

Protokoll

Betreff 147. Generalversammlung der RMH Regionalmedien AG mit Sitz in Luzern

Vorsitz: Felix Graf, Präsident des Verwaltungsrates

Datum: Dienstag, 7. Mai 2019

Zeit/Ort: 17.30 Uhr / Grand Casino Luzern, Haldenstrasse 6, 6006 Luzern

Protokoll: Susanne Schmidli

Nr. Traktanden und Anträge des Verwaltungsrates

1 Berichterstattung

2 Aktionärsbericht und Jahresrechnung 2018

3 Entlastung der Mitglieder des Verwaltungsrates und der geschäftsführenden Organe

4 Verwendung des Bilanzgewinns

5 Teilrevision der Statuten

6 Wahl des Verwaltungsrates

Begrüssung

Verwaltungsratspräsident Felix Graf eröffnet die 147. Generalversammlung.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, meine Damen und Herren

Ich begrüsse Sie alle sehr herzlich zur ersten ordentlichen Generalversammlung der RMH Regionalmedien AG. Letztes Jahr haben wir uns an diesem Ort zur GV der LZ Medien Holding getroffen und in der Folge die Fusion mit der Tagblatt Medien Holding beschlossen. Heute treffen wir uns zum ersten Mal im Rahmen der neuen Struktur. Das vergangene Jahr war für uns alle ein besonderes: Einerseits aufgrund der erwähnten Anpassung unserer Gesellschaftsstruktur, vor allem aber auch, weil im Oktober 2018 CH Media, das Joint Venture zwischen der NZZ-Mediengruppe und den AZ Medien, den operativen Betrieb aufgenommen hat. Auf die Gründe für dieses Zusammengehen sind wir letztes Jahr vertieft eingegangen. Lassen Sie mich die zentralen Überlegungen nochmals in Erinnerung rufen:

Der Strukturwandel in der Medienbranche stellt uns vor grosse Herausforderungen. Durch die Digitalisierung werden Medien heute anders konsumiert, und es treten völlig neue Konkurrenten auf. Dadurch verändert sich auch unser bisheriges Geschäftsmodell fundamental. Alle klassischen Medienhäuser spüren diesen Gegenwind seit Jahren und müssen darauf reagieren.

Mit dem Joint Venture können wir unsere Kräfte bündeln sowie Grössenvorteile und Synergien erzielen. Das stärkt unsere Position für die notwendige digitale Transformation. Das Gemeinschaftsunternehmen erlaubt beiden Unternehmen aber auch einen klaren strategischen Fokus. CH Media wird sich nun voll auf das regionale Mediengeschäft und eine nationale TV-Strategie konzentrieren. Wir haben heute Axel Wüstmann, CEO von CH Media, bei uns zu Gast. Er wird Ihnen später mehr über die Aktivitäten von CH Media erzählen.

Als NZZ-Mediengruppe setzen wir dagegen auf die Entwicklung unseres Kerngeschäfts rund um die Marke NZZ. Diese strategische Fokussierung ist sehr wichtig in anspruchsvollen Zeiten. Und anspruchsvoll ist unser Marktumfeld in der Tat. Ich werde darauf zurückkommen.

Durch die neue Struktur ändert sich vieles, nicht zuletzt unsere Jahresrechnung, die kaum noch mit den Vorjahren vergleichbar ist. Jörg Schnyder wird dies im Rahmen der finanziellen Berichterstattung näher erläutern.

Meine Damen und Herren, einiges bleibt aber auch gleich. Wir setzen nach wie vor auf unser Kerngeschäft, den Journalismus. Wir sind überzeugt, dass das Bedürfnis nach lokaler und regionaler Berichterstattung und publizistischer Einordnung und Kommentierung heute und in Zukunft bestehen wird. CH Media setzt den Schwerpunkt auch weiterhin auf die Publizistik in der Region. Durch die Bündelung der Kräfte wollen wir mit dem Gemeinschaftsunternehmen den lokalen und regionalen Journalismus stärken.

Damit möchte ich überleiten zum formellen Teil unserer Generalversammlung.

Konstituierung

Das Protokoll wird durch Susanne Schmidli geführt. Das Traktandum 5, die Teilrevision der Statuten, muss öffentlich beurkundet werden. Zu diesem Zweck amtiert als Notar Herr Walter-Peter Ludin, Rechtsanwalt in Luzern, den ich herzlich begrüsse. Für die heutige Generalversammlung sind als Stimmzähler bzw. Stimmzählerinnen folgende zwei Personen vorgesehen:

- Roger Lötscher
- Bettina Schibli

Das Stimmbüro ist mit Nicole Frei-Erni und Monika Peter-Koller besetzt. Nicole Frei-Erni übernimmt die Leitung des Büros. Ihnen allen danke ich für die Übernahme dieser Ämter.

Ich stelle fest, dass die Einberufung zur Generalversammlung ordnungsgemäss mit Aktionärsschreiben vom 12. April 2019 erfolgt ist. Zusätzlich ist die Einladung in der «Luzerner Zeitung» sowie im «St. Galler Tagblatt» und ihren jeweiligen Regionalausgaben publiziert worden.

Das Aktienbuch wurde mit Stichtag 10. April 2019 geschlossen. Alle eingetragenen Aktionäre wurden statutenkonform zur heutigen GV eingeladen. Sobald die definitiven Präsenzzahlen vorliegen, werde ich Sie über die Anzahl der anwesenden Aktionäre und der hier vertretenen Stimmen informieren.

Gemäss unseren Statuten lagen alle Unterlagen, zusammen mit dem Protokoll der letztjährigen Generalversammlung vom 14. Mai 2018, ab dem 16. April 2019 am Sitz der Gesellschaft zur Einsicht auf.

Die Abstimmungen und Wahlen erfolgen gemäss Art. 16 unserer Statuten in der Regel offen. Eine geheime Abstimmung oder Wahl muss stattfinden, wenn einer oder mehrere Aktionäre, die zusammen über mindestens 10 Prozent der vertretenen Stimmen verfügen, dies verlangen oder wenn ich es so anordne.

Wenn Sie das Wort wünschen, bitte ich Sie, jeweils ein Mikrofon zu benutzen und Ihren Namen und Wohnort anzugeben, damit Ihr Votum protokolliert werden kann. Ich mache Sie darauf aufmerksam, dass wir die Generalversammlung für die Protokollierung auf Tonband aufnehmen.

Ich stelle fest, dass unsere Revisionsstelle PricewaterhouseCoopers durch Herrn Norbert Kühnis vertreten ist, den ich hier ebenfalls begrüsse.

1. Berichterstattung

Vorlage des Aktionärsberichts und der Jahresrechnung 2018 sowie Kenntnisnahme des Berichts der Revisionsstelle.

Wir kommen zum Traktandum 1, zum Bericht des Verwaltungsrates über das Geschäftsjahr und zur Jahresrechnung 2018. Sie haben alle den Aktionärsbericht erhalten, sodass wir uns hier auf die wesentlichen Zahlen und Eckdaten beschränken können.

Wir werden die Berichterstattung wie folgt vornehmen: Ich werde zunächst auf unser Marktumfeld eingehen. Danach wird Jörg Schnyder kurz über das vergangene Jahr aus Sicht der NZZ-Regionalmedien berichten sowie die finanzielle Berichterstattung übernehmen. Schliesslich wird Sie Axel Wüstmann über die aktuelle Situation von CH Media informieren.

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre

Früher war es normal, dass man die Zeitung 40 Minuten zu Beginn des Tages las. Welche, das hing vom jeweiligen Milieu ab. Leser und Leserinnen waren Abonnenten, Geld verdiente man vor allem mit Werbung. Heute werden nicht weniger Medien genutzt, ganz im Gegenteil: mehr, wie Sie auf dem Schaubild sehen können, doch der Konsum ist sehr unterhaltungslastig. Die Nutzung im News-Bereich blieb absolut ungefähr konstant, doch verteilt sie sich auf tausende von Titeln und Kanälen/Geräten. Und sie findet je länger je mehr vor allem auf dem Mobile statt. Mit Werbung verdient man nach wie vor Geld. Jedoch gehen die Umsätze Jahr für Jahr zurück. Letztes Jahr waren es im Print -14% in der Schweiz. Und digital fließen mehr als 90% des Wachstums ins Silicon Valley: Der Anteil amerikanischer Firmen wie Facebook und Google am Kuchen beträgt bereits jetzt rund 25% am gesamten Werbemarkt – auch in der Schweiz.

Es gibt aber auch positivere Trends. Drei möchte ich herausstreichen:

- Qualitätsjournalismus nimmt wieder an Bedeutung zu. Im Zeitalter der Informationsflut und Fake-News wächst das Bedürfnis nach Glaubwürdigkeit – und nach Medienmarken, die diese Glaubwürdigkeit leben und vermitteln.
- Bezahlmodelle für Inhalte beginnen in gewissen Märkten zu greifen.
- Gleichzeitig wird die News-Nutzung immer vielfältiger. Aktuell sehen wir zum Beispiel ein starkes Wachstum im Audio-Bereich, was auch Chancen bietet.

Es gibt also durchaus Chancen. Um uns im Markt weiterhin durchzusetzen, können wir aber nicht einfach auf die alten Rezepte setzen. Denn die heutigen Konsumenten verändern ihre Präferenzen laufend. Lange Zeit haben wir uns zu stark auf unsere Produkte und unsere eigenen Vorstellungen fokussiert. Das geht heute nicht mehr. Die Kunden und ihre Bedürfnisse müssen für uns im Zentrum stehen.

Um auf veränderte Kundenbedürfnisse eingehen zu können, müssen wir diese Bedürfnisse zunächst einmal besser verstehen und die gewonnenen Informationen dann bei der Gestaltung und Vermarktung unserer Produkte gezielt einsetzen. Dafür braucht es nicht nur moderne Technologien und neue Kompetenzen im Bereich der Datenanalyse. Es braucht vor allem auch eine andere Denkhaltung und Zusammenarbeit.

Ob NZZ-Mediengruppe, CH Media oder RMH Regionalmedien AG: Diese kulturelle Transformation wird in den nächsten Jahren ein wesentlicher Teil unserer Arbeit und ein wichtiger Erfolgsfaktor sein.

Für den Rückblick auf das Geschäftsjahr 2018 und die finanzielle Berichterstattung übergebe ich das Wort nun an Jörg Schnyder.

Jörg Schnyder übernimmt das Wort.

Guten Abend geschätzte Aktionärinnen und Aktionäre

Ich werde auf den Geschäftsrückblick eingehen und mich in diesem Jahr bewusst kürzer halten, da der Fokus auf das ab dem 1. Oktober 2018 gestartete Joint Venture gerichtet ist.

Die Geschäftsaktivitäten waren im letzten Jahr stark von den vom VR-Präsident geschilderten Umsatztrends geprägt. Im Bereich der regionalen Publizistik haben wir vor allem mit einer verstärkten Digitalisierung durch die Lancierung von den neuen Newsportalen und Newsapps für die Luzerner Zeitung und das St. Galler Tagblatt und ihre jeweiligen Regionalausgaben reagiert. So können unsere Kunden nun ein Abonnement in drei verschiedenen Varianten bestellen: Digital, Digital plus und Print & Digital. Das neue Angebot stösst auf grosses Interesse. Bis Ende 2018 haben sich insgesamt 120'000 Personen registriert, und über 1'000 Kunden haben das neu geschaffene Digitalangebot gekauft. Trotz dem angespannten Marktumfeld, in dem wir uns bewegen, ist es uns gelungen, die Leserzahlen stabil zu halten, nicht zuletzt dank der lokalen Verankerung. Gemäss der Werbemedienforschung weist die Luzerner Zeitung und ihre Regionalausgaben 284'000 und das St. Galler Tagblatt und seine Regionalausgaben 269'000 Leserinnen und Leser aus.

Bei den elektronischen Medien können wir positive Entwicklungen festhalten. Radio Pilatus erzielte mit 257'400 Hörerinnen und Hörern neue Rekordwerte. Auch unser Radio FM1 in der Ostschweiz erreicht mit 255'500 Hörerinnen und Hörer einen neuen Rekord. Beide Sender sind somit in ihren Regionen die Nummer eins, also noch vor dem werbefreien SRF.

Unter der Plattform der beiden Radios entwickelt sich auch das Veranstaltungsgeschäft stark. Die Radio Pilatus Comedy Night und der Radio Pilatus Schneetag wurden erfolgreich ausgebaut, und Lo & Leduc haben das Publikum an drei Abenden im ausverkauften KKL begeistert. In der Ostschweiz konnten wir mit den Grossveranstaltungen Auffahrtslauf und Olma Radio City die Teilnehmer- und Umsatzzahlen deutlich steigern.

Auch die lokalen TV-Sender konnten mit ihren neuen bzw. bewährten Formaten wie die Übertragung des Schwingfestes und der Fasnacht in der Zentralschweiz und mit «Menschen in der Ostschweiz» zu einer guten Entwicklung beitragen.

Wegen der Werbemarktentwicklung musste kostenseitig weiter gespart werden. Zwischen den Zentral- und Ostschweizer Medien wurden weitere Synergien realisiert. Aus Kostengründen wurde auch entschieden, dass die Luzerner Zeitung und ihre Regionalausgaben nicht mehr in Adligenswil, sondern im Druckzentrum von Tamedia in Zürich gedruckt werden. Dort wird auch bereits seit einigen Jahren die NZZ gedruckt.

Bevor ich jetzt die wichtigsten Finanzzahlen erläutere, möchte ich Sie auf die wichtigsten Änderungen in der finanziellen Berichterstattung hinweisen. Bis und mit Geschäftsjahr 2017 waren ausschliesslich Firmen der LZ Medien in der Jahresrechnung enthalten und konsolidiert dargestellt. Mit der rückwirkend auf den 1. Januar 2018 erfolgten Fusion der LZ Medien mit Tagblatt Medien waren vom 1. Januar 2018 bis 30. September 2018, also für 9 Monate, die ehemaligen Firmen der beiden Mutterhäuser in der Jahresrechnung enthalten und voll konsolidiert dargestellt. Per 1. Oktober wurden alle Tochtergesellschaften der LZ Medien und Tagblatt Medien ins Joint Venture CH Media eingebracht. Die entsprechenden Umsätze und Aufwendungen sind ab diesem Zeitpunkt nicht mehr in der Jahresrechnung der RMH Regionalmedien AG enthalten. Dafür ist neu in der Erfolgsrechnung das 50%-Ergebnis der CH Media berücksichtigt. Die konzessionierten TV-Sender Tele 1 und TVO sind weiterhin voll konsolidiert. Das führt zu dem sehr stark eingeschränkten Vorjahresvergleich. Deshalb zeige ich auf der folgenden Folie auch sogenannte adjustierte Zahlen, um den Vorjahresvergleich aussagekräftiger machen zu können.

Ich beginne mit der Umsatzentwicklung und konzentriere mich auf den Vorjahresvergleich. Der im Aktionärsbericht ausgewiesene Umsatz hat stark zugenommen, ist aber eben wegen der Fusion der LZ Medien mit den Tagblatt Medien nicht mit dem Vorjahr vergleichbar. Darum haben wir für das Geschäftsjahr 2017 den Umsatz der Tagblatt Medien in der Höhe von 222 Millionen Franken inkludiert und für das 4. Quartal im Geschäftsjahr 2018 den Umsatz von 213 Millionen Franken der ehemaligen LZ Medien und der Tagblatt Medien, die beide seit dem 4. Quartal Bestandteil der CH Media sind, mitberücksichtigt. So lässt sich ein Umsatzrückgang von 4% festhalten. Dieser Umsatzrückgang ist fast ausschliesslich auf den Einbruch im Werbemarkt Print zurückzuführen, zusätzlich verschärft durch den Konkurs des Vermittlers Publicitas. Im Nutzermarkt waren die Umsätze nur leicht rückläufig, im digitalen Werbemarkt konnte leicht zugelegt werden.

Das operative Ergebnis, der EBIT, ist für den Vorjahresvergleich auch adjustiert dargestellt. Der im Aktionärsbericht ausgewiesene EBIT hat zugenommen, ist aber letztendlich analog dem Umsatz auch nicht vergleichbar mit dem Vorjahr. Deshalb haben wir auch hier ein Adjustment vorgenommen. Für das Geschäftsjahr 2017 wurde der EBIT der Tagblatt Medien inkludiert, und für das Geschäftsjahr 2018 wurde dem EBIT des 4. Quartals 2018 eine einmalige

Sonderbelastung für das in der CH Media durchgeführte Integrationsprogramm aufgerechnet. Im Ergebnis lässt sich eine leichte EBIT-Steigerung von 12,5 auf 12,9 Millionen Franken resp. 3% festhalten. Dazu beigetragen hat vor allem die positive Entwicklung bei den elektronischen Medien, aber auch die rechtzeitige Einleitung von Kosteneinsparungen beim Zeitungsgeschäft.

Das Gruppenergebnis hat abgenommen. Auch hier haben wir ein Adjustment vorgenommen und im 2017 das Gruppenergebnis vom Tagblatt inkludiert und für das 4. Quartal wiederum die Sonderbelastung für das in der CH Media erfolgte Integrationsprogramm aufgerechnet. So lässt sich beim Gruppenergebnis ein Rückgang von 12.6 auf 9.2 Millionen Franken festhalten. Dieser Rückgang ist vollumfänglich auf das im Geschäftsjahr 2018 stark negativ resultierende Finanzergebnis zurückzuführen. Im Dezember 2018 verzeichneten wir hohe Kurseinbussen bei den Wertschriften, im Geschäftsjahr 2017 hingegen profitierten wir von einer sehr starken Wertschriftenperformance.

Zum Schluss noch 4 weitere Kennzahlen, welche aber aufgrund des seit dem 1. Oktober 2018 bestehenden Finanzholdingcharakters der RMH nicht mehr mit dem Vorjahr vergleichbar und auch nicht adjustierbar sind. Der Cash Flow aus Geschäftstätigkeit hat abgenommen auf 7 Millionen Franken. Diese Abnahme ist vor allem darauf zurückzuführen, dass die Beteiligung CH Media seit dem 1. Oktober 2018 at equity geführt wird und hier letztendlich nicht mehr wirksam wird.

Die netto Finanzsituation, d.h. die freien Cash-Mittel in der RMH, betragen 70.6 Millionen Franken. Das Eigenkapital beträgt 130,9 Millionen Franken. Diese Zunahme liegt vor allem in der Fusion der LZ Medien mit Tagblatt Medien begründet. Der Eigenfinanzierungsgrad beträgt 98% und ist deshalb so hoch, weil die RMH-Bilanz nun einen Finanzholdingcharakter hat. Bis und mit Geschäftsjahr 2017 war die LZ Medien mit ihren Tochtergesellschaften voll konsolidiert. Per Ende 2018 sind nur noch die TV-Gesellschaften Tele 1 und TVO voll konsolidiert, und die 50%-Beteiligung CH Media ist zum Eigenkapitalwert in der Bilanz berücksichtigt.

Das waren die wesentlichen Ausführungen zum vergangenen Geschäftsjahr. Ich darf das Wort an Felix Graf zurückgeben.

Felix Graf übernimmt das Wort.

Sehr geehrte Damen und Herren

Am 1. Oktober 2018 hat CH Media seine operative Tätigkeit aufgenommen. Wir werden als RMH Regionalmedien AG das Gemeinschaftsunternehmen sehr eng begleiten und strategisch über den Verwaltungsrat führen. Zudem gibt es insbesondere im Technologie-Bereich eine enge Zusammenarbeit, da CH Media auf die NZZ-Technologie migrieren wird, was uns allen Skalen-Vorteile ermöglicht.

Operativ wird CH Media von Axel Wüstmann geleitet. Er führt eine Unternehmensleitung, die sich aus Spezialisten der früheren AZ Medien und der NZZ-Regionalmedien zusammensetzt. Was CH Media genau ist und macht, wird er Ihnen jetzt gleich selbst erläutern. Bitte Axel.

Axel Wüstmann übernimmt das Wort.

Vielen Dank, lieber Felix, guten Abend sehr verehrte Damen und Herren

Vielen Dank, dass ich hier heute Abend vor Ihnen, den Aktionärinnen und Aktionären der RMH Regionalmedien AG, sprechen darf, auch wenn CH Media erst seit Oktober 2018 besteht. Ich möchte Ihnen in den nächsten 15 Minuten das neue Schweizer Medienhaus CH Media vorstellen.

- Warum gibt es CH Media?
- Was macht CH Media?
- Wo soll die Reise hingehen?
- Warum also gibt es CH Media?

Diese Zeiten gehören der Vergangenheit an. Die Zeit, als die Zeitung das einzige Medium war, um Nachrichten, Unterhaltung und Services zu erhalten. Services wie Stellenanzeigen, gebrauchte Autos, neue Wohnungen. Auch die Zeit,

als die Druckerei und der Vertrieb in den Briefkasten die lokale Monopolstellung für die Verlage zementierte, ist vorüber.

Man kann es schliesslich drehen und wenden, wie man möchte. Der entscheidende Grund, weshalb es CH Media gibt, ist dieser: Der technologische Wandel. Gäbe es kein Radio, kein Fernsehen, kein Internet und eben kein iPhone, gäbe es vermutlich auch CH Media nicht. Der technologische Wandel führt zu neuen Angeboten und vor allem zu massivem Wettbewerb. Wettbewerb um die Gunst der Leser, unserer Kunden und deren Zeit und Geld. Die Mediennutzung steigt, die Anzahl der Kanäle und Angebote nimmt ständig zu. Immer neue Marken buhlen um die Aufmerksamkeit der Nutzer. Und das leidtragende Medium ist Print. Felix Graf hat es bereits erwähnt. Und das heisst für uns Folgendes: Sinkende Umsätze im Kerngeschäft - dem Printgeschäft – und steigende Kosten für die Entwicklung von neuen Angeboten, vor allem im Digitalbereich.

Dies sind die zwei grossen Herausforderungen. Beide Herausforderungen lassen sich besser bewältigen, wenn man grösser ist. Könnten wir nur einen Pfeil drehen, sähe die Welt anders aus. Diesen Trend können Sie auf der ganzen Welt beobachten. Und auch die vorübergehende Lösung, die Konsolidierung. Es braucht zwingend grössere Unternehmen, die mehr Zeit und Kraft und Mittel haben, sich in diesem Umfeld erfolgreich zu bewegen.

Es gibt aber noch einen zweiten wichtigen Grund, weshalb es CH Media gibt: Die ehemaligen NZZ-Regionalmedien und die ehemaligen AZ Medien sind nahezu identische Unternehmen. Beide Unternehmen sind im Kern Regionalzeitungshäuser, beide stehen der liberalen Publizistik nahe, beide betreiben TV- und Radio-Stationen in ihren Regionen, beide betreiben Druckereien, und beide sind mit je rund 230 Millionen Franken Umsatz und ca. 1.000 Mitarbeitenden ähnlich gross. Dies hat dann auch zu dem Satz geführt: „Es kommt zusammen, was zusammengehört.“

Kommen wir zu «Was macht CH Media». Unser Kerngeschäft sind Zeitungen. Regionale Tageszeitungen. CH Media betreibt in 13 Kantonen neben den Zeitungen aber auch lokale Anzeiger, TV- und Radio-Stationen sowie Onlineangebote. Wir publizieren Zeitschriften und Bücher und betreiben Druckereien an 4 Standorten.

Die Zeitungen machen immer noch ca. die Hälfte unseres Geschäftes aus. CH Media besteht aus insgesamt über 80 Marken. Was nach ganz schön viel und kleinteilig aussieht, ist auch Teil des Erfolges von CH Media. Wir halten gute oder sehr gute Marktpositionen in vielen Märkten in der Deutschschweiz.

- Im Markt der Bezahlzeitungen sind wir die Nr. 2 mit einer Reichweite von knapp 1 Million Lesern.
- Im Markt der TV-Sender sind wir – zwar mit riesigem Abstand zur SRG – die Nr. 2 - aus Sicht der privaten TV-Stationen in der Schweiz sind wir die Nr. 1.
- Im Radiogeschäft sind wir mit Abstand die Nr. 1 und betreiben mit Radio Pilatus, FM1, Radio Argovia und Radio 24 die 4 grössten privaten Radiostationen.
- Im Digitalgeschäft mit publizistischen Angeboten sind wir die Nr. 3 – leider mit sehr grossem Abstand zu Ringier und Tamedia.

Mit 2.200 Mitarbeitenden erzielten wir im 2018 einen sogenannten Proforma-Umsatz von rund 480 Millionen Franken.

Auch wenn unser Unternehmen einen diversifizierten Eindruck macht, gibt es zwei grosse Herausforderungen:

1. Die Abhängigkeit vom Zeitungsgeschäft - wir nennen es Publishing - ist mit über 50% zu hoch und
2. der Anteil digitaler Erlöse ist mit knapp 5% zu niedrig.

Wo soll die Reise hingehen? Vorweg: Unsere beiden Aktionäre, die NZZ – in Form der RMH Regionalmedien AG – als auch die AZ Medien stehen für liberalen Journalismus und das regionale Mediengeschäft in der Schweiz. Diese Tatsache alleine fokussiert uns bereits.

Wir machen also Medien, regionale Medien in der Schweiz. Dafür stehen wir. Und bevor man einen Weg beschreibt, muss man wissen wohin dieser Weg führen soll:

1. Wir wollen als CH Media im Kern ein Regionalmedienhaus bleiben. In der Region haben wir unsere Wurzeln und unseren Wettbewerbsvorteil.
2. Wir wollen alle Medienkanäle bespielen, auch weil wir glauben, dass wir damit unseren Lesern und Kunden auch in Zukunft ein besseres Angebot machen können.
3. Und wir müssen vor allem digitaler werden. Eine unserer grössten Herausforderungen – ich erwähnte es bereits - ist der niedrige Anteil an digitalen Erlösen und die hohe Abhängigkeit von der Zeitung.

Entsprechend sind unsere Prioritäten aktuell die folgenden:

- Konsolidierung unserer Publishing-Aktivitäten und Fokussierung unseres Portfolios. Wir werden weiter sparen müssen, und wir sind am Schluss in manchen Bereichen zu kleinteilig unterwegs.
- Wir werden in unseren Kernmärkten – vor allem bei den Bezahlzeitungen sowie im Bereich TV und Radio - die digitale Transformation unserer Marken vorantreiben.
- Wir werden die Diversifikation unseres Portfolios durch den gezielten Ausbau der Bereiche TV, Radio und Digital forcieren.

Das klingt wie die Quadratur des Kreises. Und gewissermassen ist es das auch.

- Wie im November letzten Jahres kommuniziert stehen wir aktuell mitten in der Umsetzung unseres Integrationsprogrammes. Wir werden bis Ende 2020 rund 200 Arbeitsplätze abgebaut und ca. 45 Millionen Franken an Kosten gespart haben. Das ist dem schieren Zwang geschuldet, sonst rutschen wir in die Verlustzone. Wichtig dabei: Die beiden Unternehmen, aus denen CH Media hervorgegangen ist, hätten dies auch alleine tun müssen.
- Wir werden gleichzeitig in die digitale Transformation unserer Zeitungen investieren und vor allem das digitale und regionale Angebot ausbauen und dabei auch kostenpflichtig machen. Dies wird Zeit in Anspruch nehmen. Es gibt hier keine schnellen Lösungen.
- Wir werden weiter in den Ausbau unseres TV- und Radio-Portfolios investieren – ich erwähnte dies bereits.
- Und wir werden auch unser Portfolio fokussieren – Sie haben es gesehen, 80 Marken, ein derart grosses aber auch kleinteiliges Portfolio – wir werden uns konzentrieren müssen.

Die Herausforderungen in den kommenden Monaten sind entsprechend gross. Sparen und investieren wird Hand in Hand gehen. Gehen müssen. Alleine in den ersten 3 Monaten verlieren wir - vor allem im klassischen Print-Werbe- markt - rund 5 Millionen Franken an Umsatz verglichen zum Budget. Der Markt bleibt also enorm herausfordernd, und es wird alle Anstrengungen brauchen, die anspruchsvollen Ziele über die nächsten Jahre zu erreichen.

Dieser skizzierte Weg ist doppelt anspruchsvoll, da wir uns mitten in der Fusion der beiden Unternehmen NZZ Regionalmedien und AZ Medien befinden. Auch wenn sich die beiden Unternehmen sehr ähnlich sind, gibt es doch Unterschiede. Auch kulturelle. Führungsstile unterscheiden sich, und lokale Gegebenheiten sind unterschiedlich. Die Nähe zum Leser, zum Kunden, zur Politik hingegen ist vergleichbar. Aber eben in vielen Regionen. Von Luzern bis St. Gallen, von Bern über Solothurn, von Aarau bis nach Basel. In dieser Situation die Waage zu halten zwischen zentraler Steuerung, Synergien und regionaler Verwurzelung – beispielsweise durch die lokalen Redaktionen und die Verkaufsmannschaften in der Region - ist eine Herausforderung. Entsprechend anspruchsvoll ist der Weg.

Was heisst das für Sie? Wir bleiben im Kern ein regionales Medienhaus. In der Schweiz. In der Region verwurzelt. Wir werden die nötige Geduld und Mittel aufbringen, um die digitale Transformation vor allem der Zeitung voranzutreiben. Wir wollen damit dem Journalismus mittelfristig wieder ein zukunftsfähiges Geschäftsmodell geben. Heute ist dieses stark in Frage gestellt.

Es ist die Frage, die alle bewegt: „Wie genau funktioniert Journalismus in einer digitalen Zukunft?“

Funktioniert heisst für uns als Unternehmen vor allem auch unabhängig und wirtschaftlich tragfähig. Und wie kommen wir dort hin? Diese Frage bewegt die Medienhäuser, Bürger und auch die Politik. Und es ist vor allem auch eine gesellschaftliche Frage. Meinungsvielfalt geht uns schliesslich alle an.

Um die nötigen Mittel für Investitionen auf diesen Weg und damit für die Zukunft unseres Unternehmens bereitstellen zu können, werden wir weiter kostenbewusst sein und auch vor harten Entscheidungen nicht zurückschrecken. Nicht zurückschrecken dürfen. Der Weg ist mit viel Unsicherheit gepflastert. Und die Gewinnerwartungen aus der Vergangenheit können in dieser anspruchsvollen Phase zwangsläufig nicht der Massstab sein. Wir werden – und das kann ich Ihnen versprechen – alles dafür tun, um in der Schweiz und im Schweizer Medienmarkt eine gewichtige Rolle zu spielen, wenn es darum geht, die Zukunft in unserer Branche zu gestalten. Entsprechend kann ich Sie als Aktionäre heute nur um Geduld und eine langfristige Perspektive sowie Vertrauen bitten.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Axel Wüstmann gibt das Wort zurück an Felix Graf.

Meine Damen und Herren, Voraussetzung für den Erfolg eines Unternehmens sind motivierte und engagierte Mitarbeitende. Wir gehen durch herausfordernde Zeiten. Umso wichtiger sind darum die enormen Leistungen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und unseres Kaders. Daran hat unsere neue Unternehmensstruktur nichts geändert. Und ihnen allen gilt meine besondere Anerkennung und mein grosser Dank.

Bevor wir nun abstimmen, gebe ich Ihnen noch die für die Abstimmungen gültigen Zahlen bekannt.

Total anwesende Aktionäre:	120
Total vertretene Aktien/Stimmrechte:	726'184 (100%)
alles Namenaktien mit Nennwert von je CHF 0.30:	97.41% aller Stimmrechte (745'500)

Durch Aktionäre vertretene Aktien:	726'184 (100%)
---	----------------

Es sind weder Depotvertreter im Sinne von Art. 689d OR noch Organ- oder unabhängige Stimmrechtsvertreter im Sinne von Art. 689c OR anwesend.

Absolutes Mehr der vertretenen Stimmen:	363'093
2/3 Mehrheit der vertretenen Stimmen:	484'124
10% der vertretenen Stimmen:	72'618

Damit ist die heutige Versammlung ordnungsgemäss konstituiert und für die vorgesehenen Traktanden beschlussfähig.

2. Aktionärsbericht und Jahresrechnung 2018

Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung, den Aktionärsbericht und die Jahresrechnung 2018 zu genehmigen.

Die Revisionsstelle PWC hat ihren Bericht schriftlich abgegeben und mir versichert, dass sie zu ihren Berichten keine Ergänzungen hat.

Gibt es Fragen zur Jahresrechnung?

Daniel Brunner aus Zug wünscht das Wort:

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre, vor einem Jahr konnten die meisten Anwesenden als Aktionäre begeistert den Bericht über die Zunahme der Online-Zugriffe lesen. Kurz nach der letzten GV hat die Luzerner Zeitung und der ganze Verbund die Software der NZZ übernommen. In der Folge konnten Leser analog NZZ nicht mehr online diskutieren, und es wurde relativ harsch eine Bezahlschranke eingeführt.

Ich möchte wissen, wie sich die Online-Zugriffe seither entwickelt haben. Konnte das Niveau gehalten werden, oder sind sie eingebrochen? Wir können im Geschäftsbericht lesen, dass ganze 1'000 Online-Abos verkauft wurden, was

nicht sehr viel ist. Der Bestand der zahlenden Kunden hat im 10'000-er-Bereich abgenommen. Gerne bitte ich um Ihre Auskunft, wie viele zahlende Kunden der Zeitungsverband verloren hat.

Ich finde es bedauerlich, dass mit dem Abbau der redaktionellen Leistungen gleichzeitig die Online-Kommentarfunktion für die Leser sehr stark eingeschränkt wurde, obwohl ich auch sehr viele Kommentare vom Ton her nicht annehm finde. Dazu hätte ich gerne eine Aussage von Ihnen. Ihr sagt ja, dass ihr Regionalmedien seid. Dazu braucht es regionale Vielfalt und regionale Diskussionen. Weshalb wurden diese eingeschränkt? Soviel ich weiss, ist die Ausschaltung der Kommentarfunktion technisch nicht zwingend. Ich nehme an, es bedeutet auch keinen grossen Aufwand, die Kommentare zu moderieren.

Aus diesem Grund mache ich auch beliebt, dass wir uns keine Sonderdividende auszahlen lassen. Diese ist ja grösser als der Gewinn und stellt eine Auszahlungsrate von fast 200% dar. Statt einer Überweisung an die NZZ wäre es besser, wenn unsere Gesellschaft der NZZ ein Darlehen anbietet, wenn sie es benötigt. Aber vielleicht ist es besser, wir gewähren das Darlehen der CH Media, diese macht etwas Besseres daraus, auch publizistisch. Dieser Antrag ist für Traktandum 4 «Verwendung des Bilanzgewinns» vorgesehen.

Ausserdem habe ich noch eine Frage zu den Finanzen, auch wenn ich annehme, dass Sie mir keine Zahlen offenlegen wollen. Herr Schnyder, Sie sind über die Zahlen im Bild. Wir haben vorhin gehört, dass wir von Skalenerträgen profitieren können. Ich behaupte jedoch, dass die NZZ zu viel für ihre Software und für die zentralen Dienstleistungen verlangt. Ich beobachte diese AG schon länger, und ich würde behaupten, dass sie ihr Verhalten nicht geändert hat. Ich wäre sehr dankbar, wenn Sie uns Aktionären zahlenmässig transparent bekanntgeben würden, wie viele Millionen Franken pro Jahr wir der NZZ für ihre technischen und Management-Dienstleistungen bezahlen.

Besten Dank!

Axel Wüstmann beantwortet die Fragen zum Rückgang der zahlenden Kunden und zur Kommentarfunktion.

Vielen Dank für Ihre Fragen. Ich überlege mir, ob ich Sie als Aktionär oder als Abonnent und Bürger ansprechen soll, wahrscheinlich als beides. Ich möchte trotzdem zuerst Ihnen als Aktionär antworten. Das Problem, welches alle Medienhäuser haben, ist das folgende: Die Zeitungen verlieren seit einigen Jahren 30, 40 oder 50 Millionen Franken an Erlös aus dem Werbe- aber auch aus dem Abonnementsmarkt. Die Online-Werbeerlöse aus den Portalen in St. Gallen und Luzern können im optimalen Fall mit 1, 2 oder 3 Millionen Franken beziffert werden. Das heisst, es fehlen 25 oder 30 Millionen Franken in der Kasse. Entsprechend sparen alle Verlage. Das Online-Geschäftsmodell mit der werbefinanzierten Seite ist ein extrem schwieriges, und nur bei wenigen wie 20 Minuten funktioniert es. Entsprechend machen alle Verlage das Gleiche: Sie müssen darum besorgt sein, dass sie vom ehemaligen Print- und zukünftigen Digitalabonnenten auch für ihr Online-Angebot Geld erhalten. Deshalb führen fast alle Verlage in irgendeiner Form digitale Abonnements ein. Dass die Bezahlschranke hart wirkt für den Leser, der immer frei konsumieren konnte, ist nachvollziehbar. Die Schwierigkeit, vor der wir stehen, ist die Alternativlosigkeit, um von unseren Lesern Geld zu erhalten. Aktuell ist die Zahl der Online-Abos viel zu klein. Wir hätten gerne mehr, und die Zahl, die sie genannt haben, ist ungefähr richtig. Per Jahresende verzeichnen wir ca. 1'000 reine digitale Abonnements, dazu kommen noch andere Abonnemente wie E-Paper. Im Moment verlieren wir 3-4% unserer Printauflage, welche zurzeit für die gesamte CH Media bei rund 330'000 liegt. D.h., der Rückgang beträgt rund 15'000 Abos pro Jahr. 1'000 Online-Abos sind zu wenig. Deshalb müssen wir über die nächsten Jahre einen steinigen Weg bewältigen. Gleichzeitig wird der Kostendruck zunehmen.

Zu Ihrer Frage, weshalb die Kommentarfunktion deaktiviert wurde: Das war keine einfache Entscheidung. Es ist richtig, dass der Leserbrief heutzutage durch den Online-Kommentar ersetzt wird. Es ist aber sehr schwierig für uns, Kommentare zu kontrollieren. Es gibt viele Kommentare, die möchten Sie alle nicht lesen, und sie müssen alle einzeln überwacht werden. Wenn wir mit Facebook vergleichen: Dort überwachen rund 5'000 Mitarbeitende die Kommentare, über diese Ressourcen verfügen wir nicht. Das heisst, wir mussten uns entscheiden, wie gut wir die Kommentare kontrollieren können versus wie viel Freiheit wir gewähren wollen. Wir haben uns entschieden, die Kommentarfunktion auszuschalten. Es gibt mehrere Medien, auch Qualitätsmedien, die die Funktion ausgeschaltet haben, und es gibt Qualitätsmedien, die sie aktiviert lassen. Unser Entscheid war eine Mischung aus publizistischen und Imagegründen.

Felix Graf ergänzt:

Künftig werden wir versuchen, die Kommentierung zu öffnen, denn wir teilen die Ansicht, dass dies eine wichtige Form des Dialogs ist. Dabei wird uns sicher auch die Technologie helfen, die im Stande ist, zu identifizieren, welche Themen für Kommentare geeignet sind und welche nicht. Bei fast allen Qualitätsmedien hat sich gezeigt, dass kontroverse Themen wie z.B. zu Palästina und Israel nicht geöffnet werden können zur Kommentierung. Wir befinden uns also in einem diesbezüglichen Spannungsfeld.

Zum Thema «zu viel an die NZZ bezahlen»: Ich kann Ihnen versichern, dass CH Media ein unabhängiges Unternehmen mit einer eigenen Aktionärsstruktur ist, welches sich in harten Verhandlungen mit der NZZ befindet. Ich glaube aber, und das ist eine Frage der reinen Logik, dass die Skala in einem Land wie der Schweiz gesucht werden muss und dass dieser Skalierungsschritt langfristig nicht der letzte sein wird. Es werden auch noch andere Verlage IT-seitig zusammenarbeiten und eine Skalierung herbeiführen müssen. Über die Vergangenheit und zu Ihrer Sicht der Überbezahlung möchte ich mich nicht äussern, wir sprechen hier über den Geschäftsbericht 2018.

Gibt es weitere Fragen? Dies ist nicht der Fall. Somit kommen wir zur Abstimmung.

Beschluss:

Die Generalversammlung genehmigt den Aktionärsbericht 2018 und die Jahresrechnung 2018 der RMH Regionalmedien AG grossmehrheitlich.

3. Entlastung der Mitglieder des Verwaltungsrates und der geschäftsführenden Organe

Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung, den Mitgliedern des Verwaltungsrates und den geschäftsführenden Organen für das Jahr 2018 Entlastung zu erteilen.

Wird hierzu das Wort gewünscht? Dies ist nicht der Fall. Die Mitglieder des Verwaltungsrats und der geschäftsführenden Organe sind bei dieser Abstimmung vom Stimmrecht ausgeschlossen.

Beschluss:

Die Generalversammlung erteilt dem Verwaltungsrat und den geschäftsführenden Organen grossmehrheitlich die Entlastung für das Jahr 2018.

4. Verwendung des Bilanzgewinns

Der Generalversammlung stehen für die Gewinnverteilung zur Verfügung:

CHF 22 652 851.38 Gewinnvortrag am 1.1.2018
CHF 15 397 812.18 Jahresgewinn 2018
CHF 38 050 663.56 Bilanzgewinn am 31.12.2018 zur Verfügung der Generalversammlung

Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung, den Bilanzgewinn von CHF 38 050 663.56 wie folgt zu verwenden:

CHF 5 964 000.00 als ordentliche Dividende (8 Franken pro Aktie) auf den dividendenberechtigten Aktien
CHF 5 218 500.00 als Sonderdividende (7 Franken pro Aktie) auf den dividendenberechtigten Aktien
CHF 22 320.00 Zuweisung an die gesetzlichen Gewinnreserven
CHF 26 845 843.56 als Vortrag auf neue Rechnung

Wir schlagen Ihnen also eine Dividende von 8 Franken brutto pro Aktie und eine einmalige Sonderdividende von weiteren 7 Franken brutto pro Aktie vor. Das entspricht auf der Basis eines Aktienkurses von 271 Franken (Steuerwert 31.12.2018) einer Dividendenrendite von 5.5 %. Die Nettodividende ist zahlbar ab 17. Mai 2019 und wird den Aktionären gemäss den bei uns bestehenden Weisungen ausbezahlt.

Wird hierzu das Wort gewünscht?

Daniel Brunner verweist auf seinen Antrag, den er bereits in seinem Votum zu Traktandum 2 formuliert hat.

Felix Graf fragt die Generalversammlung an, ob sie über den Antrag von Daniel Brunner abstimmen möchte.

Beschluss:

Die Generalversammlung lehnt eine Abstimmung über den von Daniel Brunner in Traktandum 2 formulierten Antrag grossmehrheitlich ab.

Felix Graf führt die Abstimmung über die Verwendung des Bilanzgewinns durch.

Beschluss:

Die Generalversammlung stimmt der Verwendung des Bilanzgewinnes gemäss Antrag grossmehrheitlich zu.

5. Teilrevision der Statuten

Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung, dass die folgenden Bestimmungen der Statuten der RMH Regionalmedien AG neu wie folgt lauten bzw. aufgehoben oder neu eingefügt werden sollen:

Art. 6a Meldepflichten und Nichteinhaltung der Meldepflicht

Jede Person, die alleine oder in gemeinsamer Absprache mit Dritten Aktien der Gesellschaft erwirbt und dadurch den Grenzwert von 25 Prozent des Aktienkapitals oder der Stimmen erreicht oder überschreitet, muss der Gesellschaft innert Monatsfrist den Vor- und Nachnamen und die Adresse der natürlichen Person melden, für die sie letztendlich handelt (wirtschaftlich berechtigte Person).

Der Aktionär muss der Gesellschaft jede Änderung des Vor- oder des Nachnamens oder der Adresse der wirtschaftlich berechtigten Person melden.

Solange der Aktionär seinen Meldepflichten nicht nachgekommen ist, ruhen die Mitgliedschaftsrechte, die mit den Aktien verbunden sind, deren Erwerb gemeldet werden muss.

Die Vermögensrechte, die mit solchen Aktien verbunden sind, kann der Aktionär erst geltend machen, wenn er seinen Meldepflichten nachgekommen ist.

Kommt der Aktionär seinen Meldepflichten nicht innert einem Monat nach dem Erwerb der Aktien nach, so sind die Vermögensrechte verwirkt. Holt er die Meldung zu einem späteren Zeitpunkt nach, so kann er die ab diesem Zeitpunkt entstehenden Vermögensrechte geltend machen.

Der Verwaltungsrat stellt sicher, dass keine Aktionäre unter Verletzung der Meldepflichten ihre Rechte ausüben.

Art. 10 Befugnisse

Der Generalversammlung der Aktionäre stehen folgende unübertragbare Befugnisse zu:

1. Die Festsetzung und Änderung der Statuten.
2. Die Wahl der Mitglieder des Verwaltungsrats sowie der Revisionsstelle.
3. Die Genehmigung des allfälligen Lageberichts und einer allfälligen Konzernrechnung.
4. Die Genehmigung der Jahresrechnung sowie die Beschlussfassung über die Verwendung des Bilanzgewinns, insbesondere die Festsetzung der Dividende.
5. Die Entlastung der Mitglieder des Verwaltungsrats.
6. Die Auflösung und Fusion der Gesellschaft.
7. Die Beschlussfassung über Gegenstände, die ihr durch das Gesetz oder diese Statuten zugewiesen sind.
8. Die Beschlussfassung über Gegenstände, die ihr vom Verwaltungsrat oder einem anderen Gesellschaftsorgan unterbreitet werden.

Art. 16 Beschlussfassung Wahlen

Die Generalversammlung fasst ihre Beschlüsse und vollzieht ihre Wahlen unter Vorbehalt anderslautender Bestimmungen im Gesetz oder in den Statuten mit der absoluten Mehrheit der vertretenen Aktienstimmen.

Abstimmungen und Wahlen erfolgen in der Regel offen. Eine geheime Abstimmung oder Wahl hat stattzufinden, wenn der Vorsitzende dies anordnet oder wenn einer oder mehrere Aktionäre, die zusammen über mindestens 10 Prozent der vertretenen Stimmen verfügen, dies verlangen.

Art. 17 Quoren

Aufgehoben.

Art. 18 Zusammensetzung

Der Verwaltungsrat besteht aus einem oder mehreren Mitgliedern.

Der Verwaltungsrat konstituiert sich selbst.

Art. 19 Amtsdauer Erneuerungsrhythmus

Die Mitglieder des Verwaltungsrats und dessen Präsident werden auf eine Dauer von jeweils 1 Jahr gewählt. Eine Wiederwahl ist zulässig.

Bei Ersatzwahlen treten die neuen Mitglieder in die Amtsdauer ihrer Vorgänger ein.

Art. 20 Unübertragbare und unentziehbare Aufgaben

Dem Verwaltungsrat obliegen insbesondere die unübertragbaren und unentziehbaren Aufgaben gemäss Art. 716a OR.

Art. 21 Organisation

Zur Wahrnehmung seiner Aufgaben kann der Verwaltungsrat aus seiner Mitte Ausschüsse bestellen und diesen die Vorbereitung und die Ausführung seiner Beschlüsse oder die Überwachung der Geschäfte zuweisen.

Die Aufgaben der Ausschüsse hält der Verwaltungsrat im Organisationsreglement fest.

Er kann auch einzelne Mitglieder mit vorbereitenden oder begleitenden Sonderaufgaben betrauen.

Art. 22 Delegation Zeichnungsrecht

Unter Vorbehalt von Art. 716a OR kann der Verwaltungsrat Geschäftsführung und Vertretung ganz oder zum Teil einem aus seiner Mitte gewählten leitenden Ausschuss, allfälligen weiteren Ausschüssen, einzelnen seiner Mitglieder oder Dritten übertragen.

Inhalt, Umfang und Adressaten der Delegation, die dadurch übertragenen Aufgaben sowie die damit verbundenen Pflichten bezüglich Aufsicht und Berichterstattung werden im Organisationsreglement festgelegt.

Die Gesellschaft kann nur durch kollektive Zeichnung zweier vertretungsberechtigter Personen rechtsverbindlich vertreten werden.

Art. 26 Entschädigung

Aufgehoben.

Art. 33 Gründe

Die Gesellschaft wird aufgelöst:

1. Durch Beschluss der Generalversammlung.
2. In den vom Gesetz vorgesehenen Fällen.

Ziffer VI. Schlussbestimmung, Art. 37 Schlussbestimmung wird vollständig gestrichen.

Im Übrigen gelten die bisherigen Statuten unverändert weiter.

Felix Graf erläutert:

Wie Sie der Einladung zur heutigen Generalversammlung entnehmen konnten, beantragt der Verwaltungsrat, einzelne Statutenbestimmungen der RMH Regionalmedien AG anzupassen. Sämtliche Mutationen sind in der Einladung aufgeführt. Ich verzichte deshalb darauf, sie im Einzelnen an die Wand zu projizieren. Im Wesentlichen geht es bei dieser Teilrevision um eine Vereinfachung und Anpassung an die neue Situation.

Wird hierzu das Wort gewünscht? Dies ist nicht der Fall.

Beschluss:

Die Generalversammlung stimmt der Teilrevision der Statuten der RMH Regionalmedien AG grossmehrheitlich zu.

6. Wahl des Verwaltungsrates

Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung, sämtliche bisherige Verwaltungsräte wiederzuwählen:

Felix Graf als Verwaltungsratspräsident, Hanspeter Kellermüller als Mitglied des Verwaltungsrates sowie Jörg Schnyder als Mitglied des Verwaltungsrates.

Beschluss:

Die Generalversammlung stimmt der Wiederwahl von Felix Graf als Verwaltungsratspräsident, Hanspeter Kellermüller als Mitglied des Verwaltungsrates und Jörg Schnyder als Mitglied des Verwaltungsrates grossmehrheitlich zu.

7. Wahl der Revisionsstelle

Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung, die PricewaterhouseCoopers AG in Luzern als Revisionsstelle für die Amtsdauer von einem Jahr wiederzuwählen.

Wird hierzu das Wort gewünscht? Dies ist nicht der Fall.

Beschluss:

Die Generalversammlung wählt die PricewaterhouseCoopers AG, Luzern, grossmehrheitlich für ein weiteres Jahr als Revisionsstelle.

Von Seiten der Aktionäre sind bei uns keine Anträge eingereicht worden. Ebenso sind bei mir keine Wortmeldungen mehr offen. Ich frage der guten Ordnung halber, ob noch das Wort gewünscht wird.

Herr Sing aus Zollikon wünscht das Wort:

Ich habe eine Frage zur Personalpolitik. Ich lese jeden Tag die Luzerner Zeitung. Nun habe ich festgestellt, dass der langjährige Chefredaktor Thomas Bornhauser nicht mehr da ist. Wurde er entlassen oder hat er das Unternehmen auf eigenen Wunsch verlassen?

Felix Graf antwortet:

Danke für Ihre Frage. Thomas Bornhauser wurde pensioniert. Wenn ich richtig informiert bin, bereits vor 2 Jahren.

Jérôme Martinu, Chefredaktor der Luzerner Zeitung, präzisiert:

Thomas Bornhauser wurde im laufenden Jahr pensioniert.

Felix Graf dankt für die Präzisierung und informiert, dass Jérôme Martinu das Amt von Thomas Bornhauser übernommen hat.

Thomas Bornhauser wünscht das Wort und korrigiert:

Ich wurde im letzten September entlassen, entsprechend gehe ich im Verlaufe dieses Jahres in die Frühpension.

Felix Graf bedankt sich bei Thomas Bornhauser für das Korrigendum und fährt weiter:

Nachdem das Wort nun nicht mehr gewünscht ist, schliesse ich den statutarischen Teil der Generalversammlung.

Meine Damen und Herren, wir hatten dieses Mal den CEO von CH Media bei uns zu Gast. Nächstes Jahr wird voraussichtlich jemand aus der Chefredaktion zu Wort kommen. Journalismus aus der Region ist weiterhin unser Credo bei der RMH Regionalmedien AG. Und das wollen wir auch weiterhin an der GV zeigen.

Ich hoffe, Sie sind auch nächstes Jahr dabei. Die Generalversammlung 2020 findet am Dienstag, 12. Mai 2020 statt.

Zum Abschluss möchte ich Ihnen, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, meinen herzlichsten Dank aussprechen. Ich danke Ihnen allen für Ihre Verbundenheit mit unserem Unternehmen und ganz besonders für das Vertrauen, das Sie uns tagtäglich schenken.

Ich lade Sie nun herzlich zum Apéro-Riche im Casineum ein. Zum Wohl und en guete!

Luzern, 7. Mai 2019

Der Präsident:



Felix Graf

Für das Protokoll:



Susanne Schmidli

Annex zum Protokoll der 147. Generalversammlung der RMH Regionalmedien AG vom 7. Mai 2019

Stellungnahme des Aktionärs Daniel Brunner

Aktionär Daniel Brunner hat am 31. März 2020 Einsicht in das Protokoll der GV 2019 verlangt. Das Protokoll wurde ihm gleichentags per E-Mail zugestellt.

Dazu hat Herr Brunner eine Stellungnahme eingereicht, die der Verwaltungsrat der RMH Regionalmedien AG zur Kenntnis genommen hat. Es wurde beschlossen, die Stellungnahme auszugsweise dem Protokoll als Annex anzufügen.

Stellungnahme Daniel Brunner:

Protokoll S. 8 f., Votum des Aktionärs Daniel Brunner:

„Liebe Aktionärinnen und Aktionäre, vor einem Jahr konnten die meisten Anwesenden als Aktionäre begeistert den Bericht über die Zunahme der Online-Zugriffe lesen. Kurz nach der letzten GV hat die Luzerner Zeitung und der ganze Verbund die Software der NZZ übernommen. In der Folge konnten Leser analog NZZ nicht mehr online diskutieren, und es wurde relativ harsch eine Bezahlschranke eingeführt.“

Korrekt muss es heissen: ..., und es wurde etwas gar harsch eine harte, im Sinne des Markt- und Einnahmeerfolgs wahrscheinlich eine zu harte Bezahlschranke eingeführt, deutlich härter jedenfalls auch als bei der NZZ, die wie erwähnt neu die Software für den Online-Auftritt der LZ und ihrer Regionalausgaben „liefert“.

Ich finde es bedauerlich, dass mit dem Abbau der redaktionellen Leistungen gleichzeitig die Online-Kommentarfunktion für die Leser sehr stark eingeschränkt wurde, obwohl ich auch sehr viele Kommentare vom Ton her nicht an~~g~~enehm finde. Dazu hätte ich gerne eine Aussage von Ihnen. Ihr sagt ja, dass ihr Regionalmedien seid. Dazu braucht es regionale Vielfalt und regionale Diskussionen. Weshalb wurden diese eingeschränkt? Soviel ich weiss, ist die Ausschaltung der Kommentarfunktion technisch nicht zwingend. Ich nehme an, es bedeutet auch keinen grossen Aufwand, die Kommentare zu moderieren.

Aus diesem Grund mache ich auch beliebt, dass wir uns keine Sonderdividende auszahlen lassen. Diese ist ja grösser als der Gewinn und stellt eine Auszahlungsrate von fast 200% dar. Statt einer Überweisung an die NZZ wäre es besser, wenn unsere Gesellschaft der NZZ ein Darlehen anbietet, wenn sie es benötigt. Aber vielleicht ist es besser, wir gewähren das Darlehen der CH Media, diese macht etwas Besseres daraus, auch publizistisch.

Dieser Antrag ist für Traktandum 4 «Verwendung des Bilanzgewinns» vorgesehen.

Ausserdem habe ich noch eine Frage zu den Finanzen, auch wenn ich annehme, dass Sie mir keine Zahlen offenlegen wollen. Herr Schnyder, Sie sind über die Zahlen im Bild. Wir haben vorhin gehört, dass wir von Skalenerträgen profitieren können. Ich behaupte jedoch, dass die NZZ zu viel für ihre Software und für die zentralen Dienstleistungen verlangt. Ich beobachte diese AG schon länger, und ich würde behaupten, dass sie ihr Verhalten nicht geändert hat. Ich wäre sehr dankbar, wenn Sie uns Aktionären zahlenmässig transparent bekanntgeben würden, wie viele Millionen Franken pro Jahr wir der NZZ für ihre technischen und Management-Dienstleistungen bezahlen.

Besten Dank!

Axel Wüstmann beantwortet die Fragen zum Rückgang der zahlenden Kunden und zur Kommentarfunktion.

Vielen Dank für Ihre Fragen. Ich überlege mir, ob ich Sie als Aktionär oder als Abonnent und Bürger ansprechen soll, wahrscheinlich als beides. Ich möchte trotzdem zuerst Ihnen als

Aktionär antworten. Das Problem, welches alle Medienhäuser haben, ist das folgende: Die Zeitungen verlieren seit einigen Jahren 30, 40 oder 50 Millionen Franken an Erlös aus dem Werbe- aber auch aus dem Abonnementsmarkt. Die Online-Werbeerlöse aus den Portalen in St. Gallen und Luzern können im optimalen Fall mit 1, 2 oder 3 Millionen Franken beziffert werden. Das heisst, es fehlen 25 oder 30 Millionen Franken in der Kasse. Entsprechend sparen alle Verlage. Das Online-Geschäftsmodell mit der werbefinanzierten Seite ist ein extrem schwieriges, und nur bei wenigen wie 20 Minuten funktioniert es. Entsprechend machen alle Verlage das Gleiche: Sie müssen darum besorgt sein, dass sie vom ehemaligen Print- und zukünftigen Digitalabonnenten auch für ihr Online-Angebot Geld erhalten. Deshalb führen fast alle Verlage in irgendeiner Form digitale Abonnements ein. Dass die Bezahlschranke hart wirkt für den Leser, der immer frei konsumieren konnte, ist nachvollziehbar. Die Schwierigkeit, vor der wir stehen, ist die Alternativlosigkeit, um von unseren Lesern Geld zu erhalten. Aktuell ist die Zahl der Online-Abos viel zu klein. Wir hätten gerne mehr, und die Zahl, die sie genannt haben, ist ungefähr richtig. Per Jahresende verzeichnen wir ca. 1'000 reine digitale Abonnements, dazu kommen noch andere Abonnemente wie E-Paper. Im Moment verlieren wir 3-4% unserer Printauflage, welche zurzeit für die gesamte CH Media bei rund 330'000 liegt. D.h., der Rückgang beträgt rund 15'000 Abos pro Jahr. 1'000 Online-Abos sind zu wenig. Deshalb müssen wir über die nächsten Jahre einen steinigen Weg bewältigen. Gleichzeitig wird der Kostendruck zunehmen. (...)

Konkret müssen drei der oben wiedergegebenen Passagen korrigiert werden. Gerne mache ich folgende Textvorschläge:

(...)

Obwohl auch ich sehr viele Kommentare vom Ton her nicht angenehm finde, ist es bedauerlich, dass mit dem Abbau der redaktionellen Leistungen gleichzeitig die Online-Kommentarfunktion für die Leser praktisch abgeschafft wurde. Dazu hätte ich gerne eine Aussage von Ihnen. Ihr sagt ja, dass die Mission unserer Gesellschaft „Regionalmedien“ heisst. Dazu braucht es regionale Vielfalt und regionale Diskussionen. Weshalb wurden diese eingeschränkt? Soviel ich weiss, ist die Ausschaltung der Kommentarfunktion technisch nicht zwingend. Ich nehme an, es bedeutet auch keinen übergrossen Aufwand, die Kommentare wenigstens zu ausgewählten, insbesondere regional relevanten Artikeln zu moderieren.

(...)

Aus diesem Grund mache ich beliebt, dass wir uns keine Sonderdividende auszahlen lassen. Diese ist ja zusammen mit der ordentlichen Dividende grösser als der Gewinn und entspricht addiert einer Ausschüttungsquote von fast 200%. Statt einer Überweisung an die NZZ wäre es besser, wenn unsere Gesellschaft der NZZ z.B. ein Darlehen zu tieferem als dem Marktzins anbietet - wenn sie es denn benötigt. Aber, wer weiss, vielleicht ist es besser, wir gewähren ein solches Darlehen nicht der NZZ, sondern der CH Media, falls diese nämlich etwas Besseres daraus macht, nicht zuletzt in publizistischer Hinsicht. Und wir, die RMH, sind doch eine Gesellschaft mit publizistischer DNA, mit publizistischen Ansprüchen, oder nicht?

(...)

Axel Wüstmann beantwortet die Fragen zum Rückgang der zahlenden Kunden und zur Kommentarfunktion.

Protokoll, S. 13:

"(Der Vorsitzende/Felix Graf leitet zum Schluss der Versammlung über: *(Ergänzungsvorschlag db)*)

Von Seiten der Aktionäre sind bei uns keine Anträge eingereicht worden. Ebenso sind bei mir keine Wortmeldungen mehr offen. Ich frage der guten Ordnung halber, ob noch das Wort gewünscht wird.

Herr Sing aus Zollikon wünscht das Wort: Ich habe eine Frage zur Personalpolitik. Ich lese jeden Tag die Luzerner Zeitung. Nun habe ich festgestellt, dass der langjährige Chefredaktor Thomas Bornhauser nicht mehr da ist. Wurde er entlassen oder hat er das Unternehmen auf eigenen Wunsch verlassen?

Felix Graf antwortet: Danke für Ihre Frage. Thomas Bornhauser wurde pensioniert. Wenn ich richtig informiert bin, bereits vor 2 Jahren.

Jérôme Martinu, Chefredaktor der Luzerner Zeitung, präzisiert: Thomas Bornhauser wurde im laufenden Jahr pensioniert.

Felix Graf dankt für die Präzisierung und informiert, dass Jérôme Martinu das Amt von Thomas Bornhauser übernommen hat.

Thomas Bornhauser wünscht das Wort und korrigiert: Ich wurde im letzten September entlassen, entsprechend gehe ich im Verlaufe dieses Jahres in die Frühpension.

Felix Graf bedankt sich bei Thomas Bornhauser für das Korrigendum und fährt weiter: (...)"

Korrekt muss es heissen:

... Aktionär Vijay Singh aus Zollikon.

Im übrigen ist das Protokoll perfekt präzise!