

JAHRESBERICHT 2016

Verband SCHWEIZER MEDIEN



DAS INSERAT. JEDEN EFFIZIENT ERREICHEN.

LESEN SIE
NICHT,
WAS
WEITER
UNTEN STEHT.



Wussten wir's doch: Zeitungs- sowie Zeitschriften-Leser sind interessiert und neugierig.

Entsprechend hoch und nachhaltig ist deshalb auch die Beachtung von Inseraten.

printwirkt.ch

Editorial



Dr. Pietro Supino
Präsident

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Kolleginnen und Kollegen

Eine funktionierende Demokratie ist auf freie, unabhängige Medien und auf Meinungsvielfalt angewiesen. Als Verband Schweizer Medien dürfen wir stolz darauf sein, dass unsere Mitglieder den Menschen in diesem Land täglich ein reichhaltiges und vielfältiges Medienangebot bieten. Die Zeitungen, Zeitschriften und Digitalmedien unserer Mitglieder erreichen mehr als 90 Prozent der Bevölkerung. Sie bilden damit das Rückgrat der Schweizer Demokratie.

Es ist ein Privileg für mich und meine Kollegen im Präsidium des Verlegerverbandes, die Zukunft dieser Medien mitgestalten zu dürfen. Genauso ist es auch eine Herausforderung. Der Anzeigenmarkt entwickelte sich erneut rückläufig, im Konflikt um die Konkurrenz durch Admeira im Werbemarkt und die SRG beim Online-Angebot gibt es klare Signale des Parlaments, aber noch keine Einigung. Die Digitalisierung unserer Angebote schreitet weiter voran und wird uns auf absehbare Zeit weiter beschäftigen.

Umso wichtiger ist es, dass wir uns auf unsere Stärken besinnen. Die wichtigste Voraussetzung für die Zukunft sind die Qualitäten unserer journalistischen Angebote. Durch das Bemühen um die Erfüllung der grundlegenden handwerklichen Kriterien der Fehlerfreiheit, der Wahrheit im Sinne der Vollständigkeit,

der Fairness und der Transparenz schaffen wir im Unterschied zu anderen Informationsangeboten ein Alleinstellungsmerkmal. Deshalb verlassen sich die Menschen in der Schweiz im Zweifelsfall am liebsten auf unsere Medien.

Darüber hinaus müssen wir den Mehrwert unserer Angebote weiter steigern und vom investigativen Journalismus über die Einordnung und die Darstellung bis zur Unterhaltung ausdifferenzieren. Mittels Themenwahl und Zusammenstellung können wir uns auf Felder konzentrieren, die wie der lokale und regionale Journalismus besonders wichtig und erfolgversprechend sind. Im Gegenzug gewinnen Kooperationen weiter an Bedeutung.

Der Verband Schweizer Medien unterstützte seine Mitglieder auch im vergangenen Jahr auf diesem Weg in die Zukunft. Dazu gehören die Organisation gut besuchter Veranstaltungen und Fachtagungen, das Gattungsmarketing für unsere Medien, die Beratungsdienstleistungen der Geschäftsstelle aber auch der Einsatz für gute Rahmenbedingungen im Kontakt mit der Schweizerischen Post, dem Parlament oder dem Bundesrat.

Der Verband ist auf das Engagement seiner Mitglieder angewiesen. Mein Dank gilt deshalb den Kolleginnen und Kollegen im Präsidium des Verbandes, allen Engagierten in den Verbandsorganen und ganz besonders auch dem Team der Geschäftsstelle. Ohne ihren Einsatz und ohne unsere Mitglieder in der ganzen Schweiz wäre die Arbeit des Verbandes nicht möglich.

Mit herzlichen, kollegialen Grüßen

Dr. Pietro Supino
Präsident

Verstärkte Interessenvertretung

Medienpolitik

Man kann es eigentlich in unserer Branche immer schreiben: Ein ereignisreiches Jahr ist zu Ende gegangen. Dies traf für den Verband SCHWEIZER MEDIEN (VSM) aber im Jahr 2016 ganz besonders zu, vor allem in der Medienpolitik.

Der VSM hat einerseits die vorangetriebene Expansion der SRG im Nutzer- und – insbesondere mit Admeira – im Werbemarkt bekämpft und sich andererseits gegen den laufenden Abbau der Zustelldienstleistungen der Post eingesetzt, die immer weniger Rücksicht auf ihren grössten Kunden, die Presse, nimmt.

Aufgrund dieser Herausforderungen hat der VSM im Jahr 2016 die Aktivitäten in Bezug auf die Interessenvertretung seiner Mitglieder nochmals stark intensiviert und insbesondere auch die Kommunikation verstärkt. Im Sessions-Newsletter, der in der Sommersession 2016 eingeführt wurde, werden neu medienpolitische Geschäfte aus Sicht der privaten Medienanbieter kommentiert und Empfehlungen an die Parlamentarier zur Annahme oder Ablehnung abgegeben. Im monatlichen Newsletter ist ein Editorial eingeführt worden, in welchem der Geschäftsführer die Positionen des VSM kommuniziert. Zudem sind rund um den Politbetrieb in Bern Anlässe und vor allem auch persönliche Treffen mit Parlamentariern und Behörden organisiert worden.

Aktivitäten in chronologischer Reihenfolge

Im Januar hat die Post das juristische Verfahren um die Tarifgestaltung mit dem Weiterzug ans Bundesgericht leider verlängert. Das Bundesverwaltungsgericht stellte im November 2015 mit einer ausführlichen Begründung fest, dass die Post die Vergünstigung in der Pressezustellung zu tragen hat. Die Tarife sollen auf die in grösseren Agglomerationen üblichen, kostengünstigeren Preise abgestellt sein und nicht etwa den schweizweiten

Durchschnittspreisen entsprechen. Der Entscheid des Bundesgerichts ist Mitte Juli 2017 noch ausstehend.

In der Frühlingssession haben wir gleich drei Mittagsanlässe durchgeführt und die Parlamentarier anhand einer von Polynomics erarbeiteten Studie auf die Problematik des Zusammenschlusses von SRG, Swisscom und Ringier im Werbemarkt aufmerksam gemacht.

Der Mitte Juni 2016 veröffentlichte Service-public-Bericht des Bundesrates hat die Debatte um den Umfang des öffentlich-rechtlichen Medienangebotes so richtig lanciert. Aus Sicht der Privaten ist er zu sehr auf das Bewahren ausgelegt und fordert gar einen Ausbau der digitalen Leistungen der SRG. Dass eine andere, offenere Marktordnung möglich wäre, hat die interne Stellungnahme der WEKO aufgezeigt.

Der VSM hat in der Folge im August in den zwei Anhörungen der nationalrätlichen und der ständerätlichen Kommissionen für Verkehr und Fernmeldewesen KVF zum Service-public-Bericht Stellung bezogen und dabei auch auf neue Möglichkeiten der Zusammenarbeit zwischen der SRG und den Privaten

aufmerksam gemacht, wie dies beispielsweise mit einem Open-Content-Modell möglich wäre.

Im September hat der Verband die erste Service-public-Konferenz organisiert. Über 250 Teilnehmer haben den Anlass in Bern besucht. Pietro Supino hat neue Ideen präsentiert, Roger de Weck hat den Standpunkt der SRG vertreten. Das Polit-Panel, bestehend aus Gerhard Pfister (CVP, ZG), Doris Fiala (FDP, ZH), Edith Graf-Litscher (SP, TG) und Gregor Rutz (SVP, ZH), hat über die Regulierung diskutiert. Die Professoren Mark Eisenegger (Uni Salzburg, Fög), Peter Hettich (HSG), Christian Hoffmann (Uni Leipzig), Stephan Russ-Mohl (USI) und Mark Schelker (Uni FR) haben sich mit dem eigentlichen Auftrag des Service public auseinandergesetzt.

Im Oktober hat eine Delegation, bestehend aus den drei Präsidenten der Verbände SCHWEIZER MEDIEN, MEDIAS SUISSES und STAMPA SVIZZERA, an einem Treffen mit Bundesrätin Doris Leuthard die medienpolitischen Positionen erklären und auf Problemfelder aufmerksam machen dürfen.



Service-public-Konferenz, 7.9.2016, Hotel Bellevue-Palace, Luzern

In der Wintersession haben wir einen Anlass mit medienpolitisch interessierten Parlamentariern organisiert und die Parteispitze der FDP zu einer ausführlichen Diskussion medienpolitischer Themen getroffen.

Damit ist ein überaus intensives medienpolitisches Jahr zu Ende gegangen, in dem wir in vielen Einzelgesprächen die Positionen der Privaten erklären und Lösungsvorschläge aufzeigen konnten. Wichtig ist der persönliche Kontakt, auch für das direkte Feedback. Es ist befriedigend zu erfahren, dass unsere Anliegen ernst genommen werden. Wir haben viel Aufmerksamkeit erreicht. Jetzt ist unser Expertenwissen gefragt beim Gestalten der zukünftigen Regulierung.

Admeira als Bedrohung für die Medienvielfalt

In Sachen Werbevermarktungs-Joint-Venture Admeira durfte der VSM im Februar in einer Anhörung bei der nationalrätlichen KVF seinen Standpunkt aufzeigen.

Trotz dem Unbehagen der Politik über die fortschreitende Kommerzialisierung der SRG mithilfe der Daten der mehrheitlich in Staatsbesitz befindlichen Swisscom und dem einzigen privaten Partner Ringier, ist Admeira im April gestartet. Auch die Klagen des VSM und von weiteren Marktteilnehmern konnten dies nicht verhindern: Von Rücksicht der SRG auf die Presse gemäss Bundesverfassung keine Spur.

Auch wenn der SRG vorläufig die digitale zielgruppenspezifische Werbung nicht erlaubt wurde, ist im Werbemarkt eine grosse Unruhe entstanden. Medienhäuser, Agenturen, Vermarkter und Verbände haben sich vehement gegen die drohende Marktverzerrung engagiert.

Zwei Vorstösse von Ständerat Beat Vonlanthen (CVP, FR) und Nationalrat Hugues Hiltbold (FDP, GE) wollen genau

dies verhindern. Mit den Vorstössen wird gefordert, dass Kooperationen der SRG allen Marktteilnehmern offen stehen und die Medienvielfalt stärken müssen – was bei Admeira beides nicht der Fall ist.

Im November 2016 haben wir vor Gericht einen Erfolg verbuchen können. Das Bundesverwaltungsgericht hat dem VSM die Parteistellung im Verfahren um Admeira zugestanden. Die SRG hat das Verfahren jedoch ans Bundesgericht weitergezogen. Der Entscheid ist per Mitte Juli 2017 noch ausstehend. Es wäre unbegreiflich, wenn den privaten Medienhäusern von höchster Instanz keine Betroffenheit attestiert würde.

Budget

Der Verband SCHWEIZER MEDIEN hat 2016 mit –10925 Franken knapp kein ausgeglichenes Resultat erreicht. Der Austritt von Ringier und der Nichtbeitritt der neuen Firma Ringier Axel Springer (Zeitschriften) haben Spuren hinterlassen. Die Einnahmen aus Mitgliederbeiträgen sind denn auch von 1 283 508 auf 1 026 054 Franken zurückgegangen. Der gesamte Betriebsertrag aus Mitgliederbeiträgen und Projekteinnahmen lag bei total 2 759 725 Franken.

Die vom Präsidium bereits im zweiten Halbjahr 2015 eingeleiteten Sparmassnahmen haben geholfen, das Resultat des Abschlusses zu verbessern. Unter anderem wurde die Stelle des Marketingleiters nicht neu besetzt, Abläufe wurden verschlankt und Projektbudgets gekürzt. Das Eigenkapital hat per Ende des Berichtsjahres 3 221 810 Franken betragen, was nur leicht unter dem Vorjahreswert von 3 232 735 Franken liegt.

Der Verband ist finanziell gesund. Es mussten für 2017 keine Dienstleistungen abgebaut und auch keine Erhöhung der Mitgliederbeiträge beantragt werden.

Arbeitswelt

Neue Vorschriften für die Arbeitszeiterfassung

Am 1. Januar 2016 sind die neuen Vorschriften betreffend Arbeitszeitkontrolle in Kraft getreten. Die gesetzlichen Grundlagen betreffend die Kontrolle der Arbeitszeit blieben unverändert. Was sich geändert hat und was speziell von den Medienhäusern beachtet werden muss, ist im Dossier-Heft des VSM nachzulesen. Dieses steht exklusiv den VSM-Mitgliedern zur Verfügung und kann kostenlos über www.schweizermedien.ch oder contact@schweizermedien.ch bestellt werden.

Sozialpartnerschaft

Die Mitglieder des VSM haben den vorgelegten Entwurf für einen GAV gutgeheissen und beschlossen, in Gespräche mit den Gewerkschaften zu gehen, sobald Impressum aus dem Verband SCHWEIZER MEDIEN ausgetreten ist. Dies ist mit der Kündigung im Juni 2017 geschehen. Der VSM gewährt Impressum den sofortigen Austritt und wird nun mit dem an der Mitgliederversammlung 2016 verabschiedeten GAV-Vorschlag in die Verhandlungen gehen. Der VSM informiert die Mitglieder laufend über den Verlauf der Gespräche.

Marketing

Print-wirkt-Kampagne im Werbemarkt

2016 wurde die Werbemarkt-Offensive mit zahlreichen Werbemassnahmen sowie eigenen Werbewirkungsstudien weitergeführt und noch verstärkt. Mehr dazu in Wort und Bild auf den Seiten 8 und 9.

Verbundaktionen zur Abogewinnung

Die Presseshow, die grösste Abogewinnungsaktion der Schweiz, wurde auch im Jahr 2016 im Frühling und Herbst durchgeführt. Für die teilnehmenden Verlage konnten 9900 Probe- und 1402 Langzeitabonnenten gewonnen werden. Über den Online-Kiosk www.presseabo.ch wurden 1442 Abonnements generiert.

Q-Zertifizierung: Studie zur Fachmediennutzung

2016 konnten die Leistungen für die Verlage ausgebaut werden. Erstmals hat der VSM an der Marketingmesse EMEX für die Q-Titel einen Pressercorner eingerichtet. Im Herbst wurden die Resultate der VSM-Fachpresse-Studie vorgestellt. Die Fachmedien sind mit grossem Abstand das wichtigste Medium im beruflichen Alltag und sie sind damit auch die wichtigste Quelle für Informationen zu Anbietern und neuen Produkten.

Q-Award mit zwei Siegern

Den Q-Award hat das Swiss Dental Journal gewonnen. Das Fachmedium hat sich in einem hart umkämpften Markt durch eine herausragende verlegerische Leistung bestens positionieren können. Ebenfalls ausgezeichnet wurde Swissmom.ch als rein digitales Angebot. [Swissmom](http://Swissmom.ch) bietet kompetente Inhalte mit hohem Nutzwert sowie ein starkes Leseforum, in welchem ein echter Dialog stattfindet.

Personelle Wechsel im Präsidium und auf der Geschäftsstelle

An der Mitgliederversammlung ist Präsident Hanspeter Lebrument nach 13 Jahren zurückgetreten. Als Nachfolger wurde Dr. Pietro Supino gewählt. Hanspeter Lebrument ist zum Ehrenpräsidenten des Verbandes SCHWEIZER MEDIEN ernannt worden. Neuer Vizepräsident ist Peter Wanner. Als neue Mitglieder des Präsidiums wurden Dr. Beat Lauber und Andrea Masüger gewählt.

Auf der Geschäftsstelle hat Chérine Gurtner, Public Affairs und Kommunikation, den Verband Ende März 2016 verlassen. Wir konnten als Nachfolgerin Lea Thommen gewinnen. Sie ist seit April 2016 für die Koordination und Steuerung unserer Lobbying-Aktivitäten, wie beispielsweise das regelmässige Monitoring der medienpolitischen Vorstösse, das Abfassen des Sessions-Newsletters oder die Organisation von Anlässen wie der Service-public-Konferenz zuständig.

Internationale Verbände ENPA und WAN-IFRA

Mit grosser Aufmerksamkeit blickte die ENPA 2016 nach Brüssel. Mehrere Revisionen des EU-Rechts sind in Arbeit und haben Einfluss auf die Medienbranche. Unser spezielles Augenmerk galt der geplanten Liberalisierung der Werbemöglichkeiten im Fernsehen. Diese würde die Ertragsbasis der Zeitungen weiter unter Druck bringen. Daher wurden unsere Bedenken bei den Organen der EU platziert.

Auch der Entwurf der neuen Regelung zur E-Privacy wurde kritisch beurteilt. Der bessere Schutz der persönlichen

User-Daten würde Lesern die Nutzung von Online-Zeitungen erschweren. Die Vorschriften hätten die Konsequenz, dass Artikel eventuell nur noch nach einem Login lesbar wären. Daher hat die ENPA auch zu diesem Thema aktiv den Kontakt zum Europäischen Parlament gesucht.

Positiv aufgenommen wurden die geplanten Neuerungen bei der Mehrwertsteuer auf Medienerzeugnisse. In allen EU-Staaten besteht die Möglichkeit privilegierter Besteuerung von Print-Erzeugnissen. Die Chancen stehen gut, diese Bevorzugung auch für Online-Publikationen zu erhalten.

WAN-IFRA leistete 2016 erneut einen grossen Einsatz für die Medienfreiheit. Über 2 Millionen Euro wurden in vier Schlüsselprogramme investiert. Davon profitierten Medienschaffende in 23 Ländern. Um den Service für die Mitglieder weiter zu verbessern, wurde der «knowledge hub» lanciert. Das Kompetenzzentrum bietet Unterstützung in zentralen Fragen zur Zukunft der Industrie, so etwa zu neuen Geschäftsmodellen und Technologien. Im Rahmen der World Publishing Expo wurden zwei Konferenzen durchgeführt: Print World und Digital World. Sie waren Teil der Massnahmen zur Neuausrichtung der World Publishing Expo. Der Anlass soll nicht auf Zeitungen fokussiert bleiben. 2017 wird erstmals gemeinsam mit der IFRA World Publishing Expo die DCX Digital Content Expo ausgerichtet.

Ein spezieller Erfolg ist aus dem Bereich E-Learning zu vermelden: Mit dem Gewinn bei der Google News Initiative (DNI) konnte die Finanzierung der Plattform «Media Management Accelerator» gesichert werden. Das neue Tool wird Kompetenzen zur Steigerung der Erträge im Online-Geschäft vermitteln. Positiv ist abschliessend zu vermerken, dass 48 neue Mitglieder WAN-IFRA beigetreten sind.

Medieninstitut

Über das Medieninstitut hat der Verband seinen Mitgliedern und damit der Medienbranche auch 2016 eine Fülle von Aktivitäten im Rahmen von Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen angeboten.

Trendtagungen

- Dreikönigstagung
- Lokalmedien
- Medienrechtstagung
- Fach- und Spezialmedien

Die etablierten Formate erfreuten sich auch in diesem Jahr einer grossen Beliebtheit mit teilweiser Rekordbeteiligung.

Erstmals wurde eine Trendtagung sowie eine Input-Session zum Thema Nutzermarkt durchgeführt. Das neue Format der Input-Session mit Fachreferaten von Spezialisten in Form von kostenlosen Informationsveranstaltungen für Mitglieder des VSM soll auch in Zukunft weitergeführt werden.

Aus- und Weiterbildung

Neben einem dreitägigen Seminar für Neu- oder Quereinsteiger in die Medienbranche wurden 2016 erstmals, als Versuch, auch Tailor Made Seminare angeboten. Diese inhaltlich auf individuelle Mitarbeiterkreise zugeschnittenen Kurse konnten mit guter Besetzung bei der NZZ-Gruppe und Tamedia durchgeführt werden.

Neue Ausbildung Medienmanagement

2016 wurde der letzte Kurs zum eidgenössisch diplomierten Medienmanager abgeschlossen. Nach eingehender Situationsanalyse der Bildungslandschaft Schweiz und dem bereits durch das Präsidium gefällten Entscheid, in Zukunft die Medienmanagement-Ausbildung auf Fachhochschul-Niveau zu positionieren, wurde 2016 eine umfassende Evaluation möglicher Kooperationspartner durchgeführt.

Unter verschiedenen Interessenten hat sich der Verband für eine künftige Kooperation mit der Fachhochschule Nordwest FHNW in Olten sowie dem MAZ in Luzern entschieden.

Mit den beiden Kooperationspartnern wird eine zukunftsgerichtete Ausbildung für Medienmanagement konzipiert, die 2017 ausgeschrieben und erstmals 2018 stattfinden wird.



Dreikönigstagung, 12.1.2016, WTC, Zürich



Trendtagung Lokalmedien, 19.6.2016, Hotel Krone Unterstrass, Zürich

Gattungsmarketing Werbemarkt

Im letzten Jahr erschienen im Frühling und Herbst zwei Printzeitungen mit je einer Auflage von 30 000 Exemplaren in Deutsch, Französisch und Italienisch. Die Ausgaben wurden den Fachpresstiteln Persönlich, Werbewoche, Marketing + Kommunikation sowie Cominmag beigelegt und zusätzlich per Mailing an Entscheider im Werbemarkt versandt.

Die Printzeitungen boten unseren Lesern wiederum interessante Erkenntnisse. In der fünften Ausgabe erläuterte

der renommierte Hirnforscher und Neuromarketing-Experte Hans-Georg Häusel im Interview, warum gedruckte Medien vieles besser können als die digitalen. In der sechsten Printzeitung wurde die neue Wirkungsstudie «Printwerbung verkauft im E-Commerce» in Zusammenarbeit mit dem Online-Weinhändler Flaschenpost.ch im Sommer 2016 durchgeführt und veröffentlicht. Die Fakten nach der Testkampagne überzeugen: Bekanntheitsgrad nahezu verdoppelt, 53% höhere Werbeerinne-

runge bei Zeitungslesern und 7-mal höhere Verkaufszahlen. Zusätzlich produzierte der VSM das A2-Poster mit den «TOP 10 Argumenten für Werbung in Printmedien», welche die Stärken von Printmedien aufzeigt.

Die neue Beilagen-Wirkungsstudie «Mehr Erfolg mit Aktionen» zeigte auf, wieso 92% der Befragten Aktionsinseraten Beachtung schenken.

Zudem produzierte der VSM im vergangenen Jahr neue Print-wirkt-Banner, welche den Verbandsmitgliedern auf der Website www.schweizermedien.ch kostenlos und fixfertig zum Download zur Verfügung stehen.

Printzeitung 5:

«Die digitale Welt hat viele Vorteile, aber vieles kann Print einfach besser.»



Printzeitung 6:
«Dank Inseraten 7-mal mehr Flaschen verkauft.»

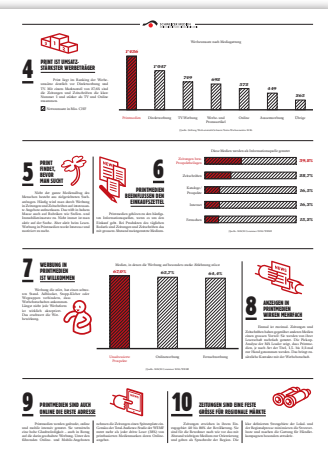
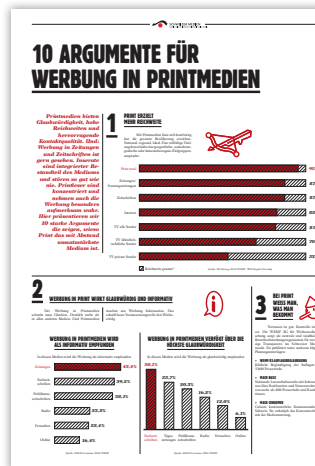


Das Gütesiegel Q-Publikationen

Im Jahr 2016 haben 77 Fach- und Spezialmedien das Gütesiegel «Q-Publikation» erhalten, welches sie ein Jahr tragen. Die Publikationen sind auf der Internetseite www.q-publikationen.ch ersichtlich.

Der «Q-Award» sowie der «SFJ-Award»

Gewinner des «SFJ-Award» war Kurt Metz mit seinem Artikel «Wenn der ÖPNV in die Luft geht». Den «Q-Award» für die innovativste Fach- und Spezialpublikation hat das Swiss Dental Journal gewonnen. Eine Spezialauszeichnung erhielt mit Swissmom.ch erstmals eine rein digitale Fachpublikation.



A2-Poster:
«10 starke Argumente für Print»

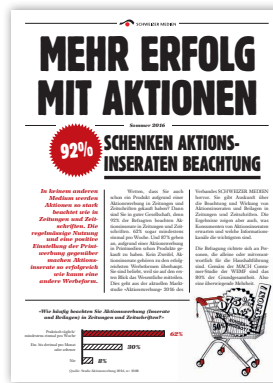
dem Verband Schweizer Fachjournalisten SFJ durchgeführt. Das Thema ist aktueller denn je. Funktioniert Print auch in der Zukunft, oder ist das künftige Trägermedium für Fach- und Spezialmedien rein digital oder Video als Format? Dies war eine der grundlegenden Fragen, mit welcher sich fünf Referenten und rund 160 Teilnehmer an der Tagung auseinandergesetzt haben.

Ausblick

Im Jahr 2017 erscheint im Frühling die neue Beilage «Eins, zwei, drei Argumente für Werbung in Print», welche wiederum diversen Fachzeitschriften beigelegt wird. Zudem werden im Frühling und Herbst die neuen Print-wirkt-Banner in Newsletter und Website in der Werbewoche und Persönlich geschaltet. Der Verband Schweizer Medien bietet seinen Mitgliedern ihre eigene «Print-wirkt-Zeitung» mit den besten Argumenten aus der «Print-wirkt-Kampagne» und den besten Botschaften der eigenen Zeitung für eine wirkungsvolle Kundenansprache.

Dank

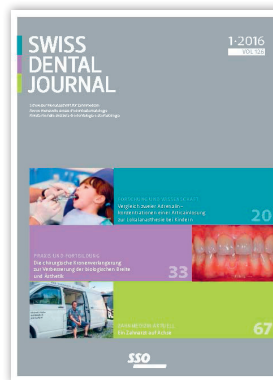
Wir möchten uns bei den Mitgliedern des Leitungsausschusses und den Projektgruppen für ihren Einsatz bedanken.



Wirkungsstudie: «Mehr Erfolg mit Aktionen»



Q-Prospekt: Den wichtigsten Branchenmagazinen der Schweiz beigelegt.



Der aktuelle Q-Award-Titelträger: Swiss Dental Journal SSO



Prospektbeilage: «Eins, zwei, drei schlagende Argumente für Print.»



Beispiele der neuen Print-wirkt-Banner



Trendtagung Fach- und Spezialmedien, 23.11.2016, Folium, Zürich

Kurzporträt Verband SCHWEIZER MEDIEN

Der Verband SCHWEIZER MEDIEN engagiert sich als Branchenorganisation für die Interessenvertretung der privaten Medienhäuser und Verlage in der Schweiz.

Schwerpunkt des Geschäftsfeldes unserer über 100 Mitglieder bilden Print und Online, wobei nicht wenige auch private Radio- und TV-Sender betreiben.

Der VSM nimmt die Interessenvertretung bei politischen Anliegen in der Schweiz und auf internationaler Ebene wahr. Der VSM ist Mitglied der Eu-

ropean Newspaper Association (ENPA) und im Welt-Medienverband WAN-IFRA.

Der VSM finanziert, konzipiert und organisiert zahlreiche Branchenmarketing-Massnahmen. Er betreut auch erfolgreich seit vielen Jahren Abogewinnungs-Aktionen.

Mitglieder des VSM profitieren von all diesen Aktivitäten: von vergünstigter Teilnahme an Tagungen, Kongressen, von kostenloser Rechtsberatung, von

Presseausweisen für ihre Medienschaffenden und von attraktiven Networking-Möglichkeiten in einer ganzen Reihe von Gremien und Arbeitsgruppen.

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

Geschäftsstelle



Andreas Häuptli
Geschäftsführer
Verband SCHWEIZER MEDIEN



Othmar Fischlin
Leiter MEDIENINSTITUT
Verband SCHWEIZER MEDIEN



Dr. Mirjam Teitler
Rechtskonsultantin
Verband SCHWEIZER MEDIEN



Lea Thommen
Public Affairs / Kommunikation
Verband SCHWEIZER MEDIEN



Angelica Muritu
Marketing / Mitglieder
Verband SCHWEIZER MEDIEN



Florian Schaffner
Marketing / Finanzen
Verband SCHWEIZER MEDIEN



Nadine Sonderegger
Marketing / Mitglieder
Verband SCHWEIZER MEDIEN

Präsidium



Dr. Pietro Supino
Präsident
Verband SCHWEIZER MEDIEN
Verleger, VR-Präsident Tamedia AG



Peter Wanner
Vizepräsident
Verband SCHWEIZER MEDIEN
Verleger, VR-Präsident AZ Medien AG



Gilbert A. Bühler
CEO Freiburger Nachrichten AG



Dr. Beat Lauber
Verwaltungsrat Meier + Cie.
Schaffhausen, Mengis Gruppe Visp
und Zürichsee Medien Gruppe



Andrea Masüger
Vorsitzender der Unternehmens-
leitung, CEO Samedia



Christof Nietlispach
VR-Präsident Freiamter Regional-
zeitungen AG



Markus Somm
Verleger und Chefredaktor
Basler Zeitung Medien

Ehrenpräsidenten



Dr. Hans Heinrich Coninx
Ehrenpräsident Verband
SCHWEIZER MEDIEN
Verwaltungsratspräsident SDA



Hanspeter Lebrument
Ehrenpräsident Verband
SCHWEIZER MEDIEN
Verleger und VR-Präsident Samedia AG

Führungsgremien

Präsidium

Dr. Pietro Supino, Präsident, VR-Präsident Tamedia AG, Zürich
Peter Wanner, Vizepräsident, VR-Präsident und Verleger, AZ Medien AG, Baden
Gilbert A. Bühler, CEO Freiburger Nachrichten AG, Freiburg
Dr. Beat Lauber, VR bei Zürichsee Medien, Meier Cie. AG, Mengis Gruppe
Andrea Masüger, CEO Samedia, Chur
Christof Nietlispach, VR-Präsident Freiamter Regionalzeitungen AG, Wohlen
Markus Somm, Verleger und Chefredaktor Basler Zeitung Medien

Leitungsausschüsse der Departemente

Departement Aussenbeziehungen

Dr. Pietro Supino, VR-Präsident, Tamedia AG, Vorsitz
Gilbert A. Bühler, Freiburger Nachrichten AG
Christof Nietlispach, Freiamter Regionalzeitungen AG
Markus Somm, National Zeitung und Basler Nachrichten AG
Peter Wanner, AZ Medien AG

Departement Bildung

Andrea Masüger, CEO Samedia, Vorsitz
Sabine Galindo-Fässler, Naef Partners AG
Martin Nietlispach, Freiamter Regionalzeitungen AG
Priska Hauser, Training & Coaching GmbH, KV Kommunikation
Ruedi Müller, HTW Chur
Andreas Spycher, Adveritas GmbH
Giancarlo Soriano, Tamedia 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
Peter Keller, STAMPA SVIZZERA
Toni Thoma, Samedia AG
Joachim Tillessen, Fachhochschule Nordwestschweiz
Dr. Hugo Triner, Bote der Urschweiz AG
Roland Kühne, AZ Medien
Andreas Häuptli, Verband SCHWEIZER MEDIEN

Präsidiumsausschüsse

Finanz- und Anlageausschuss

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

Departement digitale und elektronische Medien

Peter Wanner, AZ Medien AG, Vorsitz
Roland Baumgartner, Radio Medien AG
Roger Elsener, AZ Medien AG
Marcel Geissbühler, W. Gassmann AG
Dr. Matthias Hagemann, Radio Basilisk Betriebs AG
Silvio Lebrument, Samedia AG
André Moesch, St. Galler Tagblatt AG
Peter Wälty, Tamedia AG
Dr. Mirjam Teitler, Verband SCHWEIZER MEDIEN
Lea Thommen, 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
Sascha Wigdorovits, Contract Media AG
Christoph Zimmer, Tamedia AG
Kurt W. Zimmermann, Der Schweizer Journalist
Andreas Häuptli, Verband SCHWEIZER MEDIEN
Lea Thommen, Verband SCHWEIZER MEDIEN

Departement Märkte

Dr. Beat Lauber, VR bei Zürichsee Medien, Meier Cie. AG, Mengis Gruppe, Vorsitz
Mirko Marxen, Neue Zürcher Zeitung AG
Susi Quinter-Schaub, Schaub Medien AG
Nicole Thalmann, Migros-Medien
Patrick Wehrli, Coop Presse
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
Thierry Furrer, Tamedia AG
Marcel Geissbühler, W. Gassmann AG
Rolf Hauser, Migros-Genossenschafts-Bund
Susanne Lebrument, Samedia AG
Susanne Messerli, Regiopress SA
Marcel Tappeiner, Tamedia AG
Jürg Weber, Regionalmedien NZZ
Stefan Wabel, Schaffhauser Nachrichten
Othmar Fischlin, Verband SCHWEIZER MEDIEN

Departement Publizistik

Vorsitz vakant
 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

Gilbert A. Bühler, CEO Freiburger Nachrichten AG, Freiburg, Vorsitz
 Daniel O. Hammer, MÉDIAS SUISSES
 Sandra Hanhart, Tamedia AG
 Peter Keller, STAMPA SVIZZERA
 Dr. Hanspeter Kellermüller, NZZ-Mediengruppe
 Dr. Mirjam Teitler, Verband SCHWEIZER MEDIEN
 Lea Thommen, 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
 Kathrin Leder, Leading Swiss Agencies
 Pascale Massara, VSD Verband der Schweizer Druckindustrie
 Stefania Miranda, VSW Verband Schweizerischer Werbegesellschaften
 Nadine Schneider, Promoswiss
 Heinz Schopfer, Schweizer Dialogmarketing
 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

Dr. Beat Lauber, Vorsitz
 Harald Amschler, WEMF AG
 Rolf Hauser, Migros-Medien
 Mirko Marxen, Neue Zürcher Zeitung AG
 Marcel Tappeiner, Tamedia AG
 Susi Quinter-Schaub, Schaub Medien 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
 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
 Dr. iur. Fabrizio Andrea Liechti, Von Graffenried Recht
 Rudolf Mayr von Baldegg, Mayr von Baldegg Bieri & Unternährer
 Markus Prazeller, Bategay 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 Werbemarkt

Projektgruppe Q-Publikation

Matthias Böhm, Vogel Business Media AG
 Eleonore E. Droux, Ärzteverlag Medinfo AG
 Andi Huggel, Stämpfli AG
 Thomas Walliser, NZZ Fachmedien AG
 Heinrich Wettstein, Spanflug AG
 Andreas Häuptli, Verband SCHWEIZER MEDIEN

Kommission Q-Zertifizierung

Hansruedi Bichsel, Zürichsee Werbe AG, Vorsitz
 Christian Rufener, Mediaschneider AG
 Ulrich Utiger, AgriPromo
 Othmar Fischlin, Verband SCHWEIZER MEDIEN

Jury Q-Award

Othmar Fischlin, Verband SCHWEIZER MEDIEN
 Andreas Häuptli, Verband SCHWEIZER MEDIEN
 Roland Ehrler, SWA/ASA Schweizer Werbe-Auftraggeberverband
 Dr. René Grossenbacher, Publicom AG
 Jean-Pierre Ritler, JPR Media GmbH
 Raoul Wanger, Universität Bern

Kommission Q-Zertifizierung

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

Projektgruppe Pressetypologie

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

Projektgruppe Inseratenstatistik

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

Projektgruppe Lokalmedien

Christof Nietlispach, 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

Angelica Muritu

Marketing, Mitglieder

Nadine Sonderegger

Marketing, Mitglieder

Othmar Fischlin

Leiter MEDIENINSTITUT

Lea Thommen

Public Affairs / Kommunikation

Florian Schaffner

Marketing, Finanzen

Partnerverbände

MÉDIAS SUISSES (Association des médias privés romands)

Thierry Mauron, Präsident MÉDIAS SUISSES
 Christine Gabella, Generalsekretärin

STAMPA SVIZZERA (Associazione ticinese editori di giornali)

Giacomo Salvioni, Präsident STAMPA SVIZZERA
 Peter Keller, Vizepräsident

Inhalt

Editorial	3
Jahresrückblick 2016	4
Medieninstitut	7
Gattungsmarketing Werbemarkt	8
Porträt Verband SCHWEIZER MEDIEN	10
Who is who: Führungsgremien Verband SCHWEIZER MEDIEN	12
Dankeschön	15

Impressum

Herausgeber

Verband SCHWEIZER MEDIEN
 Konradstrasse 14, 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

Mengis Druck und Verlag AG, Visp

Auflage

200 Exemplare

© Verband SCHWEIZER MEDIEN; Abdruck, auch auszugsweise,
 nur mit Genehmigung der Herausgeber und mit Quellenangabe

7Days Media Services GmbH, Frankfurt a/M – Aerzteverlag Medinfo AG – Agentura da Novitads Rumantscha (ANR) – Akeret Verlag + Druck AG – Anzeiger von Wallisellen – Archithema Verlag AG – AZ Medien AG – AZ Verlags AG – BL Verlags AG – Berner Oberland Medien AG BOM – Binkert Medien AG – Bote der Urschweiz AG – Coop Genossenschaft – Das Beste aus Reader's Digest AG – Docu Media Schweiz GmbH – Druckerei Appenzeller Volksfreund – Druckerei Steckborn – Dukas Presseagentur – Edition Salz & Pfeffer AG – Einsiedler Anzeiger AG – Entlebucher Medienhaus – Espazium – Verlag für Baukultur – Etzel-Verlag AG – Freiämter Regionalzeitungen AG – Freiburger Nachrichten AG – Fröhlich Info AG – Galledia Verlag AG – Gammeter Druck und Verlag AG – Gassmann Media AG – GastroSuisse – Gisler 1843 AG – Gossweiler Media AG – Heller Media AG – Hotelleriesuisse – JardinSuisse – Jobindex Media AG – Keystone AG – Konsumenteninfo AG – Kreienbühl Druck AG – KünzlerBachmann Verlag AG – Media Focus Schweiz GmbH – Mediamile Systems AG – MediaTi Holding SA – Medienbotschaft Verlag + Events GmbH – Mediscope AG – Meier + Cie. AG Schaffhausen – Men- gis Druck und Verlag 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 – NZZ-Mediengruppe – Persönlich Verlags AG – Primus Verlag AG – Pro Senectute Schweiz – Publicitas AG – Radio Basilisk Betriebs AG – REGA TV – Rheintal Medien AG – Rosenfluh Publikationen AG – Rothus Verlag AG – Sanatrend AG – Schaub Medien AG – Schweizer Bauer Betriebsgesellschaft – Schweizerische Depeschenagentur AG – Schweizerischer Baumeisterverband – Schweizer Milchproduzenten SMP – Somedia Publishing AG – St. Galler Tagblatt AG – Stadt-Anzeiger Opfikon/Glattbrugg AG – Stämpfli AG – Stiftung Elternsein – Surseer Woche AG – SwA SwissAnnoncen GmbH – Swiss Businesspress SA – Swiss Professional Media AG – SWS Medien AG Verlag – Tamedia AG – Tg-Verlag GmbH – Trionfini, Satz Druck Verlag AG – Vaduzer Medienhaus AG – Verlag Echo von Grindelwald AG – VERLAG MANUELL GmbH – Vogel Business Media AG – Vogt-Schild Druck AG – VSSM Verband Schweizerischer Schreinermeister und Möbelfabrikanten – Weltwoche Verlags AG – WOZ Die Wochenzeitung – ZT Medien AG – Zürcher Oberland Medien AG – Zürcher Regionalzeitungen AG – Zürichsee Werbe AG

**VIELEN DANK für
Ihr Engagement!**

DAS INSERAT. JEDEN EFFIZIENT ERREICHEN.

SIE HABEN
MIT VIELEN
SCHWEIZERN
ETWAS
GEMEINSAM:
SIE HABEN DIESEN
SATZ GELESEN.



Mit Inseraten erreicht man innert kürzester Zeit fast die gesamte Schweizer Bevölkerung.

Auch regional und lokal erzielt man rasch hohe Reichweiten.

printwirkt.ch