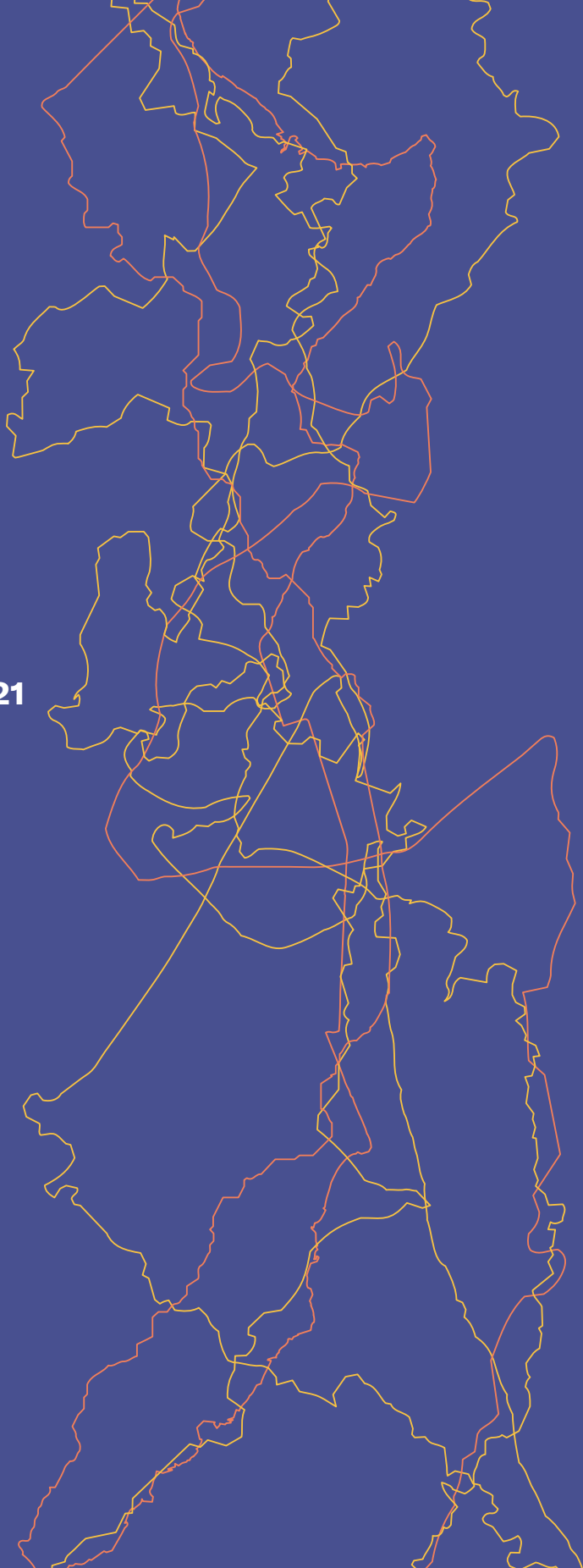
NZZ

Geschäftsbericht 2021

AG für die Neue Zürcher Zeitung



Zahlen und Fakten auf einen Blick

Positives EBIT von

24,2 Mio. CHF

auch im zweiten Corona-Jahr

Unternehmensergebnis von

22,9 Mio. CHF

übertrifft das Vorjahr um 50 %

Meistbesuchtes Filmfestival der Schweiz: Über

100 000

Gäste besuchten das 17. Zurich Film Festival

Zunahme des Werbemarktertrags um

21 %

im Jahr 2021

86 %

der Abonnentinnen und Abonnenten nutzen die NZZ-Produkte digital

Mehr als

270 Mio.

Besuche zählen die Portale von DAAily Platforms jährlich

Kennzahlen des Unternehmens NZZ →

Konsolidierte Kennzahlen des Unternehmens NZZ

Erfolgsrechnung

in 1000 CHF	2021	2020	2019	2018	2017
Betrieblicher Gesamtertrag (BGE)	239 519	221 131	231 257	383 532	428 182
Veränderung zum Vorjahr	8,3 %	–4,4 %	–39,7 %	–10,4 %	–3,3 %
Betrieblicher Gesamtaufwand	225 587	212 896	223 201	361 747	402 561
Veränderung zum Vorjahr	6,0 %	–4,6 %	–38,3 %	–10,1 %	–3,1 %
Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Zinsen (EBITDA)	29 947 [1]	24 479 [1]	25 764 [1]	34 214 [1]	41 296
in % vom BGE	12,5 %	11,1 %	11,1 %	8,9 %	9,6 %
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	24 195	17 580	17 497	20 757	25 621
in % vom BGE	10,1 %	8,0 %	7,6 %	5,4 %	6,0 %
Gruppenergebnis	22 883	15 253	18 436	18 836	28 653
in % vom BGE (Umsatzrendite)	9,6 %	6,9 %	8,0 %	4,9 %	6,7 %
Anteiliges Ergebnis der Aktionäre der AG für die Neue Zürcher Zeitung	22 507	14 725	17 250	16 992	26 469

[1] Seit dem 1.10.2018 wird CH Media nach der Equity-Methode einbezogen, d.h. mit dem anteiligen Unternehmensergebnis berücksichtigt. Somit ist seither der EBITDA nicht mit den vorangehenden Perioden vergleichbar. Details zu CH Media sind unter 1.7 zu finden.

Bilanz

in 1000 CHF	2021	2020	2019	2018	2017
Bilanzsumme	368 939	331 987	341 041	349 335	427 095
Anlagevermögen	169 735	158 572	154 441	148 817	158 374
Eigenkapital (inkl. Minderheitsanteile)	278 099	251 801	262 088	264 257	285 224
Eigenfinanzierungsgrad	75,4 %	75,8 %	76,8 %	75,6 %	66,8 %

Weitere Kennzahlen

	2021	2020	2019	2018	2017
Cashflow aus Geschäftstätigkeit (in 1000 CHF)	26 866 [1]	16 707 [1]	12 856 [1]	25 861 [1]	35 078
Eigenkapitalrendite (ROE)	8,6 %	5,9 %	7,0 %	6,9 %	10,1 %
Kapitalrendite (ROI)	6,9 %	5,2 %	5,1 %	5,3 %	6,0 %
Durchschnittlicher Personalbestand (in Vollzeitstellen)	820	810	772	1 382	1 625

[1] Seit dem 1.10.2018 wird CH Media mit dem anteiligen Unternehmensergebnis berücksichtigt und ist nicht mehr im Cashflow aus Geschäftstätigkeit enthalten. Somit ist der Cashflow aus Geschäftstätigkeit seither nicht mit den vorangehenden Perioden vergleichbar. Details zu CH Media sind unter 1.7 zu finden.

Kennzahlen pro Aktie

in CHF	2021	2020	2019	2018	2017
Ergebnis pro Aktie	563	368	431	425	662
Eigenkapital pro Aktie	6 935	6 191	6 398	6 419	6 709
Dividende pro Aktie	250 [1]	0	200	200	250
Ausschüttungsquote	44,4 %	0,0 %	46,4 %	47,1 %	37,8 %
Jahresendkurs pro Aktie	6 925	5 190	5 400	5 100	5 600
Dividenden-Rendite	3,6 %	0,0 %	3,7 %	3,9 %	4,5 %
Kurs-Gewinn-Verhältnis	12,3	14,1	12,5	12,0	8,5
Kurs-Eigenkapital-Verhältnis	1,0	0,8	0,8	0,8	0,8

[1] Gemäss Antrag des Verwaltungsrats

Inhalt

Lagebericht

Vorwort 4
Unternehmen NZZ 8
NZZ Kern 20
Beteiligungen 28
CH Media 30
Nachhaltigkeit 32

Vor Ort

Portraits von Korrespondentinnen und Korrespondenten 34

Finanzbericht

Finanzielle Berichterstattung des Unternehmens NZZ 51
Finanzielle Berichterstattung der AG für die Neue Zürcher Zeitung 85

Anhang

Corporate Governance 94
Konzernstruktur und oberes Kader 102
Produkteportfolio 104
Adressen und Impressum 105

Vorwort

Felix Graf, CEO (links), und Etienne Jornod, Verwaltungsratspräsident, auf der Dachterrasse des NZZ-Hauptsitzes an der Falkenstrasse in Zürich.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre

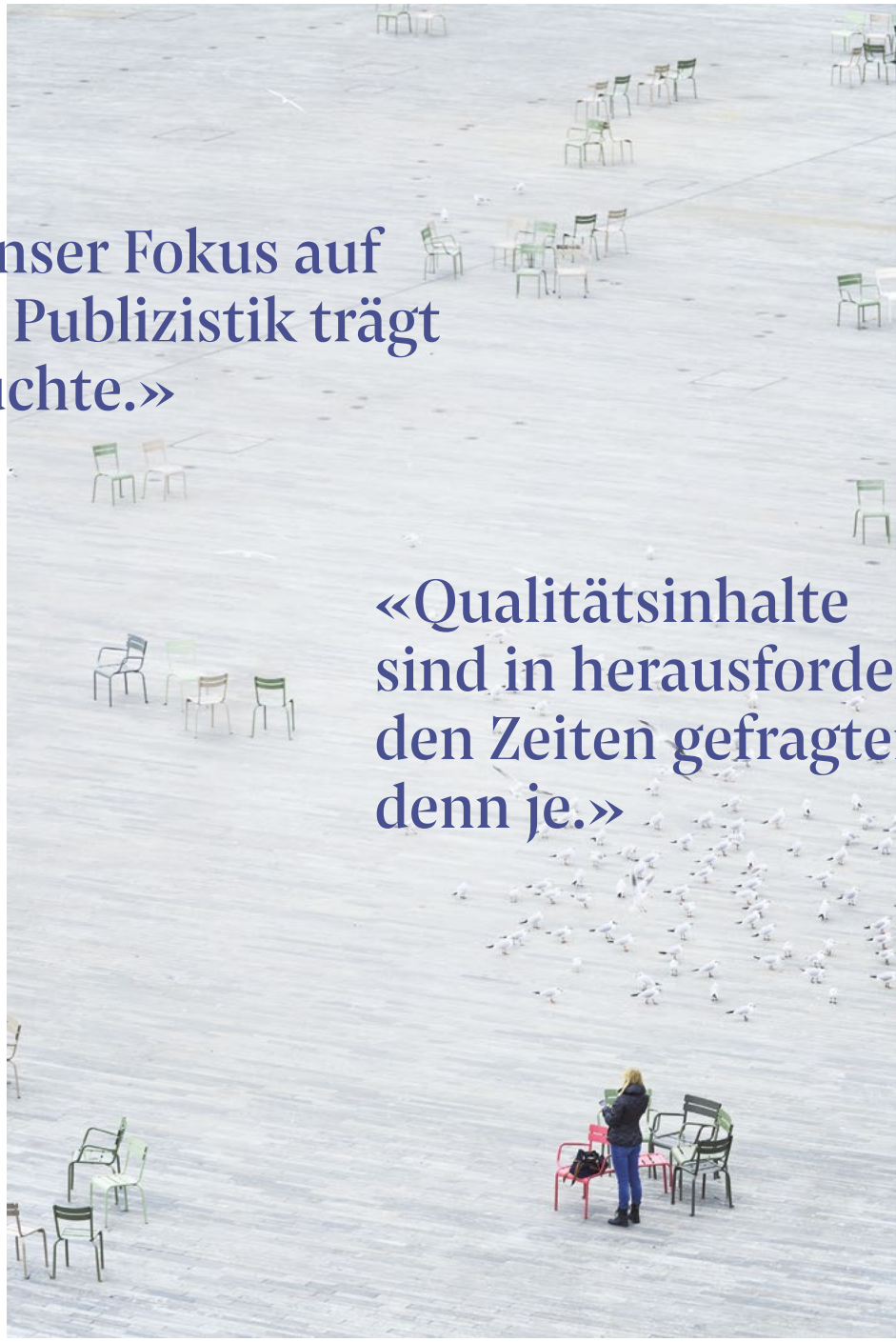
Für viele von uns hat der Begriff der Freiheit in den letzten Monaten eine neue Bedeutung erhalten. Die pandemiebedingten Einschränkungen sowie der Krieg in der Ukraine haben uns deutlich vor Augen geführt, welcher Wert der freien persönlichen, politischen und wirtschaftlichen Entfaltung zukommt. Die NZZ ist seit ihrer Gründung den Grundgedanken von Freiheit und Eigenverantwortung verpflichtet und steht für eine unabhängige, hochstehende Publizistik mit liberaler Haltung.

Es zeigt sich, dass gerade in Zeiten grosser gesellschaftlicher Herausforderungen und Spannungen diese publizistische Linie sowie die hohe journalistische Qualität und Relevanz unserer Inhalte von immer mehr Menschen geschätzt wird. In den letzten Jahren konnte die Anzahl Abonnentinnen und Abonnenten deutlich gesteigert werden. Nach einem markanten Kundenwachstum im Vorjahr steigerte sich der Umsatz im strategisch zentralen Nutzermarkt im vergangenen Jahr erneut. Treiber dieses Wachstums sind vor allem die digitalen Produkte, mit denen neue Zielgruppen angesprochen werden können.

Unsere langfristig ausgerichtete Strategie mit Fokus auf die Publizistik trägt somit Früchte. Die NZZ kann gestärkt aus der Krise herausgehen. Es ist uns gelungen, im journalistischen Kerngeschäft eine wichtige Transformation zu vollziehen. Wir sind heute weniger abhängig vom Werbemarkt und unser Geschäftsmodell dadurch weniger krisenanfällig. Aber auch beim Werbemarktumsatz konnten wir eine deutliche Steigerung gegenüber dem Vorjahr verzeichnen.

Das Unternehmen NZZ erwirtschaftete im vergangenen Jahr einen Umsatz von 239,5 Mio. CHF. Das entspricht einer Umsatzsteigerung von 8 % gegenüber dem Vorjahr. Das operative Ergebnis (EBIT) liegt bei 24,2 Mio. CHF und damit 6,6 Mio. CHF oder 38 % über dem Vorjahreswert. Das Unternehmensergebnis beträgt 22,9 Mio. CHF und konnte damit gegenüber 2020 um 7,6 Mio. CHF oder 50 % gesteigert werden.

Aussagekräftiger als der Vergleich mit dem stark von der Corona-Pandemie geprägten Vorjahr dürfte allerdings der Vergleich zum Geschäftsjahr 2019 sein. Auch hier kann in sämtlichen Positionen eine deutliche Steigerung verzeichnet werden. Der Nutzermarktumsatz erhöhte sich gegenüber 2019 um 8 Mio. CHF auf 111,8 Mio. CHF. Im Werbemarkt betrug die Steigerung 7,5 Mio. CHF auf 77, 5 Mio. CHF. Das operative



«Unser Fokus auf die Publizistik trägt Früchte.»

«Qualitätsinhalte sind in herausfordernden Zeiten gefragter denn je.»

Ergebnis 2021 konnte damit auch gegenüber dem Geschäftsjahr 2019 um 39 % bzw. 6,7 Mio. CHF verbessert werden. Diese Resultate ergeben sich wesentlich daraus, dass Umsatz und Profitabilität im journalistischen Kerngeschäft sowohl gegenüber dem Vorjahr wie auch gegenüber 2019 nochmals deutlich gesteigert werden konnten.

So erfreulich diese Resultate sind, die kommenden Monate bleiben sowohl im Nutzer- wie auch im Werbemarkt unsicher. Trotz wiederkehrender News-Spitzen mit hohen Zugriffszahlen war 2021 weltweit eine gewisse Abschwächung bei der Reichweitenentwicklung von Medien zu beobachten. Diese machte auch vor der NZZ nicht Halt. Die Fortsetzung des bisherigen Wachstumspfads bleibt daher anspruchsvoll. Wir werden aber unsere Strategie konsequent weiterverfolgen und unser Angebot laufend weiterentwickeln und optimieren, um unsere ambitionierten Langfristziele erreichen zu können.

Einmal mehr möchten wir an dieser Stelle unseren Mitarbeitenden für ihren ausserordentlichen Einsatz danken. Sie haben sich im vergangenen Jahr mit grossem Engagement und eindrücklicher Flexibilität auf die pandemiebedingten Veränderungen und die stete Unsicherheit eingestellt und ihre Arbeit unter erschwerten Rahmenbedingungen in gewohnter Qualität geleistet. Dadurch haben sie das positive Jahresergebnis erst ermöglicht und dafür möchten wir ihnen ein grosses Dankeschön aussprechen.

Ihnen, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, danken wir ebenfalls für Ihr Vertrauen und Ihre Unterstützung.

Für den Verwaltungsrat

Etienne Jornod, Präsident

Für die Geschäftsleitung

Felix Graf, CEO

Umsatzwachstum im Nutzer- und Werbemarkt

Nach einem markanten Kundenwachstum im Vorjahr konnte die Anzahl Abonnenten 2021 stabil gehalten werden. Dank einer Zunahme der Abonnements pro Kunde und einer Preiserhöhung im Digitalen steigerte sich der Umsatz im strategisch bedeutenden Nutzermarkt im vergangenen Jahr erneut. Treiber dieses Wachstums sind die digitalen Produkte, mit denen zunehmend neue Zielgruppen angesprochen werden können.

Die Corona-Pandemie prägte auch das vergangene Jahr. Es zeigte sich, dass mit einer gänzlichen Bewältigung dieser Krise so rasch nicht zu rechnen ist. Als Unternehmen hat sich die NZZ inzwischen gut auf die veränderten Rahmenbedingungen und die stete Unsicherheit eingestellt. Die Art der Zusammenarbeit und der Planung hat sich nachhaltig verändert. Auch unter erschwerten Bedingungen erbrachten unsere Medien ihre anerkannten journalistischen Leistungen. Im besonders betroffenen Eventgeschäft konnten wir das Swiss Economic Forum, das Zurich Film Festival sowie eine Vielzahl weiterer Veranstaltungen beinahe im gewohnten Rahmen erfolgreich durchführen.

Verbesserte Abonnentenbindung

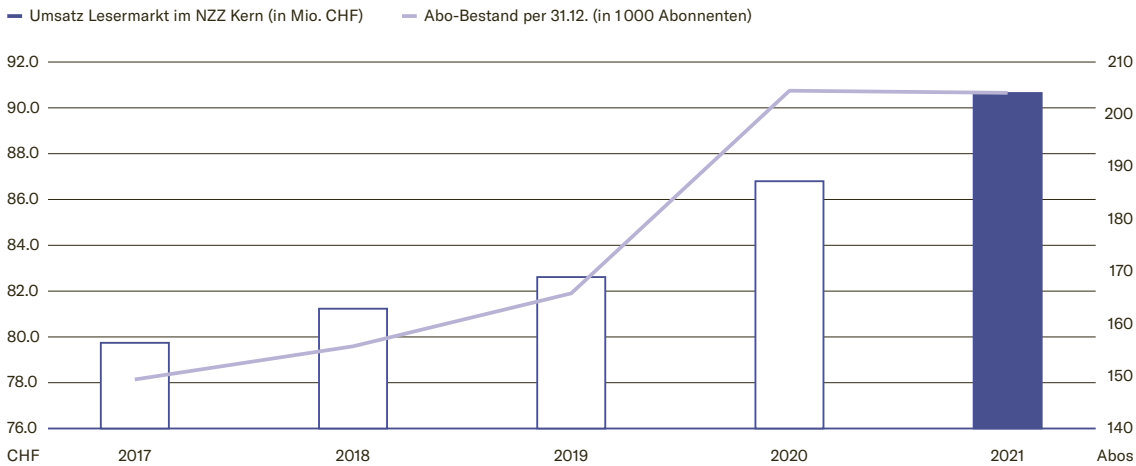
Die NZZ setzt konsequent auf Qualitätsjournalismus und Wachstum im Nutzermarkt. Diese Strategie bewährt sich: So stieg in den letzten Jahren die Anzahl Abonnentinnen und Abonnenten deutlich. Vor allem das Jahr 2020 war – bis zu einem gewissen Grad auch infolge des Pandemieausbruchs – von einem markanten Abo-Wachstum geprägt. Der Fokus der NZZ im Lesermarkt liegt indessen nicht auf der Anzahl Abonnenten, sondern auf dem Lesermarktumsatz. Hier konnten 2021 grosse Fortschritte verzeichnet werden. Während die Zahl der Abonnenten auf dem hohen Niveau des Vorjahrs stabil blieb, konnte der erwirtschaftete Umsatz deutlich gesteigert werden. Auch die Kundenbindung wurde merklich verbessert. Dies drückte sich im Digitalen gleichzeitig in einem höheren Umsatz pro Kunde, einem deutlichen Anstieg von Jahresabonnements und vergleichsweise weniger Kündigungen aus.

Der Werbemarktumsatz wies im vergangenen Geschäftsjahr ebenfalls eine deutliche Zunahme aus. Nach dem pandemiebedingten Einbruch im Jahr 2020 erfolgte im strukturell rückläufigen Printwerbemarkt eine starke Erholung. Beim digitalen Werbemarkt zeigte sich erneut eine markante Umsatzsteigerung.

24,2 Mio. CHF

operativer Gewinn

Umsatz- und Abo-Entwicklung



Zusätzlich haben die Beteiligungen und das Joint Venture CH Media zu einem erfolgreichen Geschäftsjahr beigetragen. Vor allem die im digitalen Werbemarkt tätige Audienzz und Architonic ArchDaily mit den zugehörigen Portalen erzielten ein starkes organisches Wachstum bei zunehmender Profitabilität. Bereinigt um anorganische Akquisitionen/Devestitionen weist auch CH Media organisch ein leichtes Umsatzwachstum aus. Zudem vermeldet das Joint Venture im Berichtsjahr einen Anstieg des Unternehmensergebnisses.

Das Unternehmen NZZ kann für das Jahr 2021 ein positives operatives Ergebnis (EBIT) von 24,2 Mio. CHF ausweisen, welches mit 38 % oder 6,6 Mio. CHF deutlich über dem Vorjahr liegt. Nach Berücksichtigung des höheren Finanz- und ausserordentlichen Ergebnisses sowie des unter anderem infolge des besseren Vorsteuergewinns angestiegenen Ertragssteueraufwands resultiert ein Unternehmensergebnis von 22,9 Mio. CHF, welches das Vorjahr um 50 % oder 7,6 Mio. CHF übertrifft.

Strategische Massnahmen im Nutzermarkt

Um die langfristigen Ziele im Nutzermarkt erreichen zu können, hat die NZZ im vergangenen Jahr verschiedene strategische Initiativen umgesetzt bzw. lanciert. Dazu gehörte etwa der gezielte Ausbau unseres Standorts in Berlin. Das Team wurde von zehn auf zwanzig Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aufgestockt, in der Redaktion wie auch in den Bereichen Produkte und Marketing. Hinter diesem Ausbau steht ein klarer Wachstumsplan: Mit einem optimierten und auf die Leserschaft in Deutschland zugeschnittenen Angebot sollen in unserem Nachbarland zusätzliche Marktanteile gewonnen werden. Auch in der Schweiz wurden die Weichen für den Ausbau des publizistischen Angebots und eine verbesserte Kundenansprache gestellt. Dazu gehört unter anderem eine geschärfte Strategie im Bereich Newsletter und Video, die Konzeption weiterer Digitalprodukte und auch die Erneuerung der technischen Basis für eine zeitgemässe Pflege und Steuerung der Kundenbeziehungen.

Mit diesen und weiteren Massnahmen wollen wir auch in Zukunft mehr Leserinnen und Leser und neue Zielgruppen für uns gewinnen.

Ein neues Digitalmagazin im Jubiläumsjahr

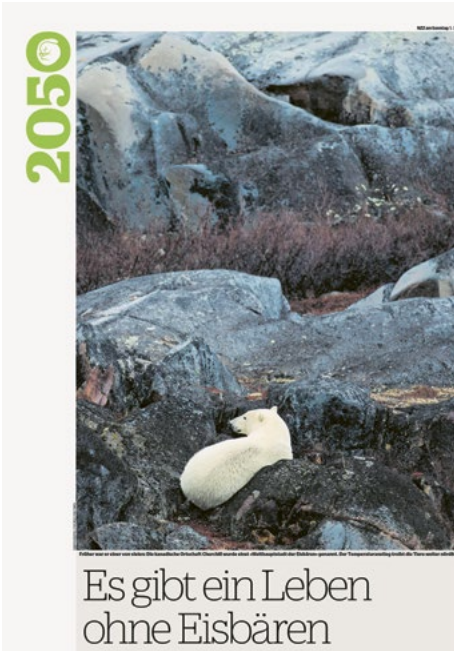
Der Sonntagstitel der NZZ blickt auf eine erfolgreiche Geschichte zurück und feiert 2022 runden Geburtstag. Die erste Ausgabe der «NZZ am Sonntag» erschien am 17. März 2002. Seither hat sich die Zeitung sowohl bei den Leserinnen und Lesern wie auch im Werbemarkt fest etabliert und zu einer der renommiertesten Medienmarken der Schweiz entwickelt. Der Printausgabe kommt nach wie vor eine zentrale Rolle zu, und wir glauben, dass sie noch viele Jahre eine Zukunft hat. Gleichzeitig soll der Sonntagstitel stärker auch auf eine digitale Zukunft ausgerichtet werden. Dies unter der Leitung von Jonas Projer, der im vergangenen Jahr die Chefredaktion von Luzi Bernet übernahm. Im Zuge dessen wurde im ersten Quartal 2022 das «NZZ Magazin» lanciert, die neue digitale Heimat aller Magazininhalte aus dem Hause NZZ (siehe dazu auch Seite 21).

Das «NZZ Magazin» ist die neue digitale Heimat der Magazininhalte aus dem Hause NZZ.

Nachhaltige Unternehmensentwicklung

Angesichts globaler Herausforderungen wie des Klimawandels hat das Thema «Nachhaltiges Wirtschaften» massiv an Bedeutung gewonnen. Die NZZ stellt sich diesen Herausforderungen und hat 2021 ihre bisherigen Engagements im Umwelt- und Personalbereich in einen strukturierten Prozess für eine umfassende, nachhaltige Unternehmensentwicklung einmünden lassen. Wir verstehen unter nachhaltigem Wirtschaften eine Unternehmenstätigkeit, die auf den langfristigen ökonomischen Erfolg ausgerichtet ist und ein verantwortungsvolles Handeln zugunsten der Gesellschaft und der Umwelt gewährleistet. Das NZZ-Kerngeschäft an sich leistet bereits einen wesentlichen Beitrag zu unserem Gemeinwesen: Wir bieten Qualitätsjournalismus aus liberaler Perspektive, um eine fundierte Meinungsbildung in der Demokratie zu fördern.

Das Thema Nachhaltigkeit in all seinen Facetten beschäftigt die Publizistik der NZZ seit geraumer Zeit. Die Berichterstattung dazu wird in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen. Wir bauen unser Angebot entsprechend aus, unter anderem mit dem Newsletter «Planet A». Dieses Medium beschwört keine Untergangsszenarien, sondern sucht nach Lösungen und zeigt neue Ansätze auf, mit denen die Menschheit den Klimawandel bewältigen kann. Ähnlich lösungsorientiert, ohne moralischen Zeigefinger und politische Agitation, beleuchtet auch der Bund «2050» das Thema Nachhaltigkeit. Er wurde im vergangenen Jahr zum ersten Mal der «NZZ am Sonntag» beigelegt und erscheint seit diesem Jahr alle zwei Monate.



Ende Oktober 2021 lancierte die «NZZ am Sonntag» den Spezialbund «2050» zum Thema Nachhaltigkeit.

Auch im Veranstaltungsbereich erweitern wir inhaltlich das bisherige Angebot: So lanciert die NZZ 2022 unter Federführung von NZZ Connect, NZZone und Audienzz das neue Ökosystem «Sustainable Switzerland». In Kooperation mit namhaften Partnern aus Wirtschaft und Wissenschaft entsteht damit eine themenspezifische Dialogplattform, die die nachhaltige Entwicklung der Schweizer Wirtschaft sichtbar macht und einen Mehrwert für die Gesellschaft als Ganzes bietet. Ein erstes Fundament dafür haben wir bereits in den letzten drei Jahren mit der Lancierung der Konferenzen «CE2 – Circular Economy Entrepreneurs» sowie «Impact Finance Forum» gelegt. Sie sind eine wichtige Basis für den Aufbau des Ökosystems rund um «Sustainable Switzerland». Schon heute bietet NZZ Connect mit dem Swiss Economic Forum (SEF) und den zugehörigen Aktivitäten eine etablierte Plattform an, in deren Rahmen die Förderung der Nachhaltigkeit breit und unter Einbezug verschiedener Stakeholder diskutiert wird.

Das Unternehmen NZZ betrachtet die Wahrnehmung unternehmerischer, gesellschaftlicher und ökologischer Verantwortung als wichtig. Deshalb werden wir dem Thema Nachhaltigkeit künftig auch im Geschäftsbericht mehr Raum geben. Erstmals berichten wir in einem gesonderten Kapitel über unsere Aktivitäten zum Thema Nachhaltigkeit (s. Seite 32).

Übernahme Designboom

Architonic, die zur NZZ gehörende Plattform für Designprodukte, hatte 2020 ArchDaily übernommen, das Referenzportal für Architekturprojekte, und konnte so die starke Position im Bereich Architektur und Design weiter ausbauen. Anfang 2022 erfolgte ein weiterer strategischer Wachstumsschritt: Architonic ArchDaily übernahm das führende Online-Designmagazin Designboom. Aus drei Unternehmen wurde in der Folge ein Unternehmen: DAAily Platforms, die international reichweitenstärkste Anbieterin von Inspiration, Wissen und relevanten Arbeitsinstrumenten für die Architektur- und Design-Community im Premiumsegment.

Gemeinsam bilden Architonic ArchDaily und Designboom als DAAily Platforms die weltweit grösste Architektur- und Design-Community.

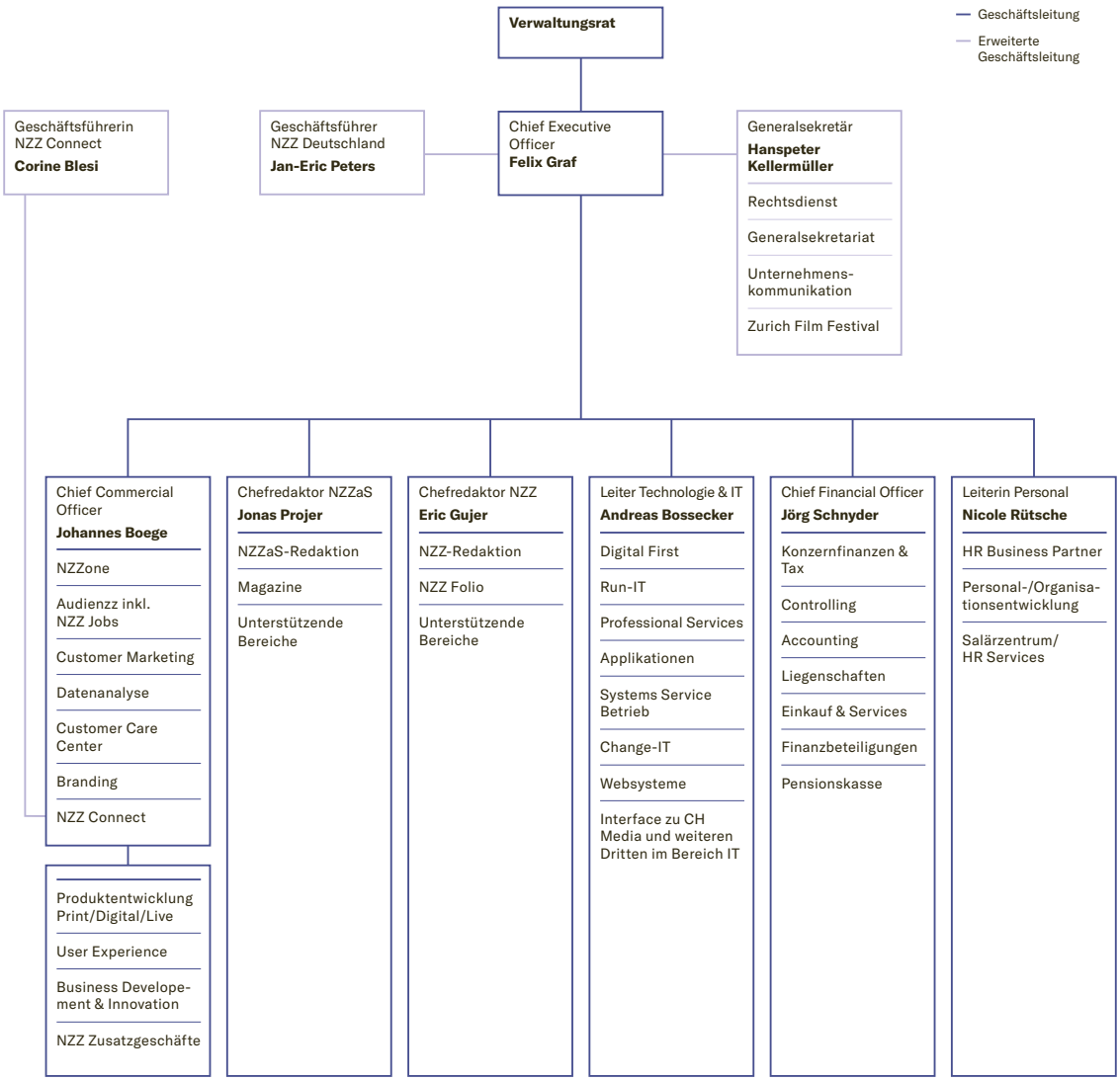
Jeden zweiten Dienstag empfängt Chefredaktor Jonas Projer interessierte Leserinnen und Leser zu einer Debatte im «NZZ am Bellevue».

Kulinarik trifft auf Visual Art und Journalismus

Im September öffnete das «NZZ am Bellevue», das gemeinsame Gastrolokal der NZZ und des Zürcher Unternehmerduos Michel Péclard und Florian Weber, seine Türen. Das Lokal erlaubt uns, die Marke NZZ sicht- und greifbar und unsere Angebote auch einem neuen Publikum zugänglich zu machen. Beispielsweise anlässlich der neuen Forumsgespräche mit der «NZZ am Sonntag»-Redaktion, die Chefredaktor Jonas Projer initiiert hat, um einen direkten Austausch mit der Leserschaft zu pflegen. Daneben dient das Lokal als Showroom für NZZ Shop-Artikel und auch für Werbepartner.

Organigramm Geschäftsleitung

Stand April 2022



Finanzielle Berichterstattung

Betrieblicher Gesamtertrag

Das Unternehmen NZZ erwirtschaftete im Berichtsjahr 2021, welches zum zweiten Mal in Folge unter dem Einfluss der Corona-Pandemie stand, einen Umsatz von 239,5 Mio. CHF. Dies entspricht 8 % oder 18,4 Mio. CHF mehr als im Vorjahr und übertrifft gar den Umsatz des Jahres 2019 vor der Corona-Krise um 4 % bzw. 8,3 Mio. CHF.

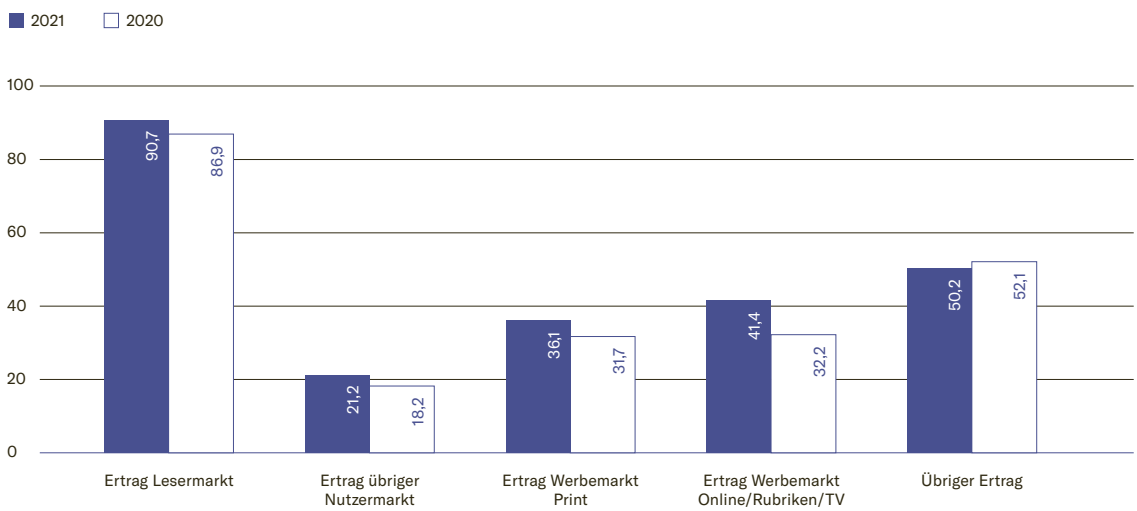
Die Anzahl der zahlenden Abonnentinnen und Abonnenten, die im Vorjahr signifikant auf über 200 000 angewachsen war, konnte per Ende 2021 stabil gehalten werden. Der über das Gesamtjahr durchschnittlich höhere Abo-Bestand führte zusammen mit einer Preisanpassung bei den Digital-Abonnements zu einem um 4 % oder 3,8 Mio. CHF höheren Lesermarktumsatz.

Der Ertrag übriger Nutzermarkt nimmt gegenüber Vorjahr insgesamt um 16 % oder 2,9 Mio. CHF zu. Das Swiss Economic Forum und das Zurich Film Festival begrüssten 2021 dank Schutzkonzepten und Zertifikatspflicht wieder mehr Teilnehmerinnen und Besucher. Auch die Veranstaltungen von NZZ Live konnten stattfinden und stiessen auf grosses Interesse, was zu einem Anstieg der Teilnahmegebühren und Ticketeinnahmen führte. Architonic ArchDaily, die weltweit grösste Online-Community für Architektur und Design, verzeichnet ihrerseits eine deutliche Zunahme der Abo-Einnahmen.

Gesamthaft nimmt der Ertrag Nutzermarkt um 6 % oder 6,7 Mio. CHF zu.

Der in den letzten Jahren vor allem strukturell rückläufige Ertrag Werbemarkt Print schliesst 14 % oder 4,4 Mio. CHF über Vorjahr ab. Nach den markanten branchenweiten Einbrüchen im Vorjahr aufgrund des landesweiten Lockdowns ist eine Erholung eingetreten. Zudem zeigen die organisatorischen Anpassungen Wirkung; sie erlauben Werbetreibenden, innerhalb der NZZ-Markenwelt kanalübergreifend Zielkunden anzusprechen.

Umsatzentwicklung nach Ertragsart (in Mio. CHF)



Im Werbemarkt Online/Rubriken beträgt der Vorjahresvorsprung 30 % oder 8,8 Mio. CHF. Die Zunahme ist grösstenteils organisch begründet. Sowohl der Premium-Digitalvermarkter Audienzz als auch Architonic ArchDaily verzeichnen hohe Wachstumsraten; Audienzz vor allem dank innovativer Produkte und Kooperationen. Dazu kommen die Umsätze der im Vorjahr erworbenen Beteiligungen an der ArchDaily-Gruppe und der Zulu5 AG.

Der Ertrag aus dem Werbemarkt bei den konzessionierten TV-Gesellschaften erholte sich nach dem starken pandemiebedingten Rückgang im Vorjahr teilweise und steigt gegenüber Vorjahr um 15 %.

Insgesamt nimmt der Ertrag Werbemarkt um 21 % oder 13,6 Mio. CHF zu. Erstmals übersteigen die Erträge aus dem digitalen Werbemarkt Online/Rubriken die Umsätze aus dem klassischen Inseratemarkt.

Der übrige Ertrag resultiert 4 % oder 2,0 Mio. CHF unter Vorjahr. Im Veranstaltungsgeschäft sind die Sponsoringerträge wieder angestiegen. Zudem konnten im Bereich der Online-Werbevermarktung sowie beim Bauinformationsdienst Bindexis höhere Dienstleistungserträge erzielt werden. Beim Zurich Film Festival und vorrangig bei den konzessionierten TV-Gesellschaften hingegen führte der deutlich bessere Geschäftsverlauf im Vergleich zum Vorjahr zu weniger Medienförderung, Kulturbeiträgen und weiteren Zuwendungen der öffentlichen Hand.

Betrieblicher Gesamtaufwand

Der betriebliche Gesamtaufwand beläuft sich im Geschäftsjahr 2021 auf 225,6 Mio. CHF und liegt damit um 6 % bzw. 12,7 Mio. CHF über Vorjahr. Insbesondere der Personalaufwand ist um 9,2 Mio. CHF auf 116,7 Mio. CHF angestiegen. Dies bei einem durchschnittlichen Personalbestand von 820 Vollzeitstellen (FTE). Zurückzuführen ist dies vor allem auf die Wachstumsinitiativen bei NZZ Deutschland, Audienzz und Architonic ArchDaily. Dank dem guten Geschäftsgang konnte im Berichtsjahr gänzlich auf Kurzarbeit verzichtet werden, weshalb anders als im Vorjahr auch keine Entschädigungen eingegangen sind. Ein weiterer Teil des Kostenanstiegs ist auf das Veranstaltungsgeschäft zurückzuführen und erklärt sich durch die grosse Anzahl Events mit entsprechend höheren Teilnehmerzahlen. Die im Verlauf des letzten Jahres akquirierte ArchDaily-Gruppe und Zulu5 AG haben ebenfalls zu einer Zunahme bei den Direktkosten, im Personal-, Betriebs- und Verwaltungsaufwand geführt. Im Betriebs- und Verwaltungsaufwand sind kurzfristige Rückstellungen für bestehende und mögliche rechtliche Auseinandersetzungen gebildet worden. Der Abschreibungsaufwand sinkt vor allem bei den Immateriellen Anlagen.

Ergebnisentwicklung des Joint Ventures CH Media

Das Joint Venture CH Media weist im Geschäftsjahr 2021 einen Umsatz von 415,7 Mio. CHF aus. Trotz des starken Wachstums im Entertainmentgeschäft sinkt der Umsatz – hauptsächlich aufgrund der Devestitionen in den Jahren 2020 (Multicolor Print, Verbandszeitschriften, Buchverlag etc.) und 2021 (Regionalzeitung «Werdenberger & Obertoggenburger» sowie die Magazine «Fit for Life», «Modulør» und «Natürlich») um 3 % oder 12,7 Mio. CHF. Vor allem die Effizienzprogramme, die fortgeführten zusätzlichen Sparanstrengungen, tiefere Papierpreise sowie die Kurzarbeitsentschädigungen können auf der Kostenseite die Umsatzrückgänge kompensieren. Hinzu kommen die Unterstützungsbeiträge des Bundes im Zusammenhang mit der Pandemie, namentlich für die Direktzustellung der Zeitungen sowie die Mediennothilfe Radio/TV.

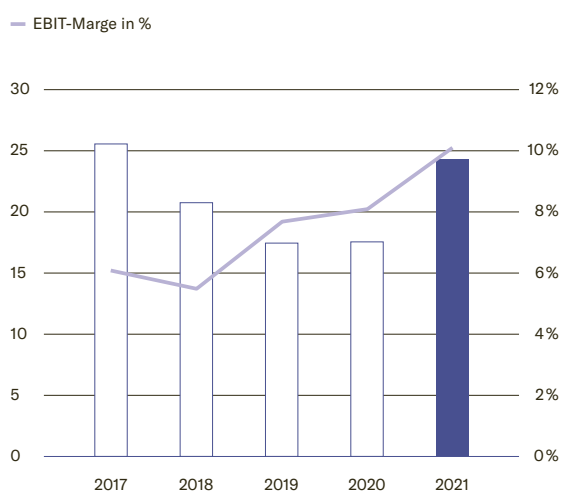
Es resultiert ein EBIT von 35,9 Mio. CHF (8,6 % EBIT-Marge), der 49 % bzw. 11,8 Mio. CHF über dem Vorjahr liegt.

Das Unternehmensergebnis beläuft sich auf 34,8 Mio. CHF (8,4 % Umsatzrendite), was einer Zunahme von 53 % oder 12,1 Mio. CHF gegenüber 2020 entspricht. Das Ergebnis enthält auch die Veräusserungserfolge der Regionalzeitung «Werdenberger & Obertoggenburger», der Magazine «Fit for Life», «Modulør» und «Natürlich» sowie einer Liegenschaft in Solothurn und der Sarganserländer Druck AG. Der Anteil des Unternehmens NZZ an diesen Veräusserungserfolgen wird wie im Vorjahr nicht im Ergebnisanteil an CH Media, sondern zusammen mit der Rückführung von seinerzeit im Eigenkapital der NZZ verrechnetem Goodwill im ausserordentlichen Ergebnis ausgewiesen. Zudem haben der Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung des Unternehmens NZZ betreffend Zuwendungen aus öffentlicher Hand im Jahr 2021 eine vorsichtigere Einschätzung vorgenommen (definitive Veranlagung der CH Media erfolgt im Geschäftsjahr 2022). Der hälftige Ergebnisanteil, der in die Konzernrechnung des Unternehmens NZZ fliesst, beträgt deshalb 10,3 Mio. CHF, was einer Zunahme von 0,9 Mio. CHF gegenüber Vorjahr entspricht.

Operatives Ergebnis des Unternehmens NZZ

Die positive Entwicklung in der Publizistik, sowohl im Leser- als auch im Werbemarkt, die Erholung im Veranstaltungsgeschäft zusammen mit dem vom Wachstum geprägten Geschäftsverlauf von Audienzz und Architonic ArchDaily sowie der höhere Ergebnisbeitrag aus dem Joint Venture CH Media führen zu einem deutlichen Anstieg des operativen Ergebnisses. Das Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) des Unternehmens NZZ nimmt in der Berichtsperiode um 6,6 Mio. CHF auf 24,2 Mio. CHF zu. Die EBIT-Marge erhöht sich von 8,0 % im Vorjahr auf 10,1 %.

EBIT-Entwicklung 2017–2021 (in Mio. CHF)



Geschäftsgang in den einzelnen Segmenten[1]

Im NZZ Kern wurde im Berichtsjahr ein EBIT von 10,0 Mio. CHF erwirtschaftet. Dies entspricht 89 % oder 4,7 Mio. CHF mehr als im Vorjahr sowie einem 10-Jahres-Höchstwert. Die markante Steigerung ist geprägt von besseren Ergebnissen im Bereich Publizistik (positive Lesermarkt- und Werbemarktentwicklung) und im Veranstaltungsgeschäft (Zunahme Sponsoring und Teilnehmerzahl).

Das Segment Beteiligungen vermeldet einen EBIT von 4,9 Mio. CHF und damit ein um 38 % bzw. 1,4 Mio. CHF höheres operatives Ergebnis als im Jahr 2020. Massgeblich dazu beigetragen hat das organische Wachstum von Audienzz und Architonic ArchDaily. Hinzu kommen die Ergebnisbeiträge der im Vorjahr akquirierten ArchDaily-Gruppe und Zulu5 AG, die erstmalig ganzjährig berücksichtigt wurden.

Im Segment Regionalmedien beträgt der EBIT 9,2 Mio. CHF, was einer Zunahme von 6 % oder 0,5 Mio. CHF gegenüber Vorjahr entspricht. Die Umsatzrückgänge aufgrund der Devestitionen in den Jahren 2020 und 2021 konnten kostenseitig überkompensiert werden.

Finanzergebnis

Das Finanzergebnis kommt im Jahr 2021 auf 2,5 Mio. CHF zu stehen und übertrifft damit das Vorjahr um 1,9 Mio. CHF. Dies ist zu einem Teil durch die Wertschriftenperformance begründet, welche mit 4,7 % im Vergleich zu 2020 mit 4,5 % höher ausgefallen ist. Weiter war der Zins- und übrige Finanzaufwand im Vorjahr durch die Akquisitionskosten der ArchDaily-Gruppe und Zulu5 AG belastet. Der gegenüber 2020 angestiegene Anteil am Ergebnis von Assoziierten Gesellschaften ist zu einem massgeblichen Teil auf die positive Entwicklung der Investorenplattform The Market zurückzuführen.

Ausserordentliches Ergebnis, Ertragssteuern, Gruppenergebnis

Im positiven ausserordentlichen Ergebnis von 0,1 Mio. CHF wird hauptsächlich der Nettoeffekt aus Veräusserungen von CH Media (Regionalzeitung «Werdenberer & Obertoggenburger», Magazine «Fit for Life», «Modulør» und «Natürlich» sowie Liegenschaft in Solothurn und Sarganserländer Druck AG) ausgewiesen. Dieser setzt sich aus den anteiligen Veräusserungsgewinnen im Umfang von 4,4 Mio. CHF und einem Aufwand von 4,2 Mio. CHF aus der Rückführung von seinerzeit im konsolidierten Eigenkapital des Unternehmens NZZ verrechnetem Goodwill zusammen. Im Vorjahr resultierte aus den Verkäufen von CH Media (Multicolor Print, Verbandszeitschriften, «Surseer Woche», «Berner Landbote» und Buchverlage) und den damit ausgelösten Goodwill-Rückführungen ein ausserordentlicher Aufwand von 1,4 Mio. CHF.

Der Ertragssteueraufwand von 3,9 Mio. CHF fällt im Geschäftsjahr 2021 um 2,4 Mio. CHF höher aus als im Vorjahr. Dies ist zum einen auf den höheren steuerbaren Gewinn zurückzuführen. Zum anderen konnten im Berichtsjahr 0,4 Mio. CHF Steuerersparnisse aus Verlustvorträgen geltend gemacht werden. Im Vorjahr waren es 1,3 Mio. CHF.

Das Gruppenergebnis resultiert mit 22,9 Mio. CHF 50 % oder 7,6 Mio. CHF über Vorjahr, wovon 0,4 Mio. CHF auf Minderheitsanteile entfallen.

1 Für weiterführende Informationen zum Geschäftsverlauf der einzelnen Segmente wird auf den Lagebericht verwiesen.

Konsolidierte Bilanz

Die Bilanzsumme des Unternehmens NZZ ist per Ende 2021 um 37,0 Mio. CHF oder 11 % auf 368,9 Mio. CHF angewachsen.

Das Umlaufvermögen beläuft sich per 31.12.2021 auf 199,2 Mio. CHF. Dies bedeutet einen Anstieg von 25,8 Mio. CHF gegenüber dem Vorjahreswert. Die Zunahme erklärt sich hauptsächlich aus der Veränderung der Liquiden Mittel, welche sich aus dem Mittelzufluss aus operativer Geschäftstätigkeit, der Investitionstätigkeit und der Veräusserung von eigenen Aktien abzüglich des Mittelabflusses für die Barabfindung der Minderheitsaktionäre der RMH Regionalmedien AG ergibt. Neugetätigte Anlagen und Kurssteigerungen begründen die Erhöhung des Wertschriftenbestandes.

Das Anlagevermögen nahm um 11,2 Mio. CHF auf 169,7 Mio. CHF zu. Die Finanzanlagen erhöhen sich insgesamt um 14,6 Mio. CHF – hauptsächlich durch die Aufwertung der Beteiligung an CH Media im Betrag deren anteiligen Ergebnisses. Die laufenden Abschreibungen sind auch im Jahr 2021 höher als die Investitionen in Bauten, Produktions- und übrige Sachanlagen sowie Software. Dies führt zu einer Abnahme von 3,3 Mio. CHF bei den Sach- bzw. 0,1 Mio. CHF bei den Immateriellen Anlagen.

Beim Fremdkapital resultiert eine Zunahme um 10,7 Mio. CHF auf 90,8 Mio. CHF. Sie setzt sich unter anderem aus höheren Verbindlichkeiten für laufende Steuern, höheren Rechnungsabgrenzungen im Zusammenhang mit dem Personalaufwand sowie aus der Rückstellung in Bezug auf bestehende und mögliche rechtliche Auseinandersetzungen zusammen.

Das Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile hat in der Berichtsperiode um 26,3 Mio. CHF zugenommen und beläuft sich auf 278,1 Mio. CHF. Der Anstieg ist hauptsächlich durch das erwirtschaftete Gruppenergebnis und die Veräusserung von eigenen Aktien begründet. Hinzu kommt die Zunahme aus den Goodwill-Verrechnungen, welche sich aus der Goodwill-Rückführung im Zusammenhang mit den Veräusserungen von CH Media sowie der Differenz aus der Abfindung der Minderheitsaktionäre der RMH Regionalmedien AG und den erworbenen Minderheiten ergibt. Da der relative Anstieg des Fremdkapitals höher ausfällt als derjenige des Eigenkapitals, sinkt der Eigenfinanzierungsgrad leicht von 76 % auf nach wie vor hohe 75 %.

Finanzieller Ausblick

Das Unternehmen NZZ geht mit seiner langfristig ausgerichteten Strategie – mit Fokus auf den Qualitätsjournalismus – gestärkt aus der Krise. Die Abhängigkeit vom Werbemarkt konnte reduziert werden und das Geschäftsmodell ist dadurch resilienter geworden. Dennoch bleibt die Fortführung des bisherigen Wachstumspfads anspruchsvoll, auch weil sich die Reichweitenentwicklung der Medien weltweit abschwächt und sich erst zeigen wird, wie sich die neue Realität nach der Pandemie einstellt.

Das Unternehmen NZZ strebt unverändert an, über alle Produkte und Formate hinweg hochwertige Qualitätsinhalte und ein exzellentes Nutzungserlebnis zu bieten. Über den Austausch mit den Leserinnen und Lesern wird das Angebot stetig verbessert und den sich ändernden Bedürfnissen angepasst. Auf dieser Basis soll das digitale Wachstum in der Schweiz und auch in Deutschland mit bestehenden und neuen Produkten weiter vorangetrieben werden. Und so der gesetzte strategische Leitstern im Lesermarkt erreicht werden.

Im Veranstaltungsgeschäft wird der Fokus auf die Weiterentwicklung und Optimierung der etablierten Formate und die Entwicklung und Umsetzung von neuen Ideen gelegt. Als Beispiele sind etwa die Initiativen «Impact Finance Forum» und «Sustainable Switzerland» zu nennen, welche beide im Bereich der Nachhaltigkeit Akzente setzen.

Im Werbemarkt ist es unser Anspruch, zu bestehen und Marktanteile dazuzugewinnen. Der Markt ist stark umkämpft und hat durch die Pandemie einen Digitalisierungsschub erfahren, während der Printbereich unverändert einen strukturell bedingten Rückgang aufweist. Es gilt, die Produktequalität hochzuhalten, Kompetenzen zu bündeln und Erlebnisse und Inhalte zu schaffen, welche in einer vernetzten Verkaufsorganisation optimal an die Kundenbedürfnisse angepasst werden können.

Bei den Regionalmedien liegt der Schwerpunkt auch weiterhin auf einer verstärkten Transformation in Richtung digitale Angebote und auf der Umsetzung der Wachstumsstrategie im Geschäftsbereich Entertainment. Parallel sollen die Kostenoptimierungen weiter vorangetrieben werden.

Dank der gesunden Bilanzstruktur, dem komfortablen Liquiditätspolster und dem hohen Eigenfinanzierungsgrad hat das Unternehmen NZZ die nötigen Voraussetzungen, die vielfältigen Herausforderungen zu meistern.

Risikobeurteilung

Der Verwaltungsrat der AG für die Neue Zürcher Zeitung hat die Geschäftsleitung mit der Risikobewertung beauftragt. Der Verwaltungsrat wird periodisch über die Beurteilungen informiert und behandelt die Ergebnisse. Um die Übereinstimmung des Konzernabschlusses des Unternehmens NZZ mit den anzuwendenden Rechnungslegungsregeln und die Ordnungsmässigkeit der Konzernberichterstattung zu gewährleisten, sind wirksame interne Kontroll- und Steuerungssysteme eingerichtet worden. Diese werden regelmässig durch die Geschäftsleitungen der Tochtergesellschaften, die Geschäftsleitung der NZZ und die externe Revision geprüft. Bei der Bilanzierung und Bewertung werden Einschätzungen und Annahmen bezüglich der Zukunft getroffen. Die Schätzungen und Annahmen, die ein signifikantes Risiko in Form einer wesentlichen Anpassung der Buchwerte von Vermögen und Schulden innerhalb des nächsten Geschäftsjahres darstellen, werden im Verwaltungsrat behandelt.

Digitalprodukte als Wachstumstreiber

2021 hat die NZZ den eingeschlagenen Weg konsequent fortgesetzt, um den Qualitätsjournalismus auch in der digitalen Zukunft erfolgreich zu gestalten. Mit der Weiterentwicklung ihres Angebotsportfolios hat sie vielen Kundenwünschen entsprochen. Im Werbemarkt konnte in fast allen Mediengattungen eine Zunahme verzeichnet werden. Und für die Veranstaltungsbereiche endete ein abenteuerliches Jahr dank grossem unternehmerischem Einsatz sehr erfreulich.

Im Segment NZZ Kern wurde im Berichtsjahr ein Umsatz von 185,1 Mio. CHF und ein EBIT von 10,0 Mio. CHF erwirtschaftet. Das operative Ergebnis konnte im Vergleich zum Vorjahr um 89 % oder 4,7 Mio. CHF, die EBIT-Marge von 3,1 % auf 5,4 % gesteigert werden. Dies entspricht einem 10-Jahres-Höchstwert. Zu dieser positiven Entwicklung beigetragen haben vor allem die höheren Leser- und Werbemarkteinnahmen sowie das Veranstaltungsgeschäft (insbesondere NZZ Connect und NZZ Live).

Die NZZ setzt bewusst auf ihre Kernkompetenzen und fokussiert auf die Publizistik. Unsere Strategie sieht vor, die rückläufigen Erträge aus dem Werbemarkt durch Wachstum im Nutzermarkt zu kompensieren. Erste Erfolge der Transformation unseres Geschäftsmodells sind bereits sichtbar. Sie sind vor allem das Resultat der strategischen Initiativen und organisatorischen Anpassungen der letzten Jahre. Die entschlossene Umsetzung des Bezahlmodells für unsere digitalen Angebote steht dabei im Fokus. Nach dem deutlichen Abonnentenwachstum des vergangenen Jahres konzentrierten wir uns 2021 auf die Steigerung des Umsatzes, den wir mit Abonnentinnen und Abonnenten im Lesermarkt erwirtschaften. Dabei erzielten wir deutliche Fortschritte. Der Umsatz im Lesermarkt erhöhte sich gegenüber Vorjahr um 4 % auf 90,7 Mio. CHF. Neben einer Optimierung des digitalen Angebots und erfolgreich am Markt durchgesetzten Preiserhöhungen bei den digitalen Produkten hat dazu auch eine verbesserte Kundenbindung beigetragen. Dies zeigt sich in einem deutlichen Rückgang des Anteils der Kündigungen und in einer starken Wandlung von Monats- in Jahresabonnements.

Noch mehr Nutzerfreundlichkeit im Digitalportfolio

Die Zahl der Abonnentinnen und Abonnenten, die unsere digitalen Produkte nutzen, blieb 2021 stabil bei 86 %. Dazu beigetragen hat nicht zuletzt die Pandemie und das damit verbundene Informationsbedürfnis.

Um unserer Leserschaft einen nutzerfreundlichen Zugang zu unseren journalistischen Qualitätsinhalten zu ermöglichen, werden die digitalen Produkte laufend weiterentwickelt. Ein besonderer Schwerpunkt der Arbeiten im zurückliegenden Jahr lag daher darauf, die digitalen Produkte der NZZ weiter zu verbessern – und das Portfolio gezielt dort zu ergänzen und zu erweitern, wo es von den Abonnentinnen und Abonnenten gewünscht wird.

Digitale Produkte

86 %

unserer Abonnentinnen und Abonnenten konsumieren digitale Produkte

E-Paper mit neuen Funktionen

Das E-Paper ist das klassischste aller Digitalprodukte der NZZ und insbesondere für Zielgruppen attraktiv, die die Darstellung und Struktur der gedruckten Zeitung schätzen. Basierend auf Kunden-Feedback und Nutzungsdaten wurde das E-Paper im letzten Jahr weiter optimiert. So wurden etwa Push-Benachrichtigungen eingeführt und die Präsentation in den App-Stores grundlegend überarbeitet. Dies hat dazu geführt, dass das Rating der App im Apple-App-Store – einem für die NZZ bedeutenden Store – auf 4,7 Sterne angestiegen ist.

Apple-App-Store Bewertung

4,7 von 5 Sternen für E-Paper

NZZ-News-App auch für Tablets optimiert

Mit der Adaptierung der NZZ-News-App für die Nutzung auf Tablets wurde im vergangenen Jahr einem weiteren klaren Kundenbedürfnis entsprochen. Die Tablet-App ist in kurzer Zeit zu einem wichtigen Baustein des digitalen Produktportfolios geworden.

Die Website nzz.ch bildet das Herzstück der digitalen NZZ. Über sie gelangen unsere Abonnentinnen und Abonnenten zu den neusten Nachrichten, Hintergründen und Kommentaren. Die Inhalte werden auch in den Apps ausgespielt. Für den nachhaltigen Erfolg der NZZ in der digitalen Welt ist es entscheidend, dass sich nzz.ch konsequent weiterentwickelt. Im Vordergrund der Optimierung im Jahr 2021 standen vor allem technisch motivierte Veränderungen, die eine grosse Wirkung erzielten. So wurde beispielsweise der Bereich unterhalb eines Artikels visuell verbessert und die Artikelempfehlungen überarbeitet. Nutzerinnen und Nutzer erhalten nun passende weiterführende Beitragsempfehlungen zum Thema, mit dem sie sich gerade befasst haben.

Newsletter-Portfolio für Deutschland ergänzt

Um das NZZ-Angebot für den deutschen Markt kontinuierlich weiterzuentwickeln und noch stärker zu differenzieren, wurde neben dem Ausbau des Berliner Redaktionsbüros auch das digitale Produktportfolio erweitert: Im Laufe des Jahres wurden zwei innovative Newsletter lanciert: «Planet A – Der andere Blick auf den Klimawandel» liefert jede Woche fundierte Hintergründe und kreative Lösungsansätze zur Bewältigung des Klimawandels. «NZZ Mittel & Zweck» ist ein informativer Newsletter für eine jüngere Zielgruppe (unter anderem Berufsanfänger) und bietet Tipps zum souveränen Umgang mit Geld. Die Massnahmen zeigen Wirkung: Der mit den Abonnentinnen und Abonnenten erwirtschaftete digitale Lesermarktumsatz konnte im Vergleich zum Vorjahr um 81 % gesteigert werden.

Digitales «NZZ Magazin» für jeden Tag

2021 wurde die Lancierung des digitalen «NZZ Magazins» vorbereitet, das im ersten Quartal 2022 an den Start ging. Darin finden die Leserinnen und Leser alle Magazininhalte aus dem Hause NZZ, darunter sämtliche publizistischen Inhalte aus «NZZ Folio», «NZZ Geschichte» und weiteren Magazinen der NZZ. Zusätzlich werden täglich hochwertig produzierte Geschichten veröffentlicht, angereichert durch Elemente, die nur digital abrufbar sind, wie etwa Kolumnen, Kochrezepte und Illustrationen. Das Magazin soll neue Abonnentinnen und Abonnenten begeistern und der treuen Leserschaft einen zusätzlichen digitalen Mehrwert bieten.

Geschärfte Video-Strategie

Die Videoformate der NZZ adressieren gezielt ein jüngeres Publikum. Das gilt sowohl für die beliebten Erklärvideos, in denen das Weltgeschehen hintergründig eingeordnet wird, als auch für «NZZ Format», das Dokumentationsformat der «Neuen Zürcher Zeitung». «NZZ Format» wartete 2021 mit mehreren Neuerungen auf: Neben Themen aus den Bereichen Gesellschaftspolitik, Kultur und Wissenschaft greift das Format seit letztem Herbst auch Themen des internationalen Weltgeschehens auf und rückt damit thematisch näher an die internationale und politische Berichterstattung der NZZ heran. Den Auftakt für den erweiterten Themenfokus bildete die Dokumentation «Die letzten Tage vor den Taliban», die den Abzug der westlichen Truppen aus Afghanistan markierte. Für grosse Resonanz sorgte auch das Portrait dreier Polizisten, die am 6. Januar 2021 das US-Capitol verteidigt hatten. Dem erweiterten Themenspektrum wurde mit einem neuen Design auch formal Rechnung getragen. Alle ausgestrahlten Folgen sind seit letztem Jahr zudem auf nzz.ch abrufbar.

Erfolgreiches Jahr für The Market

2021 war ein erfolgreiches Jahr für The Market: Die Zahl der Abonnentinnen und Abonnenten nahm stetig zu und auch das Umsatzziel wurde per Jahresende übertroffen. Dadurch konnte die operative Gewinnschwelle bereits nach rund zweieinhalb Jahren erreicht werden – ein Jahr früher als ursprünglich geplant. Zudem wurden mit dem «The Market Best Ideas Portfolio» und dem «The Market Dividend Opportunities Portfolio» in Zusammenarbeit mit Leonteq zwei investierbare Musterportfolios lanciert. Das Team blickt mit Zuversicht auf 2022 und strebt Wachstumsraten im deutlich zweistelligen Prozentbereich an.

Die Zukunft liegt auch im Print

Die NZZ hatte im Vorjahr ihr Erscheinungsbild durch die Umstellung auf zwei Bünde deutlich verändert – im Jahr 2021 standen daher behutsame Anpassungen im Mittelpunkt. So etwa durch Reduzierung und Bündelung der Eigenanzeigen, um die redaktionellen Inhalte attraktiver präsentieren zu können. Das inhaltliche Konzept des «NZZ am Sonntag Magazins» wurde auf Basis intensiver Gespräche mit Abonnentinnen und Abonnenten erweitert. Mit dem neuen Ressort «Bellevue» haben die Lifestyle-Inhalte noch mehr Gewicht erhalten.

30 Jahre «NZZ Folio»

Das Magazin «NZZ Folio», die zweimonatliche Beilage der «Neuen Zürcher Zeitung», hatte im Vorjahr bereits eine wesentliche Überarbeitung erhalten, konzeptionell wie auch von der Anmutung her. Unter dem Motto «Schöne Neue Welt» feierte das «Folio» im September 2021 seinen 30. Geburtstag. In der Jubiläumsausgabe wagte die Redaktion einen Blick in die Zukunft, indem sie die Entwicklung des Tourismus und der Mobilität nach der Pandemie thematisierte. Zum Jubiläum fand im Zürcher Bernhard Theater ein Anlass mit Bundesrätin und Medienministerin Simonetta Sommaruga statt.

«Schöne Neue Welt»: So lautete das Motto für die Jubiläumsausgabe des «NZZ Folio», das 2021 30-jähriges Bestehen feierte.

Jenny Holzer in New York bei der Arbeit an der ersten Kunstausgabe für die «NZZ am Sonntag».

Die grüne Zukunft hat begonnen

Die Herausforderungen der Gegenwart, insbesondere im Bereich Nachhaltigkeit, beschäftigten auch die «NZZ am Sonntag». Zum Beginn des Klimagipfels Ende Oktober startete die Redaktion zu diesem Themenbereich versuchsweise einen neuen Bund. Die Resonanz aus der Leserschaft war eindeutig: Eine grosse Mehrheit wünschte sich, dass der Bund weitergeführt wird. Unter dem Titel «2050» erscheinen seit 2022 sechs Ausgaben pro Jahr. Auf acht bis zehn Seiten gibt es sorgfältig recherchierte Beiträge rund um das Thema Nachhaltigkeit. News aus der Wissenschaft runden das Lesepaket ab.

Der neue Bund war nicht das einzige Experiment der «NZZ am Sonntag» im letzten Jahr. So konnte die Redaktion die international bekannte Künstlerin Jenny Holzer für eine aussergewöhnliche Kooperation gewinnen: Die Künstlerin gestaltete für die «NZZ am Sonntag» die erste Kunstausgabe. In der Ausgabe vom 7. November 2021 stellte sie Zitate von ihrer Auffassung nach wohlmeinenden und problematischen Mitmenschen einander gegenüber. Ihre Haltung zu den Zitaten markierte sie mit Emojis.

Vermarktungs-Tool für Print- und Digitalwerbung

NZZone, die Vermarktungsorganisation des Unternehmens NZZ, konnte 2021 für die «Neue Zürcher Zeitung» und die «NZZ am Sonntag» den Marktanteil im Werbemarkt deutlich ausbauen. Der Umsatz steigerte sich in der Gesamtschau gegenüber Vorjahr um 16 %, bei der «NZZ am Sonntag» gar um über 25 %. Hierzu beigetragen hat nebst der Erholung im Werbemarkt eine gezieltere Marktbearbeitung, die durch die Reorganisation im Vorjahr und die Einführung einer neuen technischen Infrastruktur erreicht worden war. Zur Abwicklung der Werbekampagnen setzt NZZone seit dem letzten Jahr die Adconsole des Digital-Advertising-Spezialisten Audienzz ein. Das Portal wurde ursprünglich für den Online-Werbemarkt konzipiert und für den Print-Werbemarkt weiterentwickelt.

NZZ Live: Erfolgsgeschichte mit Neuerungen

Trotz der erneut schwierigen Ausgangslage und konträr zum Trend in der Branche erfuhr NZZ Live 2021 grossen Zuspruch durch das Publikum und die Veranstaltungspartner. Sowohl die Ticket- als auch die Sponsoringumsätze legten im Vergleich zum Vorjahr zu. Dies dank einem interessanten Programmmix und der intensivierten Zusammenarbeit mit dem Werbemarkt. Das Veranstaltungsformat der NZZ hat sich seit seiner Lancierung vor drei Jahren zum führenden Schweizer Anbieter von Live-Journalismus etabliert. Das in erster Linie von Redaktorinnen und Redaktoren des Hauses kuratierte Angebot kommt gut an: Seit dem Start von NZZ Live 2018 fanden mehr als 340 Veranstaltungen statt mit insgesamt 38 000 Besucherinnen und Besuchern. Neben klassischen Formaten wie Debatten oder Podien («NZZ Podium», «Pro Global Talk») sind es auch neuere Angebote, die auf ein hohes Interesse stossen. Dazu zählt beispielsweise «Unplugged», ein Format, in dem Gespräch und Performance kombiniert werden. Oder die «Genussakademie», in der Gäste unter fachkundiger Begleitung Spitzenweine und Gourmetspezialitäten verkosten.

NZZ Connect: Erfolgreiches Konferenzjahr trotz Krise

Die NZZ-Konferenzen gehören neben den Print- und Digitaltiteln und NZZ Live zum journalistischen Kerngeschäft der NZZ. Um das Konferenzangebot noch breiter abzustützen und stärker auf die Bedürfnisse von Partnern und Sponsoren auszurichten, wurde die Swiss Economic Forum (SEF) AG, die seit 2016 eine Tochtergesellschaft der NZZ ist, 2021 auch rechtlich mit der Neuen Zürcher Zeitung AG zusammengeführt. Daraus entstanden ist die Geschäftseinheit NZZ Connect. Ihr bekanntestes Flaggschiff ist das 1999 gegründete Swiss Economic Forum (SEF), die führende Wirtschaftskonferenz der Schweiz. Für die 23. Ausgabe unter dem Motto «New Horizons» trafen sich im September rund 1 400 Gäste aus den Bereichen Wirtschaft, Politik und Wissenschaft zum Austausch in Interlaken. Zum ersten Mal wurde auch der Wirtschaftspreis für Frauen, der SEF.WomenAward, für herausragende unternehmerische Leistungen verliehen. Dank grosser Flexibilität und unternehmerischer Weitsicht konnte NZZ Connect sämtliche Konferenzen, bis auf die Gesundheitskonferenz Future-Health Basel, physisch durchführen. Mit dem «Impact Finance Forum» realisierte NZZ Connect im Herbst 2021 zudem eine neue Initiative für einen nachhaltigen Finanzplatz Schweiz.

ZFF: Das meistbesuchte Filmfestival der Schweiz

Das 17. Zurich Film Festival (ZFF) fand unter Einhaltung strenger Schutzmassnahmen statt und begrüsste über 100 000 Gäste. Damit ist das ZFF zum zweiten Mal in Folge das meistbesuchte Filmfestival der Schweiz. Zu sehen bekam das Publikum ein künstlerisch anspruchsvolles Programm. Cineastische Grössen wie Paolo Sorrentino, Paul Schrader und Sharon Stone wurden mit Preisen geehrt. Letztere hat – zusammen mit dem neuen James-Bond-Film «No Time to Die», der nur 15 Minuten nach Beginn der Weltpremiere in London anlief – dazu beigetragen, dass das internationale mediale Echo grösser war als jemals zuvor in der Geschichte des Festivals. Erstmals ertönte zudem vor dem Start der Festival-Filme das neue ZFF-Signet, das von den Zürcher Filmmusikern Diego, Nora und Lionel Baldenweg komponiert und vom Tonhalle-Orchester im frisch renovierten Tonhalle-Saal eingespielt wurde. Die vor einem Jahr eingegangene strategische Partnerschaft mit dem Montreux Jazz Festival erlaubte dem ZFF, sich zusätzlich am Genfersee zu präsentieren. Im Gegenzug brachte die Montreux All Star Band an der Award Night das Opernhaus zum Vibrieren. Das neue Programm «ZFF für Kinder» soll Jugendlichen zwischen 8 und 13 Jahren in monatlichen Workshops neu auch unterjährig vermitteln, wie Filme entstehen.

Das ZFF verfügt über den höchsten Eigenfinanzierungsgrad aller Filmfestivals in der Schweiz. Unterstützt wird es ausserdem vom Bundesamt für Kultur (BAK), vom Kanton sowie von der Stadt Zürich mit Leistungsvereinbarungen für mehrere Jahre. In Anerkennung der kulturellen Verdienste des ZFF hat das BAK entschieden, seinen jährlichen Beitrag für die Jahre 2022 bis 2025 zu erhöhen.

Die amerikanische Schauspielikone Sharon Stone nahm am 17. Zurich Film Festival den Golden Icon Award für ihr Lebenswerk entgegen.

Fokus auf Wachstum und Transformation

Das letzte Jahr stand für die NZZ-Beteiligungen im Zeichen des Wachstums und der Transformation – entsprechende Initiativen wurden mit Erfolg umgesetzt.

Im Segment Beteiligungen wurde im Berichtsjahr ein betrieblicher Gesamtertrag von 52,6 Mio. CHF und ein EBIT von 4,9 Mio. CHF erwirtschaftet (EBIT-Marge: 9,4 %). Die Ergebnissteigerung ist insbesondere auf das starke organische Wachstum des Premium-Digitalvermarkters Audienzz und der Online-Community für Architektur und Design Architonic ArchDaily zurückzuführen. Architonic ArchDaily realisierte die Verbesserungen in Umsatz und Ergebnis unter anderem durch die gemeinsam entwickelten und lancierten Produktinnovationen. Einen soliden Ergebnisbeitrag leistet auch der Bauinformationsdienst Bindexis.

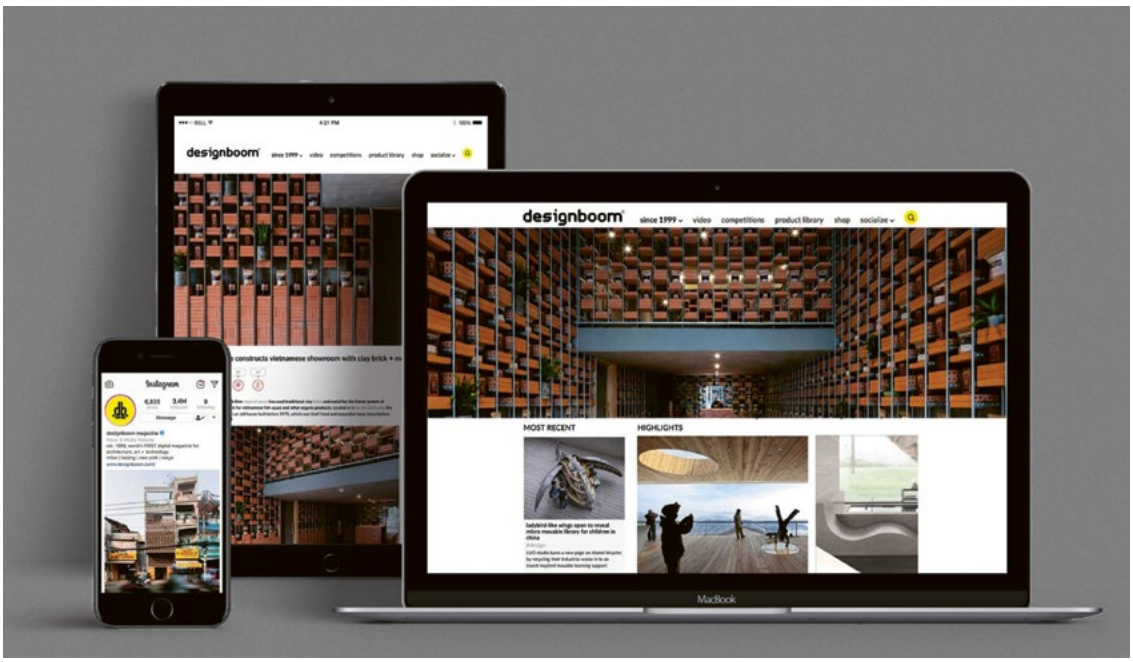
Audienzz: Mit strategischen Innovationen zu weiterem Wachstum

Unser Digital-Advertising-Spezialist Audienzz steigerte den Umsatz 2021 erneut deutlich zweistellig und verzeichnet beim Umsatz und Ergebnis ein Rekordjahr. Dazu beigetragen haben unter anderem Innovationen im Produkt- und Technologiebereich, die Weiterentwicklung von Angeboten im programmatischen Handel digitaler Werbeflächen sowie der Ausbau des Vermarktungsportfolios. Ein überdurchschnittliches Wachstum verzeichnete Audienzz bei den Produkten im Bereich Video-, Content- und Newsletter-Marketing. Im Herbst 2021 führte Audienzz zudem «Business Click Collect» ein, eine selbstentwickelte Software zur automatisierten Kreation und Distribution von Native Performance Ads. Der Zugewinn diverser neuer Publisher – insbesondere in der Romandie – stärkte das Vermarktungsgeschäft weiter. Die 2020 abgeschlossene Akquisition des Technologie- und Werbemonitoring-Dienstleisters Zulu5 wirkte sich ebenfalls positiv auf das Geschäftsergebnis 2021 aus und steigerte den Umsatz im DACH-Raum deutlich. Audienzz stärkt dadurch seine Positionierung im Ausland nachhaltig.

Drei Plattformen, ein Unternehmen

Anfang 2022 übernahm Architonic ArchDaily das Online-Designmagazin Designboom. Designboom gilt in der Architekturbranche als erste Adresse für News und Trends in den Bereichen Architektur, Design und Kunst.

Vereint bilden Architonic ArchDaily und Designboom die grösste Community für Architektur und Design weltweit. Die drei Plattformen architonic.com, archdaily.com und designboom.com generieren zusammen einen Traffic von mehr als 270 Millionen Besuchen pro Jahr und erreichen über 21 Millionen Follower über Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest und Twitter. Sie decken dabei jeweils spezifische Interessen zu Produkt-, Projekt- und News-Inhalten ab. Kundinnen und Kunden erhalten durch den Zusammenschluss plattformübergreifende Markensichtbarkeit und Geschäftsmöglichkeiten. Während die drei Plattformen auch weiterhin als separate Kanäle mit eigenem Markenauftritt geführt werden, haben sich die drei Unternehmen unter dem Namen DAAily Platforms zu einer Organisation zusammengeschlossen, die von CEO Stephan Bachmann geführt wird.



Mit 3,5 Millionen monatlichen Besuchern und über 200 000 aktiven Beiträgen ist Designboom die unangefochtene News- und Trends-Referenz für die Architektur- und Design-Community.

Bindexis im Zeichen der Transformation

Die im Jahr 2020 eingeleitete Transformation des Bauinformationsdienstes Bindexis wurde im Berichtsjahr konsequent weiterverfolgt. So baute das Unternehmen eine moderne Organisationsstruktur mit effizienten Recherche- und Verkaufsteams auf. Mitte Juni fand der Bezug neuer Räumlichkeiten im Dreispitz-Areal in Basel statt. Auch die technische Infrastruktur wurde weiter optimiert. Wie schon im Vorjahr war das Marktumfeld volatil und herausfordernd. Obwohl der Bauboom zu einer rekordhohen Menge an Baugesuchen führte, sank die Nachfrage nach Bauinformationen. Dies nachdem infolge knapper Rohstoffe ein Grossteil der Bauaufträge nicht ausgeführt werden konnte. Durch den Ausbau bestehender Angebote im Bereich Schnittstellen- und Datenservices gelang es Bindexis dennoch, wichtige Kunden für sich zu gewinnen. Anfang 2022 verkaufte die NZZ das Unternehmen an die Infopro Digital Gruppe. Infopro Digital ist in Europa Marktführerin für öffentliche Ausschreibungen und Vergaben und in jenen Bereichen spezialisiert, in denen auch Bindexis tätig ist. Der Zusammenschluss ist ein wichtiger Schritt zur Sicherung der strategischen Weiterentwicklung von Bindexis.

Deutliche Ergebnissteigerung

CH Media behauptete sich auch im zweiten Corona-Jahr und erzielt ein gegenüber dem Vorjahr deutlich besseres Ergebnis. Der Umsatzrückgang konnte dank Synergien, grossen Sparanstrengungen, Verkäufen von Aktivitäten und nicht betriebsnotwendigen Liegenschaften sowie einer Erholung des Werbemarktes im zweiten Halbjahr überkompensiert werden. Die operative Performance war stark; die Umsetzung der Strategie «CH Media 2025» verläuft planmässig.

CH Media erwirtschaftete 2021 einen Umsatz von 415,7 Mio. CHF, ein EBITDA von 51.7 Mio. CHF, ein EBIT von 35.9 Mio. CHF sowie ein Unternehmensergebnis von 34.8 Mio. CHF und überzeugte damit trotz Umsatzrückgang mit einem soliden Ergebnis. Der Ertrag aus Veräusserungen wird nicht im Ergebnisanteil CH Media, sondern zusammen mit der Rückführung von seinerzeit im Eigenkapital der NZZ verrechnetem Goodwill im ausserordentlichen Ergebnis ausgewiesen. Der 50-Prozent-Ergebnisanteil, der in die Konzernrechnung des Unternehmens NZZ fliesst, beträgt deshalb 10.3 Mio. CHF.

Strategie «CH Media 2025» auf Kurs

CH Media konnte die beiden strategischen Säulen Publishing und Entertainment weiter stärken.

Im Bereich Publishing entwickelten sich die Abschlüsse der Digitalabonnements seit dem Relaunch der Online-Newsportale und der Einführung des «Freemium-Bezahlmodells» sehr erfreulich. 2021 konnte dank der Zuwächse an Digitalabonnements erstmals seit langer Zeit die Gesamtauflage der Bezahlzeitung stabil gehalten werden.

Streamingdienst «oneplus»

≥10 000

Programmstunden

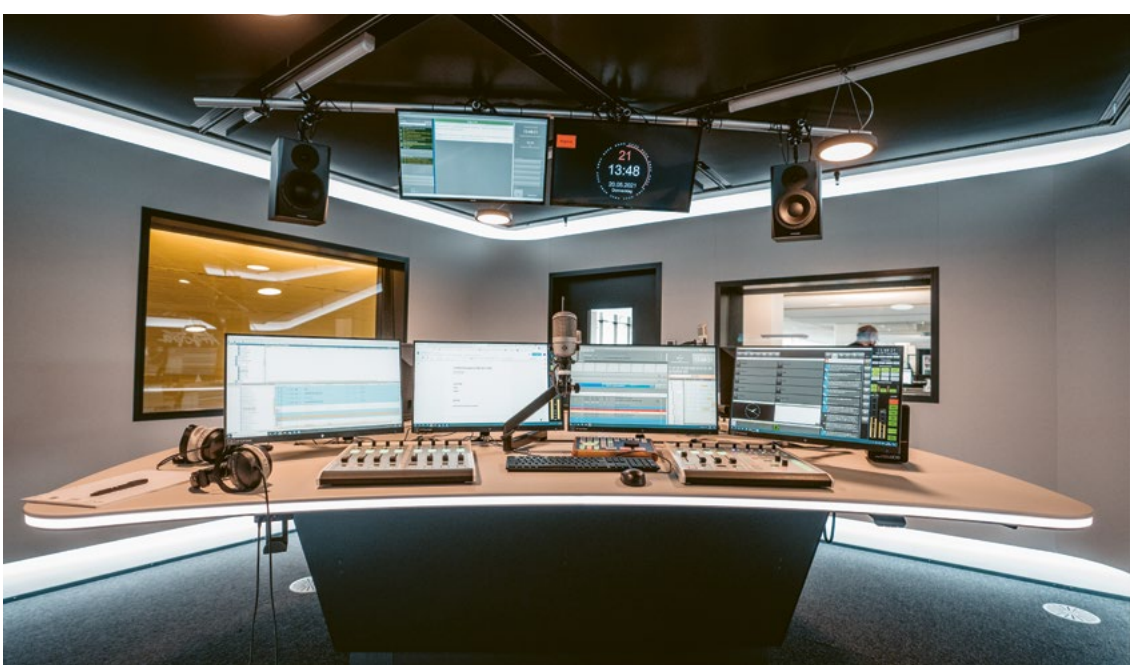
Im Bereich Entertainment expandierte CH Media im Berichtsjahr weiter mit der Übernahme von Radio Bern1 und einer Aufstockung des Aktienanteils an Radio 32 um 20 % (neuer Aktienanteil: 78 %). Mit «ArgoviaToday» startete nach «FM1 Today» und «PilatusToday» die dritte konvergente Newsplattform der regionalen TV- und Radiosender. Ein wichtiger Schritt gelang CH Media im Bereich der Fussballrechte: Das Unternehmen erwarb Sublizenzen für Spiele der Schweizer Fussballnationalmannschaft, die UEFA Nations League Finals und die Qualifikationsspiele der Europäischen Top-Nationalmannschaften. Noch mehr attraktive Inhalte bieten die nationalen TV-Sender dank der mehrjährigen Partnerschaft mit ViacomCBS Networks International: Per Oktober 2021 übernahm CH Media den Betrieb des Kinder-TV-Senders «Nick Schweiz»

und erweiterte damit die Senderfamilie um den Familiensender «7+ Family». Im November startete der neue Schweizer Streamingdienst «oneplus» mit über 10 000 Programmstunden, exklusiven Eigenproduktionen sowie Streamingpremieren.

Neben den konsequenten Investitionen in die Geschäftsfelder Publishing und Entertainment gelang es CH Media durch die Verkäufe des Special-Interest-Magazins «Fit for Life», der Architekturzeitschrift «Modulør», des Magazins und Onlineportals «Natürlich» und der Bezahlzeitung «Werdenberger & Obertoggenburger», ihr Portfolio weiter zu schärfen. Im Weiteren wurden die Sarganserländer Druck AG und eine nicht betriebsnotwendige Liegenschaft in Solothurn verkauft.

Ausblick 2022

Die Pandemieentwicklung bleibt unsicher und lässt zumindest für das erste Halbjahr eine weiterhin angespannte Situation annehmen. Zusätzlich belastend wirken sich deutliche Preissteigerungen insbesondere im Papier- und Strommarkt aus. Erst im zweiten Halbjahr kann mit einer Normalisierung der gesamtwirtschaftlichen Situation gerechnet werden. Diese Entwicklung, gepaart mit dem strukturellen Rückgang im Bereich der Printangebote, lässt ein anspruchsvolles Geschäftsjahr 2022 erwarten.



Das Studio von Radio Argovia. Mit «ArgoviaToday» startete 2021 die dritte konvergente Newsplattform von CH Media.

Nachhaltigkeit bei der NZZ

Der Weg hin zu einer nachhaltigen Entwicklung ist eine der grössten Herausforderungen unserer Zeit. Die Vereinten Nationen haben diese Mammutaufgabe so auf den Punkt gebracht: Wie können wir die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigen, ohne zu riskieren, dass künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können?

Aktuell prägen vor allem ökologische Fragen, insbesondere im Zuge des Klimawandels, die Diskussion. Nachhaltigkeit umfasst jedoch nicht nur umweltbezogene Aspekte, sondern hat auch eine soziale und eine ökonomische Dimension. Eine umfassende Gesamtschau auf diese komplexe Thematik ist deshalb wichtig.

Unser heutiger Wohlstand basiert zu einem wesentlichen Teil auf unternehmerischer Initiative. Ob es gelingt, diesen Wohlstand langfristig zu sichern, hängt davon ab, wie Unternehmen die Herausforderungen im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung in Wirtschaft und Gesellschaft meistern. Unter nachhaltigem Wirtschaften verstehen wir eine Unternehmenstätigkeit, die auf den langfristigen ökonomischen Erfolg ausgerichtet ist und ein verantwortungsvolles Handeln zugunsten der Gesellschaft und der Umwelt gewährleistet. Zu den Stakeholdern der NZZ im Einzelnen gehören Leserinnen und Nutzer, die Mitarbeitenden und Aktionäre, Geschäftspartnerinnen und Lieferanten, Wirtschaft und Politik, gesellschaftliche Organisationen sowie die breite Öffentlichkeit.

Bisheriges Engagement der NZZ

Die NZZ fängt nicht bei null an, sondern verfügt bereits über eine Historie in puncto Nachhaltigkeit. Als erstes Schweizer Medienunternehmen baute sie ab 1995 ein zertifiziertes Umweltmanagementsystem auf. Zudem ist die NZZ seit 1997 Mitglied der Energieagentur der Wirtschaft, welche sich für eine verbesserte Energieeffizienz einsetzt. Seit mehr als zehn Jahren erfolgt die Gebäudekühlung und -heizung an unserem Hauptsitz mit Seewasser und im Bereich Zeitungsdruck setzen wir gemeinsam mit unserem Druckdienstleister Tamedia auf hohe Nachhaltigkeitsstandards.

An der Schnittstelle von ökonomischer und sozialer Dimension engagiert sich die NZZ im Bereich der Aus- und Weiterbildung, fördert gezielt flexible Arbeitsformen und hat im letzten Jahr eine Initiative lanciert mit dem Ziel, den Frauenanteil bei Mitarbeitenden und im Kaderbereich zu erhöhen. Zudem führen wir regelmässig Befragungen zu relevanten Themen wie Unternehmenskultur, Fairness und Vereinbarkeit von Beruf und Familie durch. Die Ergebnisse und Rückmeldungen werden mit der Belegschaft geteilt und besprochen. Wir sind uns bewusst, dass die Unternehmenskultur, also der Mindset aller Mitarbeitenden, ein wichtiger Erfolgsfaktor für die nachhaltige Entwicklung der NZZ ist.

Strategie und transparente Berichterstattung

2021 erfolgte ein weiterer grosser Schritt zu einer nachhaltigen Unternehmensentwicklung. Im Rahmen eines strukturierten Prozesses haben wir uns auf oberster Führungs- und operativer Ebene des Themas angenommen und dazu Arbeitsgruppen gebildet. Zudem haben wir externe Beratung hinzugezogen – insbesondere mit Blick auf die Reduktion von Treibhausgasemissionen. Im laufenden Jahr 2022 wird die im letzten Jahr begonnene Entwicklung konkreter Ziele und Massnahmen zu den

Mit dem «Impact Finance Forum» realisierte NZZ Connect im Herbst 2021 eine neue Initiative für einen nachhaltigen Finanzplatz Schweiz.

unterschiedlichen Dimensionen der Nachhaltigkeit abgeschlossen und entschieden, wie wir die Berichterstattung künftig systematisieren wollen. Auch im Geschäftsbericht soll das Thema Nachhaltigkeit mehr Raum finden.

Austausch und Vernetzung

Wir verstärken gezielt den externen Dialog zum Thema Nachhaltigkeit. NZZ Connect bietet mit den Konferenzen «CE2 – Circular Economy Entrepreneurs» sowie dem «Impact Finance Forum» etablierte Plattformen in diesem Bereich an. Mit der Lancierung des neuen Ökosystems «Sustainable Switzerland» soll das entsprechende Angebot der NZZ unternehmensübergreifend nochmals deutlich erweitert, ein breiter Austausch in der Schweiz gefördert und die Vernetzung erleichtert werden.

Gesellschaftliche Relevanz von Qualitätsjournalismus

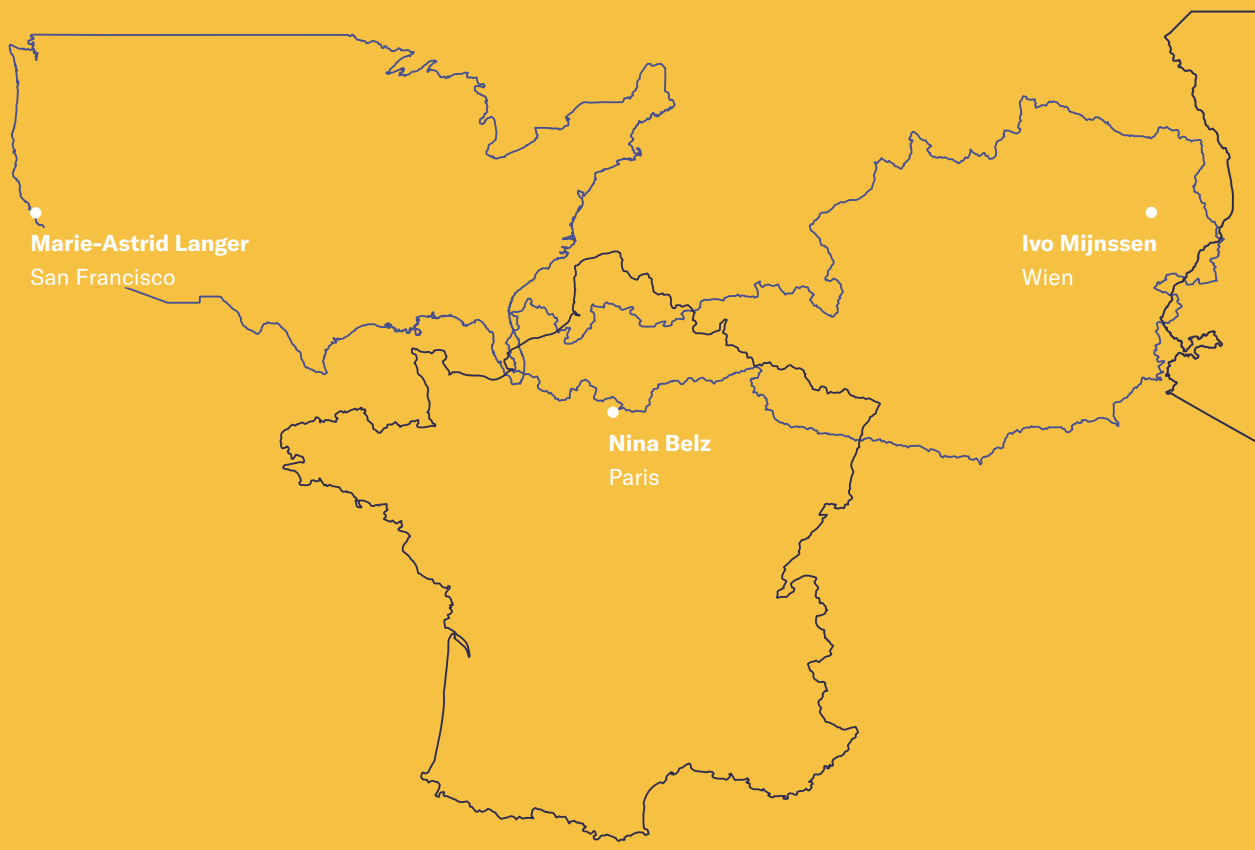
Alle diese verstärkten Nachhaltigkeitsaktivitäten der NZZ stehen unter der Prämisse, dass schon unsere primäre Geschäftstätigkeit – Qualitätsjournalismus aus liberaler Perspektive – einen wesentlichen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung unserer Gesellschaft leistet. Unsere Medien spielen eine wichtige Rolle bei der Information und Meinungsbildung, wie sie für jede Demokratie zentral sind. Gerade die Corona-Pandemie sowie die jüngsten weltpolitischen Ereignisse haben nochmals sehr deutlich aufgezeigt, wie gross der Bedarf an vertrauenswürdigen Informationen ist.

Publizistisch wird in den Medien der NZZ regelmässig über ein breites Spektrum von Nachhaltigkeitsthemen berichtet. In jüngster Zeit wird namentlich beim Thema Klimawandel ein stärkerer Akzent gesetzt. Dabei verfolgen die Redaktionen keine aktivistische Agenda, sondern sind stets dem eigenen liberalen Credo und den journalistischen Qualitätsstandards verpflichtet.

Die Qualität unserer Medien wird regelmässig auch von unabhängiger Seite bestätigt. So erreichten die «Neue Zürcher Zeitung» und nzz.ch im aktuellen «Jahrbuch Qualität der Medien 2021» zum wiederholten Mal in ihren Kategorien die beste Bewertung, und auch die «NZZ am Sonntag» belegt bei den Sonntagszeitungen den Spitzenplatz.

Vor Ort

Die NZZ verfügt über eines der grössten Korrespondentennetze unter deutschsprachigen Medien und bietet Berichterstattung aus erster Hand. Von Paris bis Peking und von Nairobi bis San Francisco. Rund 40 Korrespondentinnen und Korrespondenten ordnen die Nachrichtenlage ein und spüren unerzählte Geschichten auf. Sieben von ihnen gewähren uns auf den folgenden Seiten einen persönlichen Einblick in ihr Leben und ihren journalistischen Alltag.



Inga Rogg
Jerusalem
Matthias Kamp
Peking
Samuel Misteli
Nairobi
Andreas Babst
Delhi

Marie-Astrid Langer
Korrespondentin San Francisco

disruptiv

Wie würdest Du die Arbeitsmentalität im Silicon Valley charakterisieren?
Getrieben vom Traum, am «nächsten grossen Ding» mitzuwirken und die Welt zu verändern, arbeiten die Menschen im Silicon Valley viel und enthusiastisch. Viele tragen selbst in der Freizeit Kleider mit dem Firmenlogo und testen jede Innovation: vom Roboter-Barista bis zum Virtual-Reality-Fitnessstudio. Die Hobbys sind oft so extrem wie die Arbeitseinstellung. Da fliegt man übers Wochenende auch schon mal zum Heli-Skiing nach Kanada.

Verlieren San Francisco und die Bay Area an Attraktivität?
In San Franciscos Innenstadt sieht man viele psychisch erkrankte Menschen und Drogenabhängige. Geschäfte werden zurzeit immer wieder überfallen. Durch die Pandemie mussten viele kleine Läden, Museen und Theater schliessen. In den exklusiven Wohngegenden auf den Hügeln bekommt man von all dem wenig mit. Man weiss: «Crime doesn't climb.»

Bedrückt Dich die Obdachlosensituation persönlich?
Vor meiner Haustür durchforsten Obdachlose die Mülltonne nach Pfandflaschen und bei Regen schläft oft jemand im Treppenaufgang. Manchmal stolpere ich auf dem Trottoir fast über einen Drogensüchtigen, der wie tot auf dem Boden liegt. Die Armut und enorme Verwahrlosung ist extremer als alles, was ich in Europa je gesehen habe.

Die USA gelten als gespaltenes Land – wie erlebst Du dies?
Die San Francisco Bay Area ist eine Blase. Die Spaltung der USA offenbart sich einem beim Reisen – politisch wie wirtschaftlich. In Texas oder Montana fühle ich mich oft wie in einem anderen Land; das Weltbild ist meist konservativer, Armut bisweilen weit verbreitet.

Wie beginnt Dein Feierabend?
Mit einem Spaziergang: Ich wohne im hispanischen Mission-Viertel, das rund um die Uhr pulsiert. Wenn die letzte Zeile des Tages geschrieben ist, tausche ich die Tastatur gegen Kopfhörer und jogge mit einem Podcast auf den Ohren durch die Nachbarschaft – immer auf der Suche nach bisher Unentdecktem.

«Die fahrerlose Zukunft ist in Phoenix schon Realität» von Marie-Astrid Langer

Nina Belz
Korrespondentin Paris

charmant

Wie hat sich Dein Bild von Paris durch Deine Arbeit geändert?
Es ist diverser geworden – und dadurch schlechter. Der Alltag ist weniger romantisch, als man es sich nach einem Wochenendtrip ausmalt. Die Stadt ist sehr dicht, es gibt wenig Grün, dafür umso mehr Verkehr, Wohnraum ist zum Teil teurer als in Zürich. Und Paris ist oft auch schmutzig und laut. Aber ich erwische mich dennoch immer wieder bei dem Gedanken, wie viel Charme die Stadt doch hat. Beispielsweise wenn ich ein besonders schönes Haus entdecke, einen versteckten Innenhof oder Garten, ein interessantes Restaurant. Und ein Picknick zum Sonnenuntergang am Seineufer gehört zu meinen absoluten Favoriten.

Bei welchem Anlass hast Du das Land von einer neuen Seite kennengelernt?
In der Schwangerschaft und mit meiner neugeborenen Tochter. Geht es um Familie oder kleine Kinder, werden viele Pariser herzlich und hilfsbereit. Leute, die einen im Treppenhaus jahrelang nicht gegrüsst haben, halten einem plötzlich die Tür auf und erinnern sich an den Namen des Kindes. Im Bus wurde ich immer wieder von wildfremden Menschen angesprochen.

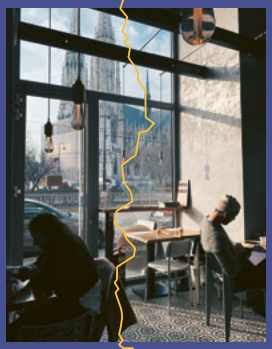
Wie unterscheidet sich die Hauptstadt von anderen Landesregionen?
Ganz allgemein: Ausser Lyon und Marseille kommt keine Stadt auch nur annähernd an den Puls von Paris heran. Das Leben ist ausserhalb dieser Zentren also oftmals gemächlicher und spontaner. Doch die Unterschiede sind auch ausserhalb der Hauptstadt gross. Frankreich ist sehr divers: landschaftlich, kulinarisch und kulturell.

Wagst Du eine Prognose – wer wird 2022 Präsident?
Leichter Vorteil Macron. Aber es ist in diesem Land schon mehr als einmal auf den letzten Metern Überraschendes passiert.

Dein Lieblingsessen der französischen Küche?
Ich habe eine grosse Schwäche für die französische Patisseriekunst.

«Kämpfer im Algerienkrieg – Macron macht den Harkis Hoffnung» von Nina Belz

Ivo Mijnssen
Korrespondent Wien



traditionell

Worin unterscheidet sich der Journalismus in Österreich von jenem in der Schweiz?
Wien ist als wasserkopfartiges Zentrum Österreichs für den Journalismus noch einmal deutlich dominanter, als es in der Schweiz Zürich oder Bern sein können. Entsprechend ist die Berichterstattung stärker auf die Hauptstadt und deren politisch-gesellschaftliche Irrungen und Wirrungen fokussiert. Ausserdem spielt Twitter als Medium der Meinungsbildung und -mache eine wichtigere Rolle.

Gibt es etwas, das Du als charakteristisch für die Wienerinnen und Wiener erachtest?
Sie leben in einer Stadt, in der zahlreiche Kulturen und historische Einflüsse zusammenkommen, ticken aber mehrheitlich recht konservativ, was einiges an Spannung birgt. Jede Gruppe hat ihre eigenen Orte und Institutionen. Das Gefühl, dass sich alle mischen, stellt sich eigentlich nur in den wunderbaren Parks und auf den grossen Grünflächen der Stadt ein.

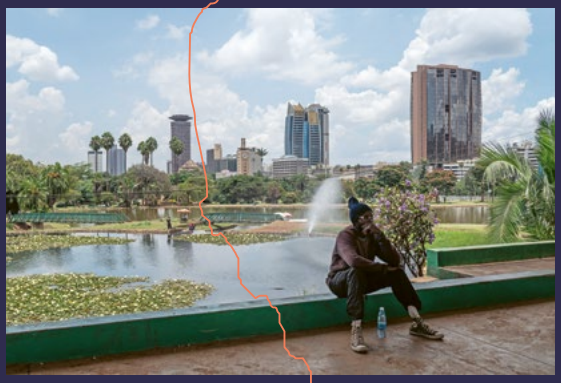
Welche Beobachtung hat Dich 2021 überrascht?
Der Aufstieg und jähe Fall von Sebastian Kurz zeigte, wie rasch scheinbar fixe Machtverhältnisse plötzlich über den Haufen geworfen werden – und wie wenig das doch an den politischen Grundstrukturen ändert.

Welche Gegensätze im Land faszinieren Dich?
Spannend finde ich, wie gross die Unterschiede sind zwischen dem alpinen, kleinstädtisch geprägten Westen – und dem Osten, wo die imperiale, feudale Vergangenheit noch stark mitschwingt. Das zeigt sich in der grossartigen Architektur, aber auch in der Bedeutung, die Titel besitzen. So würde ich in der Schweiz niemals ein E-Mail mit «Dr.» unterzeichnen – in Österreich kann das hingegen durchaus Türen öffnen.

Hand aufs Herz: Gehört das Wiener Schnitzel zu Deinen Lieblingsspeisen?
Ein gutes Schnitzel mit Preiselbeeren esse ich hin und wieder tatsächlich sehr gerne. Allerdings hätte die Wiener Küche bezüglich Experimentierfreudigkeit und Abwechslung noch Luft nach oben. Mir fehlen vor allem die guten italienischen Restaurants, die man in Zürich an fast jeder Ecke findet.

«Polen setzt bei Migranten an der weissrussischen Grenze auf Härte» von Ivo Mijnssen

Samuel Misteli
Korrespondent Nairobi



Kosmopolitisch

In Nairobi stationiert, berichtest Du über den ganzen afrikanischen Kontinent. Wie gelingt Dir das?
Indem ich mit Leuten in den verschiedenen Ländern telefoniere, Kontakte über Social Media pflege und möglichst breit lese. Es ist dank dem Internet einfacher als früher, als das Radio die wichtigste Informationsquelle für Afrika-Korrespondenten war. Dennoch bleibt es eine riesige Herausforderung, der man nur gerecht werden kann, indem man regelmässig in die Länder reist.

Was hat Dich seit Deiner Ankunft in Nairobi am meisten erstaunt?
Wie kosmopolitisch die Stadt ist: Es gibt hier Kenianer aus allen Landesteilen, auch weisse, britischstämmige und indischstämmige. Es gibt viele Somalier und Menschen aus vielen anderen afrikanischen Ländern. Und es gibt Expats aus der halben Welt. Ich kenne, ausser vielleicht New York, keine Stadt, deren Identität so stark dadurch geprägt ist, dass Leute von überall hierherkommen.

Kenia gilt als leistungsfähige Volkswirtschaft. Wie äussert sich das?
Zum Beispiel in der Mentalität der Leute. Sie sprechen oft vom «hustlen» – davon, kreativ und zäh sein zu müssen, um wirtschaftlich voranzukommen. Sie sind tatsächlich oft sehr findig: Sie arbeiten vielleicht tagsüber in einer Immobilienagentur und verkaufen am Abend Schuhe über Whatsapp. Dieses Arbeitsethos ist häufig aus der Not geboren. Doch letztlich treibt es die Volkswirtschaft an.

Die Unterschiede zwischen Arm und Reich sind gross. Wo siehst Du dies besonders deutlich?
Es gibt hier Restaurants, die auch Dubai gut anstehen würden. Und es gibt viele Menschen, die ein Jahr arbeiten müssten, um einmal in diesen Restaurants essen zu können. Trotzdem sind die Welten physisch oft nicht weit voneinander entfernt: Gleich an Kibera zum Beispiel, den grössten Slum, grenzt ein Golfplatz.

Wo kaufst Du für Deinen Alltagsbedarf ein?
In einem Supermarkt, den ich in zwei Minuten mit dem Velo erreiche. Er ist überteuert – aus mir unbekannten Gründen, da ich nicht in einer der reichsten Gegenden wohne. An der Ecke neben dem Supermarkt hat es ein paar Marktstände. Dort sind Gemüse und Früchte billiger.

«Schweizer Entwicklungshilfe – Spurensuche in Tansania» von Samuel Misteli

Inga Rogg
Korrespondentin Jerusalem

kontrastreich

Du arbeitest in Jerusalem. Was ist prägend für Deinen Alltag als Journalistin?
Kaum war ich hier, brach 2020 die Corona-Pandemie aus. Bis jetzt kommt zu kurz, was gerade am Anfang wichtig ist – Begegnungen mit Politikern oder anderen Personen, die Gespräche am Rande von Veranstaltungen.

Was beeindruckt Dich in Bezug auf das Zusammenleben in dieser Stadt?
Jerusalem ist eine zutiefst gespaltene Stadt, es ist eher ein Nebeneinander als ein Miteinander. Was aber alle, ob säkulare und fromme Juden oder Israeli und Palästinenser, verbindet: Sie sind Familienmenschen. Das sieht man besonders an Wochenenden und Feiertagen. Am Shabbat ist es unglaublich ruhig, man kann sogar auf den Strassen spazieren.

Du berichtest seit langem aus Konfliktgebieten, etwa dem Irak oder Syrien. Wie gehst Du damit um?
Es gibt Dinge, die man nie vergisst: die Explosion von Bomben und Artillerie, der Geruch von verbrannten Körperteilen, Blut und Motorenöl nach Autobombenanschlägen. Mir hilft sicher Gelassenheit, der Blick auf das Gute, Humor oder auch Musik, wobei es von iranischer Klassik bis Punk fast alles sein darf.

Welche Region hast Du 2021 neu entdeckt?
Mein persönliches Highlight war die nordisraelische Hafenstadt Akko. Nicht nur ist ihre Lage einmalig, Akko hat auch eine der schönsten Altstädte im Land. Zudem war ich zum ersten Mal im Gazastreifen. Die Enge dort kann man sich kaum vorstellen, wenn man nicht selbst dort gewesen ist. Obwohl Akko und Gaza-Stadt politisch nichts verbindet, eint sie eines: In beiden Städten bekommt man die vielleicht besten Fischgerichte im Nahen Osten.

Gibt es ein lokales Gericht, das Du gerne selbst kochst?
Das Schöne an der israelischen Küche ist ihre Mischung aus europäischen und orientalischen Gerichten. Für Vielfalt und Gaumenfreuden ist also gesorgt. Aber kochen? Besser nicht. Um die Beziehung zwischen mir und dem Herd steht es nicht zum Besten.

«Nach den religiösen Unruhen in Israel herrscht nur oberflächliche Ruhe» von Inga Rogg

Andreas Babst
Korrespondent Delhi

vielschichtig

Wie erfährst Du die gesellschaftliche Vielfalt Indiens in Deinem Alltag?
Ständig, aber am unmittelbarsten beim Essen. Das Streetfood bei mir um die Ecke unterscheidet sich bereits von jenem im Norden Delhis. Und bin ich auf Reisen, versuche ich, möglichst viele lokale Spezialitäten zu probieren. Es ist ein Spiel geworden: Welche Gewürze stecken dieses Mal in einem Gericht? Am liebsten esse ich Dal und ich habe noch keines gegessen, das gleich geschmeckt hat.

Belastet Dich der Smog in Delhi?
Im November und Dezember ist es ziemlich mühsam, dann liegt ein gelber Nebel über der Stadt. Aber weil Delhi sonst fantastisch ist, lässt sich auch damit leben. Die Stadt ist ganz generell nicht schön auf den ersten Blick, die Schönheit Delhis liegt in den Kleinigkeiten, die sich in den Alltag schmiegen. Der freundliche Teeverkäufer an der Strassenecke, der Tempel im Morgenlicht, die Spaziergänge und Pfauen im Park.

Wie stark ist die indische Politik religiös geprägt?
Mittlerweile sehr. Unter Premierminister Narendra Modi findet eine Politisierung der Religion statt. Die Idee Indiens war einst, dass alle Religionen darin Platz finden. Heute dominiert ein Hindu-Nationalismus, der die Gesellschaft spaltet.

Wie erlebst Du die Covid-Politik im Land?
Wie in vielen Schwellenländern herrscht ein gewisser Pragmatismus. Man trifft jene Massnahmen, die umsetzbar sind: Masken, Desinfektionsmittel und vor allem Impfungen. Homeoffice ist den meisten Menschen hier nicht möglich, ein Lockdown wäre existenzbedrohend.

Wo könnten wir von Indien lernen?
Man lernt in Indien schnell, sich selbst nicht so wichtig zu nehmen. Die schiere Masse an Menschen macht einen bescheidener: Es gibt so viele, die intelligenter sind, interessanter, ehrgeiziger. Die Schweiz ist eine sehr kleine Welt und es tut gut, das im Hinterkopf zu haben.

«Patanjali-Guru Ramdev ist Indiens umstrittenster Unternehmer» von Andreas Babst

Matthias Kamp
Korrespondent Peking

pulsierend

Was beeindruckt Dich an China am meisten?
Die Dynamik, die Flexibilität, der Pragmatismus und die Anpassungsfähigkeit der Chinesinnen und Chinesen sind einzigartig. Es sind neben Fleiss und einem unbedingten Willen zum Aufstieg diese Eigenschaften, die das Land dorthin gebracht haben, wo es heute steht: China ist die zweitgrösste Volkswirtschaft der Welt und eine angehende Hightech-Nation.

Auf welche Weise spürst Du die Präsenz der Kommunistischen Partei in Deinem Alltag?
Sie ist in allen Lebensbereichen der Chinesinnen und Chinesen vielleicht so allgegenwärtig wie lange nicht mehr: in den Unternehmen, den Schulen, in der Kultur. Letzten Sommer feierte China den 100. Jahrestag der Gründung der KP. In Peking und in anderen Städten hängen überall Plakate, die die Verdienste der Partei rühmen und die Menschen dazu aufrufen, der Parteilinie zu folgen.

Mit welcher Herausforderung siehst Du Dich regelmässig konfrontiert?
Als ausländischer Journalist in China kann man nicht damit rechnen, von seinen Gesprächspartnern immer ehrliche Antworten zu bekommen. Es herrscht zum Teil ein Klima der Verunsicherung und der Angst; viele Menschen halten sich mit Kritik zurück, weil sie Repressalien fürchten. Das hat sich unter Staats- und Parteichef Xi Jinping noch einmal verschärft.

Die Fronten zwischen China und den USA sind verhärtet. Wie lautet Deine Zukunftsprognose?
Das Klima zwischen China und den USA dürfte noch eisiger werden. Chinas wirtschaftlicher und technologischer Aufstieg wird weiter voranschreiten, und die USA wollen nicht hinnehmen, dass ein Land mit einem politischen System wie dem chinesischen Weltmacht Nummer eins wird. In der chinesischen Regierung herrscht die Haltung, dass sich der Westen im Niedergang befinde und der Aufstieg Asiens unaufhaltsam sei.

China ist bekannt für eine vielseitige Küche, auch exotische Gerichte. Was lässt Du auf Deinem Teller liegen?
Schweinelunge, Hühnerfüsse, Schlange. Ich bevorzuge scharfe Nudeln aus der Provinz Gansu und Meeresfrüchte aus Hainan.

«Chinas Aussteiger zieht es nach Dali in der Provinz Yunnan» von Matthias Kamp

Am «Silvesterzauber Light 2021» projizierte der Künstler Gerry Hofstetter Bilder auf ausgewählte Bauwerke in Zürich. Dazu gehörte auch das NZZ-Gebäude an der Falkenstrasse.

Finanzielle Berichterstattung des Unternehmens NZZ

Konsolidierte Erfolgsrechnung	52
Konsolidierte Bilanz	53
Konsolidierte Geldflussrechnung	54
Entwicklung des Eigenkapitals	56
Anhang zur Konzernrechnung	58
Bericht der Revisionsstelle	83

Konsolidierte Erfolgsrechnung

in 1000 CHF	Anhang	2021	2020	Veränderung
Ertrag Nutzermarkt	1.2	111 840	105 133	6 708
Ertrag Werbemarkt	1.3	77 512	63 863	13 649
Übriger Ertrag	1.4	50 167	52 135	–1 968
Betrieblicher Gesamtertrag		**239 519**	**221 131**	**18 389**
Materialaufwand		1 740	2 272	–532
Vertriebsaufwand		16 060	15 992	68
Fremdleistungen		45 439	42 644	2 794
Personalaufwand	1.5	116 735	107 493	9 243
Betriebs- und Verwaltungsaufwand		39 861	37 596	2 265
Abschreibungen auf Sach- und Immateriellen Anlagen	1.6	5 752	6 899	–1 147
Betrieblicher Gesamtaufwand		**225 587**	**212 896**	**12 691**
Ergebnisanteil an Joint Ventures	1.7	10 263	9 346	918
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)		**24 195**	**17 580**	**6 615**
Finanzergebnis	1.8	2 469	525	1 944
Ordentliches Ergebnis		**26 664**	**18 105**	**8 559**
Ausserordentliches Ergebnis	1.9	85	–1 415	1 500
Gruppenergebnis vor Steuern		**26 750**	**16 690**	**10 059**
Ertragssteuern	1.10	–3 866	–1 437	–2 429
Gruppenergebnis		**22 883**	**15 253**	**7 630**
Anteiliges Ergebnis der Aktionäre der AG für die Neue Zürcher Zeitung		22 507	14 725	7 781
Minderheitsanteile		377	528	–151

Konsolidierte Bilanz

Aktiven

in 1000 CHF	Anhang	31.12.21	in %	31.12.20	in %
Liquide Mittel		109 040	30	89 457	27
Wertschriften	2.1	55 383	15	48 667	15
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.2	26 970	7	28 552	9
Andere Forderungen und Rechnungsabgrenzungen	2.3	6 875	2	5 479	2
Vorräte und nicht fakturierte Dienstleistungen	2.4	934	0	1 259	0
Umlaufvermögen		**199 204**	**54**	**173 416**	**52**
Finanzanlagen	2.5	130 142	35	115 568	35
Sachanlagen	2.6	38 571	10	41 858	13
Immaterielle Anlagen	2.7	1 022	0	1 146	0
Anlagevermögen		**169 735**	**46**	**158 572**	**48**
Total Aktiven		**368 939**	**100**	**331 987**	**100**

Passiven

in 1000 CHF	Anhang	31.12.21	in %	31.12.20	in %
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.8	9 473	3	10 738	3
Vorauszahlungen von Kunden		42 002	11	42 526	13
Andere Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungen	2.9	34 908	9	26 657	8
Kurzfristige Rückstellungen	2.10	4 106	1	0	0
Kurzfristiges Fremdkapital		**90 489**	**25**	**79 921**	**24**
Langfristige Rückstellungen	2.10	351	0	265	0
Langfristiges Fremdkapital		**351**	**0**	**265**	**0**
Fremdkapital		**90 840**	**25**	**80 186**	**24**
Eigenkapital exkl. Minderheitsanteile		277 403	75	247 643	75
Minderheitsanteile		695	0	4 159	1
Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile		**278 099**	**75**	**251 801**	**76**
Total Passiven		**368 939**	**100**	**331 987**	**100**

Konsolidierte Geldflussrechnung

in 1000 CHF	Anhang	2021	2020	Ver-änderung
Anteiliges Ergebnis der Aktionäre der AG für die Neue Zürcher Zeitung		22 507	14 725	
Minderheitsanteile am Ergebnis		377	528	
Abschreibungen auf Sach- und Immateriellen Anlagen	1.6	5 752	6 899	
Sonstige fondsunwirksame Positionen		–2 563	225	
Erfolg aus Abgang von Sach- und Immateriellen Anlagen		–115	–19	
Erfolg aus Beteiligungsverkäufen		–153	–217	
Ergebnis aus Equity-Bewertung	1.7 / 1.8	–10 353	–8 878	
Veränderung Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.2	1 555	–619	
Veränderung andere Forderungen und Rechnungsabgrenzungen	2.3	–1 424	2 896	
Veränderung Vorräte und nicht fakturierte Dienstleistungen	2.4	325	125	
Veränderung Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.8	–1 189	–2 256	
Veränderung Vorauszahlungen von Kunden		–407	1 294	
Veränderung andere Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungen	2.9	8 362	2 108	
Veränderung Rückstellungen	2.10	4 192	–105	
Cashflow aus Geschäftstätigkeit		**26 866**	**16 707**	**10 159**
Investitionen in Sachanlagen	2.6	–2 026	–3 739	
Devestitionen von Sachanlagen		243	19	
Investitionen in Immaterielle Anlagen	2.7	–452	–62	
Investitionen in konsolidierte Gesellschaften		–5 111	–22 368	
Dividenden von Assoziierten Gesellschaften		0	3 500	
Veränderung Wertschriften		–4 100	–2 835	
Investitionen in übrige Finanzanlagen		–28	–7 000	
Devestitionen von übrigen Finanzanlagen		153	6 248	
Cashflow aus Investitionstätigkeit		**–11 321**	**–26 236**	**14 915**

in 1000 CHF	Anhang	2021	2020	Ver-änderung
Veränderung langfristige Finanzverbindlichkeiten		0	–350	
Dividendenausschüttung		0	–8 000	
Dividendenzahlungen an Minderheitsaktionäre		–138	–816	
Kauf/Verkauf von eigenen Aktien		4 449	1 433	
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit		**4 311**	**–7 734**	**12 044**
Einfluss aus Währungsumrechnung		–273	–18	
Veränderung Liquide Mittel		**19 583**	**–17 281**	**36 864**
Liquiditätsnachweis:				
Liquide Mittel am 1.1.		89 457	106 738	
Liquide Mittel am 31.12.		109 040	89 457	
Veränderung Liquide Mittel		**19 583**	**–17 281**	**36 864**

Entwicklung des Eigenkapitals

in 1000 CHF	Aktien-kapital	Kapital-reserven	Eigene Aktien
Eigenkapital Stand 1.1.20	**4 000**	**17 766**	**–6 681**
Goodwill-Verrechnung[1]			
Dividenden			
Kauf/Verkauf eigene Aktien		210	1 433
Minderheitsanteile aus Akquisitionen/Verkäufen			
Andere Veränderungen			
Fremdwährungsdifferenzen			
Gruppenergebnis			
Eigenkapital Stand 31.12.20	**4 000**	**17 976**	**–5 248**
Goodwill-Verrechnung[1]			
Dividenden			
Kauf/Verkauf eigene Aktien		436	4 449
Minderheitsanteile aus Akquisitionen			
Andere Veränderungen			
Fremdwährungsdifferenzen			
Gruppenergebnis			
Eigenkapital Stand 31.12.21	**4 000**	**18 413**	**–800**

[1] Zu den Erwerbszeitpunkten werden die Aktiven und Passiven der erworbenen Unternehmen zu aktuellen Werten bewertet und den Kaufpreisen gegenübergestellt. Ein daraus resultierender Goodwill wird in Übereinstimmung mit Swiss GAAP FER 30 mit dem Eigenkapital verrechnet. Der Betrag setzt sich zusammen aus neu im Eigenkapital verrechnetem Goodwill im Betrag von 1,9 Mio. CHF (Vorjahr 20,8 Mio. CHF) und im Zusammenhang mit Devestitionen bei CH Media zurückgeführtem Goodwill im Umfang von 4,2 Mio. CHF (Vorjahr 3,5 Mio. CHF).

Das Aktienkapital ist eingeteilt in 40 000 voll einbezahlte Namenaktien zu nominal CHF 100, gehalten durch 2871 stimmberechtigte Aktionäre (Stand 31. Dezember 2021).

Die AG für die Neue Zürcher Zeitung hält per Bilanzstichtag 154 frei verfügbare eigene Namenaktien zum durchschnittlichen Einstandspreis von CHF 5193. Im Berichtsjahr wurden 67 eigene Aktien gekauft und 935 verkauft. Im Vorjahr verfügte sie über 1022 frei verfügbare eigene Namenaktien zum durchschnittlichen Einstandspreis von CHF 5135. Es wurden 380 eigene Aktien gekauft und 634 verkauft. Der Eigenbestand ermöglicht trotz eines geringen Aktienumlaufs auch etwas grössere Aktientransaktionen und steht zudem für allfällige Mitarbeiterbeteiligungen zur Verfügung.

Gewinn-reserven	Währungs-differenzen	Total exkl. Minderheitsanteile	Minderheits-anteile	Total inkl. Minderheits-anteile
241 410	**–564**	**255 931**	**6 157**	**262 088**
–17 147		–17 147	–235	–17 382
–8 000		–8 000	–816	–8 816
		1 643		1 643
		0	–1 471	–1 471
488		488	–6	482
	3	3	2	5
14 725		14 725	528	15 253
231 476	**–561**	**247 643**	**4 159**	**251 801**
2 406		2 406	–64	2 341
0		0	–138	–138
		4 885		4 885
		0	–3 638	–3 638
–137		–137	0	–137
	100	100	0	100
22 507		22 507	377	22 883
256 251	**–461**	**277 403**	**696**	**278 099**

Weitere Angaben zum verrechneten Goodwill und die Auswirkungen einer theoretischen Aktivierung auf das Eigenkapital finden sich im Anhang unter der Ziffer 3.2.

Unter der Position «Andere Veränderungen» sind vor allem die Rückbuchungen von verjährten Dividendenansprüchen sowie von Dividenden auf dem eigenen Aktienbestand ausgewiesen. Zudem wurde eine Bereinigung der Währungsdifferenz im Zusammenhang mit einer liquidierten Gesellschaft vorgenommen.

Anhang zur Konzernrechnung

A. Genehmigung der Konzernrechnung

Der Verwaltungsrat der AG für die Neue Zürcher Zeitung hat am 15. März 2022 die vorliegende Konzernrechnung genehmigt. Sie unterliegt noch der Genehmigung durch die Generalversammlung vom 23. April 2022.

B. Grundsätze der Rechnungslegung

Grundlage für die konsolidierte Jahresrechnung bilden die Einzelabschlüsse der Konzerngesellschaften. Diese beruhen auf einheitlichen, für alle Konzerngesellschaften geltenden Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätzen. Bilanzstichtag der AG für die Neue Zürcher Zeitung sowie sämtlicher Tochtergesellschaften ist der 31. Dezember.

Die Rechnungslegung des Konzerns erfolgt in Übereinstimmung mit den Richtlinien der Fachempfehlungen zur Rechnungslegung (Swiss GAAP FER) und den Bestimmungen des schweizerischen Gesetzes. Im Berichts- wie im Vorjahr wurde mit Ausnahme der ergänzenden Fachempfehlung für kotierte Unternehmen das gesamte Swiss GAAP FER-Regelwerk angewendet. Die Konzernrechnung basiert auf betriebswirtschaftlichen Werten und vermittelt ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Ertrags- und Finanzlage (True and Fair View).

Die im Bericht erfassten Kennzahlen sind gerundet. Rundungen können in Einzelfällen dazu führen, dass sich Werte in diesem Bericht nicht exakt zur angegebenen Summe aufaddieren und Prozentangaben sich nicht aus den dargestellten Werten ergeben.

C. Konsolidierungsgrundsätze

Die Konzernrechnung umfasst die Jahresabschlüsse der AG für die Neue Zürcher Zeitung und ihrer konsolidierten Tochtergesellschaften, Gemeinschaftsunternehmen (Joint Ventures) und Assoziierten Gesellschaften.

Tochtergesellschaften sind Unternehmen, an denen die AG für die Neue Zürcher Zeitung direkt oder indirekt mehr als 50 % der Stimmrechte hält oder durch vertragliche Vereinbarung eine Beherrschung vorliegt. Diese Gesellschaften werden vollkonsolidiert, wobei alle Aktiven und Passiven sowie Aufwand und Ertrag zu 100 % erfasst werden. Allfällige Minderheitsanteile am Eigenkapital und am Geschäftsergebnis werden gesondert ausgewiesen. Alle konzerninternen Transaktionen zwischen den konsolidierten Gesellschaften werden gegenseitig verrechnet. Zwischengewinne auf solchen Transaktionen werden eliminiert.

Joint Ventures sind Gesellschaften, an denen die AG für die Neue Zürcher Zeitung direkt oder indirekt 50 % hält und die gemeinsam ohne Beherrschung durch eine Partei geführt werden. Diese werden nach der Equity-Methode erfasst.

Assoziierte Gesellschaften sind Unternehmen, auf welche die AG für die Neue Zürcher Zeitung über bedeutenden Einfluss verfügt und direkt oder indirekt Beteiligungsquoten zwischen 20 % und bis unter 50 % hält. Diese werden ebenfalls nach der Equity-Methode erfasst.

Minderheitsbeteiligungen mit Stimmrechtsanteilen unter 20 % werden zu Anschaffungswerten, unter Berücksichtigung allfällig notwendiger Wertberichtigungen, bilanziert.

Joint Ventures, Assoziierte und Minderheitsbeteiligungen sind in der Bilanz unter den Finanzanlagen ausgewiesen. In der Erfolgsrechnung werden die Ergebnisse aus Joint Ventures und Assoziierten Gesellschaften innerhalb des Betriebsergebnisses (EBIT) ausgewiesen, sofern die Kontrolle über die finanziellen und operativen Entscheidungen aufgrund von vertraglichen Vereinbarungen zusammen mit Partnern ausgeübt wird und die Strategie des Unternehmens mitgeprägt werden kann. Aktuell trifft dies auf die Beteiligung CH Media zu. Sind diese Kriterien nicht erfüllt, wird das anteilige Ergebnis im Finanzergebnis ausgewiesen.

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt nach der Purchase-Methode. Zum Erwerbszeitpunkt werden die Aktiven und Passiven des erworbenen Unternehmens zu aktuellen Werten bewertet und dem Kaufpreis gegenübergestellt. Ein daraus resultierender Goodwill wird in Übereinstimmung mit Swiss GAAP FER 30 mit dem Eigenkapital verrechnet.

Im Berichtsjahr hat sich der Konsolidierungskreis wie folgt verändert:

Gesellschaft	Veränderung
Swiss Economic Forum (SEF) AG	Die Swiss Economic Forum (SEF) AG wurde rückwirkend per 1. Januar 2021 in die Neue Zürcher Zeitung AG fusioniert.
RMH Regionalmedien AG NZZ Regionalmedien AG	Die RMH Regionalmedien AG wurde rückwirkend per 1. Januar 2021 in die neugegründete NZZ Regionalmedien AG fusioniert. Den rund 3 % Minderheitsaktionären der RMH Regionalmedien AG wurde im Zuge dieser Transaktion eine Barabfindung ausbezahlt.

Eine Übersicht über die Beteiligungen findet sich unter der Ziffer 3.7 im Anhang.

Die im Anhang verwendete Bezeichnung «Nahestehende» umfasst, in Übereinstimmung mit Swiss GAAP FER 15, Joint Ventures, Assoziierte Gesellschaften und übrige nahestehende Personen.

Die Konzernrechnung wird in Schweizer Franken geführt. In Fremdwährung erstellte Jahresrechnungen von Tochtergesellschaften werden nach der Stichtagskursmethode umgerechnet. Die Bilanzpositionen werden zu Stichtagskursen, die Positionen der Erfolgsrechnung und der Geldflussrechnung zu Jahresdurchschnittskursen in die Konzernwährung umgerechnet. Die daraus resultierenden Umrechnungsdifferenzen werden erfolgsneutral im Eigenkapital erfasst.

Transaktionen in fremder Währung werden während des Geschäftsjahres zum Tageskurs der Transaktion umgerechnet. In den Jahresabschlüssen der einzelnen Gesellschaften werden Aktiven und Passiven in Fremdwährung zum Stichtagskurs umgerechnet. Resultierende Umrechnungsdifferenzen werden erfolgswirksam verbucht.

D. Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

Liquide Mittel
Die Liquiden Mittel umfassen Kassenbestände, Post- und Bankguthaben sowie Festgelder mit einer Restlaufzeit von höchstens 90 Tagen, bewertet zu Nominalwerten.

Wertschriften
Die als Liquiditätsreserve gehaltenen Wertschriften werden zum Marktwert per Bilanzstichtag bewertet.

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen
Die Bewertung von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen erfolgt zum Nominalwert abzüglich betriebswirtschaftlich notwendiger Wertberichtigungen. Die Berechnung der Wertberichtigung (Delkredere) erfolgt mittels Einzelwertberichtigung aufgrund spezifischer Bonitäts- und Altersrisiken sowie einer Pauschalwertberichtigung auf dem Restbetrag, die auf Erfahrungswerten der jeweiligen Organisation basieren.

Vorräte und nicht fakturierte Dienstleistungen
Die Warenvorräte und nicht fakturierten Dienstleistungen sind zu Anschaffungs- oder Herstellkosten beziehungsweise zum tieferen realisierbaren Veräusserungswert bewertet. Herstellkosten umfassen die direkten Material- und Fertigungseinzelkosten sowie die zurechenbaren Fertigungsgemeinkosten. Artikel mit einem geringen Lagerumschlag werden nach betriebswirtschaftlichen Kriterien wertberichtigt.

Finanzanlagen
Joint Ventures und Assoziierte Gesellschaften werden zum anteiligen Eigenkapital erfasst. Der ab der Gründung des Joint Ventures im Eigenkapital von CH Media verrechnete Goodwill wird nicht im Beteiligungswert berücksichtigt. In den Finanzanlagen sind langfristig gehaltene Wertschriften, Liegenschaften zu Renditezwecken, Minderheitsbeteiligungen sowie Darlehen, bewertet zu Anschaffungswerten abzüglich betriebswirtschaftlich notwendiger Wertberichtigungen beziehungsweise Abschreibungen, ausgewiesen. Fondsanteile werden zu ihrem Nettoinventarwert (Net Asset Value) bilanziert.

Sachanlagen
Die Bewertung des Sachanlagevermögens erfolgt zu Anschaffungskosten abzüglich betriebswirtschaftlich notwendiger Abschreibungen sowie Verlusten aus Wertbeeinträchtigungen.

Die Abschreibungen erfolgen linear über die wirtschaftliche Nutzungsdauer des Anlagegutes.

Sachanlagen	Anzahl Jahre
Grundstücke	unlimitiert
Bauten	50
Einrichtungen	10–20
Produktionsanlagen	5–14
IT-Anlagen, Netzwerke	3–8
Übrige Sachanlagen	4–10

Zinsaufwendungen während der Realisierungsphase werden nicht aktiviert.

Immaterielle Anlagen
Unter den Immateriellen Anlagen werden Verlagsrechte, Konzessionen, Marken und ähnliche Rechte sowie Software bilanziert. Käuflich erworbene Immaterielle Anlagen sind zu Anschaffungskosten oder zu ihrem tiefer angesetzten Nutzwert bilanziert. Software wird linear über die betriebswirtschaftliche Nutzungsdauer von drei bis sechs Jahren, die übrigen Immateriellen Anlagen werden über fünf bis zehn Jahre abgeschrieben.

In Übereinstimmung mit Swiss GAAP FER 30 wird der Goodwill direkt mit dem Eigenkapital verrechnet. Die Auswirkungen einer theoretischen Aktivierung und einer erfolgswirksamen Abschreibung über die Nutzungsdauer von fünf Jahren werden unter der Ziffer 3.2 im Anhang dargestellt.

Wertbeeinträchtigung von Aktiven
Die Werthaltigkeit von langfristigen Aktiven wird an jedem Bilanzstichtag einer Beurteilung unterzogen. Liegen Hinweise einer Wertverminderung vor, wird eine Berechnung des erzielbaren Werts durchgeführt (Impairment-Test mittels Nutzwertberechnung). Übersteigt der Buchwert den erzielbaren Wert, wird der Verlust aus der Wertbeeinträchtigung erfolgswirksam erfasst. Wenn sich die bei der Ermittlung des erzielbaren Wertes berücksichtigten Faktoren massgeblich verbessert haben, wird eine in früheren Berichtsperioden erfasste Wertbeeinträchtigung teilweise oder ganz erfolgswirksam aufgehoben.

Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen werden zum Nominalwert erfasst.

Vorauszahlungen von Kunden
Bei den Vorauszahlungen handelt es sich um passive Abgrenzungen für noch nicht erbrachte Leistungen wie für Abonnements oder Anzahlungen für Inserate.

Vorsorgeverpflichtungen
Die Mitarbeitenden des Unternehmens NZZ sind bei der Pensionskasse der NZZ oder vereinzelt bei Sammelstiftungen gegen die wirtschaftlichen Folgen von Ruhestand, Todesfall und Invalidität versichert. Die Pensionskasse der NZZ ist eine von der Gruppe rechtlich getrennte Stiftung mit paritätischer Zusammensetzung des Stiftungsrats. Organisation, Geschäftsführung und Finanzierung der Vorsorgepläne richten sich nach den gesetzlichen Vorschriften, den Stiftungsurkunden sowie den geltenden Vorsorgereglementen. Die Leistungen des Vorsorgeplans liegen über dem gesetzlich vorgeschriebenen Minimum. Die aktuelle Finanzlage der Pensionskasse zeigt Ende 2021 einen geschätzten Deckungsgrad von 124 % (Vorjahr 117 %).

Die Berechnung des Vorsorgekapitals basiert auf den technischen Grundlagen BVG 2020 als Generationentafeln mit einem technischen Zinssatz von 1,5 % (Vorjahr 1,5 %).

In der Konzernrechnung wird jährlich beurteilt, ob aus einem Vorsorgeplan aus Sicht des Unternehmens ein wirtschaftlicher Nutzen oder eine wirtschaftliche Verpflichtung besteht. Als Basis dienen Verträge oder Jahresrechnungen, welche nach Swiss GAAP FER 26 erstellt werden. Davon ausgehend, wird je Vorsorgeplan der wirtschaftliche Nutzen oder die wirtschaftliche Verpflichtung ermittelt und bilanziert. Allfällige Arbeitgeberbeitragsreserven werden als Aktivum erfasst. Angaben dazu finden sich unter der Ziffer 3.1 im Anhang.

Rückstellungen
Rückstellungen werden gebildet, wenn aus einem Ereignis in der Vergangenheit eine begründete wahrscheinliche Verpflichtung besteht, deren Höhe und/oder Fälligkeit ungewiss, aber schätzbar ist. Eine solche Verpflichtung kann auf rechtlichen oder faktischen Gründen basieren.

Eigene Aktien
Die eigenen Aktien werden zu durchschnittlichen Anschaffungskosten bewertet. Ein allfälliger Mehr- oder Mindererlös bei späterer Wiederveräusserung sowie anfallende Transaktionskosten werden als Zunahme beziehungsweise Reduktion der Kapitalreserven erfasst.

Leasing
Bei Leasinggeschäften wird zwischen Finanzierungsleasing und operativem Leasing unterschieden. Die Vermögenswerte sowie Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing werden bilanziert. Leistungen aus operativem Leasing werden direkt dem Betriebsaufwand belastet. Die Leasingverpflichtungen aus operativem Leasing werden im Anhang unter der Ziffer 3.3 ausgewiesen.

Realisierung von Erträgen
Die unter Nutzer- und Werbemarkt ausgewiesenen Einnahmen von Abonnentinnen und Abonnenten, Inserentinnen und Inserenten und aus Veranstaltungen werden nur für erfolgte Leistungen als Umsatz verbucht. Übrige Dienstleistungserträge werden in der Periode erfasst, in der die Leistung erbracht wurde.

Ertragssteuern
Laufende Ertragssteuern werden periodengerecht erfasst und sind auf dem steuerbaren Ergebnis berechnet. In der Konzernrechnung werden Rückstellungen für latente Steuern gebildet, welche sich durch zeitlich beschränkte Abweichungen zwischen betriebswirtschaftlichen und steuerlichen Werten ergeben. Die Berechnung der jährlich abzugrenzenden latenten Steuern erfolgt aufgrund des tatsächlich zu erwartenden Steuersatzes je Steuersubjekt. Steuerlich verwendbare Verlustvorträge werden aus Vorsichtsgründen nicht aktiviert.

Derivative Finanzinstrumente
Derivative Finanzinstrumente werden per Bilanzstichtag zu Marktwerten bewertet. Die Veränderung der Marktwerte wird erfolgswirksam verbucht. Absicherungsgeschäfte für vertraglich vereinbarte zukünftige Mittelflüsse werden im Anhang offengelegt.

E. Segmentinformationen

Die nachfolgend dargestellte Segmentberichterstattung widerspiegelt die aktuelle Segmentierung für die Unternehmenssteuerung auf oberster Leitungsebene. Erläuterungen zu den Geschäftsbereichen finden sich im Lagebericht.

2021

in 1000 CHF	NZZ Kern [1]	Beteili-gungen [2]	Regional-medien [3]	Elimi-nation	Total
Ertrag Nutzermarkt	100 104	11 741	0	–4	111 840
Ertrag Werbemarkt	43 626	39 398	2 818	–8 330	77 512
Übriger Ertrag	41 402	1 490	7 867	–592	50 167
Betrieblicher Gesamtertrag	**185 132**	**52 628**	**10 685** [4]	**–8 927**	**239 519**
Betrieblicher Gesamtaufwand	175 084	47 680	11 750 [4]	–8 927	225 587
Ergebnisanteil an Joint Ventures	0	0	10 263	0	10 263
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	**10 048**	**4 948**	**9 199**	**0**	**24 195**
EBIT-Marge	5,4 %	9,4 %	n.a.	–	10,1 %

[1] Nähere Informationen zu den Aktivitäten und zum Geschäftsgang des Segments finden sich auf Seite 20 bis 31 im Lagebericht.
[2] Siehe Seite 28 und 29 im Lagebericht.
[3] Siehe Seite 30 und 31 im Lagebericht.
[4] Die Umsätze und Aufwände stammen aus den beiden konzessionierten TV-Gesellschaften TVO AG und Tele 1 AG.

2020

in 1000 CHF	NZZ Kern	Beteili-gungen	Regional-medien	Elimi-nation	Total
Ertrag Nutzermarkt	94 530	10 608	0	–5	105 133
Ertrag Werbemarkt	37 765	30 666	2 422	–6 990	63 863
Übriger Ertrag	41 920	960	9 784	–528	52 135
Betrieblicher Gesamtertrag	**174 214**	**42 234**	**12 206** [1]	**–7 524**	**221 131**
Betrieblicher Gesamtaufwand	168 889	38 654	12 876 [1]	–7 524	212 896
Ergebnisanteil an Joint Ventures	0	0	9 346	0	9 346
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	**5 325**	**3 580**	**8 675**	**0**	**17 580**
EBIT-Marge	3,1 %	8,5 %	n.a.	–	8,0 %

[1] Die Umsätze und Aufwände stammen aus den beiden konzessionierten TV-Gesellschaften TVO AG und Tele 1 AG.

F. Angaben zu Erfolgsrechnungspositionen

1.1 Hinweis zu den Auswirkungen aus der Corona-Pandemie

Aufgrund der Erfahrungen im Jahr 2020, den getroffenen Annahmen und den daraus abgeleiteten Massnahmen war das Unternehmen NZZ gut auf die vor allem in den ersten Monaten fortgesetzten Einschränkungen im Zusammenhang mit der Pandemie vorbereitet. Die wirtschaftlichen Folgen der ausserordentlichen Situation sind im Vergleich zum Vorjahr erheblich geringer ausgefallen. In der Berichtsperiode musste deshalb nicht auf das Instrument der Kurzarbeit zurückgegriffen werden. Im Vorjahr waren im Personalaufwand Kurzarbeitsentschädigungen für die Monate April bis Juni im Umfang von 1,6 Mio. CHF enthalten. Das Unternehmen NZZ wurde 2021 dennoch in einigen Bereichen mit Corona-bezogenen Beiträgen der öffentlichen Hand für pandemiebedingte Einbussen entschädigt. Zu erwähnen sind die Beiträge der Stadt Zürich für die entgangenen Mietausfälle (Drittelsmodell). Weiter wurde das Zurich Film Festival erneut, wenn auch in geringerem Umfang als im Vorjahr, mit Kulturbeiträgen des Kantons Zürich unterstützt, welche im übrigen Ertrag ausgewiesen werden. Die Mediennothilfen der konzessionierten TV-Gesellschaften zur Abfederung der Einbussen im Werbemarkt sind im Berichtsjahr deutlich geringer ausgefallen. Auch die Fremdleistungen waren durch die Mediennothilfen der Agentur Keystone SDA vermindert. Die zusätzlichen Corona-bezogenen Fördergelder für die Direktzustellung der Zeitungen minderten im Vorjahr den Vertriebsaufwand. Im Jahr 2021 wurden diese als Verbindlichkeiten erfasst und Anfang 2022 zurückbezahlt.

1.2 Ertrag Nutzermarkt

in 1000 CHF	2021	2020	Veränderung
Ertrag Lesermarkt	90 678	86 895	3 782
Ertrag übriger Nutzermarkt	21 163	18 237	2 925
Total Ertrag Nutzermarkt	**111 840**	**105 133**	**6 708**

1.3 Ertrag Werbemarkt

in 1000 CHF	2021	2020	Veränderung
Ertrag Werbemarkt Print	36 097	31 656	4 441
Ertrag Werbemarkt Online/Rubriken	38 649	29 803	8 846
Ertrag Werbemarkt TV	2 765	2 404	362
Total Ertrag Werbemarkt	**77 512**	**63 863**	**13 649**

1.4 Übriger Ertrag

in 1000 CHF	2021	2020	Ver-änderung
Sonstiger übriger Ertrag	41 376	40 617	759
Konzessionsgelder TV	7 031	6 952	79
Medienförderung, Kulturbeiträge und weitere Zuwendungen der öffentlichen Hand	1 646	4 547	–2 902
Gewinne aus Anlagenverkäufen	115	19	95
Total Übriger Ertrag	**50 167**	**52 135**	**–1 968**

1.5 Personalaufwand

in 1000 CHF	2021	2020	Ver-änderung
Lohnaufwand	94 702	86 270	8 432
Sozialleistungen	7 447	7 524	–77
Vorsorgeaufwand	6 321	6 434	–113
Übriger Personalaufwand	8 265	7 264	1 001
Total Personalaufwand	**116 735**	**107 493**	**9 243**

1.6 Abschreibungen auf Sach- und Immateriellen Anlagen

in 1000 CHF	2021	2020	Ver-änderung
Auf Mobilien	2 096	2 667	–570
Auf Immobilien	3 079	2 431	648
Auf Immateriellen Anlagen	576	1 801	–1 225
Total	**5 752**	**6 899**	**–1 147**

1.7 CH Media

Das Joint Venture CH Media wird mit der Equity-Methode erfasst. Da es sich um eine strategisch wichtige Beteiligung handelt, finden sich in der Folge detaillierte Informationen zum Geschäftsgang und zur Bilanz.

Erfolgsrechnung und Cashflow aus Geschäftstätigkeit CH Media

in 1000 CHF	2021	2020	Veränderung
Betrieblicher Gesamtertrag (BGE)	415 660	428 341	–12 681
Betriebsaufwand	–363 995	–385 529	21 534
Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	**51 665**	**42 813**	**8 853**
in % vom BGE	12,4 %	10,0 %	
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	**35 934**	**24 133**	**11 801**
in % vom BGE	8,6 %	5,6 %	
Unternehmensergebnis	**34 848**	**22 764**	**12 084**
in % vom BGE	8,4 %	5,3 %	
Cashflow aus Geschäftstätigkeit[1]	**80 063**	**105 096**	**–25 033**

[1] Der gegenüber Vorjahr tiefere operative Cashflow aus Geschäftstätigkeit ergibt sich trotz des höheren Unternehmensergebnisses aufgrund grösserer Bewegungen im Netto-Umlaufvermögen.

Der anteilige Verkaufserlös von veräusserten Beteiligungen und Unternehmensteilen von CH Media wird zusammen mit der Rückführung von seinerzeit im Eigenkapital der NZZ verrechnetem Goodwill separat im ausserordentlichen Ergebnis (siehe Ziffer 1.9) gezeigt. Der anteilige Verkaufserlös ist nicht Bestandteil des beim Unternehmen NZZ ausgewiesenen hälftigen Ergebnisanteils von 10,3 Mio. CHF im Geschäftsjahr 2021, beziehungsweise der 9,3 Mio. CHF im Jahr 2020. Zudem haben der Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung des Unternehmens NZZ betreffend Zuwendungen aus öffentlicher Hand im Jahr 2021 eine vorsichtigere Einschätzung vorgenommen (definitive Veranlagung der CH Media erfolgt im Geschäftsjahr 2022).

Bilanz CH Media

in 1000 CHF	31.12.21	31.12.20
Umlaufvermögen	120 722	145 252
Anlagevermögen	204 872	206 417
Total Aktiven	**325 594**	**351 669**
Fremdkapital	281 711	339 462
Eigenkapital	43 883	12 208
Total Passiven	**325 594**	**351 669**

In dem unter den Finanzanlagen des konsolidierten Unternehmens NZZ ausgewiesenen Beteiligungswert (siehe Ziffer 2.5) wird der im Eigenkapital verrechnete Goodwill aus Unternehmensakquisitionen nicht berücksichtigt.

1.8 Finanzergebnis

in 1000 CHF	2021	2020	Veränderung
Wertschriftenertrag	9 863	14 407	–4 544
Zins- und übriger Finanzertrag	1 841	1 314	528
Total Finanzertrag	**11 704**	**15 721**	**–4 017**
Wertschriftenaufwand	–7 773	–12 686	4 912
Zins- und übriger Finanzaufwand	–1 551	–2 042	491
Total Finanzaufwand	**–9 325**	**–14 728**	**5 403**
Anteil am Ergebnis von Assoziierten Gesellschaften	90	–468	558
Total	**2 469**	**525**	**1 944**

Die erwirtschaftete Netto-Performance beträgt +4,7 % (Vorjahr +4,5 %). Im Vorjahr waren auf den Wertschriften mit Börsenkurs sehr hohe Bewegungen im Wertschriftenertrag und -aufwand festzuhalten.

1.9 Ausserordentliches Ergebnis

in 1000 CHF	2021	2020	Veränderung
Ausserordentlicher Ertrag	4 366	2 036	2 330
Ausserordentlicher Aufwand	–37	0	–37
Erfolg aus Goodwill-Rückführung	–4 244	–3 451	–793
Total	**85**	**–1 415**	**1 500**

Im aktuellen Jahr bestehen die Positionen des ausserordentlichen Erfolgs aus den anteiligen Verkaufsgewinnen der von CH Media durchgeführten Veräusserungen, namentlich der Regionalzeitung «Werdenberger & Obertoggenburger», der Magazine «Fit for Life», «Modulør», «Natürlich» sowie einer Liegenschaft in Solothurn und der Beteiligung an der Sarganserländer Druck AG. Im Erfolg aus Goodwill-Rückführung wird der seinerzeit im konsolidierten Eigenkapital des Unternehmens NZZ verrechnete Goodwill der von der NZZ in das Joint Venture CH Media eingebrachten und nun veräusserten Beteiligungen und Unternehmensteile aufgelöst.

Die Vorjahreswerte enthalten ebenfalls durch CH Media realisierte Veräusserungsgewinne respektive damit verbundene Goodwill-Rückführungen der Beteiligung Multicolor Print AG, der Verbandsmedien, der «Surseer Woche» und des «Berner Landboten» sowie der Buchverlage.

1.10 Ertragssteuern

in 1000 CHF	2021	2020	Veränderung
Laufende Ertragssteuern	–3 810	–1 522	–2 288
Veränderung latente Steuern	–56	85	–141
Total	**–3 866**	**–1 437**	**–2 429**

Im Berichtsjahr konnten Verlustvorträge steuerlich genutzt werden, was zu einer Steuereinsparung von 0,4 Mio. CHF (Vorjahr 1,3 Mio. CHF) führte.

Im konsolidierten Unternehmen NZZ sind per Ende Jahr noch nicht angerechnete Verlustvorträge im Umfang von 50,2 Mio. CHF vorhanden, davon sind voraussichtlich 1,6 Mio. CHF (Vorjahr 4,0 Mio. CHF) steuerlich nutzbar. Der daraus resultierende latente Steueranspruch von 0,2 Mio. CHF wird aus Vorsichtsgründen nicht aktiviert.

G. Angaben zu Bilanzpositionen

2.1 Wertschriften

in 1000 CHF	31.12.21	31.12.20
Geldmarktanlagen	2 312	1 477
Obligationen und Wandelanleihen	11 647	12 263
Aktien	24 584	20 712
Immobilien und Alternative Anlagen	16 840	14 214
Total	**55 383**	**48 667**

2.2 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

in 1000 CHF	31.12.21	31.12.20
Gegenüber Dritten	25 027	23 866
Gegenüber Nahestehenden	4 259	6 430
Delkredere	–2 316	–1 743
Total	**26 970**	**28 552**

2.3 Andere Forderungen und Rechnungsabgrenzungen

in 1000 CHF	31.12.21	31.12.20
Forderungen gegenüber Dritten	3 574	2 315
Aktive Rechnungsabgrenzung gegenüber Dritten	3 301	2 932
Aktive Rechnungsabgrenzung gegenüber Nahestehenden	0	233
Total	**6 875**	**5 479**

2.4 Vorräte und nicht fakturierte Dienstleistungen

in 1000 CHF	31.12.21	31.12.20
Halb- und Fertigfabrikate	934	410
Nicht fakturierte Dienstleistungen	0	849
Total	**934**	**1 259**

2.5 Finanzanlagen

in 1000 CHF	31.12.21	31.12.20
Wertschriften	61	61
Liegenschaften zu Renditezwecken	7 828	7 941
Beteiligungen an Joint Ventures und Assoziierten Gesellschaften	111 118	96 457
Beteiligungen zu Anschaffungswerten	1 719	1 719
Darlehen an Dritte	27	0
Darlehen an Nahestehende[1]	9 390	9 390
Total	**130 142**	**115 568**

[1] Auf den Darlehensforderungen an Nahestehende von 9,4 Mio. CHF bestehen Rangrücktritte.

Die «Beteiligungen an Joint Ventures und Assoziierten Gesellschaften» bestehen zu einem wesentlichen Teil aus dem zum anteiligen Eigenkapital erfassten Joint Venture CH Media. Angaben zum Geschäftsgang und Kennzahlen dieser bedeutenden Beteiligung finden sich unter der Ziffer 1.7.

Die Darlehen an Nahestehende werden hauptsächlich dem Joint Venture CH Media beziehungsweise weiteren Assoziierten Gesellschaften gewährt.

Angaben zu den Liegenschaften zu Renditezwecken finden sich beim Liegenschaftenverzeichnis unter der Ziffer 2.6.2.

2.6 Sachanlagen
2.6.1 Entwicklung der Sachanlagen

in 1000 CHF	Grundstücke und Bauten	Einrichtungen	Produktionsanlagen	Übrige Sachanlagen	Total Sachanlagen
Anschaffungswert					
Stand 1.1.20	**65 127**	**28 487**	**2 837**	**24 423**	**120 874**
Zugänge	0	1 815	401	1 524	3 740
Abgänge	0	0	0	–10 548	–10 548[1]
Umbuchungen	0	0	– 138	138	0
Veränd. Konsolidierungskreis	0	0	0	41	41
Stand 31.12.20 / 1.1.21	**65 127**	**30 302**	**3 100**	**15 578**	**114 107**
Zugänge	1 149	0	4	874	2 026
Abgänge	0	0	–104	–4 078	–4 182
Währungseinfluss	0	0	0	–21	–21
Stand 31.12.21	**66 276**	**30 302**	**3 000**	**12 353**	**111 930**
Kumulierte Abschreibungen					
Stand 1.1.20	**33 147**	**22 230**	**450**	**20 666**	**76 493**
Abschreibungen laufendes Jahr	1 502	929	281	2 385	5 098
Abgänge	0	0	905	–10 277	–9 372[1]
Veränd. Konsolidierungskreis	0	0	0	31	31
Stand 31.12.20 / 1.1.21	**34 650**	**23 159**	**1 636**	**12 805**	**72 249**
Abschreibungen laufendes Jahr	1 460	1 619	249	1 847	5 175
Abgänge	0	0	–104	–3 949	–4 054
Umbuchungen	4	–4	0	0	0
Währungseinfluss	0	0	0	–13	–13
Stand 31.12.21	**36 114**	**24 774**	**1 781**	**10 690**	**73 358**
Nettobuchwert Stand 31.12.20	**30 478**	**7 144**	**1 464**	**2 773**	**41 858**
Nettobuchwert Stand 31.12.21	**30 162**	**5 528**	**1 219**	**1 663**	**38 571**

[1] Die hohen Abgänge im Vorjahr sind auf eine Bereinigung des Anlagevermögens in der Informatik zurückzuführen. Sie enthalten auch eine nicht liquiditätswirksame Anpassung der Vorjahreswerte bei den konzessionierten TV-Gesellschaften.

2.6.2 Liegenschaften- und Grundstücksverzeichnis per Bilanzstichtag

Neue Zürcher Zeitung AG	8008 Zürich, Falkenstrasse 11 8008 Zürich, Falkenstrasse 12 8008 Zürich, Seehofstrasse 16 8001 Zürich, Münstergasse 9

Die Liegenschaft an der Münstergasse 9 in Zürich wird nicht betrieblich genutzt, weshalb sie als Renditeobjekt unter den Finanzanlagen bilanziert ist.

2.7 Immaterielle Anlagen

in 1000 CHF	Software / Übrige	Total Immate-rielle Anlagen
Anschaffungswert		
Stand 1.1.20	**28 939**	**28 939**
Zugänge	62	62
Abgänge	–9 639	–9 639[1]
Veränd. Konsolidierungskreis	49	49
Stand 31.12.20 / 1.1.21	**19 411**	**19 411**
Zugänge	452	452
Abgänge	–783	–783
Stand 31.12.21	**19 080**	**19 080**
Kumulierte Abschreibungen		
Stand 1.1.20	**26 104**	**26 104**
Abschreibungen laufendes Jahr	1 801	1 801
Abgänge	–9 639	–9 639[1]
Veränd. Konsolidierungskreis	–1	–1
Stand 31.12.20 / 1.1.21	**18 265**	**18 265**
Abschreibungen laufendes Jahr	576	576
Abgänge	–783	–783
Stand 31.12.21	**18 058**	**18 058**
Nettobuchwert Stand 31.12.20	**1 146**	**1 146**
Nettobuchwert Stand 31.12.21	**1 022**	**1 022**

[1] Die hohen Abgänge sind auf eine Bereinigung des Anlagevermögens in der Informatik zurückzuführen.

2.8 Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

in 1000 CHF	31.12.21	31.12.20
Gegenüber Dritten	7 949	9 717
Gegenüber Nahestehenden	1 524	1 021
Total	**9 473**	**10 738**

2.9 Andere Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungen

in 1000 CHF	31.12.21	31.12.20
Verbindlichkeiten gegenüber Dritten	6 074	4 974
Verbindlichkeiten gegenüber Nahestehenden	529	694
Verbindlichkeiten für laufende Steuern	3 612	546
Passive Rechnungsabgrenzung gegenüber Dritten	24 693	20 444
Total	**34 908**	**26 657**

2.10 Rückstellungen

in 1000 CHF	Latente Steuern	Restrukturierungen	Übrige Rückstellungen	Total Rückstellungen
Rückstellungen per 1.1.20	**150**	**220**	**0**	**370**
Bildung	0	0	200	200
Auflösung	–85	–220	0	–305
Rückstellungen per 31.12.20	**65**	**0**	**200**	**265**
davon kurzfristige Rückstellungen	**0**	**0**	**0**	**0**
Bildung	56	0	4 336	4 392
Auflösung	0	0	–200	–200
Rückstellungen per 31.12.21	**121**	**0**	**4 336**	**4 457**
davon kurzfristige Rückstellungen	**0**	**0**	**4 106**	**4 106**

Die Zunahme der übrigen kurzfristigen Rückstellungen um 4,1 Mio. CHF gegenüber Vorjahr beruht auf den vom Verwaltungsrat und der Geschäftsleitung vorgenommenen vorsichtigen Einschätzungen mit Bezug auf bestehende und mögliche rechtliche Auseinandersetzungen.

H. Weitere Angaben

3.1 Personalvorsorge
Wirtschaftlicher Nutzen/wirtschaftliche Verpflichtung und Vorsorgeaufwand

in 1000 CHF	Vorsorgeeinrichtungen ohne Über–/Unterdeckung
Über-/Unterdeckung gem. Swiss GAAP FER 26 31.12.21 [1]	23 469
Wirtschaftlicher Anteil des Unternehmens	
31.12.21	**0**
31.12.20	0
Veränderung zum VJ bzw. erfolgswirksam im GJ	0
Auf die Periode abgegrenzte Beiträge	6 321
Vorsorgeaufwand im Personalaufwand	
2021	**6 321**
2020	6 434

[1] Basierend auf provisorischen Abschlüssen per 31.12.2021

Wie im Vorjahr bestehen im Berichtsjahr keine Arbeitgeberbeitragsreserven. Die freien Mittel der Pensionskasse der NZZ stellen für den Arbeitgeber keinen wirtschaftlichen Nutzen dar.

3.2 Auswirkungen einer theoretischen Aktivierung des Goodwills
3.2.1 auf die Bilanz

in 1000 CHF	31.12.21	31.12.20
Theoretischer Nettobuchwert (NBW) Goodwill zu Beginn des Geschäftsjahres	**30 394**	**33 150**
Anschaffungswert		
Stand zu Beginn des Geschäftsjahres	379 001	361 619
Zugänge	1 903	20 833
Abgänge	–4 244	–3 451
Stand am Ende des Geschäftsjahres	376 660	379 001
Kumulierte Abschreibungen [1]		
Stand zu Beginn des Geschäftsjahres	348 607	328 469
Abschreibungen laufendes Jahr	10 870	16 310
Wertkorrekturen	0	7 280
Abgänge	–3 908	–3 451
Stand am Ende des Geschäftsjahres	355 569	348 607
Theoretischer Nettobuchwert Goodwill am Ende des Geschäftsjahres [2]	**21 091**	**30 394**
Ausgewiesenes Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile	**278 099**	**251 801**
Eigenfinanzierungsgrad	75 %	76 %
Theoretisches Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile und NBW Goodwill	**299 189**	**282 196**
Theoretischer Eigenfinanzierungsgrad	77 %	78 %

[1] Abschreibungsdauer 5 Jahre
[2] Davon entfallen im Jahr 2021 2,8 Mio. CHF auf Assoziierte Gesellschaften und Gemeinschaftsunternehmen. Im Vorjahr waren es 6,1 Mio. CHF.

Das Unternehmen NZZ verrechnet in Übereinstimmung mit Swiss GAAP FER 30 Goodwill im Eigenkapital. Die Darstellung zeigt, welche Auswirkungen eine theoretische Aktivierung und Abschreibung des Goodwills über fünf Jahre auf die Bilanz (3.2.1) und die Erfolgsrechnung (3.2.2) hätte. Weiter wird der theoretische Nettobuchwert des Goodwills, welcher sich aus Anschaffungswerten und kumulierten Abschreibungen zusammensetzt, hergeleitet. Würde das Unternehmen NZZ nach dem alternativen Wahlrecht, Goodwill zu aktivieren und abzuschreiben, verfahren, würde sie in der Bilanz per 31.12.2021 um 21,1 Mio. CHF höhere Immaterielle Anlagen und ein im selben Betrag höheres Eigenkapital ausweisen. Im Vorjahr waren es 30,4 Mio. CHF.

3.2.2 auf die Ergebnisse

in 1000 CHF	2021	2020
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) ohne theoretische Goodwill-Abschreibung	24 195	17 580
Theoretische Abschreibung und Wertkorrekturen auf Goodwill	–10 870	–23 589
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern nach theoretischer Goodwill-Abschreibung	**13 325**	**–6 009**
Minderheitsanteile ohne theoretische Goodwill-Abschreibung	377	528
Theoretische Abschreibung und Wertkorrekturen auf Goodwill	0	–184
Minderheitsanteile nach theoretischer Goodwill-Abschreibung	**377**	**344**
Anteiliges Ergebnis der Aktionäre ohne theoretische Goodwill-Abschreibung	22 507	14 725
Theoretische Abschreibung und Wertkorrekturen auf Goodwill	–10 870	–23 406
Anteiliges Ergebnis der Aktionäre nach theoretischer Goodwill-Abschreibung	**11 637**	**–8 681**

3.3 Nicht zu bilanzierende Verpflichtungen

in 1000 CHF	31.12.21	31.12.20
Nicht bilanzierte Miet- und Serviceverträge	1 456	636
Nicht bilanzierte Leasingverpflichtungen	22	24
Total	**1 479**	**660**
Fälligkeitsstruktur der nicht bilanzierten Verpflichtungen:		
1 Jahr	266	454
2–5 Jahre	1 213	206

3.4 Derivative Finanzinstrumente

Per Ende 2021 bestehen offene Devisentermingeschäfte zur Absicherung von Fremdwährungspositionen im Wertschriftenbestand. Daraus resultiert ein aktiver Wert von TCHF 47. Im Vorjahr handelte es sich ebenfalls um einen aktiven Wert in der Höhe von TCHF 119.

3.5 Wesentliche Transaktionen mit nahestehenden Personen

in 1000 CHF	2021	2020
Betrieblicher Gesamtertrag	20 366	19 179
Betrieblicher Gesamtaufwand	12 218	14 646

Sämtliche Transaktionen mit nahestehenden Personen wurden zu marktkonformen Konditionen abgewickelt. Es bestehen langfristige Dienstleistungsverträge unter anderem für IT- und Verlagsservices zwischen dem Unternehmen NZZ und dem Joint Venture CH Media.

Die entsprechenden Salden aus Forderungen, Darlehen und Verbindlichkeiten werden in der vorliegenden Jahresrechnung im Anhang zur Konzernrechnung unter den Ziffern 2.2, 2.3, 2.5, 2.8 und 2.9 separat ausgewiesen beziehungsweise erläutert.

3.6 Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag (Stichtag 15. März 2022)

Im Januar 2022 hat die Architonic ArchDaily AG, welche die weltweit grösste Online-Community für Design und Architektur betreibt, 100 % der Designboom S.r.l. in Mailand übernommen. Das international führende Online-Magazin Designboom gilt in der Architekturbranche als erste Adresse für News und Trends in den Bereichen Architektur, Design und Kunst.

Im Februar des laufenden Jahres wurde die 100 %-Beteiligung an der Bindexis AG zusammen mit ihrer zu 100 % gehaltenen ukrainischen Tochter Concepis Consulting LLC an die Infopro Digital Gruppe verkauft. Infopro Digital ist in Europa Marktführerin für öffentliche Ausschreibungen und Vergaben und in jenen Bereichen spezialisiert, in denen auch Bindexis tätig ist. Der Zusammenschluss ist ein wichtiger Schritt zur Sicherung der strategischen Weiterentwicklung von Bindexis.

3.7 Beteiligungen

AG für die Neue Zürcher Zeitung, Zürich (Stand: 31. Dezember 2021)

	Währung	Kapital 31.12.2021	Beteiligungsquote 31.12.2021	Beteiligungsquote 31.12.2020
Neue Zürcher Zeitung AG, Zürich	CHF	4 000 000	100 %	100 %
NZZ (Deutschland) GmbH, Berlin	EUR	60 000	100 %	100 %
Swiss Economic Forum (SEF) AG, Thun (fusioniert)	CHF	100 000	–	100 %
The Market Media AG, Zürich	CHF	100 000	40 %	40 %
Presse TV AG, Zürich	CHF	500 000	30 %	30 %
Livingdocs AG, Zürich	CHF	118 000	15 %	15 %
Qontis AG, Zürich	CHF	100 000	12 %	12 %
Architonic ArchDaily AG (vormals architonic AG), Zürich	CHF	100 000	100 %	100 %
Architonic Service GmbH, Berlin	EUR	25 000	100 %	100 %
ArchDaily SpA, Chile	CLP	79 000 000	100 %	100 %
ArchDaily México S.A. de C.V., Mexiko	MXN	530 000	100 %	100 %
ArchDaily US LLC, USA	USD	10 000	100 %	100 %
ArchDaily HK Limited, Hongkong	HKD	7 750	100 %	100 %
ArchDaily (Shanghai) ITC Co. Ltd, China	CNY	141 497	100 %	100 %
Bindexis AG, Basel	CHF	100 000	100 %	100 %
Concepis Consulting LLC, Lwiw	UAH	209 000	100 %	100 %
Zurich Film Festival AG, Zürich	CHF	100 000	100 %	100 %
Spoundation Motion Picture AG, Zürich	CHF	100 000	100 %	100 %
RMH Regionalmedien AG, Luzern (fusioniert)	CHF	223 650	–	97 %
NZZ Regionalmedien AG, Zug	CHF	100 000	100 %	–
Tele 1 AG, Luzern	CHF	1 500 000	100 %	100 %
TVO AG, St. Gallen	CHF	1 000 000	100 %	100 %
CH Media Holding AG, Aarau	CHF	100 000	50 %	50 %
Audienzz AG, Zürich	CHF	100 000	85 %	85 %
Zulu5 AG, Zürich	CHF	111 392	100 %	100 %
Swissprinters AG (vormals SWP Holding AG, fusioniert), Zofingen	CHF	10 000 000	30 %	30 %
Sternwald Invest GmbH, Berlin	EUR	100 000	25 %	25 %
bettermarks gmbh, Berlin	EUR	228 498	19 %	19 %

Bericht der Revisionsstelle

Als Revisionsstelle haben wir die Konzernrechnung der AG für die Neue Zürcher Zeitung, bestehend aus konsolidierter Erfolgsrechnung, konsolidierter Bilanz, konsolidierter Geldflussrechnung, Entwicklung des Eigenkapitals und Anhang zur Konzernrechnung auf Seite 52 bis 82, für das am 31. Dezember 2021 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Verantwortung des Verwaltungsrats
Der Verwaltungsrat ist für die Aufstellung der Konzernrechnung in Übereinstimmung mit Swiss GAAP FER und den gesetzlichen Vorschriften verantwortlich. Diese Verantwortung beinhaltet die Ausgestaltung, Implementierung und Aufrechterhaltung eines internen Kontrollsystems mit Bezug auf die Aufstellung einer Konzernrechnung, die frei von wesentlichen falschen Angaben als Folge von Verstössen oder Irrtümern ist. Darüber hinaus ist der Verwaltungsrat für die Auswahl und die Anwendung sachgemässer Rechnungslegungsmethoden sowie die Vornahme angemessener Schätzungen verantwortlich.

Verantwortung der Revisionsstelle
Unsere Verantwortung ist es, aufgrund unserer Prüfung ein Prüfungsurteil über die Konzernrechnung abzugeben. Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz und den Schweizer Prüfungsstandards vorgenommen. Nach diesen Standards haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir hinreichende Sicherheit gewinnen, ob die Konzernrechnung frei von wesentlichen falschen Angaben ist.

Eine Prüfung beinhaltet die Durchführung von Prüfungshandlungen zur Erlangung von Prüfungsnachweisen für die in der Konzernrechnung enthaltenen Wertansätze und sonstigen Angaben. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemässen Ermessen des Prüfers. Dies schliesst eine Beurteilung der Risiken wesentlicher falscher Angaben in der Konzernrechnung als Folge von Verstössen oder Irrtümern ein. Bei der Beurteilung dieser Risiken berücksichtigt der Prüfer das interne Kontrollsystem, soweit es für die Aufstellung der Konzernrechnung von Bedeutung ist, um die den Umständen entsprechenden Prüfungshandlungen festzulegen, nicht aber, um ein Prüfungsurteil über die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems abzugeben. Die Prüfung umfasst zudem die Beurteilung der Angemessenheit der angewandten Rechnungslegungsmethoden, der Plausibilität der vorgenommenen Schätzungen sowie eine Würdigung der Gesamtdarstellung der Konzernrechnung. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise eine ausreichende und angemessene Grundlage für unser Prüfungsurteil bilden.

Prüfungsurteil
Nach unserer Beurteilung vermittelt die Konzernrechnung für das am 31. Dezember 2021 abgeschlossene Geschäftsjahr ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage in Übereinstimmung mit Swiss GAAP FER und entspricht dem schweizerischen Gesetz.

Berichterstattung aufgrund weiterer gesetzlicher Vorschriften
Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen an die Zulassung gemäss Revisionsaufsichtsgesetz (RAG) und die Unabhängigkeit (Art. 728 OR) erfüllen und keine mit unserer Unabhängigkeit nicht vereinbarten Sachverhalte vorliegen. In Übereinstimmung mit Art. 728a Abs. 1 Ziff. 3 OR und dem Schweizer Prüfungsstandard 890 bestätigen wir, dass ein gemäss den Vorgaben des Verwaltungsrats ausgestaltetes internes Kontrollsystem für die Aufstellung der Konzernrechnung existiert.

Wir empfehlen, die vorliegende Konzernrechnung zu genehmigen.

PricewaterhouseCoopers AG

T. Wallmer
Revisionsexperte
Leitender Revisor

B. Mebold
Revisionsexpertin

Zürich, 15. März 2022

Finanzielle Berichterstattung der AG für die Neue Zürcher Zeitung

Erfolgsrechnung	86
Bilanz	87
Anhang zur Jahresrechnung	88
Antrag zur Verwendung des Bilanzgewinns	90
Bericht der Revisionsstelle	91

Erfolgsrechnung

in 1000 CHF	Anhang	2021	2020	Ver-änderung
Beteiligungsertrag	1.1	2 060	11 190	–9 130
Finanz- und Wertschriftenertrag	1.2	5 466	8 039	–2 573
Übriger Ertrag		276	240	35
Total Ertrag		**7 802**	**19 470**	**–11 668**
Personalaufwand		786	697	90
Verwaltungsaufwand		1 613	1 515	99
Beteiligungsaufwand	1.3	307	59 304	–58 997
Finanz- und Wertschriftenaufwand	1.2	3 883	7 492	–3 609
Steuern		132	155	–23
Total Aufwand		**6 721**	**69 162**	**–62 441**
Jahresgewinn/-verlust		**1 081**	**– 49 692**	**50 773**

Bilanz

Aktiven

in 1000 CHF	Anhang	31.12.21	in %	31.12.20	in %
Flüssige Mittel		30 194	8	30 807	8
Wertschriften mit Börsenkurs		21 771	5	20 160	5
Übrige kurzfristige Forderungen		118	0	111	0
Aktive Rechnungsabgrenzungen		48	0	0	0
Umlaufvermögen		**52 131**	**13**	**51 077**	**13**
Finanzanlagen	2.1	55	0	55	0
Beteiligungen	2.2	346 191	87	340 981	87
Anlagevermögen		**346 246**	**87**	**341 036**	**87**
Total Aktiven		**398 377**	**100**	**392 113**	**100**

Passiven

in 1000 CHF	Anhang	31.12.21	in %	31.12.20	in %
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	2.3	836	0	704	0
Passive Rechnungsabgrenzungen		5	0	29	0
Kurzfristiges Fremdkapital		**841**	**0**	**733**	**0**
Fremdkapital		**841**	**0**	**733**	**0**
Aktienkapital	2.4	4 000	1	4 000	1
Gesetzliche Kapitalreserven	2.5	18 413	5	17 976	5
Gesetzliche Gewinnreserven	2.6	7 000	2	7 000	2
Freiwillige Gewinnreserven					
Freie Reserven		354 186	89	393 996	100
Gewinnvortrag		13 656	3	23 349	6
Jahresgewinn/-verlust		1 081	0	–49 692	–13
Eigene Aktien	2.7	–800	–0	–5 248	–1
Eigenkapital		**397 536**	**100**	**391 380**	**100**
Total Passiven		**398 377**	**100**	**392 113**	**100**

Anhang zur Jahresrechnung

A. Grundsätze der Rechnungslegung

Die vorliegende Jahresrechnung der AG für die Neue Zürcher Zeitung mit Sitz in Zürich wurde in Übereinstimmung mit den Bestimmungen über die kaufmännische Buchführung des Schweizerischen Obligationenrechts erstellt.

Die im Bericht erfassten Kennzahlen sind gerundet. Rundungen können in Einzelfällen dazu führen, dass sich Werte in diesem Bericht nicht exakt zur angegebenen Summe aufaddieren und Prozentangaben sich nicht aus den dargestellten Werten ergeben.

Da die AG für die Neue Zürcher Zeitung eine Konzernrechnung nach einem anerkannten Standard zur Rechnungslegung erstellt (Swiss GAAP FER), wird in der vorliegenden Jahresrechnung, in Übereinstimmung mit den gesetzlichen Vorschriften, auf die erweiterten Anhangsangaben und die Darstellung einer Geldflussrechnung verzichtet. Die angewendeten Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze im OR-Abschluss entsprechen denjenigen der Konzernrechnung, ausführliche Erläuterungen dazu finden sich auf Seite 58 ff.

B. Angaben zu Erfolgsrechnungs- und Bilanzpositionen

1.1 Beteiligungsertrag

Die Abnahme gegenüber Vorjahr ergibt sich daraus, dass in mehreren Tochtergesellschaften Corona-bedingt keine Dividende ausbezahlt wurde.

1.2 Finanz- und Wertschriftenertrag sowie Finanz- und Wertschriftenaufwand

Die erwirtschaftete Netto-Performance im Berichtsjahr beträgt +8,0 % (Vorjahr +3,6 %). Im Vorjahr waren auf den Wertschriften mit Börsenkurs sehr hohe Bewegungen bei den realisierten und unrealisierten Gewinnen und Verlusten festzuhalten.

1.3 Beteiligungsaufwand

Der hohe Aufwand im Vorjahr begründet sich vor allem mit der Wertkorrektur auf der Beteiligung der NZZ Regionalmedien AG (vormals RMH Regionalmedien AG).

2.1 Finanzanlagen

in 1000 CHF	31.12.21	31.12.20
Langfristig gehaltene Wertschriften	55	55
Total	55	55

2.2 Beteiligungen

Eine Übersicht über die Beteiligungen findet sich auf Seite 82 des Geschäftsberichtes.

2.3 Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten

in 1000 CHF	31.12.21	31.12.20
Verbindlichkeiten gegenüber Dritten	395	74
Verbindlichkeiten gegenüber Aktionären	398	589
Verbindlichkeiten gegenüber Konzerngesellschaften	43	42
Total	**836**	**704**

2.4 Aktienkapital
Das Aktienkapital ist eingeteilt in 40 000 voll einbezahlte Aktien zu nominal CHF 100.

2.5 Gesetzliche Kapitalreserven
Die Kapitalreserven resultierten aus dem Agio der Kapitalerhöhung der AG für die Neue Zürcher Zeitung im Jahr 1987. Veränderungen begründen sich durch Erfassung von Mehr- oder Mindererlös aus dem Handel mit eigenen Aktien.

2.6 Gesetzliche Gewinnreserven
Von den ausgewiesenen gesetzlichen Gewinnreserven betragen die nicht ausschüttbaren wie im Vorjahr TCHF 800.

2.7 Eigene Aktien
Die AG für die Neue Zürcher Zeitung hält per Bilanzstichtag 154 frei verfügbare eigene Namenaktien zum durchschnittlichen Einstandspreis von CHF 5193. Im Berichtsjahr wurden 67 eigene Aktien gekauft und 935 verkauft. Im Vorjahr verfügte sie über 1022 frei verfügbare eigene Namenaktien zum durchschnittlichen Einstandspreis von CHF 5135. Es wurden 380 eigene Aktien gekauft und 634 verkauft.

C. Weitere Angaben

3.1 Vollzeitstellen
In der AG für die Neue Zürcher Zeitung sind wie im Vorjahr keine Mitarbeitenden angestellt. Im ausgewiesenen Personalaufwand sind vor allem Honorare des Verwaltungsrats enthalten.

Antrag zur Verwendung des Bilanzgewinns

Der Generalversammlung stehen für die Gewinnverteilung zur Verfügung:

in 1000 CHF	2021	2020
Gewinnvortrag	13 656	23 158
Dividende auf eigenen Aktien	0	190
Jahresgewinn/-verlust	1 081	–49 692
Bilanzgewinn/-verlust	**14 737**	**–26 344**

Der Verwaltungsrat beantragt, den Bilanzgewinn wie folgt zu verwenden:

in 1000 CHF	2021	2020
Dividende	10 000	0
Auflösung von freien Reserven bzw. Zuweisung an die freien Reserven	0	–40 000
Vortrag auf neue Rechnung	4 737	13 656
Bilanzgewinn/-verlust	**14 737**	**–26 344**

Für das Geschäftsjahr 2021 beantragt der Verwaltungsrat zuhanden der Generalversammlung vom Samstag, 23. April 2022, die Ausschüttung einer Dividende von CHF 250 pro Aktie. Die beantragte Dividende basiert auf dem gesamten Aktienkapital. Für eigene Aktien im Besitz der Gesellschaft erfolgt keine Ausschüttung.

Im Vorjahr folgte die Generalversammlung dem Antrag des Verwaltungsrats und beschloss, keine Dividende auszuschütten.

Für den Verwaltungsrat

Etienne Jornod

Bericht der Revisionsstelle

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung der AG für die Neue Zürcher Zeitung, bestehend aus Erfolgsrechnung, Bilanz und Anhang auf Seite 86 bis 90, für das am 31. Dezember 2021 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Verantwortung des Verwaltungsrats
Der Verwaltungsrat ist für die Aufstellung der Jahresrechnung in Übereinstimmung mit den gesetzlichen Vorschriften und den Statuten verantwortlich. Diese Verantwortung beinhaltet die Ausgestaltung, Implementierung und Aufrechterhaltung eines internen Kontrollsystems mit Bezug auf die Aufstellung einer Jahresrechnung, die frei von wesentlichen falschen Angaben als Folge von Verstössen oder Irrtümern ist. Darüber hinaus ist der Verwaltungsrat für die Auswahl und die Anwendung sachgemässer Rechnungslegungsmethoden sowie die Vornahme angemessener Schätzungen verantwortlich.

Verantwortung der Revisionsstelle
Unsere Verantwortung ist es, aufgrund unserer Prüfung ein Prüfungsurteil über die Jahresrechnung abzugeben. Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz und den Schweizer Prüfungsstandards vorgenommen. Nach diesen Standards haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir hinreichende Sicherheit gewinnen, ob die Jahresrechnung frei von wesentlichen falschen Angaben ist.

Eine Prüfung beinhaltet die Durchführung von Prüfungshandlungen zur Erlangung von Prüfungsnachweisen für die in der Jahresrechnung enthaltenen Wertansätze und sonstigen Angaben. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemässen Ermessen des Prüfers. Dies schliesst eine Beurteilung der Risiken wesentlicher falscher Angaben in der Jahresrechnung als Folge von Verstössen oder Irrtümern ein. Bei der Beurteilung dieser Risiken berücksichtigt der Prüfer das interne Kontrollsystem, soweit es für die Aufstellung der Jahresrechnung von Bedeutung ist, um die den Umständen entsprechenden Prüfungshandlungen festzulegen, nicht aber, um ein Prüfungsurteil über die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems abzugeben. Die Prüfung umfasst zudem die Beurteilung der Angemessenheit der angewandten Rechnungslegungsmethoden, der Plausibilität der vorgenommenen Schätzungen sowie eine Würdigung der Gesamtdarstellung der Jahresrechnung. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise eine ausreichende und angemessene Grundlage für unser Prüfungsurteil bilden.

Prüfungsurteil
Nach unserer Beurteilung entspricht die Jahresrechnung für das am 31. Dezember 2021 abgeschlossene Geschäftsjahr dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.

Berichterstattung aufgrund weiterer gesetzlicher Vorschriften
Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen an die Zulassung gemäss Revisionsaufsichtsgesetz (RAG) und die Unabhängigkeit (Art. 728 OR) erfüllen und keine mit unserer Unabhängigkeit nicht vereinbarten Sachverhalte vorliegen. In Übereinstimmung mit Art. 728a Abs. 1 Ziff. 3 OR und dem Schweizer Prüfungsstandard 890 bestätigen wir, dass ein gemäss den Vorgaben des Verwaltungsrats ausgestaltetes internes Kontrollsystem für die Aufstellung der Jahresrechnung existiert.

Ferner bestätigen wir, dass der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinnes dem schweizerischen Gesetz und den Statuten entspricht, und empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

PricewaterhouseCoopers AG

T. Wallmer
Revisionsexperte
Leitender Revisor

B. Mebold
Revisionsexpertin

Zürich, 15. März 2022

Anhang

Corporate Governance	94
Konzernstruktur und oberes Kader	102
Produkteportfolio	104
Adressen und Impressum	105

Corporate Governance

Stand: 31. Dezember 2021

Als nicht börsenkotierte Gesellschaft unterliegt die AG für die Neue Zürcher Zeitung nicht den Corporate-Governance-Richtlinien der SIX Swiss Exchange. Mit ihrem Geschäftsbericht richtet sie sich in erster Linie an die Aktionäre, Kunden und Geschäftspartner. Zu ihrem Nutzen und im Sinne der Transparenz dienen die nachfolgenden Informationen.

Aktionariat

Das Aktienkapital der AG für die Neue Zürcher Zeitung als Holding der Gruppe ist in 40 000 voll einbezahlte, vinkulierte Namenaktien zu je CHF 100 Nennwert eingeteilt. Der Eintrag ins Aktienbuch ist auf 400 Aktien pro Aktionärin und Aktionär begrenzt. Per 31. Dezember 2021 wurde dieses Aktienkapital von 2 871 (Vorjahr 2 907) stimmberechtigten Aktionärinnen und Aktionären gehalten. Eintrag ins Aktienbuch und Übergang von Aktien bedürfen der Genehmigung des Verwaltungsrats. Diese kann insbesondere verweigert werden, wenn die Gesuchstellerin oder der Gesuchsteller nicht volljährig, nicht Schweizer Bürgerin oder Bürger und nicht Mitglied der *FDP. Die Liberalen* ist oder – ohne einer anderen Partei anzugehören – die von den Gesellschaftsstatuten geforderte freisinnig-demokratische Grundhaltung nicht anderweitig dokumentiert.

Verwaltungsrat

Der Verwaltungsrat besteht laut Statuten aus sieben bis neun Mitgliedern. Die Amtsdauer beträgt vier Jahre; eine Wiederwahl ist möglich. Mit dem Jahr, in dem ein Mitglied sein 70. Altersjahr vollendet, erlischt die Mitgliedschaft im Verwaltungsrat. Der Verwaltungsrat konstituiert sich selbst und wählt aus seiner Mitte die Präsidentin bzw. den Präsidenten und die Vizepräsidentin bzw. den Vizepräsidenten.

Publizistischer Beirat

Unter der Leitung des früheren NZZ-Feuilleton-Chefs Martin Meyer gehören dem publizistischen Beirat folgende externe Expertinnen und Experten an: der Chefredaktor von t-online.de Florian Harms, die frühere FDP-Fraktionspräsidentin Gabi Huber sowie der Publizist und ehemalige Leiter der NZZ-Wirtschaftsredaktion Gerhard Schwarz. Der Verwaltungsrat ist im Gremium vertreten durch die Mitglieder Carolina Müller-Möhl, Lucy Küng und Christoph Schmid. Der publizistische Beirat berät die Verwaltungsratspräsidentin bzw. den Verwaltungsratspräsidenten in Fragen des Medienwandels, der digitalen Transformation und der daraus resultierenden Anforderungen an die Qualitätspublizistik. Die Entscheidungskompetenz liegt beim Verwaltungsrat.

Entschädigungen, Beteiligungen, Darlehen

Die Honorare der Verwaltungsrätinnen und Verwaltungsräte betrugen 2021 gesamthaft 0,7 Mio. CHF (im Vorjahr 0,7 Mio. CHF). Die Gesamtentschädigung der Geschäftsleitung (Gehälter 2021 und Bonusabgrenzungen 2021) belief sich im Berichtsjahr auf 5,2 Mio. CHF gegenüber 5,0 Mio. CHF im Vorjahr. Aktien wurden im Berichtsjahr keine zugeteilt; Optionen kennt das Unternehmen NZZ nicht. Es bestehen zudem keine Darlehen gegenüber den Mitgliedern des Verwaltungsrats und der Geschäftsleitung.

Aktienbesitz Verwaltungsrat und Geschäftsleitung

Ende 2021 besassen die Mitglieder des Verwaltungsrats insgesamt 1 045 Aktien, die Mitglieder der Geschäftsleitung 112 Aktien der AG für die Neue Zürcher Zeitung. Im Vorjahr waren es 1 035 Aktien beziehungsweise 95 Aktien.

Revisionsstelle

Revisionsstelle der AG für die Neue Zürcher Zeitung ist die PricewaterhouseCoopers AG (PwC). Sie hat dieses Mandat seit 1999 inne. Der leitende Revisor Thomas Wallmer ist für das NZZ-Mandat zuständig. Für Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Prüfung der Jahresrechnungen und der Konzernrechnung wurden dem Unternehmen NZZ von der PricewaterhouseCoopers AG gesamthaft 0,2 Mio. CHF (im Vorjahr 0,2 Mio. CHF) verrechnet. Zusätzlich wurden Rechnungen unter 0,1 Mio. CHF für Beratungsleistungen im Zusammenhang mit einer IT-Systemprüfung gestellt. Im Vorjahr beliefen sich die zusätzlichen Aufwendungen auch auf einen Betrag unter 0,1 Mio. CHF. Sämtliche wesentlichen vollkonsolidierten Gesellschaften des Unternehmens NZZ werden von der PwC geprüft. Aufsichtsorgan der Revisionsstelle ist das Audit & Finance Committee des Verwaltungsrats. Die Revisionsstelle wird von der Generalversammlung für die Dauer eines Jahres gewählt.

Verwaltungsrat

Etienne Jornod
Präsident

Etienne Jornod ist seit 2013 Verwaltungsratspräsident. Er wuchs in Neuenburg auf, absolvierte eine Lehre als Drogist und studierte Betriebswirtschaft an der HEC Université Lausanne (lic. oec.), später bildete er sich in Stanford (USA) mit dem Senior Executive Program weiter. Sein gesamter Karriereverlauf erfolgte bei der Galenica Gruppe – seit 1996 als exekutiver Verwaltungsratspräsident –, welche 2017 den Namen Vifor Pharma Gruppe angenommen hat. Im Mai 2020 gab Etienne Jornod dieses Mandat ab, um sich einem neuen Projekt zu widmen: Zusammen mit langjährigen Partnern hat Etienne Jornod im Herbst die Genfer Biotech-Firma OM Pharma von Vifor Pharma übernommen und fungiert seitdem als exekutiver Verwaltungsratspräsident des Unternehmens. Etienne Jornod ist zudem Ehrenpräsident von Galenica und Vifor Pharma. Ausserdem ist er Präsident des Beirats der Universität Luzern.

Dr. Christoph Schmid
Vizepräsident

Christoph Schmid wurde 2013 in den Verwaltungsrat gewählt und amtet seit 2016 als dessen Vizepräsident. Er ist Rechtsanwalt in Zürich und Partner der Anwaltskanzlei Wenger & Vieli AG. Christoph Schmid studierte und promovierte an der Universität Zürich. Nebst seiner Tätigkeit als Rechtsanwalt ist Christoph Schmid unter anderem Verwaltungsrat der Robert Bosch Internationale Beteiligungen AG, der Crealogix Holding AG, der Kessler & Co AG und der EBS Service Company Limited sowie Stiftungsratsmitglied beziehungsweise Präsident verschiedener gemeinnütziger Stiftungen.

Prof. Dr. Lucy Küng
Mitglied

Lucy Küng gehört seit 2017 dem Verwaltungsrat an. Sie ist eine internationale Expertin für die Bewältigung der digitalen Transformation. Sie berät und spricht mit führenden Unternehmen weltweit und war im Vorstand der SRG SSR und des Medientech-Anbieters VIZRT. Sie ist Senior Research Associate am Reuters Institute, Oxford University, und hatte Professuren an der Universität Oslo, dem Institute of Media and Entertainment New York (IESE) und der Universität Jönköping inne. Sie promovierte und habilitierte an der Universität St. Gallen und erwarb einen MBA an der City Business School/Ashridge. 2020 erhielt sie die Ehrendoktorwürde in Wirtschaftswissenschaften von der Universität Neuchâtel. 2017 wurde sie mit dem European Media Management Award für herausragende wissenschaftliche Leistungen im Bereich Medienmanagement ausgezeichnet.

Prof. Dr. Roland Siegwart
Mitglied

Roland Siegwart ist seit 2016 Mitglied des Verwaltungsrats. Er ist Professor an der ETH Zürich. Die von ihm geleitete Forschungsgruppe im Bereich der Robotik nimmt weltweit eine Spitzenstellung ein. Er ist zudem Mitbegründer einiger Hochtechnologie-Start-ups. Roland Siegwart studierte Maschinenbau und promovierte an der ETH Zürich. Er ist Mitglied des Verwaltungsrats der Komax Holding AG, der Evatec Holding AG sowie der Sevensense Robotics AG. Ausserdem ist er Stiftungsrat der Gebert Rüf Stiftung und der BlueLion Stiftung.

Carolina Müller-Möhl
Mitglied

Carolina Müller-Möhl gehört seit 2010 dem Verwaltungsrat an und ist Mitglied im Stiftungsrat des Spezialfonds der Neuen Zürcher Zeitung. Sie ist Gründerin und Präsidentin der Müller-Möhl Group und der Müller-Möhl Foundation. Carolina Müller-Möhl hat an der London School of Economics (LSE) und der Freien Universität Berlin Politik, Geschichte und Recht studiert und als Politologin abgeschlossen. Sie ist unter anderem Verwaltungsrätin der Orascom Development Holding AG und der deutschen Fielmann AG. Müller-Möhl engagiert sich in über einem Dutzend Stiftungs- und Beiräten, darunter bei der Avenir Suisse, bei der Universität St. Gallen, beim Swiss Economic Forum, bei der Pestalozzi-Stiftung, in der Kommission Bildung und Forschung von economiesuisse und im Kuratorium der Bertelsmann Stiftung.

Prof. Dr. Dominique von Matt
Mitglied

Dominique von Matt wurde 2013 in den Verwaltungsrat gewählt. Er ist Unternehmer im Bereich Markenführung, Online-Marketing und Werbung sowie ein profunder Kenner der Medienwelt. Dominique von Matt ist Gründer und Präsident des Verwaltungsrats der Kommunikationsagentur Jung von Matt/Limmat. Der promovierte Ökonom studierte an der Universität Zürich. Von Matt ist Honorarprofessor für Betriebswirtschaftslehre der Universität St. Gallen und Präsident der gfm Gesellschaft für Marketing.

Dr. Bernd Kundrun
Mitglied

Bernd Kundrun gehört seit 2009 dem Verwaltungsrat an. Er studierte an den Universitäten Münster und Innsbruck Betriebswirtschaft. Ab 1984 war er in der Bertelsmann Club GmbH tätig, zuletzt als Vorsitzender der Geschäftsführung. 1997 wurde er in den Vorstand von Gruner + Jahr berufen, von 2000 bis 2009 war er dort als Vorsitzender tätig. In dieser Zeit war er zugleich Mitglied des Vorstands der Bertelsmann AG. Seit 2009 ist Bernd Kundrun Gesellschafter der gemeinnützigen Spendenplattform betterplace.org. Seit 2010 ist er zudem Vorsitzender des Aufsichtsrats der gut.org gemeinnützigen Aktiengesellschaft und seit 2015 Ehrenvorsitzender. 2009 gründete er die Start 2 Ventures Beteiligungsgesellschaft mbH, die verschiedenen Online-Start-ups Gründungskapital zur Verfügung stellt. Ausserdem ist Bernd Kundrun seit Mai 2016 Vorsitzender der CTS Eventim AG & Co KGaA sowie Beiratsvorsitzender bei der TonerPartner Deutschland GmbH.

Matthias Reinhart
Mitglied

Matthias Reinhart ist seit 2016 Mitglied des Verwaltungsrats. Er ist Gründer, Mehrheitsaktionär und CEO der VZ Holding AG. Matthias Reinhart verfügt über einen ausserordentlichen unternehmerischen Leistungsausweis, ist ein ausgewiesener Finanzexperte und hat an der Universität St. Gallen Betriebswirtschaft studiert. Er ist Mitglied des Verwaltungsrats der Madarex AG, der Reinhart Holding AG, der OM Pharma AG sowie der Familie Ernst Basler AG.

Isabelle Welton
Mitglied

Isabelle Welton ist seit 2013 Mitglied des Verwaltungsrats. Sie ist eine ausgewiesene Führungspersönlichkeit und Expertin in Human Resources, Kommunikation und Marketing. Bis März 2018 war sie bei der Zurich Insurance Group als Mitglied der Konzernleitung und in anderen Führungspositionen tätig. Davor hatte sie verschiedene Führungspositionen bei IBM inne. Sie studierte Rechtswissenschaften an der Universität Zürich. Die Unternehmerin Isabelle Welton ist Stiftungsrätin des Lucerne Festival, SOS Kinderdorf Schweiz und Swisscontact und sitzt im Vorstand des Schweizerischen Instituts für Auslandforschung. Sie ist zudem Verwaltungsrätin der Avobis Group AG und der Siegfried Holding AG.

Geschäftsleitung

Dr. Felix Graf
Chief Executive Officer

Felix Graf ist seit Juni 2018 CEO der NZZ. Zuvor war er ab 2011 Mitglied der Geschäftsleitung der Centralschweizerischen Kraftwerke AG (CKW) und führte das Unternehmen ab 2014 als deren CEO. Gleichzeitig war er Mitglied der Konzernleitung der Axpo Holding. Davor arbeitete er während mehrerer Jahre in verschiedenen Führungsfunktionen für Swisscom. Dort verantwortete er die Swisscom-Unterhaltungsdienstleistungen, darunter Swisscom TV. Von 1998 bis 2002 führte er bei McKinsey Beratungsmandate in verschiedenen Branchen und Ländern. Graf verfügt über einen Masterabschluss der ETH Zürich in Physik und Chemie sowie einen Doktortitel in Physik der ETH Zürich. 2007 wurde er zum Young Global Leader des World Economic Forum (WEF) ernannt. Felix Graf ist Präsident der Architonic AG und hat Einsitz im Verwaltungsrat der The Market Media AG sowie der CH Media Holding AG. Ausserhalb der NZZ ist Graf Vorstandsmitglied der Schweizerischen Management Gesellschaft.

Jörg Schnyder
Chief Financial Officer

Jörg Schnyder ist seit März 2009 CFO der NZZ und Mitglied der Geschäftsleitung. Er ist eidg. dipl. Experte in Rechnungslegung und Controlling. Auf seine langjährige Tätigkeit im Bankwesen folgten verschiedene Kaderstellen in Industriebetrieben in den Bereichen Finanzen und Controlling, bevor er in die LZ Medien Holding AG eintrat. Dort fungierte er ab 2003 als Geschäftsleiter für die LZ Management AG (Finanzen, Personal, Informatik und übrige Services), als CFO für die LZ-Gruppe und war gleichzeitig Mitglied der Unternehmensleitung. Er hat Einsitz in diversen Verwaltungsräten von Tochtergesellschaften der AG für die Neue Zürcher Zeitung, ist VR-Vizepräsident der CH Media Holding AG und Mitglied des Verwaltungsrats der Swissprinters AG. Jörg Schnyder ist Präsident der Pensionskasse der NZZ und des Spezialfonds der Neuen Zürcher Zeitung sowie Mitglied des Stiftungsrats der Pensionskasse CH Media.

Eric Gujer
Chefredaktor «Neue Zürcher Zeitung»

Eric Gujer ist seit März 2015 Chefredaktor der «Neuen Zürcher Zeitung» und Mitglied der Geschäftsleitung der NZZ. Er studierte an den Universitäten Freiburg im Breisgau und Köln Geschichte, Politikwissenschaft und Slawistik. Eric Gujer ist seit fast drei Jahrzehnten für die «Neue Zürcher Zeitung» tätig. Er begann 1986 als Praktikant und freier Mitarbeiter, bevor er Korrespondent für die DDR mit Sitz in Berlin wurde. Es folgten Stationen in Zürich, Jerusalem, Moskau und erneut Berlin. Ab Juli 2013 leitete er das Auslandsressort. Eric Gujer zählt zu den bedeutendsten Journalisten der Schweiz und geniesst im Ausland hohes Ansehen als ausgezeichneter Kenner der EU, Deutschlands, Osteuropas und des Nahen Ostens. Darüber hinaus hat er sich als Experte und Buchautor zu internationalen Strategiefragen und Terrorismus einen Namen gemacht. Im Februar 2022 wurde er mit dem Ludwig-Börne-Preis für hervorragende Leistungen deutschsprachiger Autoren in den Bereichen Reportage, Essay und Kritik ausgezeichnet.

Jonas Projer
Chefredaktor «NZZ am Sonntag»

Jonas Projer ist seit September 2021 Chefredaktor der «NZZ am Sonntag» und Mitglied der Geschäftsleitung der NZZ. Vor seinem Wechsel zur NZZ war er während zweier Jahre beim «Blick» tätig, wo er als Chefredaktor von «Blick TV» den ersten digitalen Sender der Schweiz konzipierte und erfolgreich lancierte. Seine Karriere startete er 2006 beim Schweizer Fernsehen SRF als Redaktor von «Schweiz Aktuell». Im Rahmen eines zweijährigen Lehrgangs absolvierte er bis 2009 Praktika bei «ECO», der «Tagesschau» und bei «10vor10». Von 2009 bis 2014 berichtete er als Korrespondent zunächst aus Zürich/Schaffhausen und danach aus Brüssel über EU-Themen. Ab 2014 war er Redaktionsleiter und Moderator der politischen Diskussionssendung «Arena». Von 2017 bis 2018 leitete er zusätzlich die Fachredaktion Talk. Jonas Projer studierte Germanistik, Anglistik und Filmwissenschaften an der Universität Zürich, um dann an die Zürcher Hochschule der Künste zu wechseln, wo er die Filmklasse abschloss.

Sigrun Albert
Chief Product Officer
(bis März 2022)

Sigrun Albert war von August 2019 bis März 2022 Chief Product Officer und Mitglied der Geschäftsleitung der NZZ. In dieser Funktion verantwortete sie die Produkteentwicklung, das Innovationsmanagement, das Business Development, die NZZ-Zusatzgeschäfte, die Live-Veranstaltungen sowie das Zurich Film Festival und das Unternehmen Bindexis. Darüber hinaus brachte sie sich im Verwaltungsrat der Architekturplattform Architonic ein. Vor der NZZ war Sigrun Albert sieben Jahre als Geschäftsführerin bei der Mediengruppe Oberfranken tätig, baute dort einen Venture-Capital-Arm auf und führte das Verlagsgeschäft. Zuvor hatte sie Führungspositionen bei Gruner + Jahr, Brockhaus, Duden und Cornelsen inne. Sigrun Albert hat ein Studium der Germanistik und Anglistik in Würzburg und Brighton absolviert und ist ausgebildete Journalistin. Sie volontierte bei der Regionalzeitung «Nürnberger Nachrichten» und an der Henri-Nannen-Journalistenschule und arbeitete im Anschluss einige Jahre als Redaktorin und Autorin in Hamburg.

Johannes Boege
Chief Commercial Officer

Johannes Boege ist Chief Commercial Officer und Mitglied der Geschäftsleitung der NZZ. Seit 2019 verantwortet er die Umsatzseite und zusätzlich seit März 2022 auch die Produkte des Unternehmens. Dazu gehören das Produktmanagement und die Produktentwicklung, das Marketing und Abonnementgeschäft im Nutzermarkt, die unter Audienzz und NZZone gebündelte Vermarktung im Werbemarkt sowie das unter NZZ Connect zusammengeführte Konferenzgeschäft. Bevor er zum Unternehmen NZZ stiess, war er zuletzt als Chief Product Officer für Politico tätig. Johannes Boege ist Betriebswirt, Bankkaufmann und Absolvent der Hertie School of Governance sowie des Sulzberger Leadership Program an der Columbia Journalism School.

Nicole Rütsche
Leiterin Personal

Nicole Rütsche ist seit August 2020 Leiterin Personal der NZZ und seit März 2022 Mitglied der Geschäftsleitung. Zuvor war sie Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung. In ihrer Funktion verantwortet sie den HR-Business-Partner-Bereich, das Salärzentrum, die HR Services sowie die Personal- und Organisationsentwicklung. Sie wechselte von der Boston Consulting Group in Zürich, wo sie 2017 die Position des Head of Human Resources and Recruiting übernahm, zur NZZ. Davor war sie als Head of Recruiting für das Unternehmen tätig. Von 2007 bis 2011 arbeitete sie bei Kelly Financial Resources ebenfalls im HR-Bereich. Nicole Rütsche studierte Wirtschaftswissenschaften an der Universität Zürich mit Schwerpunkt auf organisatorischer Entwicklung und HR.

Andreas Bossecker
Leiter Technologie & IT

Andreas Bossecker trägt seit Juni 2014 in der Geschäftsleitung die Verantwortung für den Bereich Technologie. Dies umfasst die Entwicklung und den Betrieb von IT und digitalen Medien für die NZZ und CH Media. Nach Studien in Informatik und Betriebswissenschaft in Passau und München arbeitete Andreas Bossecker einige Jahre im Bankwesen. 1992 wechselte er zur deutschen Verlagsgruppe Handelsblatt und übernahm dort die Verantwortung für die Informationstechnologie. Er wurde zusätzlich CTO der Digitaltochter der Handelsblattgruppe und leitete in dieser Funktion die erfolgreiche Entwicklung neuer Digitalprodukte. Im Anschluss entwickelte er eine Wachstumsstrategie und gliederte den internen Servicebereich in eine eigenständige IT-Dienstleistungstochter, die circIT GmbH, aus, die zu den marktführenden Anbietern in Deutschland zählte.

Konzernstruktur und oberes Kader

Stichtag: 31. Dezember 2021

Verwaltungsrat
Etienne Jornod Präsident
Dr. Christoph Schmid Vizepräsident
Dr. Bernd Kundrun
Prof. Dr. Lucy Küng
Carolina Müller-Möhl
Matthias Reinhart
Prof. Dr. Roland Siegwart
Prof. Dr. Dominique von Matt
Isabelle Welton

Audit & Finance Committee
Dr. Christoph Schmid Vorsitz
Matthias Reinhart
Prof. Dr. Dominique von Matt

Ausschuss Nomination und Entlöhnung
Etienne Jornod Vorsitz
Prof. Dr. Dominique von Matt
Isabelle Welton

Publizistischer Beirat
Dr. phil. Martin Meyer Vorsitz
Prof. Dr. Lucy Küng
Carolina Müller-Möhl
Dr. Florian Harms
Dr. iur. Gabi Huber
Dr. Christoph Schmid
Dr. Gerhard Schwarz

Geschäftsleitung
Dr. Felix Graf Chief Executive Officer
Sigrun Albert Chief Product Officer (bis März 2022)
Jonas Projer Chefredaktor «NZZ am Sonntag» (seit September 2021)
Johannes Boege Chief Commercial Officer (bis Februar 2022 Chief Revenue Officer)
Andreas Bossecker Leiter Technologie & IT
Eric Gujer Chefredaktor «Neue Zürcher Zeitung»
Jörg Schnyder Chief Financial Officer

Erweiterte Geschäftsleitung
Corine Blesi Geschäftsführerin NZZ Connect (seit März 2021)
Dr. Hanspeter Kellermüller Leiter Generalsekretariat
Jan-Eric Peters Geschäftsführer NZZ Deutschland (seit Januar 2021)
Nicole Rütsche Leiterin Personal (seit März 2022 reguläres Mitglied Geschäftsleitung)

Unternehmenskommunikation
Karin Heim Leiterin Unternehmens-kommunikation (seit Oktober 2021)

CEO Stab
Paul Toepel Strategy Manager/ M&A

Neue Zürcher Zeitung
Eric Gujer Chefredaktor
Carola Ettenreich Operations, Stv. Chefredaktorin
Tom Schneider Technologie und Entwicklung, Stv. Chefredaktor
Nicole Anliker Newsroom, Stv. Chefredaktorin (seit Januar 2021)
Daniel Björn Wechlin Wochenendbund, Stv. Chefredaktor
Barnaby Skinner Visuals
Benno Mattli Produktion & Layout
Dr. Peter A. Fischer Chefökonom
Chanchal Biswas Wirtschaft
Dr. Christiane Hanna Henkel Wissenschaft und Technologie
Janique Weder Nachrichten (seit März 2021)
Dr. Peter Ràsonyi International
Benedict Neff Feuilleton (seit September 2021)
Christina Neuhaus Landmark Inland
Daniel Martin Fritzsche Zürich und Region
Dr. Martin Senti Meinung und Debatte
Marc Felix Serrao Chefredaktor NZZ Deutschland

NZZ am Sonntag
Jonas Projer Chefredaktor
Nicole Althaus Chefredaktorin Magazine, Stv. Chefredaktorin
Thomas Stamm Digital, Stv. Chefredaktor
Anja Corinne Burri Inland (seit April 2022 Mitglied Chefredaktion)
Alain Zucker Blattmacher, Stv. Chefredaktor
Elmar Wagner Sport
Michael Furger Hintergrund/Meinungen
Dr. Andreas Hirstein Wissen
Boas Ruh Produktion Digitalmagazin
Gordana Mijuk Ausland (seit April 2022 Mitglied Chefredaktion)
Peer Teuwsen Kultur
Kerstin Netsch Lifestyle
Christoph Zürcher Magazin NZZaS

NZZ Folio
Aline Wanner Redaktionsleiterin

NZZ Geschichte
Lea Haller Redaktionsleiterin

Produkte
Sigrun Albert Leiterin (bis März 2022)
Dr. Anke Brack Produktmanagement Print, NZZ Live
Eva Günther Innovation
Jonathan Landau Digitale Produkte
Michael Lampart Business Development

Marketing und Vertrieb
Johannes Boege Leiter
Corine Blesi Geschäftsführerin NZZ Connect
Remo Baumeler Managing Director Audienzz & NZZone
Dr. Johannes Berchtold Nutzermarkt (seit Januar 2022)
Milena Russ Nutzermarkt (bis Dezember 2021)
Mario Hast NZZ Service
Patrik Widmann B2B Marketing & Business Development
Roger Hurschler Vertriebsservice

Technologie
Andreas Bossecker CTIO
Michael Keller Prozessinnovation Redaktion
Michael Knüsel Websysteme
Miroslav Kobas IT-Betrieb
Andreas Blum Professional Services
Lutz Roitzsch IT-Applikationen
Bernd Hornig System Service Betrieb

Finanzen
Jörg Schnyder CFO
Christian Arnold Controlling und Services
Valerio Cerlito Einkauf
Walter Fröhlicher Konzernfinanzen und Tax
Semih Oezen Accounting

Personal
Nicole Rütsche Leiterin

NZZ Podium
Dr. phil. Martin Meyer Leiter

Zurich Film Festival
Christian Jungen Artistic & Executive Director
Elke Mayer Geschäftsführerin SMP AG

Architonic ArchDaily
Stephan Bachmann CEO
Tobias Lutz Geschäftsführer
David Basulto Geschäftsführer

Bindexis
Tobias Lüscher Geschäftsführer

The Market
Mark Dittli CEO, Chefredaktor

Produkteportfolio

Zeitungen
Neue Zürcher Zeitung
Schweizer Ausgabe
Neue Zürcher Zeitung
Internationale Ausgabe
NZZ am Sonntag

Digitale Medien
nzz.ch
nzz.de
NZZ Magazin
NZZ E-Paper
NZZaS E-Paper
NZZ E-Paper Deutschland
NZZ App
NZZ Newsletter
NZZ Video
Podcasts
- NZZ Akzent
- «NZZ am Sonntag»-Serien

NZZ PRO Global
NZZ Bellevue
NZZ Jobs
NZZ Domizil
The Market
NZZ Archiv
trauer.nzz.ch

Magazine
NZZ Folio
NZZ Geschichte
NZZ Residence
NZZ am Sonntag Magazin
Z – die Substanz des Stils

Veranstaltungen
NZZ Live
- NZZ Podium
- NZZ Debatte
- NZZ Unplugged
- NZZ Investment Live
- NZZ Genussakademie
- Forum der «NZZ am Sonntag»
- und weitere

NZZ Connect
- Swiss Economic Forum
- SEF.NextGen Camp
- NZZ CEO Dinner
- Swiss Innovation Forum
- FutureHealth Basel
- XDAYS
- CE2 – Circular Economy Entrepreneurs
- Impact Finance Forum
- Real Estate Days

Zurich Film Festival

TV
NZZ Format
NZZ Standpunkte

Informationsdienste
DAAily Platforms
- Designboom
- Architonic
- ArchDaily

Bindexis
Moneyhouse

Zusatzgeschäfte
NZZ Shop
NZZ Edition
NZZ Reisen
NZZ am Bellevue

Adressen und Impressum

Adressen

AG für die Neue Zürcher Zeitung
Falkenstrasse 11
CH-8021 Zürich
Telefon +41 44 258 11 11
www.unternehmen.nzz.ch

Neue Zürcher Zeitung AG
Falkenstrasse 11
CH-8021 Zürich
Telefon +41 44 258 11 11
www.nzz.ch

Impressum

Projektkoordination und Redaktion
Karin Heim (Redaktionelle Leitung)
Elena Prenaj
Magdalena Geron
Dr. Hanspeter Kellermüller
Gaby Spycher
Walter Fröhlicher
Daniel Bläuer

Konzept und Gestaltung
Keim Identity GmbH
keimidentity.ch

Fotografie
Selina Meier
NZZ Interne Kreation
Michele Limina
Tobias Everke
Andreas Rentz/Getty Images for ZFF
Radio Argovia/CH Regionalmedien AG
NZZ Connect
Cayce Clifford
Carolina Antares
Florian Rainer
Nichole Sobecki
Corinna Kern
Saumya Khandelwal
Liu Bowen
unsplash.com
Karin Hofer/NZZ

Produktion
Management Digital Data AG, Lenzburg
mdd.ch

Druck
Multicolor Print AG, Baar
multicolorprint.ch

Papier
Fischer Papier, Refutura

gb.nzz.ch
unternehmen.nzz.ch