, welche die Post im September 2012 eigenmächtig erhöht hatte, gescheitert waren.

Gemäss Postgesetz ist die Post verpflichtet, abonnierte Zeitungen und Zeitschriften distanzunabhängig zu den in grösseren Agglomerationen üblichen Preisen zu verteilen. Diese Regelung ist eine Abweichung von wirtschaftlichen Grundsätzen und räumt der Presse eine gewollte – und von weiteren Fördermassnahmen unabhängige – Vorzugsbehandlung ein.

Bis heute hat die Post mit vielen formalen Einwänden betreffend Zuständigkeit und Parteistellung eine Beurteilung der materiellen Tarifffrage verhindert. Ziel ist, die Post zu einer Offenlegung der Berechnungsgrundlagen zu zwingen und vor allem festzustellen, wie sich der privilegierte Agglomerationstarif berechnet und wie hoch er ist. Das Bundesverwaltungsgericht hat die Zuständigkeit des Bakom sowie die Parteistellung des VSM anerkannt. Gegen diesen Entscheid erhob die Post Beschwerde beim Bundesgericht, wo das Verfahren zurzeit hängig ist. Wenn die Verfahrensmühlen weiter so langsam drehen, wird noch viel Wasser den Rhein runterfliessen, bis die Tarifffrage geklärt ist.

Der VSM bedauert, dass er sich mit der Post auf das juristische Parkett begeben musste und das direkte konstruktive Gespräch blockiert scheint. Schliesslich haben die Presse und Post grundsätzlich viele Themen und Probleme, die beide Partner betreffen: so etwa sinkende Mengen und damit steigende Stückkosten, verbunden mit dem Zwang zur Kosten-

optimierung. Weiter ist es für die Verleger ärgerlich, dass die Zeitungen immer später zugestellt werden. Dies hängt auch mit dem sinkenden Briefvolumen und den dadurch zusammengelegten Zustellungstouren zusammen. Zustellungen nach 12.00 wurden zum Teil zur Regel. Der VSM hat bei der Post nachgefragt und eine beunruhigende Antwort erhalten. Die Post geht davon aus, dass es künftig zu einer Ganztageszustellung kommen könnte. Dies wäre für Tageszeitungen eine höchst problematische Entwicklung. Auch hier besteht Gesprächsbedarf. Das Departement Distribution wird sich auch künftig für effiziente Zustellung von Presseergebnissen einsetzen.

Das Parlament hat sich im Rahmen des Konsolidierungs- und Aufgabenüberprüfungspakets 2014 (KAP) gegen die Aufhebung der indirekten Presseförderung ausgesprochen. Die erfreulicherweise vom National- und Ständerat angenommene Motion Buillard hat sich dafür eingesetzt, dass die indirekte Presseförderung auch nicht künftigen Sparmassnahmen zum Opfer fallen wird, ausser es läge eine glaubwürdige Alternative vor.

Departement Medienpolitik/ Departement digitale und elektronische Medien



Markus Somm

Die Tätigkeiten des Departements Medienpolitik konzentrierten sich – bedingt durch die Umstände – schwergewichtig auf den Kampf gegen das neue gemeinsame Unternehmen der SRG, Swisscom und Ringier. Da der Verband insgesamt etwas in die Defensive geraten war, ging es zunächst vor allem darum, sich rasch besser zu organisieren und die Lobby-Aktivitäten in Bern zu intensivieren.

Die Ausgangslage war denkbar ungünstig

SRG, Swisscom und Ringier hatten am 17. August 2015 die Gründung eines gemeinsamen Werbemarkt-Joint-Ventures unter dem Projektnamen Tell angekündigt. Offenbar war alles im Geheimen gut vorbereitet worden: Bundesrätin Doris Leuthard machte bereits kurz nach der Ankündigung der Tell-Werbeallianz deutlich, dass das Projekt von ihr unterstützt werde – sodass davon ausgegangen werden muss, dass sie dem Projekt bereits im Frühjahr 2015 faktisch zugestimmt hatte. Die Partner der Werbeallianz gingen offensichtlich zu Beginn von einer raschen Freigabe des Projektes und einem Start zu Beginn des Jahres 2016 aus und rechneten nicht mit einer öffentlichen Diskussion über das Joint Venture. Die politische Uneinigkeit in der Reihe der bürgerlichen Parlamentarier in Kombination mit Unkenntnis der Problematik ermöglichten Swisscom, SRG und Ringier auf der politischen Ebene zu Anfang ein leichtes Spiel.

Vor diesem Hintergrund hat der Verband beachtliche Erfolge erzielt

Dank einem geeinten Auftreten und gezielten kommunikativen Anstrengungen gelang es dem Verband SCHWEIZER MEDIEN, in der Öffentlichkeit eine kritische Diskussion über die Tell-Werbe-

allianz zu lancieren. Seit Dezember 2015 nahmen rund 60 Mitglieder des Nationalrats und des Ständerats und alle wesentlichen Parteien an Informationsveranstaltungen des Verbandes SCHWEIZER MEDIEN teil. Der Verband SCHWEIZER MEDIEN war damit in Bern so präsent wie noch nie. Die Parlamentarier von rechts bis links sind über die Entwicklung besorgt und erkennen ein echtes Problem in der zunehmenden Dominanz der Bundesbetriebe.

Im Parlament wurden – nicht einzig von gegen die SRG positionierten Vertretern der rechten Seite, sondern auch aus der politischen Mitte – verschiedene Vorstösse zur Tell-Werbeallianz eingereicht. Es dürfte dies auch künftig der einzige Weg sein, die Interessen der privaten Medien zu wahren. Denn trotz unserer Anstrengungen gestatteten die Behörden den Start des Joint Ventures – auch wenn unter bedeutsamen Auflagen. Ungeachtet der Erfolgsaussichten des rechtlichen Vorgehens des Verbandes SCHWEIZER MEDIEN kann die staatlich geförderte Konsolidierung des Werbemarktes über Tell-Werbeallianz und die Zulassung von targeted Advertising in den Angeboten der SRG mittel- und langfristig nur mit politischen Mitteln verhindert werden. Bereits zu Beginn war klar, dass dieses Vorgehen nicht einfach ist und keine kurzfristigen Erfolge erzielt werden können, sondern eine RTVG-Revision angestrebt werden muss. Eine Revision des RTVG, entweder im Rahmen eines grösseren Reformprojektes oder über eine parlamentarische Initiative, würde es den privaten Medien erlauben, sich als Träger der Meinungsfreiheit zu positionieren und wieder ein Gegengewicht zur staatlichen SRG in der Service-Public-Diskussion zu bilden.

Der Verband kann aber auch in anderen wichtigen Bereichen erfreuliche Erfolge verbuchen.

Am 25. Februar 2015 hat der Bundesrat die Botschaft zu einer Teilrevision des MWST-Gesetzes verabschiedet. Darin ist festgeschrieben, dass auch digitale Medienprodukte vom reduzierten Satz von 2,5 % anstatt 8 % profitieren. Die Änderung tritt voraussichtlich Anfang 2018 in Kraft.

Am 18. November hat das Bundesverwaltungsgericht uns in der intensiv

geführten Auseinandersetzung zur Tarifierung mit der Post Recht gegeben. Die Post hat das Verfahren anschliessend an das Bundesgericht weitergezogen. Der Entscheid ist noch ausstehend.

Am 3. Dezember hat das Parlament den Bundesrat beauftragt, an der indirekten Presseförderung festzuhalten. Diese für uns so wichtige Förderung der Medienvielfalt darf zukünftig auch

nicht mehr in Sparpakete aufgenommen werden. In diesem Sinne werden die bisher erfolgreichen Bemühungen des Verbandes weiter kritisch und konstruktiv begleitet. Mit Blick auf die neuen Mehrheitsverhältnisse in Parlament und Bundesrat sollte es dem Verband etwas leichter fallen, seinen legitimen Interessen in Bern Nachachtung zu verschaffen.

DAS INSERAT. JEDEN EFFIZIENT ERREICHEN.

HIER KANN

MAN

WAS

LERNEN.



Wer Zeitungen und Zeitschriften liest, will informiert und unterhalten werden. So beschäftigen sich Leserinnen

und Leser intensiv mit dem Inhalt. Entsprechend hoch und nachhaltig ist auch die Beachtung von Inseraten.

printwirkt.ch

Departement Recht



Dr. Pietro Supino

Im Departement Recht schauen wir auf ein sehr bewegtes Jahr zurück. Der Verband war gezwungen, rechtliche Verfahren im Zusammenhang mit Admeira zu führen. Überdies hat das Departement einen Diskurs über aktuelle medien- und verlagsrechtliche Themen geführt und ist den Mitgliedern bei Rechtsfragen beratend zur Seite gestanden.

Nachdem am 17. August 2015 bekannt geworden war, dass Ringier, Swisscom und die SRG planen, sich in einer Werbevermarktungs-Allianz zusammenzuschliessen, musste sich das Departement Recht mit dem Projekt Admeira fundiert auseinandersetzen. Der marktrelevante Zusammenschluss bedurfte einer Prüfung durch die Weko. Der Verband äusserte sich in diesem Prüfungsverfahren kritisch. Die Weko hat den Zusammenschluss im Dezember ohne Auflagen gutgeheissen, was der VSM bedauert und für falsch hält. Besonders stossend ist der Zusammenschluss, weil zwei staatsnahe Betriebe mit privilegierten Rahmenbedingungen einen massgeblichen Teil des Konstrukts bilden. Auch das BAKOM und das UVEK mussten den Zusammenschluss prüfen – besonders im Hinblick auf das verfassungsmässige Gebot der Rücksichtnahme auf private Medien. Der VSM hat beim BAKOM eine Stellungnahme eingereicht sowie um Parteistellung und Aktenein-

sicht erbeten. Am 29. Februar 2016 hat das BAKOM bzw. das UVEK schliesslich entschieden, den Zusammenschluss zuzulassen. Der VSM hat das Gesuch um Parteistellung an das Bundesverwaltungsgericht weitergezogen, wo es jetzt hängig ist.

Das Departement Recht hat in Zusammenarbeit mit dem Departement digitale und elektronische Medien einen Leitfaden für die Mitglieder veröffentlicht, der aufzeigt, welche Risiken im Umgang mit der Bearbeitung von Datensätzen bestehen und wie sie minimiert werden können.

Im Mai 2015 hat das Medieninstitut in Zusammenarbeit mit dem Departement Recht die traditionelle Medienrechtstagung durchgeführt. Es ging unter anderem um die rechtliche Würdigung umstrittener journalistischer Methoden, insbesondere um die Recherche mit verdeckten Bild- und Tonaufnahmen. Hanspeter Kellermüller, Leiter des Rechtsdiensts der NZZ-Gruppe, ging der Frage nach, was man mit Big Data darf und was man nicht darf.

Das vom Departement geleitete Fachgremium Medienrecht setzte sich mit aktuellen Rechtsfragen und Rechtsprechung auseinander. Besonders die Entwicklungen und die juristische Einordnung von Adblocking beobachtet das Departement aufmerksam.

Mirjam Teitler hat ihre Tätigkeit als Rechtskonsultantin beim Verband im Juni 2015 aufgenommen und André Clerc abgelöst, dem wir seinen Einsatz für den Verband herzlich verdanken. Frau Teitler steht den Mitgliedern für Rechtsberatungen zur Verfügung. Das Angebot wird rege benützt. Neben Fragen zu Arbeits-, Vertrags- und Persönlichkeitsrecht standen vor allem urheberrechtliche Fragen im Vordergrund. Unter anderem erkundigten sich Rechtsuchende, ob sie Clips von lokalen Kulturveranstaltungen ins Netz stellen dürfen, was zulässig ist, solange es sich nur um

kurze Ausschnitte handelt, die das Geschehen vor Ort dokumentieren.

Auch im laufenden Geschäftsjahr werden sich der Verband und das Departement mit der Akte Admeira und dem Service Public beschäftigen müssen. Ebenso werden sich der Verband und das Departement weiterhin für gute Rahmenbedingungen für private Medienhäuser sowie die Medien- und Meinungsäusserungsfreiheit einsetzen.

Departement Publizistik

Vor gut einem Jahr ist der Verleger und Chefredaktor der «Schaffhauser Nachrichten», Norbert Neininger, der dem Departement Publizistik vorstand, gestorben. Seine Lücke im Präsidium konnte bis heute noch nicht geschlossen werden. So stand dem Departement im Jahr 2015 kein Mitglied des Präsidiums exklusiv vor. Vielmehr haben das gesamte Präsidium, die Geschäftsleitung und die Fachgremien viele Diskussionen rund um Qualitätsjournalismus, Service Public und die Aufgabe privater Verlage sowie Medienfreiheit intensiv geführt.

Nicht zuletzt die Auseinandersetzung im Zusammenhang mit Admeira hat den privaten Verlegern aufgezeigt, dass die Expansion der SRG den Medienstandort Schweiz und die Angebotsvielfalt und somit letztlich die Demokratie schwächen kann.

Entgegen aller Unkenrufe über eine schwächelnde Branche haben wir von unseren Mitgliedern erfreut zur Kenntnis genommen, dass ihre Redak-

tionen Informationen kritisch und sorgfältig überprüfen. Gerade kleinere lokale Titel informieren ihre Leser umfassend und wahrheitsgetreu über die Geschehnisse der Region. Die Journalisten holen zu Sachverhalten nicht nur konträre Meinungen ein und verifizieren Informationen, vielmehr setzen sie sich vertieft mit Argumenten auseinander und ordnen das Geschehen ein. Hier schaffen die Redaktionen für ihre Nutzer einen Mehrwert – gerade auch im Gegensatz zur ungefilterten Informationsverbreitung auf unprofessionellen Kanälen.

Wir setzen in der Schweiz die Medien- und Meinungsäusserungsfreiheit als ein selbstverständliches und verfassungsmässig geschütztes Gut voraus. Kaum jemand würde die Pressefreiheit hierzulande als gefährdet sehen. Selbstverständlich kennen wir keine Zensur, und das Internet erlaubt allen, sich zu allem zu äussern. Freie Presse bedeutet aber auch freien Zugang zu Informationen. Im Verband SCHWEIZER MEDIEN haben wir im Rahmen des nun

zehn Jahre existierenden Öffentlichkeitsgesetzes (BÖG) reflektiert, ob die hiesigen Medienschaffenden behördliche Auskünfte in geeigneter Form erhalten.

Die Informationsfreiheit ist gerade in unserer direkten Demokratie ein existenzieller Pfeiler. Fakt ist, dass Medienschaffende nach zehn Jahren Öffentlichkeitsgesetz leider bei ihren Recherchen von Behörden noch immer behindert werden und sich gewisse Verwaltungszweige bis heute noch nicht gänzlich vom Verschwiegenheitsprinzip trennen konnten. Insbesondere vorgeschobene Geheimhaltungsinteressen, ohne dass plausible Gründe für die Verschwiegenheit sprechen, verurteilt der Verband. Mit hohen Gebühren und langen Verfahrenswegen ist der transparente Informationsfluss aus den Verwaltungen noch nicht optimal gewährleistet. Wir beobachten die Entwicklungen kritisch, tauschen uns mit den Redaktionen aus und bringen uns in den Diskurs ein.

Departement Nutzermarkt



Veit V. Dengler

Presseshows 2015

Von Januar bis Ende April lief die erste Gemeinschaftsaktion zur Abogewinnung. Sponsor der Show war Ford Motors AG. Sie stellte ein Auto im Wert von 50 000 Franken als Wettbewerbspreis zur Verfügung.

Die zweite Presseshow wurde von Mitte August bis Ende November durchgeführt. Neu konnten die Verlage mit zwei Aboangeboten partizipieren (Probe- und Langzeitabonnement). Erstmals akquirierte der VSM keinen Sponsor für die Aktion und verlor stattdessen 20 iPads im Wert von 549 Franken an die teilnehmenden Kunden.

Presseshow

Frühling	DS	WS	Total
Beteiligte Titel	58	14	72
Auflage des Folders	4 886 500	521 100	5 407 600
Probeabos	17 264	2 538	19 802
Herbst	DS	WS	Total
Beteiligte Titel	39	12	51
Auflage des Folders	4 071 500	543 100	4 614 600
Probeabos	9 301	1 343	10 644
Langzeitabos	987	145	1 132

Online-Kiosk – www.presseabo.ch

Im Jahr 2015 hat der Online-Kiosk insgesamt 2187 Abos generiert. Der Vorteil der Plattform ist unter anderem, dass Zeitungs- und Zeitschriftenanbieter viele verschiedene Aboangebote platzieren können. Mit gezielten E-Mailings an Kunden aus vorherigen Jahren haben wir zusätzliche Aufmerksamkeit erreicht.

«Lesen macht gross»

Mit dem Lehrmittel «Lesen macht gross» bietet der Verband SCHWEIZER MEDIEN zwei Ordner für die

individuelle Gestaltung des Unterrichts in der Primar- und Sekundarstufe an. Da der Sekundarstufenordner aufgrund hoher Nachfrage im Jahre 2014 vergriffen war, wurde im Sommer 2015 pünktlich zum Start des neuen Schuljahres eine Neuauflage lanciert. Diverse Verlage haben wiederholt an der Aktion teilgenommen.

Ausblick

In dem sich verändernden Umfeld wird die Abogewinnung immer anspruchsvoller. In der Verbundaktion «Presseshow» sinkt die Nachfrage nach Probeabos. Dies nicht zuletzt infolge neuer Anbieter auf dem Markt und des Strukturwandels im Print. Ziel ist es, die Gemeinschaftsaktionen zu stärken und sich auf dem digitalen Weg weiter zu profilieren.

Dank

Auch in diesem Jahr haben sich zahlreiche Fachleute aus den Mitgliedsunternehmen im Verband engagiert. Ein grosses Dankeschön gilt deshalb der Projektgruppe und den Mitgliedern des Leistungsausschusses. Weiter ist es wichtig, dass sich jedes Jahr erneut Mitglieder an den Gemeinschaftsaktionen beteiligen, um der Presse eine grosse Plattform zu bieten. Deshalb geht der Dank auch an alle Titelerantwortlichen.

Departement Werbemarkt



Peter Wanner

Offensive im Werbemarkt
Im vergangenen Jahr agierte der Verband SCHWEIZER MEDIEN aktiv und vielseitig im Werbemarkt. Zum einen wurden im Frühling und Herbst zwei PRINTZEITUNGEN mit je einer Auflage von 30 000 in Deutsch, Französisch und Italienisch veröffentlicht. Die Ausgaben wurden in den Fachpresstiteln Persönlich, Werbewoche, Marketing + Kommunikation sowie Comin-Mag beigelegt und zusätzlich

per Mailing an Entscheider im Werbemarkt versandt.

Die Inhalte der PRINTZEITUNGEN bieten einen breiten Themenmix. Schwerpunkte bilden ganz generell die guten Argumente für die Printwerbung wie die erfreulich hohe Akzeptanz der Printwerbung bei den Betrachtern. Zudem zeigen wir auf, welche umfangreichen Marktdaten- und Planungsgrundlagen für die Printwerbung zur Verfügung stehen. Nebst diesen Inhalten vervollständigten Interviews mit Statements von Werbeauftraggebern, wie beispielsweise dasjenige mit dem BMW-Marketingleiter Mark N. Backé, die Inhaltsvielfalt der PRINTZEITUNGEN.

Im Frühling 2015 lancierte der Verband SCHWEIZER MEDIEN die Website prinwirkt.ch, auf der alle Inhalte der Printzeitungen jederzeit abrufbar sind.

Wichtig ist der Wirkungsnachweis der Printwerbung. Im Herbst wurden zwei Werbewirkungsstudien veröffentlicht: eine zum Thema Beilagen und eine Fallstudie in Zusammenarbeit mit «Fleurop».

Für die Bewerbung der Pro-Print-Argumente durch die Mitglieder produzierte der VSM im vergangenen Jahr fünf Sujets der Printwirkt-Anzeigen auf Deutsch, Französisch und Italienisch. Sie stehen den Verbandsmitgliedern als Füllerinserate auf der Website www.schweizermedien.ch kostenlos und fixfertig zum Download zur Verfügung.

Im September 2015 startete die zweite Welle der #SagesderSchweiz-Publikumskampagne. In dieser Durchführung kamen Prominente und Chefredaktoren, aber auch die breite Bevölkerung zu Wort.

Das Gütesiegel Q-Publikationen

Im Jahr 2015 haben 87 Fach- und Spezialmedien das Gütesiegel «Q-Publikation» erhalten, welches sie ein Jahr



Print wirkt – Acht Inserate für die Printwerbung.



tragen. Zur Bewerbung der qualitativ hochstehenden und inhaltlich repräsentativen Titel wurde neu eine Website lanciert.

Junge Fachzeitschrift «Phoenix» erhält Q-Award 2015

Die junge Architekturzeitschrift «Phoenix» durfte den Preis für innovative Leistung innerhalb der Branche entgegennehmen. Die Zeitschrift überzeugt durch ihr Design und die redaktionelle Umsetzung eines eher



Die drei letzten Sujets zum Abschluss der Kampagne «#SagesderSchweiz».

schwierigen Themas. Die Publikation wurde zudem für ihren Mut belohnt: «Phoenix» setzt in Zeiten der Digitalisierung nur auf Print.

Trendtagung Fach- und Spezialmedien 2015

Die Trendtagung Fach- und Spezialmedien zog im November über 100 interessierte Fachleute in die Räume der ehemaligen Papierfabrik. Die Tagung stand ganz im Zeichen der Zukunft und lieferte interessante Einblicke in neue Geschäftsmodelle, bewährte Strategien und Lösungsansätze im Umgang mit dem sich verändernden Umfeld, in dem die Medien agieren. Dank dem Sponsor

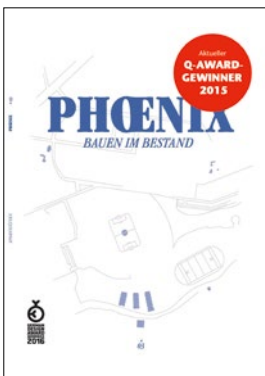
Die Post konnten sich die Q-Publikationen auch dieses Jahr im Pressecorner präsentieren.

Ausblick

Auch im Jahr 2016 erscheinen im Frühling und Herbst je eine PRINTZEITUNG. Auch Wirkungsstudien bleiben wichtiger Bestandteil der Werbemarktoffensive. Nebst den fünf bestehenden Printwirkt-Anzeigensujets stehen seit Frühling drei neue Motive auf der Website des Verbands SCHWEIZER MEDIEN zum Download bereit. Zudem wird der Online-Auftritt weiter verstärkt.

Dank

Ein herzlicher Dank geht an die Mitglieder des Leistungsausschusses und die Projektgruppen. Neben ihrer täglichen Arbeit haben sie auch im Jahr 2015 grosses Engagement im Werbemarkt gezeigt.



Der aktuelle Q-Award-Titelträger: Phoenix – Bauen im Bestand.



Q-Prospekt: Beigelegt in den wichtigsten Branchenmagazinen der Schweiz.

Departement Bildung



Gilbert A. Bühler

Das Medieninstitut blickt auf ein gutes Geschäftsjahr zurück. Die durchgeführten Tagungen finden nach wie vor grossen Anklang. So konnten wir zur Dreikönigstagung 2015 gegen 300 Gäste begrüssen. An der Fach- und Spezialmedientagung haben über 100 Personen teilgenommen. Mit 60 Teilnehmerinnen und Teilnehmern war die Lokalmedientagung ein erfolgreicher Anlass; dies gilt mit über 50 Teilnehmenden auch für die Medienrechtstagung. An den neuen Tagungen «E-Umsatz» und «E-Publishing» nahmen 34 bzw. 29 Kolleginnen und Kollegen teil. Zum Kurs «Einstieg in die Verlagsbranche» konnten wir 16 Anmeldungen registrieren.

Eidg. dipl. Medienmanager

Anlässlich der Feier vom 16. Juni 2016 konnte Prüfungsleiter Res Spycher sechs erfolgreichen Absolventinnen und Absolventen das eidgenössische Diplom überreichen. Sie haben ihre Kompetenzen im Rahmen der Prüfung und der Diplomarbeit unter Beweis gestellt.

- Roger Hauser, Gassmann Media AG
- Ramona Hodel, SWS Medien AG Verlag
- Carina Hug, National-Zeitung und Basler Nachrichten AG
- Martin Nietlispach, Freiamter Regionalzeitungen AG
- Reto Raguth, Publicitas AG
- Martin Schmidig, Bote der Urschweiz AG



Der Verband SCHWEIZER MEDIEN gratuliert den Diplomandinnen und Diplomanden herzlich zum Prüfungserfolg. Sie sind bestens qualifiziert und gut gerüstet, um die kommenden Herausforderungen zu meistern.

Leitung Medieninstitut

René Gehrig hat das Medieninstitut bis Ende September 2015 interimistisch geleitet; dabei hat er neue Trendtagungen erfolgreich konzipiert und vermarktet. Das Präsidium und die Geschäftsleitung danken ihm für seinen grossen Einsatz zugunsten unseres Verbandes.

Bereits im letzten Jahresbericht konnten wir den neuen Leiter des Medieninstituts, Othmar Fischlin, vorstellen

und willkommen heissen. Er ist mit unserer Branche bestens vertraut; unter anderem war er Marketingleiter bei der Publicitas AG und hat dort auch während mehrerer Jahre die Markt- und Medienforschung verantwortet. Überdies verfügt er über langjährige Erfahrung als Dozent und Prüfungsexperte. Neben der operativen Führung des Instituts treibt er, zusammen mit dem Departement bzw. dem Leitungsausschuss, die angekündigte Neuausrichtung der beruflichen Weiterbildung voran.

Dank

Den Teilnehmerinnen und Teilnehmern an unseren Tagungen und Lehrgängen danken wir für ihr Vertrauen. Unser

Dank richtet sich auch an die Mitglieder des Leitungsausschusses, an die Dozentinnen und Dozenten, an den Leiter des Medieninstituts und an Yeliz Açıksöz Demirkol, die für die Administration des Instituts verantwortlich ist, sowie an alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Geschäftsstelle.



Führungsgremien

Verband SCHWEIZER MEDIEN 2015

Präsidium

Hanspeter Lebrument, Präsident Verband SCHWEIZER MEDIEN;
Verleger Somedia AG, Chur
Dr. Pietro Supino, Vizepräsident Verband SCHWEIZER MEDIEN,
VR-Präsident, Tamedia AG, Zürich
Gilbert A. Bühler, CEO, Freiburger Nachrichten AG, Freiburg
Veit V. Dengler, CEO, NZZ-Mediengruppe, Zürich
Christof Nietlispach, Verleger, Freiamter Regionalzeitungen AG, Wohlen
Markus Somm, Verleger und Chefredaktor, National-Zeitung und
Basler Nachrichten AG
Peter Wanner, VR-Präsident und Verleger, AZ Medien AG, Baden

Präsidiumsaudschüsse

Finanz- und Anlageaudschuss

Andreas Häuptli, Verband SCHWEIZER MEDIEN
Christof Nietlispach, Freiamter Regionalzeitungen AG
Gilbert A. Bühler, CEO, Freiburger Nachrichten AG, Freiburg
Peter Wanner, AZ Medien AG

Personalaudschuss

Gilbert A. Bühler, CEO, Freiburger Nachrichten AG, Freiburg
Hanspeter Lebrument, Somedia AG

Leitungsaudschüsse der Departemente

Departement Aussenbeziehungen

Hanspeter Lebrument, Somedia AG, Vorsitz
Gilbert A. Bühler, Freiburger Nachrichten AG
Veit V. Dengler, NZZ-Mediengruppe
Christof Nietlispach, Freiamter Regionalzeitungen AG
Markus Somm, National-Zeitung und Basler Nachrichten AG
Dr. Pietro Supino, Tamedia AG
Peter Wanner, AZ Medien AG

Departement Bildung

Gilbert A. Bühler, Freiburger Nachrichten AG, Vorsitz
Sabine Galindo-Fässler, Naef Partners AG
Martin Nietlispach, Freiamter Regionalzeitungen AG
Priska Hauser, Training & Coaching GmbH, KV Kommunikation
Ruedi Müller, HTW Chur
Giancarlo Soriano, Tamedia AG
Andreas Spycher, Publicitas AG
Joachim Tillessen, Fachhochschule Nordwestschweiz
Diego Yanez, MAZ – Die Schweizer Journalistenschule
Othmar Fischlin, MEDIENINSTITUT

Departement Distribution

Christof Nietlispach, Freiamter Regionalzeitungen AG, Vorsitz
Lorenz Bruegger, Migros-Genossenschafts-Bund
Thomas Burri, Saint-Paul Imprimeries et La Liberté Médias SA
Walter Lütolf, Tamedia AG
Walter Herzog, Neue Fricktaler Zeitung AG
Gilbert Hirzel, GHC Hirzel Consulting
Thomas Müllerschön, St. Galler Tagblatt AG
Toni Thoma, Somedia AG
Joachim Tillessen, Fachhochschule Nordwestschweiz
Dr. Hugo Triner, Bote der Urschweiz AG
Roland Kühne, AZ Medien
Dr. Mirjam Teitler, Verband SCHWEIZER MEDIEN

Departement Digitale und elektronische Medien

Peter Wanner, AZ Medien AG, Vorsitz
Christoph Brand, Tamedia AG
Roger Elsener, AZ Medien AG
Sarah Ettliger-Ryser, Migros-Genossenschafts-Bund

Dr. Matthias Hagemann, Radio Basilisk Betriebs AG
Philipp Honegger, SOBAG AG
Silvio Lebrument, Somedia AG
André Moesch, St. Galler Tagblatt AG
Steven Neubauer, Neue Zürcher Zeitung AG
Dr. Mirjam Teitler, Verband SCHWEIZER MEDIEN

Departement Medienpolitik

Markus Somm, National-Zeitung und Basler Nachrichten AG, Vorsitz
Matthias Ackeret, Persönlich Verlags AG
Hanspeter Kellermüller, NZZ-Mediengruppe
Peter Keller, STAMPA SVIZZERA
Dominique Reber, Hirzel.Neef.Schmid.Konsulenten
Patrick Warnking, Google Schweiz
Christoph Zimmer, Tamedia AG
Kurt W. Zimmermann, Publizist
Andreas Häuptli, Verband SCHWEIZER MEDIEN
Lea Thommen, Verband SCHWEIZER MEDIEN

Departement Nutzermarkt

Veit V. Dengler, NZZ-Mediengruppe, Vorsitz
Conny Ammann, Somedia Publishing AG
Mirko Marxen, Neue Zürcher Zeitung AG
Susi Quinter-Schaub, Schaub Medien AG
Nicole Thalmann, Migros-Medien
Ria Vrancken, Tamedia AG
Patrick Wehrli, Coop Presse
Andreas Häuptli, Verband SCHWEIZER MEDIEN

Departement Publizistik

Andrea Masüger, Somedia AG, Vorsitz a.i.
Daniel Dunkel, Tamedia AG
Benjamin Geiger, Zürcher Regionalzeitungen AG
Susanna Heim, Migros-Genossenschafts-Bund
Philipp Landmark, St. Galler Tagblatt AG
Riccarda Mecklenburg
Patrik Müller, AZ Medien AG
Othmar Fischlin, MEDIENINSTITUT

Departement Recht

Dr. Pietro Supino, Tamedia AG, Vorsitz
 Daniel O. Hammer, MÉDIAS SUISSES
 Peter Keller, STAMPA SVIZZERA
 Dr. Hanspeter Kellermüller, NZZ-Mediengruppe
 Dr. Mirjam Teitler, Verband SCHWEIZER MEDIEN

Departement Werbemarkt

Peter Wanner, AZ Medien AG, Vorsitz
 Stefan Bai, St. Galler Tagblatt AG
 Marco Bernasconi, WEMF AG für Werbemedienforschung

Dr. Simone Bianchi, Società Editrice del Corriere del Ticino SA
 Hansruedi Bichsel, Zürichsee Werbe AG
 Christoph Marty, Publicitas AG
 Thierry Furrer, Tamedia Publications romandes SA
 Marcel Geissbühler, W. Gassmann AG
 Rolf Hauser, Migros-Genossenschafts-Bund
 Marcel Kohler, Tamedia AG
 Susanne Lebrument, Somedia AG
 Susanne Messerli, Regiopress SA
 Jürg Weber, Regionalmedien NZZ
 Stefan Wabel, Schaffhauser Nachrichten
 Andreas Häuptli, Verband SCHWEIZER MEDIEN

Gruppen der Departemente

Departement Bildung

Aufsichtskommission, Grundbildung Branche Kommunikation

Heinz Egli, SW Schweizer Werbung, Präsident
 Benno Frick, ASW Allianz Schweizer Werbeagenturen
 Priska Hauser, Geschäftsführerin, Projektleiterin NKG
 Regula Kreyenbühl, Mittelschul- und Berufsbildungsamt Kanton Zürich
 Pascale Massara, VSD Verband der Schweizer Druckindustrie
 Michael Mätzener, Promoswiss
 Catherine Purgly, Leading Swiss Agencies
 Heinz Schopfer, Schweizer Dialogmarketing
 Sandra Schiesser, VSW Verband Schweizerischer Werbeagenturen
 Diky Seematter, Sekretariat Grundbildung Kaufleute
 Susanne Weibel, SBVV Schweizerischer Buchhändler- und Verleger-Verband
 Bernhard Wüthrich, VISCOM Schweizerischer Verband für visuelle Kommunikation
 Othmar Fischlin, MEDIENINSTITUT

Departement Nutzermarkt

Projektgruppe Auflagenbeglaubigung

Pascal Krattinger, Neue Zürcher Zeitung AG, Vorsitz
 Hansruedi Bichsel, Zürichsee Werbe AG
 Ria Vrancken, Tamedia AG
 Patrick Wehrli, Coop Presse
 Andreas Häuptli, Verband SCHWEIZER MEDIEN

Departement Recht

Fachgruppe Medienrecht

Dr. Mirjam Teitler, Verband SCHWEIZER MEDIEN, Vorsitz
 Dr. Rolf Auf der Maur, VISCHER AG
 Marcel Bircher, Publicitas AG
 Dr. Christoph Born, Wenner & Uhlmann
 Simon Canonica, Tamedia AG
 Dr. Georg Gremmelspacher, Advokaturbüro Gremmelspacher, Bürkli, Biaggi, Wiprächtiger
 Daniel O. Hammer, MÉDIAS SUISSES
 Sandra Hanhart, Tamedia AG
 Kaspar Hemmeler, Schärer Rechtsanwälte
 Dr. Stephan Herren, von Graffenried AG

Dr. Patrick Holtz, SRG SSR Generaldirektion
 Dr. Hanspeter Kellermüller, NZZ-Mediengruppe
 Rudolf Mayr von Baldegg, Mayr von Baldegg Bieri & Unternährer
 Markus Prazeller, Battegay Dürr Wagner AG
 Prof. Dr. Urs Saxer, Steinbrüchel Hüsey Rechtsanwälte
 Dr. Christoph Schmid, Wenger & Vieli AG
 Dr. Claudia Schoch, Neue Zürcher Zeitung AG
 Dr. Matthias Schwaibold, Rutschmann Schwaibold Partner Rechtsanwälte
 Dr. Marc Schwenninger, Schwenninger Anwaltskanzlei
 Dr. Oliver Sidler, Lilaw Rechtsanwälte
 Tobias Treyer, MCS-LAW Rechtsanwälte

Departement Digitale und elektronische Medien

Fachgruppe Elektronische Medien

Silvio Lebrument, Somedia AG, Vorsitz/Fachgruppenleitung
 Roland Baumgartner, Radio Medien AG
 Marcel Geissbühler, W. Gassmann AG
 André Moesch, St. Galler Tagblatt AG
 Matthias Hagemann, Radio Basilisk Betriebs AG
 Roger Elsener, AZ Medien AG
 Dr. Mirjam Teitler, Verband SCHWEIZER MEDIEN

Fachgruppe Technologie Neue Medien

Philipp Honegger, SOBAG AG, Vorsitz/Fachgruppenleitung
 Silvio Lebrument, Somedia AG
 André Zeiger, AZ Medien AG
 Andreas Häuptli, Verband SCHWEIZER MEDIEN

Fachgruppe Wirtschaftlichkeit Neue Medien

Steven Neubauer, Neue Zürcher Zeitung AG, Vorsitz
 Sarah Ettliger-Ryser, Migros-Genossenschafts-Bund, Fachgruppenleitung
 Lukas Joos, Somedia AG
 Thomas Moll, Tamedia AG
 André Zeiger, AZ Medien AG
 Andreas Häuptli, Verband SCHWEIZER MEDIEN

Departement Werbermarkt

Projektgruppe Q-Publikation

Hansruedi Bichsel, Zürichsee Werbe AG, Vorsitz
Rudolf Brosi, Ringier Axel Springer Schweiz AG
Matthias Böhm, Vogel Business Media AG
Eleonore E. Droux, Ärzteverlag Medinfo AG
Andi Huggel, Stämpfli AG
Jürg Rykart, AZ Medien AG
Thomas Walliser, Boll Verlag AG
Heinrich Wettstein, Spanflug AG
Andreas Häuptli, Verband SCHWEIZER MEDIEN

Fachgruppe Digitaler Werbermarkt

Remo Baumeler, NZZ
Peter Baumgartner, Somedia
Marco Beccarelli, AZ Medien AG
Sylvia Epailard, Tamedia AG
Andi Hess, Publicitas
Dr. Rolf Schmitz, Net-Metrix AG
Andreas Häuptli, Verband SCHWEIZER MEDIEN

Projektgruppe Markttransparenz

Marcel Kohler, 20 Minuten AG, Vorsitz
Rebecca Muntwyler, Freiburger Nachrichten AG
Urs Bucher, St. Galler Tagblatt AG
Christoph Marty, Publicitas AG
Thierry Furrer, Tamedia Publications romandes SA
Susanne Lebrument, Somedia AG
Andreas Häuptli, Verband SCHWEIZER MEDIEN

Kommission Q-Zertifizierung

Hansruedi Bichsel, Zürichsee Werbe AG, Vorsitz
Christian Rufener, Mediaschneider AG
Ulrich Utiger, AgriPromo

Jury Q-Award

Andreas Häuptli, SCHWEIZER MEDIEN
Roland Ehrler, SWA/ASA Schweizer Werbe-Auftraggeberverband
Dr. René Grossenbacher, Publicom AG
Jean-Pierre Ritzler, JPR Media GmbH
Urs Schneider, Mediaschneider AG
Raoul Wanger, Universität Bern

Projektgruppe Presstypologie

Marco Bernasconi, WEMF AG für Werbemedienforschung, Vorsitz
Ueli Custer, Analysen im Mediamarkt
Stefan Gsell, Publicitas AG Generaldirektion
Cesare Patella, Publimedia AG
Mitja Ruggle, Tamedia AG
Andreas Häuptli, SCHWEIZER MEDIEN

Projektgruppe Inseratenstatistik

Jürg Weber, Regionalmedien NZZ, Vorsitz
Marco Bernasconi, WEMF AG für Werbemedienforschung
Cesare Patella, Publimedia AG
Mitja Ruggle, Tamedia AG
Andreas Häuptli, Verband SCHWEIZER MEDIEN

Projektgruppe Lokalmedien

Christof Nietispach, Freiamter Regionalzeitungen AG, Vorsitz
Martina Gammeter, Gammeter Druck und Verlag St. Moritz AG
Walter Herzog, Neue Fricktaler Zeitung AG
Frank Müller, Müller Marketing & Druck AG
Kathrin Spross Rice, Spross AG, Verlag
GL-Mitglied SCHWEIZER MEDIEN / MEDIENINSTITUT (projektbezogen)

Geschäftsstelle

Andreas Häuptli

Geschäftsführer

Dr. Mirjam Teitler

Rechtskonsultentin

Othmar Fischlin

Leiter MEDIENINSTITUT

Nadine Sonderegger

Koordination Marketing

Lea Thommen

Koordination Kommunikation / Public Affairs

Yeliz Açıksöz Demirkol

Organisation MEDIENINSTITUT

Florian Schaffner

Koordination Marketing

Partnerverbände

MÉDIAS SUISSES (Association des médias privés romands)

Thierry Mauron, Präsident MÉDIAS SUISSES

Daniel O. Hammer, Generalsekretär

STAMPA SVIZZERA (Associazione ticinese editori di giornali)

Giacomo Salvioni, Präsident STAMPA SVIZZERA

Peter Keller, Vizepräsident

Aerzteverlag Medinfo AG – Agentura da Novitads Rumantscha (ANR) – Akeret Verlag + Druck AG – Anzeiger von Wallisellen – Archithema Verlag AG – ARGUS der Presse AG – Axel Springer Schweiz AG – AZ Medien AG – AZ Verlags AG – Berner Oberland Medien AG BOM – Binkert Medien AG – Bote der Urschweiz AG – Brunner AG Druck – Buchdruckerei Turbenthal AG – B + L Verlags AG – Consenda AG – Coop Genossenschaft – Das Beste aus Reader's Digest AG – Docu Media Schweiz GmbH – Druckerei Appenzeller Volksfreund – Druckerei Steckborn – DUKAS PRESSEAGENTUR – ea Medien AG – Edition Salz & Pfeffer AG – Entlebucher Medienhaus – Espazium-Verlag für Baukultur – Etzel-Verlag AG – Freiburger Nachrichten AG – Freiamter Regionalzeitungen AG – Fröhlich Info AG – Galledia Verlag AG – Gammeter Druck und Verlag AG – Gassmann Media AG – GastroSuisse – Gisler Druck AG – Gossweiler Media AG – Hotelleriesuisse – impressum – JardinSuisse – Jobindex Media AG – Karlen- Consulting AG – Key-
tone AG – Konsumenten- **VIELEN DANK für** teninfo AG – Kreienbühl
Druck AG – Künzler- **Ihr Engagement!** Bachmann Verlag AG –
Mediamile Systems AG – MediaTi Holding SA
– Medienbotschaft Verlag + Events GmbH – Mediscope AG – Meier + Cie. AG
Schaffhausen – Mengis Medien AG – Migros-Genossenschafts-Bund – Müller
Medien AG – National-Zeitung und Basler Nachrichten AG – Neue Fricktaler
Zeitung AG – Neue Medien Basel AG – Neue Mediengesellschaft Zürich AG
– Neue Zürcher Zeitung AG – Persönlich Verlags AG – Primus Verlag AG –
Pro Senectute Schweiz – Publicitas AG – Radio Basilisk Betriebs AG – REGA
TV – Rheintal Medien AG – Ringier AG – Rosenfluh Publikationen AG – Rot-
hus AG – Sanatrend AG – Schaub Medien AG – Schweizer Bauer Betriebsge-
sellschaft – Schweizer Milchproduzenten SMP – Schweizerische Depeschen-
agentur AG – Schweizerischer Baumeisterverband – Somedia Publishing AG
– Speck Medien AG – Sportinformation Si AG – Spross AG, Verlag – St. Galler
Tagblatt AG – Stadt-Anzeiger Opfikon/Glattbrugg AG – Stiftung Elternsein
– Stämpfli AG – Surseer Woche AG – Swiss Businesspress SA – SwissContent
– Swiss Professional Media AG – SWS Medien AG Verlag – Tamedia AG –
Trionfini, Satz Druck Verlag AG – Vaduzer Medienhaus AG – Valora Manage-
ment AG – Verlag Echo von Grindelwald AG – Verlag Manuell GmbH – Vogel
Business Media AG – Vogt-Schild Druck AG – VSSM Verband Schweizerischer
Schreinermeister und Möbelfabrikanten – W. Gassmann AG – Weltwoche
Verlags AG – WOZ Die Wochenzeitung – Zofinger Tagblatt AG – Zürcher
Oberland Medien AG – Zürcher Regionalzeitungen AG – Zürichsee Werbe AG

DAS INSERAT. JEDEN EFFIZIENT ERREICHEN.

WÄRE DIESES
INSERAT EIN
TV-SPOT,
HÄTTEN
SIE ES
WAHRSCHEINLICH
NICHT GESEHEN.



Egal ob lokal, regional oder national: Mit Inseraten erreicht man mehr

Menschen als mit TV-Werbung. Und das innert kürzester Zeit.

printwirkt.ch