

NZZ

2022

Geschäftsbericht
AG für die Neue Zürcher Zeitung

Zahlen und Fakten auf einen Blick

Das EBIT von

30,2 Mio. CHF

übertrifft das Vorjahr um 25%.

Die Kundenbindung wurde verbessert und

11 000

digitale Neukunden sind dazugekommen.

Das erste Sustainable Switzerland Forum begeistert

über 1 200

Besucherinnen und Besucher.

«NZZ Akzent» verzeichnet 2022

61 %

neue Hörerinnen und Hörer.

Am Zurich Film Festival wurde mit

137 000

Besucherinnen und Besuchern erneut ein Rekord erzielt.

NZZ Connect topt mit insgesamt

50 Veranstaltungen

das Vorjahr – trotz Corona-Veranstaltungsverbot bis Ende März 2022.

Inhalt

Lagebericht

Vorwort	4
Unternehmen NZZ	8
NZZ Kern	20
Beteiligungen	30
CH Media	32
Nachhaltigkeit	34

Finanzbericht

Finanzielle Berichterstattung des Unternehmens NZZ	41
Finanzielle Berichterstattung der AG für die Neue Zürcher Zeitung	77

Anhang

Corporate Governance	86
Konzernstruktur und oberes Kader	96

Nachgefragt

Die Hintergründe zu den relevantesten und meistgenutzten Inhalten und Angeboten des vergangenen Jahres.	99
---	----



Etienne Jornod, Verwaltungsratspräsident (links), und Felix Graf, CEO, am NZZ-Hauptsitz an der Falkenstrasse 11.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre

Wir blicken auf ein ausserordentliches Jahr 2022 zurück. Kaum hatten wir uns etwas aus der Corona-Pandemie befreit, kam es zum Krieg in Europa. Der Angriffskrieg Russlands gegen die Ukraine war das prägende Ereignis des vergangenen Jahres. Es hat uns alle erschüttert und die Weltpolitik und mit ihr die Weltwirtschaft verändert. Zu den Folgen gehörten eine weltweite Energiekrise und eine Verschärfung bereits vorhandener Lieferengpässe auch in anderen Sektoren. In Kombination mit den Nachwirkungen aus der Corona-Pandemie führte dies im Laufe des Jahres zu einem generellen Preisanstieg. Auch die NZZ war im vergangenen Jahr mit deutlichen Kostensteigerungen konfrontiert, namentlich bei den Papierpreisen. Trotz dieses anspruchsvollen Umfelds konnte sich das Unternehmen NZZ wirtschaftlich behaupten.

Das Unternehmen NZZ erzielte im vergangenen Jahr einen Umsatz von 247,1 Mio. CHF, was einer Steigerung um 3 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Das operative Ergebnis (EBIT) beträgt 30,2 Mio. CHF. Damit wird das Vorjahresergebnis um 25 % oder 6 Mio. CHF übertroffen.

Auch das Unternehmensergebnis aus ordentlicher Geschäftstätigkeit liegt mit 26 Mio. CHF deutlich über dem Vorjahresresultat. Die Neuordnung der Beteiligung an CH Media führte zu einer technischen Anpassung, die jedoch keinerlei Einfluss auf die Liquidität und das Eigenkapital hat, sodass, wie im Vorjahr, ein Eigenfinanzierungsgrad von 75 % resultiert.

Wir sind somit als Unternehmen gut durch die Krisen gekommen und freuen uns, auf ein erfolgreiches Jahr zurückblicken zu können. Gerade in solchen Zeiten wird uns auch eindringlich bewusst, wie wichtig vertrauenswürdige Informationen sind, wie sehr wir auf Orientierung und Analyse angewiesen sind, wie wichtig daher die Qualitäten einer NZZ sind.

Auf die nächste Generalversammlung hin kommt es zum angekündigten Wechsel im Verwaltungsratspräsidium. Dies gibt uns Gelegenheit für einen kurzen Rückblick auf die vergangenen zehn Jahre. Entgegen den meisten Mitbewerbern setzen wir mit unserer Strategie konsequent auf unser journalistisches Kerngeschäft. Wir waren stets überzeugt, dass es für zeitgemässen Qualitätsjournalismus auch in Zukunft einen Markt geben wird. Die aktuelle Entwicklung zeigt, dass diese Strategie funktioniert. Wir sind erfolgreich auf dem Weg zu einem zunehmend digitalen Unternehmen mit einem robusten und zukunftsfähigen Geschäftsmodell. Dank einer klaren unternehmerischen Ausrichtung und kompetenten Teams in allen



Geschäftsbereichen ist uns eine Transformation von einem Unternehmen mit institutionellem Charakter zu einem dynamischen Marktteilnehmer gelungen, der sich dabei konsequent auf die Bedürfnisse seiner Kundinnen und Kunden ausrichtet.

Unser Ziel ist es, die eingeschlagene Strategie konsequent fortzusetzen und für die NZZ neue Märkte und Zielgruppen zu erschliessen. Die nächsten Schritte auf diesem Weg werden unter einem neuen Verwaltungsratspräsidium erfolgen. Mit Isabelle Welton wird eine ausgewiesene Führungspersönlichkeit die strategische Leitung der NZZ übernehmen, die unser Unternehmen als langjährige Verwaltungsrätin zudem bestens kennt. Der Verwaltungsrat ist überzeugt, dass Isabelle Welton die idealen Voraussetzungen mitbringt, um die NZZ in diesem anspruchsvollen Marktumfeld strategisch erfolgreich weiterzuentwickeln.

Die Herausforderungen bleiben gross. Der Wandel in der Technologie und im Nutzungsverhalten wird eine Konstante bleiben. Wir müssen uns auf ständige Veränderungen und Innovationen einstellen und weiter in die Zukunft unseres Geschäfts investieren. Solche Investitionen zur langfristigen Stärkung des Unternehmens NZZ werden wir auch im Zusammenhang mit dem im letzten Jahr bekanntgegebenen Teilverkauf unserer Beteiligung an CH Media tätigen. Neben der angekündigten Sonderdividende soll der Verkaufserlös in den nächsten Jahren vor allem für gezielte Investitionen in die Redaktionen, die Technologie sowie für Marketing und Produktentwicklung verwendet werden. Damit soll eine Basis für die langfristig erfolgreiche Weiterentwicklung unseres Unternehmens im Sinne der eingeschlagenen Strategie gelegt werden.

An dieser Stelle möchten wir auch allen unseren Mitarbeitenden für ihre ausgezeichnete Arbeit danken. Mit ihrem grossen Einsatz haben sie die positive Entwicklung der NZZ überhaupt erst ermöglicht. Und auch Ihnen, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, danken wir für Ihr Vertrauen und Ihre Unterstützung.

Freundliche Grüsse

Für den Verwaltungsrat



Etienne Jornod, Präsident

Für die Geschäftsleitung



Felix Graf, CEO

Trotz Krise Wachstum im Umsatz und im operativen Ergebnis

Die wirtschaftlichen Folgen des Ukraine-Kriegs wirkten sich auch auf die NZZ aus. Steigende Energie- und Papierpreise und die negative Entwicklung an den Finanzmärkten belasten die Rechnung. Trotz dieser schwierigen Wirtschaftslage ist die NZZ aber erfolgreich unterwegs und konnte im vergangenen Jahr erneut ein Umsatzwachstum verzeichnen und beim operativen Ergebnis stark zulegen.

Der Angriffskrieg Russlands gegen die Ukraine war das prägende Ereignis des vergangenen Jahres. Es stellt in erster Linie eine humanitäre Katastrophe für die Betroffenen dar, führte zu einer sicherheitspolitischen Zeitenwende und zog eine Vielzahl wirtschaftlicher Auswirkungen nach sich. So löste der Ukraine-Krieg eine weltweite Energiekrise aus und verschärfte bereits vorhandene Lieferengpässe auch in anderen Sektoren. In Kombination mit den Nachwirkungen aus der Pandemie führte dies im Laufe des Jahres 2022 zu einem generellen Preisanstieg. Auch die NZZ war im vergangenen Jahr insbesondere mit einem deutlichen Papierpreisanstieg konfrontiert. Die damit verbundene Papierknappheit zeichnete sich aber schon früher ab und ist auch auf strukturelle Gründe zurückzuführen.

Das Unternehmen NZZ war auch in diesem anspruchsvollen Umfeld im vergangenen Jahr wirtschaftlich erfolgreich. Darin kommt zum Ausdruck, welche Schlüsselrolle vertrauenswürdige Informationen, Orientierung und Analyse, wie sie die NZZ bietet, gerade in Krisenzeiten haben. Die Zahl der Abonnentinnen und Abonnenten hat sich über das Jahr äusserst erfreulich entwickelt und ist auf einen neuen Höchststand gewachsen. Mit Hilfe von Zusatzangeboten konnte zudem die Kundenbindung gestärkt und der Umsatz im Lesermarkt weiter gesteigert werden.

30,2

Mio. CHF

operativer Gewinn

Im Kerngeschäft Publizistik zeigen der Nutzermarkt sowie der digitale Werbemarkt eine leichte Zunahme gegenüber dem Vorjahr. Im Veranstaltungsgeschäft wird sogar eine markante Umsatzsteigerung ausgewiesen, was auf die grosse Nachfrage nach Veranstaltungen nach der Pandemie zurückzuführen ist. Ein Highlight setzte die NZZ zudem mit der erfolgreichen Lancierung des Nachhaltigkeitsforums Sustainable Switzerland. Im Segment Beteiligungen führte die im digitalen Werbemarkt tätige audiencz ihren Wachstumspfad in einem weiterhin anspruchsvollen Marktumfeld fort. Die Architektur- und Design-Community DAAily plat-forms hingegen musste mit ihrem stark international geprägten Geschäftsmodell nicht zuletzt aufgrund des Ukraine-Kriegs mit Lieferengpässen und hoher Inflation einen rückläufigen Umsatz verzeichnen. Die Beteiligung am Bauinformationsdienst Bindexis wurde im Februar 2022 an die Infopro Digital Gruppe veräussert und ist nicht mehr im Konsolidierungskreis enthalten. Zum erfolgreichen Geschäftsjahr hat auch das Segment Regionalmedien, namentlich die 50 %-Beteiligung an CH Media, beigetragen, und dies trotz Rückgang bei deren operativem Ergebnis.

Das Unternehmen NZZ weist für das Jahr 2022 ein positives operatives Ergebnis von 30,2 Mio. CHF aus, welches mit 25 % oder 6,0 Mio. CHF deutlich über Vorjahr liegt. Nach Berücksichtigung des tieferen Finanzergebnisses (vor allem wegen starker Kursrückgänge an den

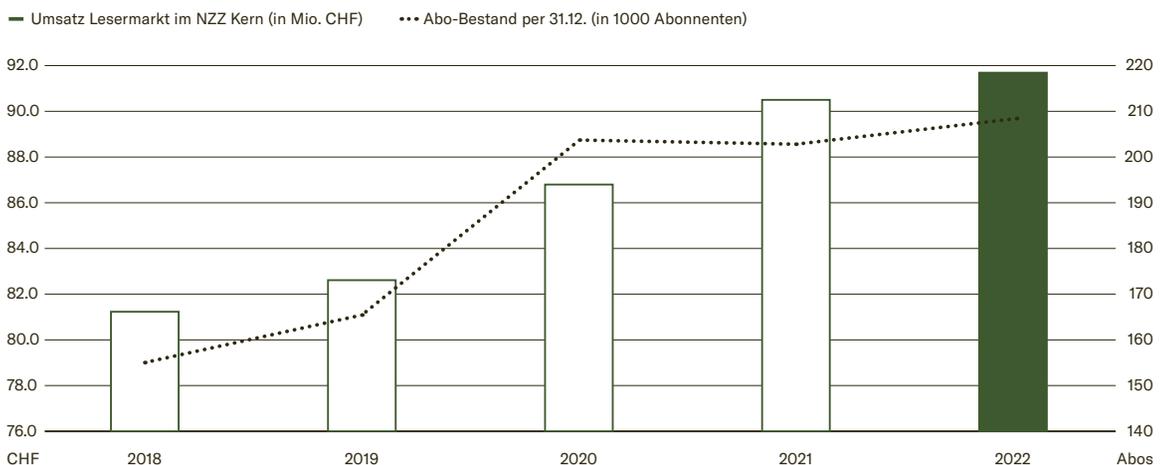
Kapitalmärkten) und der Ertragsteuern resultiert aus ordentlicher Geschäftstätigkeit ein Gruppenergebnis von 26,0 Mio. CHF. Damit wird das Vorjahr um 14 % oder 3,1 Mio. CHF übertroffen.

Aufgrund der Neuordnung der Beteiligungsverhältnisse an CH Media und des Übergangs der Führung an die Mitaktionärin AZ Medien verlangen die Rechnungslegungsvorschriften, dass Goodwill im Umfang von 192,4 Mio. CHF über die Erfolgsrechnung zurückgeführt wird. Dieser ausserordentliche nicht liquiditätswirksame Aufwand steht in keinem Zusammenhang mit der Leistung aus ordentlicher Geschäftstätigkeit des Unternehmens NZZ und hat keinen Einfluss auf das Eigenkapital.

Wachstumsmarkt Deutschland

Der Heimmarkt der NZZ ist die Schweiz und dort liegen auch unsere Hauptaktivitäten. Wir sehen im deutschen Sprachraum aber Wachstumspotenzial und investieren deshalb konsequent in den Ausbau der Berliner Redaktion und in die Verlagsorganisation. Die NZZ hat 2021 in Deutschland operativ die Profitabilität erreicht und ist 2022 noch einmal stark gewachsen. Bei den digitalen Abonnentinnen und Abonnenten, die den wesentlichen Teil des Geschäfts im deutschen Markt ausmachen, verzeichnete die NZZ ein Wachstum von über 24 %. Der Wachstumswert des Vorjahres von etwas mehr als 10 % wurde in der Folge noch einmal deutlich übertroffen.

Umsatz- und Abo-Entwicklung



Der Lesermarkturnsatz bei den Digitalangeboten in Deutschland nahm im vergangenen Jahr um 10 % zu. Damit setzt die NZZ ihren Wachstumskurs der letzten Jahre in Deutschland erfolgreich fort. Ergänzt wird diese Strategie durch eine Expansion im Bereich der digitalen Werbevermarktung. So hat die NZZ-Digitaltochter audiencz Anfang 2023 den deutschen Online-Vermarkter netpoint media übernommen. Durch diesen Zusammenschluss können die Unternehmen ihr Know-how im Bereich Programmatic Advertising, der Vermarktung von exklusiven Webseiten und Produkten, bündeln und ihren Kunden eine Angebotsabdeckung im gesamten DACH-Raum anbieten.

Weitere Vermarktungskoperationen

Auch in der Schweiz ist die NZZ im vergangenen Jahr in der Werbevermarktung verschiedene Partnerschaften eingegangen. Dazu gehört eine enge Kooperation mit «Le Temps». Das Westschweizer Verlagshaus legt die Verantwortung für die Vermarktung ihrer Digital- und Printprodukte in die Hände von NZZone, der Vermarktungsorganisation des Unternehmens NZZ, und des Digital-Advertising-Spezialisten audiencz. Auch bei den Beilagen und im Veranstaltungsbereich werden die beiden Medienhäuser künftig zusammenarbeiten.

Gleichzeitig übernimmt NZZone die exklusive Vermarktung der Printprodukte der «Corriere del Ticino»-Gruppe im nationalen Werbemarkt. Bereits seit 2019 vermarktet audiencz die zugehörigen Digitalprodukte. Zusammen mit dem Vermarktungsmandat von «Le Temps» kann NZZone so künftig Premium-Werbefelder im Bereich Print für den gesamten deutsch-, französisch- und italienischsprachigen Markt anbieten.

Neuordnung Beteiligung an CH Media

Mit der Gründung des Gemeinschaftsunternehmens CH Media haben NZZ und AZ Medien 2018 den Grundstein gelegt für eine erfolgreiche Weiterentwicklung ihres Regionalmediengeschäfts sowie den Aufbau einer starken Marktposition im Entertainment-Bereich. Dieser Schritt war Teil der langfristig orientierten Strategie der NZZ mit Fokus auf unabhängigen Qualitätsjournalismus. Für die NZZ stand dabei die Entwicklung ihres publizistischen Kerngeschäfts unter der Marke NZZ im Zentrum. Die Schaffung von CH Media ermöglichte es der NZZ, sich auf die Transformation des eigenen Geschäftsmodells zu konzentrieren. Gleichzeitig konnten die beiden Unternehmen ihre Kräfte im Bereich der Regionalmedien bündeln und die regionale Publizistik in der Deutschschweiz stärken.

In den letzten vier Jahren wurden bei CH Media wichtige Weiterentwicklungen vollzogen und erhebliche Synergien realisiert. Die Medienangebote von CH Media sind heute in einer deutlich stärkeren Position als bei der Gründung des Gemeinschaftsunternehmens. Mit der Erreichung dieser Ziele ist die Neuordnung der Beteiligungsverhältnisse bei CH Media ein logischer Schritt und eine konsequente Fortführung unserer Strategie. Mit dem Teilverkauf von 15 % des Aktienkapitals übergibt die NZZ nun die Führung des Unternehmens an die Familie Wanner als Eigentümerin der AZ Medien, behält aber einen strategischen Anteil an CH Media.

LE TEMPS

CORRIERE DEL TICINO
GRUPPO

Die Partnerschaften mit «Le Temps» und dem «Corriere del Ticino» bieten weitere Wachstumsoptionen im Werbemarkt.

Werde
Mitglied



SUSTAINABLE
SWITZERLAND
ENTREPRENEURS
CLUB



Grosser Erfolg: Das erste Sustainable Switzerland Forum verzeichnete über 1200 Besucherinnen und Besucher.

Erfolgreiche Lancierung des Sustainable Switzerland Forum

Im vergangenen Jahr hat die NZZ – zusammen mit namhaften Partnern aus Wirtschaft und Wissenschaft – die nationale Nachhaltigkeitsinitiative Sustainable Switzerland lanciert. Ziel der Dialogplattform ist es, die nachhaltige Entwicklung hierzulande zu fördern, indem sie die relevanten Akteure vernetzt und auf die massgeblichen Themen und mögliche Lösungen aufmerksam macht. Den jährlichen Höhepunkt bildet das Sustainable Switzerland Forum, welches vom 22. bis 24. September 2022 zum ersten Mal und mit grosser Resonanz durchgeführt wurde. Fachleute aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft gingen dabei der Frage nach, wie die Schweiz ihre Nachhaltigkeitsziele erreichen kann und was Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und die Gesellschaft dafür unternehmen können.

Beitritt zum OneLog-Joint Venture

Im Frühjahr 2021 hat sich die Schweizer Digital-Allianz, bestehend aus CH Media, NZZ, Ringier, TX Group und SRG, darauf verständigt, ein gemeinsames Login für ihre Newsplattformen einzuführen. Dieses ermög-

licht den Nutzerinnen und Nutzern den Zugang zum publizistischen Angebot aller Allianzpartner. Den involvierten Medienhäusern ermöglicht die gemeinsame Login-Lösung wiederum, besser auf die Bedürfnisse ihrer Nutzerinnen und Nutzer einzugehen. Sie ist damit ein zentraler Baustein, um die Wettbewerbsfähigkeit der Schweizer Medien gegenüber den internationalen Digitalplattformen zu verbessern.

Das zunächst von der TX Group und Ringier 2021 gegründete Joint Venture OneLog, welches die gleichnamige Single-Sign-on-Lösung betreibt, die bereits von über 40 Schweizer Medienmarken eingesetzt wird, zählt über 2 Millionen verifizierte Accounts. Ende Dezember 2022 traten CH Media und die NZZ dem OneLog-Joint Venture bei. Ihre Titel werden in der zweiten Jahreshälfte bzw. Ende 2023 die Login-Lösung von OneLog einführen.

OneLog wurde in enger Abstimmung mit dem Eidgenössischen Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragten entlang der Schweizer Datenschutzvorgaben ausgestaltet.

Wechsel im Verwaltungsratspräsidium

Nach zehn Jahren als Verwaltungsratspräsident der NZZ wird Etienne Jornod im April 2023 infolge des Erreichens der statutarischen Altersgrenze von seinem Amt zurücktreten.

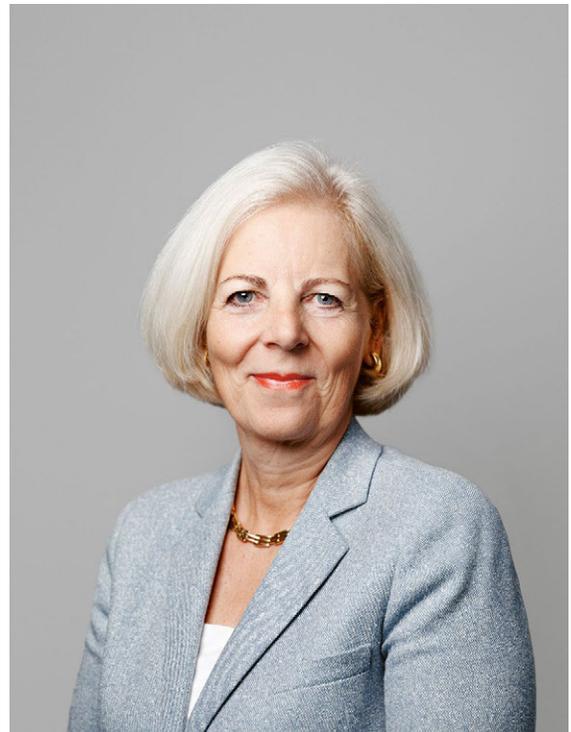
Etienne Jornod hat die Entwicklung des Unternehmens NZZ in den letzten zehn Jahren entscheidend geprägt. Mit grossem Engagement und unternehmerischer Weitsicht hat er wesentlich dazu beigetragen, das Unternehmen NZZ auf eine klare und zukunftsfähige Strategie mit Fokus auf die Publizistik auszurichten. Unter seiner Führung hat sich das Traditionsunternehmen NZZ zu einem modernen und zunehmend digital ausgerichteten Medienunternehmen entwickelt. In die Amtszeit von Etienne Jornod fallen wichtige Weichenstellungen wie die Auslagerung des Druckgeschäfts oder der Entscheid, die damaligen NZZ-Regionalmedien in das Joint Venture mit den AZ Medien einzubringen. Entscheide, die es der NZZ erlaubten, sich voll auf das journalistische Kerngeschäft zu konzentrie-

ren, und damit den Grundstein legten für die positive Geschäftsentwicklung der letzten Jahre. Verwaltungsrat und Geschäftsleitung danken dem scheidenden Verwaltungsratspräsidenten für seine herausragende Arbeit und seinen unermüdlichen Einsatz für die NZZ.

Der Verwaltungsrat hat sich einstimmig für Isabelle Welton als neue Präsidentin ausgesprochen. Isabelle Welton ist seit zehn Jahren Verwaltungsratsmitglied der NZZ und eine ausgewiesene Führungspersönlichkeit, die über breite unternehmerische Erfahrungen verfügt. Vor ihrem Wechsel in die Selbständigkeit als Strategieberaterin war sie bei der Zurich Insurance Group als Mitglied der Konzernleitung tätig. Davor leitete sie IBM Schweiz als Länderchefin. Isabelle Welton verfügt über umfangreiche Erfahrungen in der Führung von Unternehmen in einer Transformationsphase und insbesondere über ein tiefes Verständnis für die kulturellen Dimensionen eines Unternehmens wie der NZZ, das von redaktioneller Unabhängigkeit und starken Persönlichkeiten geprägt ist.



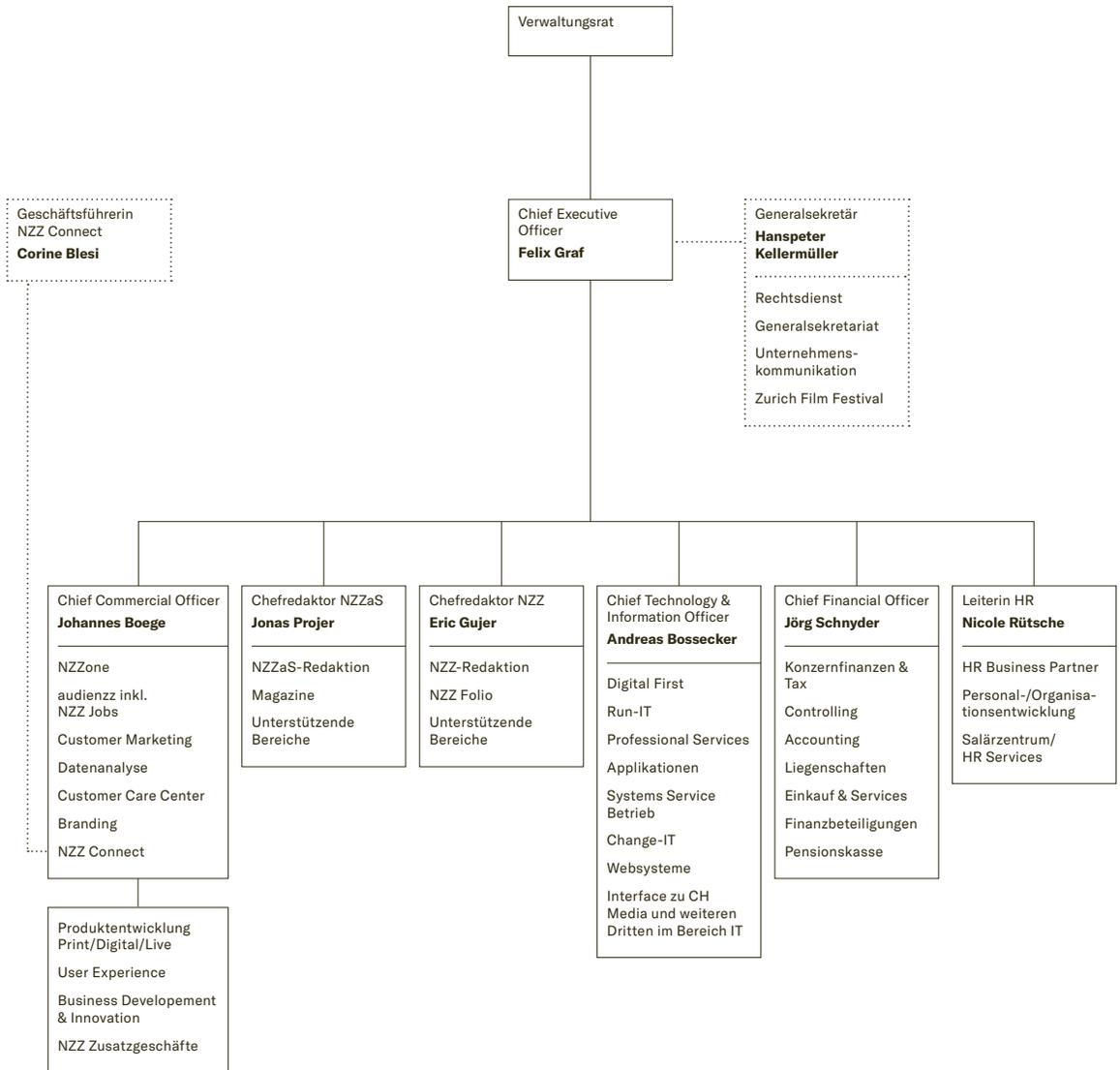
Etienne Jornod präsidiert den Verwaltungsrat der NZZ seit 2013.



An der Generalversammlung vom 15. April 2023 übernimmt Isabelle Welton das VR-Präsidium.

Organigramm Geschäftsleitung

Stand März 2023



Finanzielle Bericht-erstattung

Betrieblicher Gesamtertrag

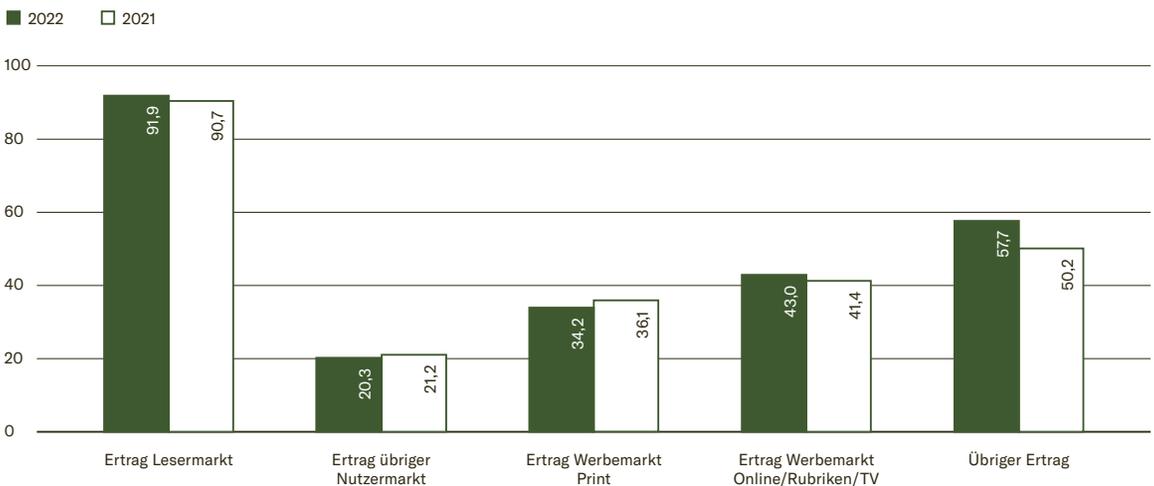
Das Unternehmen NZZ erwirtschaftete im Berichtsjahr 2022 einen Umsatz von 247,1 Mio. CHF. Dies entspricht einer Steigerung von 3 % oder 7,6 Mio. CHF gegenüber dem Vorjahr.

Die Anzahl der zahlenden Abonentinnen und Abonnenten wuchs per Ende Jahr auf 209 300 und erhöhte sich damit gegenüber dem Vorjahr um 2 %. Die Erschliessung neuer Zielgruppen über neue Produkte (digitales «NZZ Magazin») und Zusatzangebote (NZZ PRO Global), eine Preisanpassung bei den Print-Abonnements sowie weitere Initiativen als Teil der langfristig orientierten Strategie der NZZ mit Fokus auf Qualitätsjournalismus führten zu einem um 1 % oder 1,2 Mio. CHF höheren Lesermarktumsatz.

Der Ertrag übriger Nutzermarkt ging im Vergleich zum Vorjahr um 4 % oder 0,9 Mio. CHF zurück, unter anderem infolge der vorgenommenen Portfolioanpassung. Nach der Aufhebung der pandemiebedingten Einschränkungen im März 2022 profitierte vor allem das Konferenzgeschäft von NZZ Connect (inklusive der Flaggschiff-Konferenz Swiss Economic Forum) von einer stärkeren Nachfrage und verzeichnete gegenüber dem Vorjahr höhere Ticketeinnahmen. Auch NZZ Live erzielte im abgelaufenen Jahr mit dem zugehörigen Eventprogramm ein Ertragswachstum. DAAily platform, das grösste internationale Netzwerk für Architektur und Design, musste hingegen eine Umsatzeinbusse hinnehmen. Zurückzuführen ist dies auf eine spürbare Verunsicherung bei Kunden und Partnern infolge des Ukraine-Kriegs sowie der hohen Inflation und die anhaltenden Lieferengpässe in verschiedenen Absatzländern. Weiter fehlen im Vorjahresvergleich die Umsätze des Bauinformationsdienstes Bindexis und der zugehörigen Tochtergesellschaft, die zum 1. Januar 2023 veräussert wurden.

Der Ertrag Nutzermarkt liegt gesamthaft mit 0,3 Mio. CHF leicht über Vorjahr.

Umsatzentwicklung nach Ertragsart (in Mio. CHF)



Der strukturell rückläufige Ertrag Werbemarkt Print schliesst 5 % oder 1,9 Mio. CHF hinter Vorjahr. Dank der eingegangenen Kooperationen und der zusätzlichen Verlags- und Sonderbeilagen zu verschiedenen Themenschwerpunkten ist es NZZone, der Vermarktungsorganisation des Unternehmens NZZ, gelungen, sich im stark umkämpften Markt zu behaupten und teilweise sogar Marktanteile von Mitbewerbern zu gewinnen.

Im Werbemarkt Online/Rubriken beträgt der Vorjahresvorsprung 4 % oder 1,5 Mio. CHF zum Vorjahr. Die Zunahme stammt aus dem publizistischen Kerngeschäft sowie vom Digital-Advertising-Spezialisten audiencz. Letzterer hat per Mai 2022 das Publisher- und Kundenportfolio des Online-Vermarkters Romandie Network sowie dessen Standort in der Westschweiz übernommen und ist zusätzlich organisch gewachsen. Im internationalen Umfeld von DAAily platforms hingegen war eine starke Zurückhaltung bei den digital werbenden Kundinnen und Kunden festzustellen.

Der Ertrag Werbemarkt TV der konzessionierten Fernsehgesellschaften hat im Vergleich zum Vorjahr um 6 % oder 0,2 Mio. CHF zugenommen.

Insgesamt wird im Werbemarkt mit 77,3 Mio. CHF fast genauso viel umgesetzt wie im Vorjahr. Die Erträge aus dem digitalen Werbemarkt Online/Rubriken übersteigen die Umsätze aus dem klassischen Inseratemarkt inzwischen deutlich. Die Entwicklung reflektiert damit die Tendenz im Markt.

Der übrige Ertrag resultiert 15 % oder 7,5 Mio. CHF über Vorjahr. Die Zunahme im sonstigen übrigen Ertrag liegt insbesondere in der Lancierung der nationalen Nachhaltigkeitsinitiative Sustainable Switzerland begründet, aber auch in der Umstellung der Darstellung von Gegengeschäften hin zu einem Bruttoausweis. Die im Vorjahr von der NZZ vorsichtig geschätzten Medienförderungen, Kulturbeiträge und öffentlichen Zuwendungen wurden im Berichtsjahr definitiv veranlagt, was sich positiv auswirkte.

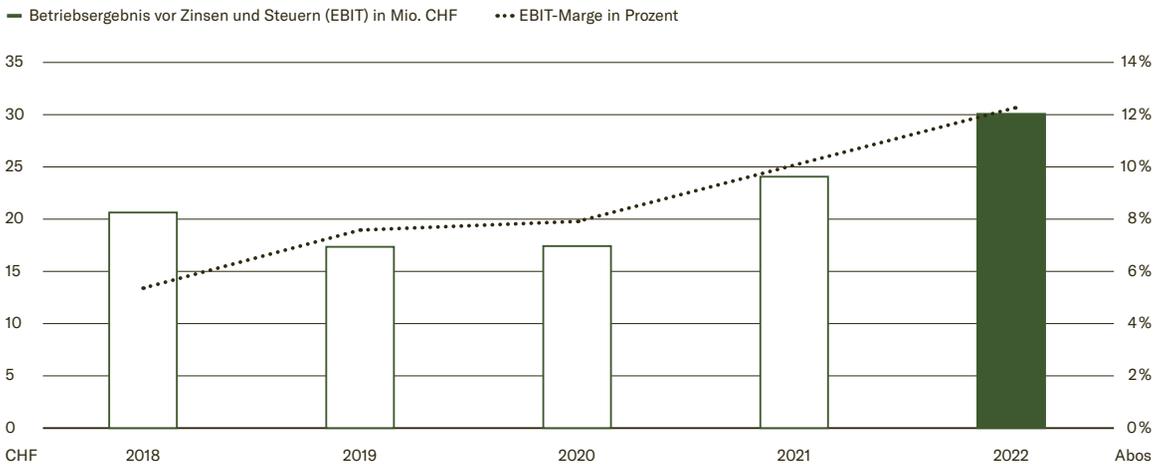
Betrieblicher Gesamtaufwand

Der betriebliche Gesamtaufwand hat im Geschäftsjahr 2022 um 1 % oder 3,0 Mio. CHF auf 228,6 Mio. CHF zugenommen. Die signifikant höheren Papierpreise führten zu einem Anstieg der Materialkosten. Die höheren Fremdleistungen sind zum einen auf die Lancierung von Sustainable Switzerland und zum anderen auf die erwähnte Anpassung der Buchungssystematik von Gegengeschäften zurückzuführen. Bei einem durchschnittlichen Personalbestand von 821 Vollzeitstellen (FTE) – praktisch unverändert zum Vorjahr – ist der Personalaufwand um 2,3 Mio. CHF auf 114,5 Mio. CHF gesunken. Die Mehrkosten aus den Wachstumsinitiativen bei NZZ Deutschland, Sustainable Switzerland, audiencz und DAAily platforms werden dabei durch den wegfallenden Personalaufwand des veräusserten Bauinformationsdienstes Bindexis kompensiert. Der Betriebs- und Verwaltungsaufwand bleibt auf dem Niveau des Vorjahres. Darin enthalten sind einerseits die Integrationskosten aus der Übernahme von Designboom (DAAily platforms) sowie Romandie Network (audiencz) und andererseits der Nettoeffekt aus gebildeten und aufgelösten Rückstellungen für hängige Rechtsverfahren. Der Abschreibungsaufwand sinkt vor allem bei den Einrichtungen und übrigen Sachanlagen.

Ergebnisentwicklung des Joint Ventures CH Media

Das Joint Venture CH Media erzielte im Geschäftsjahr 2022 einen Umsatz von 430,2 Mio. CHF. Dabei war vor allem der Werbemarkt Entertainment von Zurückhaltung geprägt. Im Druckgeschäft werden insgesamt höhere Umsätze als im Vorjahr ausgewiesen, nicht zuletzt aufgrund der weiterverrechneten stark gestiegenen Rohstoffkosten. Dies führte zusammen mit den höheren Eventeinnahmen zu einem um 3 % oder 14,5 Mio. CHF höheren Umsatz als im Vorjahr. Gleichzeitig hat der betriebliche Gesamtaufwand um 23,7 Mio. CHF oder 7 % zugenommen. Das operative Ergebnis (EBIT) liegt mit 25,2 Mio. CHF (5,9 % EBIT-Marge) 30 % bzw. 10,8 Mio. CHF unter dem Vorjahr. Die Hauptgründe dafür sind das Geschäftsfeld Entertainment (Investitionen in Wachstumsinitiativen bei gleichzeitig zurückhaltendem Werbemarktumfeld), die markant höheren Papierpreise für die eigenen Produkte sowie die letztjährig angefallenen aufwandsmindernden Kurzarbeitsentschädigungen und Covid-Unterstützungsbeiträge.

EBIT-Entwicklung 2018–2022



Das Unternehmensergebnis beläuft sich auf 20,7 Mio. CHF (4,8 % Umsatzrendite), was einer Abnahme von 41 % oder 14,1 Mio. CHF entspricht. Es enthält im Jahr 2022 einen Veräusserungsgewinn aus dem Verkauf von 20 % der Beteiligung an der CH Media TV AG und im Vorjahr mehrere Veräusserungsgewinne aus Verkäufen von Vermögenswerten. Der Anteil des Unternehmens NZZ an diesen Veräusserungserfolgen wird, wie im Vorjahr, nicht im Ergebnisanteil an Joint Ventures, sondern zusammen mit der Rückführung von seinerzeit im Eigenkapital der NZZ verrechnetem Goodwill im ausserordentlichen Ergebnis ausgewiesen. Die im Vorjahr von der NZZ vorsichtig geschätzten öffentlichen Zuwendungen wurden im Berichtsjahr definitiv veranlagt und die Schätzwerte den effektiven Zahlungen angepasst, was sich positiv auswirkte. So beträgt der 50 %-Ergebnisanteil, der in die Konzernrechnung 2022 des Unternehmens NZZ fliesst, 11,7 Mio. CHF und fällt damit 14 % oder 1,4 Mio. CHF höher aus als im Vorjahr.

Operatives Ergebnis des Unternehmens NZZ

Die positive Entwicklung in der Publizistik, der vom Wachstum geprägte Geschäftsverlauf von audienzz 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 6,0 Mio. CHF auf 30,2 Mio. CHF zu. Die EBIT-Marge erhöht sich von 10,1 % im Vorjahr auf 12,2 %.

Geschäftsgang in den einzelnen Segmenten¹

Im NZZ Kern wurde im Berichtsjahr ein EBIT von 16,8 Mio. CHF erwirtschaftet. Dies entspricht 67 % oder 6,8 Mio. CHF mehr als im Vorjahr. Die erneute deutliche Steigerung ist insbesondere das Resultat der verschiedenen Massnahmen zur konsequenten Umsetzung unserer Strategie mit Fokus auf Qualitätsjournalismus.

Das Segment Beteiligungen weist einen EBIT von 2,3 Mio. CHF aus. Dem Digital-Advertising-Spezialisten audiencz gelang es, den Wachstumspfad der letzten Jahre fortzusetzen und sein Kunden- und Publisher-Portfolio zu erweitern. DAAily platforms hingegen war in ihrem internationalen Geschäft mit einem Nachfragerückgang konfrontiert und hat Anfang Jahr das Online-Magazin Designboom erworben. Der Informationsdienst Bindexis wurde veräussert, was den Vorjahresvergleich beeinträchtigt.

Der EBIT im Segment Regionalmedien (CH Media und konzessionierte TV-Gesellschaften) beträgt 11,1 Mio. CHF und nimmt damit gegenüber Vorjahr um 21 % oder 1,9 Mio. CHF zu. Das tiefere operative Ergebnis wird durch die erwähnte Anpassung der Schätzwerte im Bereich der Zuwendungen aus öffentlicher Hand an die effektiven Zahlungen mehr als kompensiert.

Finanzergebnis

Das Finanzergebnis ist mit -3,0 Mio. CHF negativ ausgefallen und resultiert damit 5,4 Mio. CHF tiefer als im Vorjahr. Die Wertschriftenportfolios des Unternehmens NZZ konnten sich den starken Kursrückgängen an den Kapitalmärkten nicht entziehen. Mit einer Netto-Performance von -10,7 % (Vorjahr +4,7 %) vermochten sie dennoch vergleichbare Anlagestrategie-Benchmarks wie Pictet 2015-25 (-13,2 %) bzw. 2015-40 (-13,9 %) zu übertreffen. Im übrigen Finanzertrag ist auch der Netto-Veräusserungsgewinn nach Goodwill-Rückführung aus der verkauften Beteiligung am Bauinformationsdienst Bindexis enthalten. Der gegenüber Vorjahr 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 ausserordentlichen Ertrag ist der Veräusserungserfolg von CH Media aus dem Verkauf von 20 % der Beteiligung an der CH Media TV AG und im Vorjahr der Regionalzeitung «Werdenberger & Obertoggenburger», der Magazine «Fit for Life», «Modulør» und «Natürlich» sowie einer Liegenschaft in Solothurn und der Sarganserländer Druck AG ausgewiesen. Dem Veräusserungserfolg steht im Jahr 2022 der Aufwand aus Goodwill-Rückführung im Umfang von 192,4 Mio. CHF gegenüber. Dieser ergibt sich aus der Neuordnung der Beteiligungsverhältnisse an CH Media und dem damit einhergehenden Übergang der Kontrolle an die Mitaktionärin AZ Medien. Aufgrund der Swiss GAAP FER-Bestimmungen müssen sämtliche betroffenen Goodwill-Komponenten, welche in den Jahren 2000 bis 2021 entstanden sind, der Erfolgsrechnung belastet werden. Im Vorjahr wurde der ganze Betrag mit den oben erwähnten Veräusserungen von CH Media ausgelöst.

Der Ertragssteueraufwand ist mit 2,0 Mio. CHF trotz des höheren operativen Ergebnisses 1,9 Mio. CHF tiefer ausgefallen als im Vorjahr. Dies ist auf die Auflösung einer im Vorjahr vorsichtig angesetzten Steuerabgrenzung zurückzuführen. Sie betraf einen Sachverhalt, zu dem zwischenzeitlich eine Ruling-Vereinbarung getroffen werden konnte. Im Berichtsjahr sind die Steuerersparnisse aus geltend gemachten Verlustvorträgen geringer als 0,1 Mio. CHF ausgefallen, während im Vorjahr noch ein um 0,4 Mio. CHF tieferer Aufwand aufgrund der Anrechnung resultierte.

Das Gruppenergebnis, welches auf die ordentliche Geschäftstätigkeit zurückgeht, liegt mit 26,0 Mio. CHF 14 % oder 3,1 Mio. CHF über Vorjahr, wovon 0,4 Mio. CHF auf Minderheitsanteile entfallen. Im Wesentlichen wird dabei der signifikante Vorjahresvorsprung im operativen Ergebnis durch den vorgängig umschriebenen Rückstand im Finanzergebnis vermindert. Nach Berücksichtigung des einmaligen nicht liquiditätswirksamen ausserordentlichen Aufwands aus der Goodwill-Rückführung aufgrund zwingender Rechnungslegungsvorschriften ergibt sich ein technischer Verlust von -166,4 Mio. CHF. Dieser hat jedoch keine Auswirkung auf das Eigenkapital des Unternehmens NZZ.

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

Konsolidierte Bilanz

Per 31. Dezember 2022 beträgt die Bilanzsumme des Unternehmens NZZ 382,7 Mio. CHF und ist im Vorjahresvergleich um 4 % oder 13,7 Mio. CHF gewachsen.

Das Umlaufvermögen erhöht sich per 31. Dezember 2022 um 3,1 Mio. CHF auf 202,3 Mio. CHF. Die darin enthaltenen liquiden Mittel haben um 6,6 Mio. CHF zugenommen. Der Mittelzufluss ergibt sich im Wesentlichen aus dem Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit, der Veräusserung von Bindexis sowie der Mittelverwendung für die ausgeschüttete Dividende, die Akquisition von Designboom und dem Kauf/Verkauf von eigenen Aktien. Die Abnahme des Wertschriftenbestandes ist auf die starken Kursrückgänge an den Kapitalmärkten zurückzuführen.

Das Anlagevermögen ist um 10,7 Mio. CHF auf 180,4 Mio. CHF angewachsen. Die Finanzanlagen erhöhen sich insgesamt um 12,7 Mio. CHF, hauptsächlich durch die Aufwertung der Beteiligung an CH Media im Betrag deren anteiligen Ergebnisses und durch den Erwerb der Minderheitsbeteiligung an der OneLog AG. Die laufenden Abschreibungen sind im Jahr 2022 erneut höher als die Investitionen, was zu einer Abnahme von 1,7 Mio. CHF bei den Sach- bzw. 0,3 Mio. CHF bei den immateriellen Anlagen führt.

Beim Fremdkapital resultiert eine Zunahme um 3,4 Mio. CHF auf 94,2 Mio. CHF. Sie setzt sich unter anderem aus tieferen Rechnungsabgrenzungen im Zusammenhang mit dem Personalaufwand sowie aus höheren langfristigen Rückstellungen zusammen. Letztere wurden für bedingte Kaufpreisbestandteile von Beteiligungen aus Verpflichtungen gegenüber der Geschäftsleitung aus dem Programm der Incentivierung am langfristigen Erfolg sowie aus der vorsichtigen Beurteilung hängiger Rechtsverfahren gebildet. Gleichzeitig konnten kurzfristige Rückstellungen im Zusammenhang mit rechtlichen Auseinandersetzungen aufgelöst werden.

Das Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile beläuft sich auf 288,5 Mio. CHF. Die Zunahme um 10,4 Mio. CHF ergibt sich aus dem Gewinn aus der ordentlichen Geschäftstätigkeit, der die ausgeschüttete Dividende und den Effekt aus Kauf/Verkauf von eigenen Aktien

übersteigt. Der technische Verlust aus der ausserordentlichen Goodwill-Rückführung im Zusammenhang mit der Neuordnung der Beteiligungsverhältnisse an CH Media wird mit der Ausbuchung des seinerzeit im Eigenkapital verrechneten Goodwills (Kumulation aus den Geschäftsjahren 2000 bis 2021) ausgeglichen. Der Eigenfinanzierungsgrad bleibt unverändert zum Vorjahr bei komfortablen 75 %.

Finanzieller Ausblick

Das Unternehmen NZZ hält auch unter der Leitung der neuen Präsidentin des Verwaltungsrats, Isabelle Welton, an seiner langfristig ausgerichteten Strategie mit Fokus auf Qualitätsjournalismus fest. Die Neuordnung der Beteiligungsverhältnisse an CH Media und der damit verbundene Mittelzufluss ermöglicht es der NZZ, noch stärker in die Transformation und Weiterentwicklung des Kerngeschäfts zu investieren. Die entsprechenden Mittel sollen in den nächsten Jahren vor allem in die Redaktionen fliessen und für übergreifende Initiativen in den Bereichen Technologie, Marketing und Produktentwicklung verwendet werden. Letztere dienen dazu, die publizistischen Angebote auf verschiedenen Kanälen, die allesamt dem technischen Wandel unterliegen, noch besser auf die sich stetig verändernden Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden auszurichten. Dafür werden bewusst vorübergehend tiefere konsolidierte Ergebnisse in Kauf genommen.

Im Veranstaltungsgeschäft sollen die etablierten Formate mit neuen Ideen ergänzt werden. Bei der 2022 lancierten Nachhaltigkeitsinitiative Sustainable Switzerland liegt der Fokus auf der inhaltlichen Weiterentwicklung und der Verbesserung der operationellen Abwicklung.

Im stark umkämpften Werbemarkt ist es unser Anspruch, die bestehenden Geschäfte zu optimieren und, wo möglich, auszubauen. Es gilt, die neu eingegangenen Kooperationen zu stärken und die zugehörigen Prozesse zu verbessern. Im Bereich Digital Advertising gelingt mit der Akquisition von netpoint media Anfang 2023 die Expansion in den deutschen Markt. DAAily platforms, die weltweit grösste Online-Community für Design und Architektur, soll mit einer neuen Vertriebsorganisation und der Optimierung der technischen Infrastruktur auf den Wachstumspfad zurückgeführt werden. Als Innovationstreiberin im Bereich

Web 3.0 und Metaversum will die Gruppe Lösungen zur Nutzung der neuen Technologien für die Design- und Architekturindustrie mitentwickeln.

Bei den Regionalmedien wird die im letzten Jahr angekündigte Reduktion des NZZ-Beteiligungsanteils an CH Media von 50 % auf 35 % vollzogen. Das Unternehmen NZZ wird – wenn auch mit einem kleineren Anteil – am Ergebnis beteiligt bleiben und das Geschäft weiterhin strategisch mitgestalten. Das Newsportal watson.ch wurde zu Jahresbeginn 2023 in die Konzernstruktur von CH Media integriert. Per 1. April 2023 wird der geplante Führungswechsel umgesetzt und Michael Wanner neuer CEO. Neben der digitalen Transformation der Bezahlzeitungen und dem Ausbau des Bereichs Entertainment wird es auch darum gehen, die Effizienz weiter zu steigern.

Vor dem Hintergrund der aktuellen politischen und wirtschaftlichen Entwicklungen sind kurzfristige finanzielle Ziele schwer zu quantifizieren. Dank der gesunden Bilanzstruktur, dem komfortablen Liquiditätspolster und dem hohen Eigenfinanzierungsgrad ist das Unternehmen NZZ aber in der Lage, seine Strategie konsequent weiterzuerfolgen.

Risikobeurteilung

Der Verwaltungsrat der AG für die Neue Zürcher Zeitung hat die Geschäftsleitung mit der Risikobeurteilung 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.

Mit Qualitätsführerschaft in die Zukunft

Im vergangenen Jahr hat die NZZ die Transformation in die digitale Welt konsequent weiter vorangetrieben. Zentral für den Erfolg war die Optimierung bestehender und die Lancierung neuer Digitalprodukte. Im strukturell rückläufigen Werbemarkt konnte dank zusätzlicher Umsatzquellen und dem Wachstum im Digitalen im Vergleich zur Konkurrenz Terrain gut gemacht werden. Das Veranstaltungsgeschäft nahm nach Aufhebung des pandemiebedingten Eventverbots wieder deutlich an Fahrt auf und trug zur guten Geschäftsentwicklung bei.

Im Segment NZZ Kern wurde im Berichtsjahr ein betrieblicher Gesamtertrag von 194,2 Mio. CHF erwirtschaftet, was 5 % oder 9,0 Mio. CHF über dem Vorjahreswert liegt. Das operative Ergebnis (EBIT) konnte im Vergleich zum Vorjahr um 67 % oder 6,8 Mio. CHF auf 16,8 Mio. CHF gesteigert werden. Die EBIT-Marge beträgt 8,7 % und übertrifft damit den Vorjahreswert von 5,4 % noch einmal deutlich. Dies markiert einen neuen 10-Jahres-Höchstwert.

Die NZZ ist in den vergangenen Jahren bei der Transformation hin zu einem digitalen Unternehmen mit einem zukunftssträchtigen Geschäftsmodell deutlich vorangekommen. Auch 2022 hat das Unternehmen wichtige organisatorische Anpassungen und Initiativen angestossen und weiterverfolgt, mit denen die Strategie mit Fokus auf Qualitätsjournalismus konsequent umgesetzt wird. Sie zielen darauf ab, über neue Produkte und Kanäle neben bestehenden insbesondere auch neue Zielgruppen und Märkte für

die NZZ zu erschliessen – unter anderem über Audio- und Video-Formate, das digitale «NZZ Magazin», das Premium-Produkt NZZ PRO Global sowie die Stärkung der Marktbearbeitung in Deutschland. Die Anstrengungen zeigen Erfolg: Die NZZ verzeichnete im vergangenen Jahr ein starkes digitales Abonnenten- und Umsatzwachstum und gesamthaft einen neuen Abonnentenhöchststand. Die Zahl der Abonnentinnen und Abonnenten, die unsere Produkte digital nutzen, wuchs 2022 nochmals deutlich um 12,5 %. Rund 11 000 digitale Neukunden konnten wir dazugewinnen und gleichzeitig die Kundenbindung stark verbessern. Der Anteil der rein digitalen Abonnentinnen und Abonnenten lag Ende Jahr bei 56 %. Der Erfolg im Digitalgeschäft schlägt sich auch auf der Umsatzseite immer deutlicher nieder. So legte der Digitalumsatz im Lesermarkt im Berichtsjahr erneut zu und liegt bereits bei 33 %. Der strategisch wichtige Umsatz, den wir gesamthaft mit unseren Kundinnen und Kunden im Lesermarkt erwirtschaften, konnte in der Folge nochmals gesteigert werden und erhöhte sich gegenüber Vorjahr um 1 % auf 91,9 Mio. CHF.

Trotz wirtschaftlicher Unsicherheiten ist es gelungen, den Wachstumspfad im digitalen Werbemarkt fortzusetzen. Im strukturell rückläufigen Werbemarkt Print konnten sich die publizistischen Produkte aus dem Kerngeschäft behaupten und teilweise Marktanteile von Konkurrenten gewinnen. Insbesondere die Verlags- und Sonderbeilagen mit verschiedenen Themenschwerpunkten generierten ansehnliche Inserateinnahmen.

Weiterentwicklung der Digitalprodukte

Die gedruckten Zeitungen und Magazine sind für die NZZ von strategischer Bedeutung und tragen noch immer entscheidend zum wirtschaftlichen Erfolg bei. Sie sind daher auch zentraler Bestandteil unserer mittel- und langfristigen Planung. Zusätzliches Wachstum erreichen wir jedoch primär über die digitalen Angebote. Um unserer Leserschaft einen nutzerfreundlichen Zugang zu unseren digitalen Qualitätsinhalten zu ermöglichen, werden die Digitalprodukte der NZZ laufend optimiert. So wurde im vergangenen Jahr auf nzz.ch beispielsweise der Bereich unterhalb eines Artikels visuell weiterentwickelt, der Empfehlungsalgorithmus verbessert und ein dedizierter Autorenfeed hinzugefügt. Einen der meistgenannten Kundenwünsche erfüllte die NZZ



Mit dem neuen Dark-Modus in der NZZ-App erfüllte die NZZ einen grossen Kundenwunsch.

mit der Lancierung eines Dunkelmodus in der News-App. Parallel wurde die Newsletter-Übersichtsseite auf nzz.ch überarbeitet und der Newsletter «Meine NZZ» neu konzipiert, um zu gewährleisten, dass die Abonnentinnen und Abonnenten neben den tagesaktuell personalisierten Inhalten auch die wichtigste Berichterstattung nicht verpassen.

Stärkung der Marktbearbeitung in Deutschland

Die NZZ-Redaktion in Berlin richtet ihre Berichterstattung explizit auf ein deutsches Publikum aus. Das Hauptangebot umfasst neben den digitalen Abonnements den Premium-Newsletter «Der andere Blick» mit einer differenzierten Perspektive auf die politische Lage in Deutschland. Im Berichtsjahr sind die Reichweite der NZZ und die Zahl der Abonnentinnen und Abonnenten im deutschen Markt kontinuierlich weiter angestiegen. So nahm der digitale Abonnentenbestand im letzten Jahr um 24,2 % zu. Der digitale Lesermarkturnsatz, der mit den Abonnenten erwirt-

schaftet wurde, konnte im Vergleich zum Vorjahr um 10 % gesteigert werden.

Einen weiteren Schritt zur Markterschliessung in Deutschland machte die NZZ im vergangenen Jahr mit dem Aufbau eines lokalen Veranstaltungsteams unter der Führung von NZZ Live. Unter dem Titel «Zukunftsdialog» lanciert die NZZ 2023 eine Veranstaltungsreihe, die sich mit Fragen der ökonomischen und gesellschaftlichen Transformation befasst und Trends und Umbrüche in Technologie, Wirtschaft und Politik beleuchtet und einordnet. Im Fokus stehen Entscheiderinnen und Entscheider, die den Wandel in ihren Branchen vordenken, einleiten und umsetzen. Die Auftaktveranstaltung zum Thema «Quo vadis, deutsche Wirtschaft?» findet im Juni in der schweizerischen Botschaft in Berlin statt, gefolgt von einer Halbtageskonferenz im Herbst.

NZZ magazin

E-Paper Newsletter

NZZ magazin

MUSIK
Was ist eigentlich
Volksmusik heute?
«Musik, für die man
kein Diplom braucht,
um sie spielen zu

magazin.nzz.ch

MUSIK
Was
he
Di

Das «NZZ Magazin» ist seit dem Frühling 2022 die digitale Heimat der Magazininhalte aus dem Hause NZZ.

Digitales «NZZ Magazin» zur Erschliessung neuer Zielgruppen

Das «NZZ Magazin» ist seit dem Frühling 2022 die digitale Heimat der Magazininhalte aus dem Hause NZZ. Leserinnen und Leser erhalten auf magazin.nzz.ch ausgewählte publizistische Inhalte aus der «NZZ am Sonntag», «NZZ Folio» und «NZZ Geschichte». Das digitale Magazin ist für das Mobile optimiert und inszeniert die bildstarken Reportagen, Essays, Features und Interviews auf dem kleinen Bildschirm ideal. Es wird im Kompetenzzentrum für magazinige Inhalte, bei der «NZZ am Sonntag», erstellt. Das «NZZ Magazin» eröffnet einen neuen Zugang zum NZZ-Portfolio und spricht neben der treuen Leserschaft auch eine Zielgruppe an, die für die NZZ interessant und auch ökonomisch wichtig ist: ein neues und tendenziell jüngeres und weibliches Publikum.

Qualitätsjournalismus als Hörerlebnis

Auch der Podcast «NZZ Akzent» hat zum Ziel, neue Zielgruppen für die NZZ zu erschliessen. Das 15-minütige Audio-Format widmet sich seit bald drei Jahren täglich Themen aus Politik, Wirtschaft und Technologie. Das Moderationsteam vertieft darin aktuelle Geschehnisse im Gespräch mit NZZ-Redaktorinnen und Korrespondenten aus aller Welt. Das Konzept funktioniert: 63 % der Hörerschaft von «NZZ Akzent» auf Spotify sind jünger als 35 Jahre und knapp die Hälfte ist weiblich. Bei Apple belegt der Podcast im Markt Schweiz Platz 3 der «Top Shows 2022». Auf Spotify gehört «NZZ Akzent» 2022 zu den Top 1 % der meistgeteilten Podcasts weltweit. Im Berichtsjahr allein sind 61 % der Hörerinnen und Hörer neu dazugestossen.

Kunstaussagen mit Pipilotti Rist und Harald Naegeli

2016 hat der deutsche Künstler Christopher Lehmpfuhl für die NZZ die erste limitierte Kunstedition geschaffen. Bis heute sind 17 exklusive Editionen mit namenhaften Künstlerinnen und Künstlern entstanden und 744 Werke verkauft worden. Sie haben nachhaltig zum wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens beigetragen. 2020 schuf der amerikanische Maler und Filmemacher Julian Schnabel auf Einladung der «Neuen Zürcher Zeitung» erstmals nicht nur ein neues Werk für die NZZ, sondern verwandelte die komplette Tageszeitung in eine Kunstaussage. Auf ihn folgten Urs Fischer und im letzten Jahr Pipilotti Rist. Für die «NZZ am Sonntag» haben Jenny Holzer und zuletzt Harald Naegeli eine Kunstaussage gestaltet.



Pipilotti Rist spielt mit allem, was mit Licht und Farbe zu tun hat, und setzt ihre Ideen in Kunst um: Im Oktober 2022 gestaltet sie ausgewählte Seiten der NZZ-Samstagsausgabe.

Mit der Gestaltung der NZZ widerspiegelt Pipilotti Rist zugleich das Thema Re- und Upcycling. Die Seiten funktionieren nach der Lektüre auch als Tischsets.

Tischset
als



Pipilotti Rist © 1992, 1993, 1995

PRO Global auf Erfolgskurs

Mit NZZ PRO Global können Abonentinnen und Abonnenten ihr bestehendes NZZ-Abonnement ergänzen und von vertieften Einordnungen zu den aktuellen geopolitischen und weltwirtschaftlichen Herausforderungen profitieren. PRO Global wirkt dabei komplementär zur regulären NZZ. Das Zusatzabonnement findet Anklang. In den letzten zwölf Monaten hat PRO Global die Zahl der Abonnenten mehr als verdoppelt und einen wichtigen Beitrag zur Steigerung des durchschnittlichen Umsatzes pro Abonentin und Abonnent geleistet.

Weiteres Umsatz- und Abonnentenwachstum für The Market

2022 war für die globalen Finanzmärkte ein überaus schwieriges Jahr: Die Rückkehr hartnäckiger Inflation, die harte geldpolitische Straffung sowie ab Ende Februar Russlands Angriff auf die Ukraine liessen sowohl die Aktien- wie auch die Bondkurse einbrechen. Das inhaltliche Konzept von The Market – unaufgeregte Analyse und Einordnung – hat sich in diesem Umfeld bewährt. Die Zahl der Abonentinnen und Abonnenten konnte um mehr als 30 % gesteigert werden, der Umsatz nahm um 39 % zu. Ein Jahr nach Erreichen der Gewinnschwelle ist das Unternehmen damit deutlich in die schwarzen Zahlen vorgerückt.

Sustainable Switzerland: Führende Initiative im Bereich nachhaltige Entwicklung

Ein tragendes Element der nationalen Nachhaltigkeitsinitiative Sustainable Switzerland bildet das Portal sustainableswitzerland.ch. Dort wird über themenspezifische Inhalte Verständnis für die Herausforderungen unserer Zeit geschaffen – unter anderem werden Lösungsansätze der verschiedenen Akteure vorgestellt. Ein weiteres wichtiges Element und ein jährlicher Höhepunkt bildet das Sustainable Switzerland Forum. Die Premiere im September mobilisierte rund 1200 Personen. Im November startete mit über 20 Teilnehmenden der Lehrgang «Sustainable Leadership», der in Zusammenarbeit mit der Hochschule für Wirtschaft Zürich (HWZ) entwickelt wurde. Die achttägige Weiterbildung vermittelt, wie die Herausforderungen unserer Zeit in Unternehmen zielgerichtet angegangen werden können. Die zweite Durchführung für dieses Jahr ist bereits fixiert. Im Dezember schliesslich fand der erste Mitglieder-Event des Sustainable Switzerland Entrepreneurs Club statt – eines Netzwerks von Unternehmerinnen und Unternehmern, die sich dem Thema Nachhaltigkeit verschrieben haben.

In nur wenigen Monaten ist Sustainable Switzerland zur führenden nationalen Initiative im Bereich der nachhaltigen Entwicklung avanciert.



Verteilt über drei Tage, wurden am ersten Sustainable Switzerland Forum 20 Referate gehalten und 15 Vertiefungsworkshops durchgeführt.



Die Schriftstellerin Elif Shafak sprach im Zürcher Kaufleuten mit dem ehemaligen Chefredaktor der «NZZ am Sonntag», Felix E. Müller, über die Krise liberaler Werte und darüber, wie sich Freiheit und Gerechtigkeit verteidigen lassen.

NZZone: Schweizweite Markt- abdeckung durch strategische Partnerschaften

Um die Umsatzentwicklung stabil auf hohem Niveau zu halten, investierte NZZone, die Vermarktungsorganisation des Unternehmens NZZ, im vergangenen Jahr gezielt in strategische Partnerschaften und übernahm per Januar 2023 exklusiv die Vermarktung der Printprodukte von «Le Temps» und der «Corriere del Ticino»-Gruppe. Damit weitet NZZone seine Aktivitäten im Schweizer Markt auf die französisch- und italienischsprachigen Gebiete aus.

Als grosses Wachstumsfeld haben sich im letzten Jahr Publikationen mit Themenschwerpunkten erwiesen, wie beispielsweise «Hotels» und «Reisen». Insgesamt 90 Themenschwerpunkte wurden publiziert, mehr als die Hälfte davon umfassten Verlags- und Sonderbeilagen. Diese Art der Vermarktung erlaubt Werbetreibenden eine gezielte Kundenansprache in einem inhaltlich passenden Umfeld und kommt sehr gut an, wie auch die Umsatzentwicklung in diesem Bereich zeigt.

NZZ Live: Weiterhin auf Wachstumskurs

Während die Event- und Kulturbranche generell noch unter den Nachwirkungen der Covid-Restriktionen leidet, ist NZZ Live wieder auf Kurs. Das im Jahr 2018 lancierte Format konnte in den letzten zwölf Monaten weiter wachsen und erreichte im Vergleich zum Vorjahr eine Umsatzsteigerung von rund 26 % bei den Ticket- und Sponsoringerlösen. Das abwechslungsreiche Programm mit namhaften Gästen wie Elif Shafak, Büne Huber, Sasha Filipenko, Peter Zumthor oder Kaya Yanar inspirierte im Jahr 2022 über 7400 Besucherinnen und Besucher. NZZ Live gilt heute als führender Anbieter von Live-Journalismus in der Schweiz.

Das 24. Swiss Economic Forum endete mit dem Auftritt des ehemaligen Bundeskanzlers von Österreich, Sebastian Kurz.



NZZ Connect: Mit 50 Veranstaltungen Vorjahr getoppt

Trotz des pandemiebedingten Veranstaltungsverbots bis Ende März war 2022 ein erfolgreiches Jahr für NZZ Connect. An insgesamt 50 Veranstaltungen wurden 5500 Gäste willkommen geheissen und 10 Award-Gewinnerinnen und -Gewinner prämiert. Das Swiss Economic Forum (SEF) bildete dabei einen ersten Jahreshöhepunkt. Anfang Juni trafen sich am SEF in Interlaken unter dem Motto «Reaching out» 1500 Gäste zum aktiven Meinungsaustausch und branchenübergreifenden Dialog. Ende September folgte die Premiere des Sustainable Switzerland Forum in Bern. Verteilt über drei Tage, wurden unter dem Dach der nationalen Nachhaltigkeitsinitiative 20 Referate und 15 Vertiefungsworkshops gehalten. Mit erfreulicher Bilanz: Während an den ersten beiden Tagen rund 750 Vertreterinnen und Vertreter aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft über Lösungen diskutierten, setzte sich beim öffentlichen Erlebnistag das breite Publikum ganz praktisch mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinander. Zum Jahresabschluss diskutierten im Rahmen der Real Estate Days rund 400 Fachpersonen und politische Entscheidungsträger in Davos über die aktuellen Entwicklungen und Trends im Immobilienmarkt.

Zurich Film Festival mit Zuschauerrekord

Das 18. Zurich Film Festival konnte mit 137 000 Besucherinnen und Besuchern einen Zuschauerrekord verzeichnen und festigte damit seine Position als grösstes Filmfestival der Schweiz. Insgesamt 146 Filme aus 19 Ländern wurden ausgewählt und gezeigt, wobei Filme des Gastlands Spanien einen Schwerpunkt bildeten. Stark vertreten war mit 18 Produktionen auch der Schweizer Film, für den sich das ZFF zunehmend zu einer unverzichtbaren Plattform entwickelt. Die künstlerische Qualität des Programms fand bei Fachleuten und Medienkommentatoren breite Anerkennung. Bemerkenswert war einmal mehr der Aufmarsch an Stars, unter ihnen Eddie Redmayne, Diane Kruger, Til Schweiger, Liam Neeson und Charlotte Gainsbourg. Herausfordernd zeigt sich nach wie vor die Situation beim Sponsoring, wo sich nach den Disruptionen durch die Pandemie und den Unsicherheiten, die der Krieg gegen die Ukraine verursacht, viele Unternehmen mit neuen Verpflichtungen zurückhalten. Das ZFF weist unter den Filmfestivals in der Schweiz den höchsten Eigenfinanzierungsgrad auf. Unterstützt wird es ausserdem vom Bundesamt für Kultur, vom Kanton sowie der Stadt Zürich. Die Leitung der Spoundation Motion Picture AG, welche das ZFF auf Mandatsbasis vermarktet, liegt seit Oktober bei Jennifer Somme, die zuletzt als CEO der Bernexpo-Gruppe gewirkt hatte. Sie folgte auf Elke Mayer, die zehn Jahre lang für die Vermarktungs- und Eventorganisation des ZFF tätig war, zuletzt als Geschäftsführerin.

Anlässlich der Weltpremiere von «The Almond and the Seahorse» wurde die Schauspielerin Charlotte Gainsbourg für ihre Gesamtleistung mit dem Goldenen Auge geehrt.



Strategische Partnerschaften als Wachstumstreiber

Ein generell zurückhaltendes Marktumfeld und die zunehmende Beschleunigung des Strukturwandels prägten das vergangene Jahr für audienzz und DAAily platforms. Dank neuer Angebote und strategischer Partnerschaften gelang es ihnen dennoch, sich weiter im Markt zu etablieren.

Im Segment Beteiligungen wurde im Berichtsjahr ein Umsatz von 49,9 Mio. CHF und ein operatives Ergebnis von 2,3 Mio. CHF erwirtschaftet. Die EBIT-Marge verringert sich auf 4,5 %. Aufgrund der Veräusserung des Bauinformationsdienstes Bindexis inklusive der zugehörigen Tochtergesellschaft Concepis Consulting LLC an die Infopro Digital Gruppe im Januar 2022 und der Akquisition von Designboom S.r.l., dem weltweit führenden Online-Designmagazin, im Februar 2022 ist der Vorjahresvergleich beeinträchtigt. audienzz konnte seinen Wachstumspfad sowohl im Umsatz als auch im Ergebnis ausbauen, vor allem auch dank zusätzlich eingegangener Kooperationen und neuer Serviceangebote. Das stark international ausgerichtete Geschäftsmodell von DAAily platforms hingegen erlitt – geprägt von den Auswirkungen des Ukraine-Krieges mit Lieferengpässen und Inflation – im Umsatz wie auch im Ergebnis Einbussen.

audienzz: Mit neuen Produkten und Technologieleistungen zu weiterem Wachstum

Der Digital-Advertising-Spezialist audienzz verzeichnete im letzten Jahr erneut eine Umsatzsteigerung. Mit der Lancierung von «Emvoy», dem ersten und reichweitenstärksten Newsletter-Werbenetzwerk der Schweiz, wurden im Bereich Content- und Newsletter-Marketing erfolgreich weitere Wachs-

tumsschritte initiiert. Parallel dazu konnte das klassische Vermarktungsgeschäft durch den Zugewinn neuer Publisher gestärkt und weiter ausgebaut werden. Im Mai 2022 hat audienzz das Publisher- und Kundenportfolio des Online-Vermarkters Romandie Network übernommen. Mit dem exklusiven Vermarktungsmandat von «Le Temps» konnte die Positionierung im Westschweizer Werbemarkt zusätzlich gefestigt werden. Im Tessin vertiefte audienzz die bestehende Partnerschaft mit der «Corriere del Ticino»-Gruppe: Das Medienhaus setzt seit diesem Jahr zur Steuerung sämtlicher Print-, Digital-, Radio- und TV-Kampagnen auf die Adconsole von audienzz. Mit der Übernahme des deutschen Online-Vermarkters netpoint media und der zugehörigen Digitalagentur TripleDoubleU hat die NZZ-Tochter zu Jahresbeginn 2023 ihr Geschäftsfeld zusätzlich erweitert und in den deutschen Markt expandiert.

DAAily platforms: Grösstes Netzwerk für Architektur und Design

Anfang 2022 haben sich Architonic und ArchDaily mit dem Online-Magazin Designboom zusammengeschlossen. Mit monatlich mehr als 3,5 Millionen Besuchern und über 200 000 aktiven Beiträgen gilt Designboom in der Branche als erste Adresse für News und Trends in den Bereichen Architektur, Design und Kunst. Durch die Fusion unter dem Namen DAAily platforms hat die NZZ seit verganginem Jahr die weltweit grösste Architektur- und Design-Community im Portfolio. Allerdings konnte die neue Organisation ihr Potenzial im letzten Jahr noch nicht entfalten. Aufgrund des schwierigen wirtschaftlichen Umfelds verzeichneten die zugehörigen Plattformen einen merkbaren Nachfragerückgang. Um dieser Entwicklung entgegenzuwirken, setzt das Unternehmen 2023 den Bereich Sales neu auf und investiert ausserdem in die Optimierung der technischen Infrastruktur. Als Innovations-treiber im Bereich Web 3.0 und Metaversum, der zunehmenden Verschmelzung von realer und virtueller Welt, arbeitet DAAily platforms seit letztem Jahr an Lösungen zur Nutzung der neuen Technologien für die Design- und Architekturindustrie, damit Partner und Kunden beispielsweise Produkte künftig in einem Showroom im Metaversum präsentieren können.

Erstmals live vor Kundinnen und Kunden präsentierte sich DAAily platforms am «Salone de Mobiles» in Mailand im Juni 2022.



Solides Resultat dank starkem Kerngeschäft

CH Media sah sich im Berichtsjahr mit vor allem stark steigenden Materialkosten und einem zurückhaltenden Werbemarkt im TV- und Radio-Geschäft konfrontiert. Trotz schwierigem Marktumfeld wurde eine solide operative Performance erwirtschaftet. Die Umsetzung der Strategie «CH Media 2025» wird konsequent weiterverfolgt.

Im Geschäftsjahr 2022 erzielte CH Media einen Umsatz von 430,2 Mio. CHF, ein EBIT von 25,2 Mio. CHF sowie ein Unternehmensergebnis von 20,7 Mio. CHF und weist damit ein Ergebnis aus, das zwar deutlich unter Vorjahr liegt, aber als solide bezeichnet werden kann.

Zu beachten ist dabei, dass die NZZ den Erfolg aus Veräusserungen an Beteiligungen von CH Media in ihrem ausserordentlichen Ergebnis ausweist. Die im Vorjahr von der NZZ vorsichtig geschätzten öffentlichen Zuwendungen wurden im Berichtsjahr definitiv veranlagt und die Schätzwerte den vereinbarten Zahlungen angepasst, was sich positiv auswirkte. So beträgt der 50 %-Ergebnisanteil, der in die Konzernrechnung 2022 des Unternehmens NZZ fließt, 11,7 Mio. CHF.

Konsequente Umsetzung der Strategie

Dank einer Zwei-Säulen-Strategie treibt CH Media die Digitalisierung der Bezahlzeitungen und den Ausbau des Bereichs Entertainment zielgerichtet voran.

Im Bereich Publishing stieg die Zahl der Digitalabonnements bei den Bezahlzeitungen weiter an, wenn auch nicht mehr im selben Tempo wie im Vorjahr nach der Neulancierung und Auffrischung der Newsportale. Ende Oktober lancierten die «Thurgauer Zeitung», die «Appenzeller Zeitung», die «Zuger Zeitung», die «Nidwaldner Zeitung», die «Obwaldner Zeitung» und die «Urner Zeitung» eigene Webauftritte und News-Apps. Die «Schweiz am Wochenende» entwickelte sich mit annähernd 1 Million Leserinnen und Leser zur mit Abstand meistgelesenen Zeitung der Deutschschweiz. Erfreulich fielen ausserdem die Werbeeinnahmen aus: Sie liegen bei den gedruckten Zeitungen leicht über dem Niveau des Vorjahres und konnten bei den digitalen Angeboten weiter gesteigert werden.

Mit einer strategischen Partnerschaft mit Sunrise im nationalen TV- und Streaming-Markt gelang im Bereich Entertainment ein bedeutender Schritt. Im Rahmen dieser Kooperation beteiligte sich Sunrise mit 20 % an der CH Media TV AG, der Streaming-Dienst «oneplus» wurde zum integralen Bestandteil des TV-Angebots von Sunrise und CH Media neuer Hauptpartner von «MySports» im Free-TV. Die Radiostrategie konnte mit der Übernahme der Sender «Central», «Sunshine» und «Eviva» sowie der Lancierungen von «Flashback FM» und der Newsportale «ZüriToday» und «BärnToday» ziel führend umgesetzt werden.

Im Bereich Druck wurde die standortübergreifende Zusammenarbeit der Druckstandorte Aarau, St. Gallen-Winkeln und Derendingen intensiviert. Kundinnen und Kunden profitieren in der Folge von neuen, innovativen Produktionsverfahren unter Einsatz modernster LED-Technologie. Das Ergebnis sind hybride Druckerzeugnisse, die qualitativ hochwertig und schweizweit einzigartig sind.



Neben dem erfolgreichen Privatrado «Pilatus» betreibt CH Media seit letztem Jahr auch die Radiosender «Central», «Sunshine» und «Eviva» in der Zentralschweiz.

Bei den digitalen Classifieds wurde das Portfolio an Jobportalen um Plattformen für das Mittelland und die Regionen Bern und Basel erweitert. Dadurch werden die etablierten Erfolgsmodelle von ostjob.ch und zentraljob.ch optimal ergänzt und die Abdeckung in der Deutschschweiz konnte weiter ausgebaut werden.

Ausblick 2023

Die überdurchschnittlich hohen Energie- und Papierpreise und die anhaltenden wirtschaftlichen und politischen Unsicherheiten lassen branchenweit ein schwieriges Jahr erwarten. Insbesondere im Werbemarkt ist mit zusätzlicher Volatilität zu rechnen. Die Teuerung und der weiterhin strukturell bedingte Negativtrend im Bereich der Printmedien dürften den Margendruck zusätzlich verstärken.

2023 wird das erfolgreiche Newsportal watson.ch in die Konzernstrukturen von CH Media integriert. Per 1. April 2023 wird wie geplant der Führungswechsel vollzogen: Michael Wanner übernimmt die Verantwortung als CEO.

Nachhaltige Entwicklung bei der NZZ

Im Geschäftsjahr 2022 hat die NZZ die nachhaltige Unternehmensentwicklung im Rahmen eines strukturierten Prozesses vertieft. Sie hat eine Nachhaltigkeitsstrategie erarbeitet, die auf langfristigen wirtschaftlichen Erfolg ausgerichtet ist und verantwortungsvolles Handeln zugunsten der Gesellschaft und der Umwelt umfasst.

Verwaltungsrat und Geschäftsleitung setzen sich seit 2021 intensiv damit auseinander, wie die NZZ das Thema Nachhaltigkeit noch systematischer angehen und eine separate Nachhaltigkeitsberichterstattung vornehmen kann. Dies soll einerseits mit Augenmass und einem liberalen Kompass erfolgen und andererseits unter der Prämisse, dass das Kerngeschäft der NZZ – der Qualitätsjournalismus – bereits einen wesentlichen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung leistet. Eine auf Initiative des Verwaltungsrats und der Geschäftsleitung ins Leben gerufene Arbeitsgruppe konkretisierte 2022 dafür die im Vorjahr angestossenen Arbeiten.

Langjähriges Engagement der NZZ

Das Thema Nachhaltigkeit ist keineswegs neu bei der NZZ. Als erstes Schweizer Medienunternehmen hat sie bereits 1995 ein zertifiziertes Umweltsystem aufgebaut. Seit 1997 ist sie zudem Mitglied der Energieagentur der Wirtschaft, die sich für eine verbesserte Energieeffizienz einsetzt. Und seit mehr als zehn Jahren erfolgt die Gebäudekühlung und -heizung am Hauptsitz an der Falkenstrasse umweltfreundlich mit Seewasser. Auch im Zeitungsdruck setzt die NZZ gemeinsam mit ihrem Druckdienstleister Tamedia auf hohe Nachhaltigkeitsstandards.

Mit unserer journalistischen Tätigkeit leisten wir einen wichtigen Beitrag zur öffentlichen Debatte und bieten unseren Leserinnen und Lesern vertrauenswürdige Informationen und Orientierung. Auch damit tragen wir zu einer nachhaltigen Entwicklung unserer Gesellschaft bei. Inhaltlich haben wir mit dem Zusatzbund «2050» der «NZZ am Sonntag» und dem Newsletter «Planet A» der «Neuen Zürcher Zeitung» dem Thema Nachhaltigkeit zusätzlichen Raum gegeben.

Gemeinsam mit namhaften Partnern aus Wirtschaft und Wissenschaft hat die NZZ im vergangenen Jahr zudem die nationale Nachhaltigkeitsinitiative Sustainable Switzerland lanciert. Ziel dieser Dialogplattform ist es, die nachhaltige Entwicklung hierzulande zu fördern und die relevanten Akteure zu vernetzen.

Wesentlichkeitsanalyse

Nebst diesen inhaltlichen Schwerpunkten haben wir im Berichtsjahr eine Nachhaltigkeitsstrategie für das Unternehmen NZZ entwickelt. Im Mai 2022 hat die interne Arbeitsgruppe mit externer Unterstützung eine Wesentlichkeitsanalyse vorgenommen, um die für die NZZ und ihre Anspruchsgruppen bedeutenden Nachhaltigkeitsthemen zu ermitteln. Diese Analyse wurde intern breit abgestützt und durch externe Expertise und ein Benchmarking vervollständigt. Auf dieser Basis haben wir für die NZZ eine strukturierte Darstellung der wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen erarbeitet.

Nachhaltigkeitsberichterstattung

An den folgenden vier wesentlichen Themenbereichen werden sich unsere eigenen Nachhaltigkeitsbestrebungen und damit auch unsere Nachhaltigkeitsberichterstattung künftig orientieren. Dabei werden wir sowohl bei den Massnahmen wie auch in der Berichterstattung gewisse Schwerpunkte setzen. Weiterführende und laufend aktualisierte Informationen sind verfügbar unter unternehmen.nzz.ch/nachhaltigkeit.

Wesentliche Nachhaltigkeitsthemen der NZZ



Corporate Governance & Compliance

- Integrität und Compliance
- Datenschutz und Cybersecurity
- Verantwortungsvolle Beschaffung



Publizistik

- Redaktionelle Unabhängigkeit und Qualität
- Trennung von redaktionellen Beiträgen und Werbung
- Forum und Debatte



Umwelt

- Emissionen
- Energie
- Abfall und Recycling



Engagement für Mitarbeitende

- Arbeitsbedingungen
- Diversität und Inklusion (inkl. faire Vergütung)
- Aus- und Weiterbildung
- Gesundheit und Arbeitssicherheit

Die NZZ evaluierte im letzten Jahr, an welchen Standards sie sich in der Nachhaltigkeitsberichterstattung orientieren will. International am weitesten verbreitet sind die Standards der Global Reporting Initiative (GRI). Diese richten sich vor allem an Grosskonzerne und börsennotierte Unternehmen. Die NZZ hat entschieden, sich – wo sinnvoll – nach den GRI-Standards zu richten, insgesamt aber einer für ihr Geschäft sinnvollen Logik zu folgen und sich vor allem auch an branchenbezogenen Standards und Themen zu orientieren.

Nachhaltigkeitsaktivitäten im Geschäftsjahr 2022

Auch für die NZZ war das letzte Jahr von den weltweiten Krisen geprägt, namentlich den Nachwirkungen der Corona-Pandemie und dem Krieg in der Ukraine und der daraus resultierenden Energiekrise. In dieser Situation war die NZZ vor allem gefordert, die Kontinuität ihres Geschäfts sicherzustellen – die Wirtschaftlichkeit und der langfristige Erfolg des Unternehmens stellen die Basis für unser Handeln und weitere Nachhaltigkeitsinitiativen dar. Das Unternehmen hat deshalb eine Taskforce eingesetzt, die zum einen Massnahmen zur Energieeinsparung umgesetzt und zum anderen Notfallszenarien für alle Bereiche ausgearbeitet hat, um bei einer allfälligen Mangellage effizient reagieren zu können.

Im Folgenden werden die zentralen Aktivitäten im vergangenen Geschäftsjahr entlang der vier wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen dargestellt.



Corporate Governance & Compliance

Cybersicherheit

In den letzten Jahren haben die virtuellen Angriffe und Bedrohungen weltweit dramatisch zugenommen. Dies stellt Unternehmen und IT-Sicherheitsexperten vor grosse Herausforderungen. Um die Cybersicherheit bei der NZZ zu erhöhen, haben wir uns intensiv auf die wahrscheinlichsten Szenarien eines Cyberangriffs vorbereitet, unsere Mitarbeitenden entsprechend informiert und geschult sowie eine interne Cyber-Security-Plattform lanciert.



Publizistik

Digitale Weiterbildungsinitiative in den Redaktionen

Die Publizistik der NZZ ist von hoher journalistischer Qualität. Dies belegen auch die regelmässigen Spitzenbewertungen von unabhängiger Seite. So haben die «Neue Zürcher Zeitung» und die «NZZ am Sonntag» etwa im «Jahrbuch Qualität der Medien 2022» in ihren jeweiligen Kategorien ein weiteres Mal den höchsten Qualitätsscore erzielt.

Um den professionellen Anforderungen und unserem Qualitätsanspruch auch in einem sich stets wandelnden Umfeld gerecht zu werden, lancierte die NZZ in Zusammenarbeit mit dem MAZ – der Schweizer Journalistenschule – eine Weiterbildungsinitiative in den Redaktionen. Den Redaktorinnen und Redaktoren steht ein umfangreiches und auf den individuellen Wissensstand zugeschnittenes Weiterbildungsangebot zur Verfügung. Im Kern geht es dabei um die Stärkung der Digitalkompetenz. Zur Auswahl stehen vier kombinierbare Module: Grundlagen der Digitalisierung, Datenjournalismus, Open Source Intelligence (Osint) und redaktionelle Datenanalyse (Audience). Mit der Weiterbildungsinitiative investiert die NZZ bewusst einen substanziellen Betrag in das Wissen ihrer Mitarbeitenden und damit auch in die konsequente Umsetzung ihrer Strategie mit Fokus auf Qualitätsjournalismus.



Umwelt

CO₂-Bilanz¹

Im Jahr 2021 erhob die NZZ erstmals ihre CO₂-Bilanz. Auch 2022 wurde eine solche Emissionsbilanz erstellt. Das Resultat war wenig überraschend: Die mit Abstand grösste Emissionsquelle ist der Bereich Papier und Druck. Die weiteren Emissionsquellen sind im Vergleich dazu deutlich emissionsärmer. Die bisher erhobenen Bilanzen zeigen aber auch, dass die NZZ im Vergleich zu anderen vergleichbaren Unternehmen im Bereich der Emissionsreduktion schon sehr viel unternommen hat. Was die Druckaufträge betrifft,

CO₂-Emissionen 2022 3542 t

Druckaufträge 64% 2265 t

Digitale Nutzung 8% 299 t

Transporte 7% 247 t

Geschäftsreisen 7% 247 t

IT-Geräte 6% 195 t

Pendelfahrten 5% 184 t

Heizung 3% 89 t

Abfall 0,28% 10 t

Wasser 0,11% 4 t

Stromverbrauch 0,08% 3 t

¹ Die CO₂-Bilanz wurde in Zusammenarbeit mit Swiss Climate erstellt. Der Begriff «CO₂» wird im vorliegenden Bericht synonym für «CO₂e» verwendet und meint die Summe der Kohlenstoffdioxid- und weiterer Emissionen.



Engagement für Mitarbeitende

so fällt bezüglich der Emissionsmenge vor allem die Papierproduktion ins Gewicht. Der überwiegende Teil des für die NZZ verwendeten Papiers wird von der Schweizer Papierfabrik Perlen Papier AG hergestellt. Die Perlen Papier AG hat sich ebenfalls die Reduktion von CO₂ zum Ziel gesetzt und gehört im internationalen Vergleich bezüglich Nachhaltigkeit zu den führenden Unternehmen in der Papierherstellung. Das eingesetzte Zeitungspapier besteht zudem zu rund 90 % aus Altpapier.

Klimaziel

Gemeinsam mit internen und externen Spezialisten arbeiteten Verwaltungsrat und Geschäftsleitung an einem anzustrebenden Ziel zur Emissionsreduktion und an möglichen Massnahmen, wie dieses erreicht werden kann. Dabei gilt es zu beachten, dass die direkt von der NZZ verursachten Emissionen im Vergleich eher gering sind und die mit Abstand grösste Emissionsquelle Druck und Papier nicht unmittelbar von der NZZ verantwortet wird, sondern von unserem Druckdienstleister Tamedia. Sämtliche Reduktionsmassnahmen in diesem Bereich sowie bei der Zeitungszustellung (Transporte) werden daher mit Tamedia abgesprochen bzw. sind von Tamedia umzusetzen.

Die NZZ legt ihren Fokus auf wissenschaftlich fundierte und effektiv realisierbare Reduktionsziele. In diesem Zusammenhang setzen immer mehr Firmen auf die Klimaschutzziele der Science Based Targets Initiative (SBTi), eine weltweit standardisierte und in Expertenkreisen breit anerkannte Methode zur Festlegung von Klimazielen. Auch im Rahmen von Sustainable Switzerland wird auf Initiative von Economiesuisse die Erfassung von unternehmensbezogenen Klimazielen auf Basis von SBTi beworben.

Die NZZ strebt ein solches SBT-konformes Reduktionsziel an und wird in den kommenden Monaten einen konkreten Absenkungspfad entwickeln. Die Science Based Target Initiative sieht eine langfristige Emissionsreduktion zu einem Netto-Null-Ziel per 2050 (oder früher) vor. Die Unternehmen können auf diesem Weg auch Zwischenziele setzen. Der Fokus für die NZZ liegt auf umsetzbaren, mittelfristigen Zielen (z. B. bis 2030). Der SBTi-Pfad sieht dafür eine jährliche Absenkung um 2,5 bis 4,2 % vor.

Lohngleichheit

Die NZZ hat die gesetzlich vorgeschriebene Lohnvergleichsanalyse durchgeführt. Überprüft wurde, ob unternehmensintern der Grundsatz «gleicher Lohn für gleichwertige Arbeit» eingehalten wird. Das Ergebnis der Analyse zeigt, dass wir über alle Stufen und Geschlechter faire Löhne zahlen und die Toleranzschwelle von 5 % zwischen den Geschlechtern einhalten. Dies ist ein zusätzlicher Ansporn für uns, unsere Arbeit im Bereich Lohngerechtigkeit und Chancengleichheit kontinuierlich fortzusetzen.

Führungskräfteentwicklung

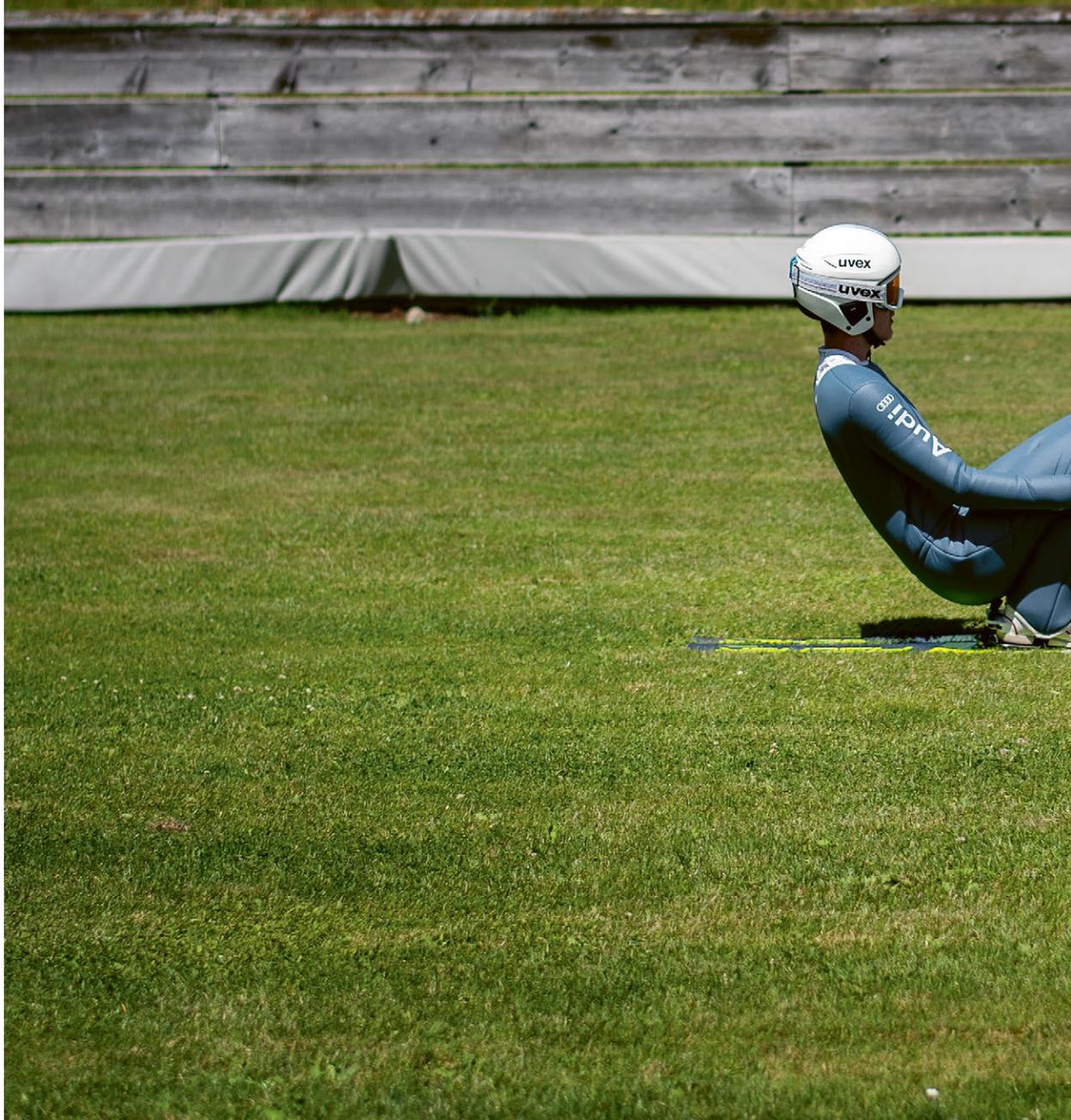
Den Führungskräften kommt in der Transformation eine tragende Rolle zu. Um neue Führungskräfte bestmöglich auf ihre Aufgabe vorzubereiten und bestehende Führungskräfte im Alltag zu unterstützen, führt die NZZ regelmässig Führungstrainings durch. Zusätzlich können sich Führungskräfte über die eigens dafür eingerichtete Community zu aktuellen Themen austauschen.

Schutz der persönlichen Integrität und mentalen Gesundheit

Um die persönliche Integrität und die mentale Gesundheit unserer Mitarbeitenden zu fördern und zu erhalten, haben wir in den letzten zwei Jahren unser Angebot in diesen Bereichen stetig ausgebaut. Belästigendes Verhalten, Mobbing, Gewalt oder Diskriminierung am Arbeitsplatz werden bei der NZZ nicht toleriert. Gemeinsam mit der Fachstelle Mobbing und Belästigung in Zürich setzen wir uns für den Schutz der persönlichen Integrität unserer Mitarbeitenden ein.

Die psychische Gesundheit am Arbeitsplatz hat aufgrund der Pandemie zusätzlich an Dringlichkeit gewonnen. Viele Menschen scheuen sich bei psychischen Belastungen noch immer, Hilfe in Anspruch zu nehmen – meist aus Angst vor Vorurteilen und Stigmatisierung. Seit Januar 2022 arbeitet die NZZ deshalb mit der unabhängigen Organisation Pro Mente Sana zusammen, die sich für psychische Gesundheit in der Schweiz einsetzt. Zusätzlich werden Mitarbeitende und Führungskräfte regelmässig über Fachreferate und Schulungen für das Thema sensibilisiert.

Die eigene Meinung ist antastbar





Journalismus.

Finanzielle Bericht- erstattung des Unternehmens NZZ

Konsolidierte Kennzahlen des Unternehmens NZZ	42
Konsolidierte Erfolgsrechnung	44
Konsolidierte Bilanz	46
Konsolidierte Geldflussrechnung	47
Entwicklung des Eigenkapitals	48
Anhang zur Konzernrechnung	50
Bericht der Revisionsstelle	75

Konsolidierte Kennzahlen des Unternehmens NZZ

Erfolgsrechnung

in 1000 CHF	2022	2021	2020	2019	2018
Betrieblicher Gesamtertrag (BGE)	247 100	239 519	221 131	231 257	383 532
<i>Veränderung zum Vorjahr</i>	3,2 %	8,3 %	-4,4 %	-39,7 %	-10,4 %
Betrieblicher Gesamtaufwand	228 571	225 587	212 896	223 201	361 747
<i>Veränderung zum Vorjahr</i>	1,3 %	6,0 %	-4,6 %	-38,3 %	-10,1 %
Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Zinsen (EBITDA)	33 743	29 947	24 479	25 764	34 214
<i>in % vom BGE</i>	13,7 %	12,5 %	11,1 %	11,1 %	8,9 %
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	30 182	24 195	17 580	17 497	20 757
<i>in % vom BGE</i>	12,2 %	10,1 %	8,0 %	7,6 %	5,4 %
Gruppenergebnis vor Goodwill-Rückführung	26 014	22 883	15 253	18 436	18 836
<i>in % vom BGE (Umsatzrendite)</i>	10,5 %	9,6 %	6,9 %	8,0 %	4,9 %
Gruppenergebnis nach Goodwill-Rückführung	-166 347 ¹	22 883	15 253	18 436	18 836
<i>in % vom BGE (Umsatzrendite)</i>	-67,3 %	9,6 %	6,9 %	8,0 %	4,9 %
Anteiliges Ergebnis der Aktionäre der AG für die Neue Zürcher Zeitung vor Goodwill-Rückführung	25 621	22 507	14 725	17 250	16 992
Anteiliges Ergebnis der Aktionäre der AG für die Neue Zürcher Zeitung nach Goodwill-Rückführung	-166 740 ¹	22 507	14 725	17 250	16 992

¹ Der ausserordentliche Aufwand von 192,4 Mio. CHF für die Goodwill-Rückführung ergibt sich aus zwingenden Swiss GAAP FER Vorschriften mit dem Übergang der Kontrolle von CH Media an den Mitaktionär AZ Medien im Zusammenhang mit der Neuordnung der Beteiligungsverhältnisse. Der Aufwand ist nicht liquiditätswirksam und hat keinen Einfluss auf das Eigenkapital des Unternehmens NZZ.

Bilanz

in 1000 CHF	2022	2021	2020	2019	2018
Bilanzsumme	382 684	368 939	331 987	341 041	349 335
Anlagevermögen	180 393	169 735	158 572	154 441	148 817
Eigenkapital (inkl. Minderheitsanteile)	288 464	278 099	251 801	262 088	264 257
Eigenfinanzierungsgrad	75,4 %	75,4 %	75,8 %	76,8 %	75,6 %

Weitere Kennzahlen

	2022	2021	2020	2019	2018
Cashflow aus Geschäftstätigkeit (in 1000 CHF)	20 310	26 866	16 707	12 856	25 861
Eigenkapitalrendite (ROE) vor Goodwill-Rückführung	9,2 %	8,6 %	5,9 %	7,0 %	6,9 %
Eigenkapitalrendite (ROE) nach Goodwill-Rückführung	-58,7 % ¹	8,6 %	5,9 %	7,0 %	6,9 %
Kapitalrendite (ROI)	8,0 %	6,9 %	5,2 %	5,1 %	5,3 %
Durchschnittlicher Personalbestand (in Vollzeitstellen)	821	820	810	772	1 382

¹ Der ausserordentliche Aufwand von 192,4 Mio. CHF für die Goodwill-Rückführung ergibt sich aus zwingenden Swiss GAAP FER Vorschriften mit dem Übergang der Kontrolle von CH Media an den Mitaktionär AZ Medien im Zusammenhang mit der Neuordnung der Beteiligungsverhältnisse. Der Aufwand ist nicht liquiditätswirksam und hat keinen Einfluss auf das Eigenkapital des Unternehmens NZZ.

Kennzahlen pro Aktie

in CHF	2022	2021	2020	2019	2018
Ergebnis pro Aktie vor Goodwill-Rückführung	641	563	368	431	425
Ergebnis pro Aktie nach Goodwill-Rückführung	-4 169 ¹	563	368	431	425
Eigenkapital pro Aktie	7 188	6 935	6 191	6 398	6 419
Dividende pro Aktie	600 ²	250	0	200	200
Ausschüttungsquote	-14,4 %	44,4 %	0,0 %	46,4 %	47,1 %
Jahresendkurs pro Aktie	7 800	6 925	5 190	5 400	5 100
Dividenden-Rendite	7,7 %	3,6 %	0,0 %	3,7 %	3,9 %
Kurs-Gewinn-Verhältnis vor Goodwill-Rückführung	12,2	12,3	14,1	12,5	12,0
Kurs-Eigenkapital-Verhältnis	1,1	1,0	0,8	0,8	0,8

¹ Der ausserordentliche Aufwand von 192,4 Mio. CHF für die Goodwill-Rückführung ergibt sich aus zwingenden Swiss GAAP FER Vorschriften mit dem Übergang der Kontrolle von CH Media an den Mitaktionär AZ Medien im Zusammenhang mit der Neuordnung der Beteiligungsverhältnisse. Der Aufwand ist nicht liquiditätswirksam und hat keinen Einfluss auf das Eigenkapital des Unternehmens NZZ.

² Gemäss Antrag des Verwaltungsrats

Konsolidierte Erfolgsrechnung

in 1000 CHF	Anhang	2022 aus ordentlicher Geschäfts- tätigkeit	2022 Neuordnung Beteiligungs- verhältnis CH Media	2022	2021	Veränderung
Ertrag Nutzermarkt	1.1	112 176		112 176	111 840	336
Ertrag Werbemarkt	1.2	77 250		77 250	77 512	-262
Übriger Ertrag	1.3	57 675		57 675	50 167	7 508
Betrieblicher Gesamtertrag		247 100	0	247 100	239 519	7 581
Materialaufwand		3 456		3 456	1 740	1 715
Vertriebsaufwand		15 352		15 352	16 060	-708
Fremdleistungen		51 906		51 906	45 439	6 467
Personalaufwand	1.4	114 457		114 457	116 735	-2 278
Betriebs- und Verwaltungsaufwand		39 839		39 839	39 861	-22
Abschreibungen auf Sach- und Immateriellen Anlagen	1.5	3 562		3 562	5 752	-2 190
Betrieblicher Gesamtaufwand		228 571	0	228 571	225 587	2 984
Ergebnisanteil an Joint Ventures	1.6	11 652	0	11 652	10 263	1 389
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)		30 182	0	30 182	24 195	5 986
Finanzergebnis	1.7	-2 973	0	-2 973	2 469	-5 442
Ordentliches Ergebnis		27 208	0	27 208	26 664	544
Ausserordentliches Ergebnis	1.8	809	-192 361	-191 552	85	-191 638
Gruppenergebnis vor Steuern		28 017	-192 361	-164 344	26 750	-191 094
Ertragssteuern	1.9	-2 003	0	-2 003	-3 866	1 864
Gruppenergebnis		26 014	-192 361	-166 347	22 883	-189 230
Anteiliges Ergebnis der Aktionäre der AG für die Neue Zürcher Zeitung		25 621	-192 361	-166 740	22 507	-189 247
Minderheitsanteile		394	0	394	377	17

Hinweis zur Erfolgsrechnung

In Übereinstimmung mit Swiss GAAP FER 30 verrechnet das Unternehmen NZZ Goodwill aus Akquisitionen im Eigenkapital. Im Fall einer Veräusserung verlangen die Rechnungslegungsvorschriften, dass der damit verbundene Goodwill über die Erfolgsrechnung rückgeführt wird. Durch die Neuordnung der Beteiligungsverhältnisse an CH Media und den damit verbundenen Übergang der Kontrolle an AZ Medien kommt diese Vorschrift zur Anwendung. Alle betroffenen Goodwill-Komponenten aus dem Segment Regionalmedien (entstanden in den Jahren 2000 bis 2021) müssen entsprechend der Erfolgsrechnung belastet

werden. Ein solch unvorhersehbares Ereignis in dieser Grössenordnung ist seit dem Bestehen des Unternehmens NZZ noch nie vorgekommen. Der Aufwand wird deshalb im ausserordentlichen Ergebnis ausgewiesen. Das Eigenkapital wird durch die Rückführung des Goodwills nicht beeinträchtigt (siehe auch Seite 48–49). Zur besseren Lesbarkeit werden deshalb das aus der ordentlichen Geschäftstätigkeit erwirtschaftete Ergebnis und die durch die Neuordnung des Beteiligungsverhältnisses ausgelöste Goodwill-Rückführung in separaten Spalten dargestellt.

Konsolidierte Bilanz

Aktiven

in 1000 CHF	Anhang	31.12.22	in %	31.12.21	in %
Liquide Mittel		115 653	30	109 040	30
Wertschriften	2.1	49 204	13	55 383	15
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.2	28 839	8	26 970	7
Andere Forderungen und Rechnungsabgrenzungen	2.3	7 874	2	6 875	2
Vorräte und nicht fakturierte Dienstleistungen	2.4	721	0	934	0
Umlaufvermögen		202 291	53	199 204	54
Finanzanlagen	2.5	142 857	37	130 142	35
Sachanlagen	2.6	36 838	10	38 571	10
Immaterielle Anlagen	2.7	698	0	1 022	0
Anlagevermögen		180 393	47	169 735	46
Total Aktiven		382 684	100	368 939	100

Passiven

in 1000 CHF	Anhang	31.12.22	in %	31.12.21	in %
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.8	10 830	3	9 473	3
Vorauszahlungen von Kunden		43 529	11	42 002	11
Andere Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungen	2.9	31 663	8	34 908	9
Kurzfristige Rückstellungen	2.10	2 770	1	4 106	1
Kurzfristiges Fremdkapital		88 793	23	90 489	25
Langfristige Rückstellungen	2.10	5 427	1	351	0
Langfristiges Fremdkapital		5 427	1	351	0
Fremdkapital		94 220	25	90 840	25
Eigenkapital exkl. Minderheitsanteile		287 520	75	277 403	75
Minderheitsanteile		944	0	695	0
Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile		288 464	75	278 099	75
Total Passiven		382 684	100	368 939	100

Konsolidierte Geldflussrechnung

in 1000 CHF	Anhang	2022	2021	Veränderung
Anteiliges Ergebnis der Aktionäre der AG für die Neue Zürcher Zeitung		-166 740	22 507	
Minderheitsanteile am Ergebnis		394	377	
Abschreibungen auf Sach- und Immateriellen Anlagen	1.5	3 562	5 752	
Sonstige fondsunwirksame Positionen ¹		196 164	-2 563	
Erfolg aus Abgang von Sach- und Immateriellen Anlagen		-20	-115	
Erfolg aus Beteiligungsverkäufen		-3 122	-153	
Ergebnis aus Equity-Bewertung	1.6 / 1.7	-11 838	-10 353	
Veränderung Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.2	-2 140	1 555	
Veränderung andere Forderungen und Rechnungsabgrenzungen	2.3	-954	-1 424	
Veränderung Vorräte und nicht fakturierte Dienstleistungen	2.4	213	325	
Veränderung Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.8	1 569	-1 189	
Veränderung Vorauszahlungen von Kunden		2 589	-407	
Veränderung andere Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungen	2.9	-3 108	8 362	
Veränderung Rückstellungen	2.10	3 740	4 192	
Cashflow aus Geschäftstätigkeit		20 310	26 866	-6 555
Investitionen in Sachanlagen	2.6	-1 429	-2 026	
Devestitionen von Sachanlagen		27	243	
Investitionen in Immaterielle Anlagen	2.7	-552	-452	
Investitionen in konsolidierte Gesellschaften		-5 584	-5 111	
Devestitionen von konsolidierten Gesellschaften		9 731	0	
Veränderung Wertschriften		700	-4 100	
Investitionen in übrige Finanzanlagen		-253	-28	
Devestitionen von übrigen Finanzanlagen		0	153	
Cashflow aus Investitionstätigkeit		2 640	-11 321	13 961
Dividendenausschüttung		-10 000	0	
Dividendenzahlungen an Minderheitsaktionäre		-150	-138	
Kauf/Verkauf von eigenen Aktien		-5 935	4 449	
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit		-16 085	4 311	-20 397
Einfluss aus Währungsumrechnung		-252	-273	
Veränderung Liquide Mittel		6 612	19 583	-12 970
Liquiditätsnachweis:				
Liquide Mittel am 1.1.		109 040	89 457	
Liquide Mittel am 31.12.		115 653	109 040	
Veränderung Liquide Mittel		6 612	19 583	-12 970

¹ 192,4 Mio. CHF ausserordentlicher Aufwand ergibt sich aus der Goodwill-Rückführung im Zusammenhang mit der Neuordnung der Beteiligungsverhältnisse von CH Media. Der Aufwand ist nicht liquiditätswirksam und hat keinen Einfluss auf das Eigenkapital des Unternehmens NZZ.

Entwicklung des Eigenkapitals

in 1000 CHF	Aktien- kapital	Kapital- reserven	Eigene Aktien
Eigenkapital Stand 1.1.21	4 000	17 976	-5 248
Goodwill-Verrechnung ¹			
Dividenden			
Kauf/Verkauf eigene Aktien		436	4 449
Minderheitsanteile aus Akquisitionen/Verkäufen			
Andere Veränderungen			
Fremdwährungsdifferenzen			
Gruppenergebnis			
Eigenkapital Stand 31.12.21	4 000	18 413	-800
Goodwill-Verrechnung ¹			
Dividenden			
Kauf/Verkauf eigene Aktien		189	-5 935
Minderheitsanteile aus Akquisitionen			
Andere Veränderungen			
Fremdwährungsdifferenzen			
Gruppenergebnis			
Eigenkapital Stand 31.12.22	4 000	18 601	-6 735

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. Im Umkehrfall, d.h. bei Verlust der Kontrolle oder bei Veräusserung einer Beteiligung, verlangen die Vorschriften, dass die Rückführung des im Eigenkapital verrechneten Goodwills über die Erfolgsrechnung erfolgt. Der Betrag setzt sich zusammen aus neu im Eigenkapital verrechnetem Goodwill im Betrag von 6,7 Mio. CHF (Vorjahr 1,9 Mio. CHF) und im Zusammenhang mit dem Übergang der Kontrolle der CH Media auf AZ Medien sowie dem Verkauf der Bindexis AG inklusive ihrer Tochtergesellschaft zurückgeführtem Goodwill im Umfang von 199,2 Mio. CHF (Vorjahr 4,2 Mio. CHF).

Das Aktienkapital ist eingeteilt in 40 000 voll einbezahlte Namenaktien zu nominal CHF 100, gehalten durch 2914 stimmberechtigte Aktionärinnen und Aktionäre (Stand 31. Dezember 2022).

Die AG für die Neue Zürcher Zeitung hält per Bilanzstichtag 923 frei verfügbare eigene Namenaktien zum durchschnittlichen Einstandspreis von CHF 7297.

Im Berichtsjahr wurden 986 eigene Aktien gekauft und 217 verkauft. Im Vorjahr verfügte sie über 154 frei verfügbare eigene Namenaktien zum durchschnittlichen Einstandspreis von CHF 5193. Es wurden 67 eigene Aktien gekauft und 935 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	Minderheitsanteile	Total inkl. Minderheitsanteile
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
192 471		192 471	4	192 476
-10 000		-10 000	-150	-10 150
		-5 746		-5 746
		0	0	0
339		339	0	339
	-206	-206	0	-206
-166 740		-166 740	394	-166 347
272 321	-667	287 520	944	288 464

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

Unter der Position «Andere Veränderungen» sind vor allem die Rückbuchungen von verjährten Dividendenansprüchen sowie von Dividenden auf dem eigenen Aktienbestand ausgewiesen.

Anhang zur Konzernrechnung

A. Genehmigung der Konzernrechnung

Der Verwaltungsrat der AG für die Neue Zürcher Zeitung hat am 9. März 2023 die vorliegende Konzernrechnung genehmigt. Sie unterliegt noch der Genehmigung durch die Generalversammlung vom 15. April 2023.

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 voll konsolidiert, 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 bilanziert, unter Berücksichtigung allfällig notwendiger Wertberichtigungen.

Joint Ventures, Assoziierte Gesellschaften 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 finanziellen und operativen Entscheidungen aufgrund von vertraglichen Vereinbarungen zusammen mit Partnern gefällt werden 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
Designboom S.r.l., Italien	Die DAAILY platforms AG (vormals Architonic ArchDaily AG) erwarb per Januar 2022 100 % des international führenden Online-Designmagazins Designboom S.r.l. in Mailand. Bei der Erstkonsolidierung wurden Aktiven im Umfang von 0,8 Mio. CHF übernommen, hauptsächlich bestehend aus liquiden Mitteln und Forderungen. Die Passivseite setzte sich zusammen aus kurzfristigem Fremdkapital im Wert von 0,2 Mio. CHF und Eigenkapital im Betrag von 0,6 Mio. CHF.
Bindexis AG, Basel Concepis Consulting LLC, Ukraine	Im Februar 2022 wurde die 100 %-Beteiligung an der Bindexis AG zusammen mit ihrer zu 100 % gehaltenen ukrainischen Tochtergesellschaft Concepis Consulting LLC an die Infopro Digital Gruppe veräussert. Die Aktiven der beiden veräusserten Gesellschaften beliefen sich auf 2,1 Mio. CHF. Sie bestanden zu 0,8 Mio. CHF aus flüssigen Mitteln, zu ebenfalls 0,8 Mio. CHF aus Forderungen und aus 0,5 Mio. CHF mehrheitlich immateriellen Anlagen. Die Passivseite setzte sich zusammen aus Vorauszahlungen von Kunden im Betrag von 1,1 Mio. CHF, 0,4 Mio. CHF kurzfristigen Verbindlichkeiten und Eigenkapital im Umfang von 0,6 Mio. CHF.
OneLog AG, Zürich	Die Neue Zürcher Zeitung AG hat im Dezember 2022 eine 17 %-Beteiligung an der OneLog AG erworben. Die als Minderheitsbeteiligung geführte OneLog AG betreibt die gleichnamige Single-Sign-on-Lösung. Die Kundinnen und Kunden der «Neuen Zürcher Zeitung» und der «NZZ am Sonntag» werden ab Ende 2023 von den Vorteilen des gemeinsamen Logins der Schweizer Digital-Allianz profitieren können.

Eine Übersicht über die Beteiligungen findet sich unter 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 von CH Media in deren Eigenkapital 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 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 2022 einen geschätzten Deckungsgrad von 112 % (Vorjahr 123 %). 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 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 Abonnetinnen 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.

2022

in 1000 CHF	NZZ Kern ¹	Beteiligungen ²	Regionalmedien ³	Elimination	Total
Ertrag Nutzermarkt	102 872	9 304	0	-0	112 176
Ertrag Werbemarkt	42 172	39 671	2 972	-7 566	77 250
Übriger Ertrag	49 131	918	8 220	-594	57 675
Betrieblicher Gesamtertrag	194 175	49 894	11 192⁴	-8 160	247 100
Betrieblicher Gesamtaufwand	177 351	47 626	11 754 ⁴	-8 160	228 571
Ergebnisanteil an Joint Ventures	0	0	11 652	0	11 652
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	16 823	2 268	11 090	0	30 182
EBIT-Marge	8,7%	4,5%	n.a.	-	12,2%

¹ Nähere Informationen zu den Aktivitäten und zum Geschäftsgang des Segments finden sich auf Seite 20 bis 29 im Lagebericht.

² Siehe Seite 30 und 31 im Lagebericht.

³ Siehe Seite 32 und 33 im Lagebericht.

⁴ Die Umsätze und Aufwände stammen aus den beiden konzessionierten TV-Gesellschaften TVO AG und Tele 1 AG.

2021

in 1000 CHF	NZZ Kern	Beteiligungen	Regionalmedien	Elimination	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 685¹	-8 927	239 519
Betrieblicher Gesamtaufwand	175 084	47 680	11 750 ¹	-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 Die Umsätze und Aufwände stammen aus den beiden konzessionierten TV-Gesellschaften TVO AG und Tele 1 AG.

F. Angaben zu Erfolgsrechnungspositionen

1.1 Ertrag Nutzermarkt

in 1000 CHF	2022	2021	Veränderung
Ertrag Lesermarkt	91 867	90 678	1 190
Ertrag übriger Nutzermarkt	20 309	21 163	-854
Total Ertrag Nutzermarkt	112 176	111 840	336

1.2 Ertrag Werbemarkt

in 1000 CHF	2022	2021	Veränderung
Ertrag Werbemarkt Print	34 217	36 097	-1 880
Ertrag Werbemarkt Online/Rubriken	40 101	38 649	1 452
Ertrag Werbemarkt TV	2 931	2 765	166
Total Ertrag Werbemarkt	77 250	77 512	-262

1.3 Übriger Ertrag

in 1000 CHF	2022	2021	Veränderung
Sonstiger übriger Ertrag	48 449	41 376	7 074
Konzessionsgelder TV	7 042	7 031	11
Medienförderung, Kulturbeiträge und weitere Zuwendungen der öffentlichen Hand	2 164	1 646	518
Gewinne aus Anlagenverkäufen	20	115	-95
Total Übriger Ertrag	57 675	50 167	7 508

1.4 Personalaufwand

in 1000 CHF	2022	2021	Veränderung
Lohnaufwand	90 668	94 702	-4 035
Sozialleistungen	7 976	7 447	529
Vorsorgeaufwand	6 279	6 321	-42
Übriger Personalaufwand	9 534	8 265	1 269
Total Personalaufwand	114 457	116 735	-2 278

1.5 Abschreibungen auf Sach- und Immateriellen Anlagen

in 1000 CHF	2022	2021	Veränderung
Auf Mobilien	1 278	2 096	-818
Auf Immobilien	1 808	3 079	-1 272
Auf Immateriellen Anlagen	476	576	-100
Total	3 562	5 752	-2 190

1.6 CH Media

Die Beteiligung an CH Media wird mit der Equity-Methode erfasst. Da es sich um eine strategisch wichtige Beteiligung handelt, finden sich in der Folge Infor-

mationen zur Erfolgsrechnung und zur Bilanz (siehe auch Seite 32–33 im Lagebericht).

Erfolgsrechnung und Cashflow aus Geschäftstätigkeit CH Media

in 1000 CHF	2022	2021	Veränderung
Betrieblicher Gesamtertrag (BGE)	430 152	415 660	14 492
Betriebsaufwand	–387 674	–363 995	–23 679
Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	42 479	51 665	–9 187
<i>in % vom BGE</i>	9,9 %	12,4 %	
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	25 175	35 934	–10 759
<i>in % vom BGE</i>	5,9 %	8,6 %	
Unternehmensergebnis	20 717	34 848	–14 131
<i>in % vom BGE</i>	4,8 %	8,4 %	
Cashflow aus Geschäftstätigkeit	59 646	80 063	–20 417

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 1.8) gezeigt. Der anteilige Verkaufserlös ist nicht Bestandteil des beim Unternehmen NZZ ausgewiesenen häl-

tigen Ergebnisanteils von 11,7 Mio. CHF im Geschäftsjahr 2022, beziehungsweise von 10,3 Mio. CHF im Geschäftsjahr 2021. Im Jahr 2022 wurden die Zuwendungen aus öffentlicher Hand von CH Media betreffend des Geschäftsjahres 2021 definitiv veranlagt und entsprechend die im Vorjahr vorsichtig vorgenommenen Schätzwerte an die effektiven Werte angepasst.

Bilanz CH Media

in 1000 CHF	31.12.22	31.12.21
Umlaufvermögen	95 859	120 722
Anlagevermögen	200 276	204 872
Total Aktiven	296 135	325 594
Fremdkapital	198 576	281 711
Eigenkapital	97 560	43 883
Total Passiven	296 135	325 594

Im unter den Finanzanlagen des konsolidierten Unternehmens NZZ ausgewiesenen Beteiligungswert (siehe Ziffer 2.5) wird der im Eigenkapital ver-

rechnete Goodwill aus Unternehmensakquisitionen nicht berücksichtigt.

1.7 Finanzergebnis

in 1000 CHF	2022	2021	Veränderung
Wertschriftenertrag	9 737	9 863	-126
Zins- und übriger Finanzertrag	5 163	1 841	3 322
Total Finanzertrag	14 900	11 704	3 196
Wertschriftenaufwand	-15 571	-7 773	-7 798
Zins- und übriger Finanzaufwand	-2 488	-1 551	-936
Total Finanzaufwand	-18 059	-9 325	-8 734
Anteil am Ergebnis von Assoziierten Gesellschaften	186	90	96
Total	-2 973	2 469	-5 442

Die Portfolios des Unternehmens NZZ konnten sich den starken Kursrückgängen an den Kapitalmärkten nicht entziehen. Die erwirtschaftete Netto-Performance beträgt -10,7 % (Vorjahr +4,7 %). Vergleichbare Anlagestrategie-Benchmarks wie Pictet 2015-25 bzw. 2015-40 verzeichneten noch deutlichere Einbussen

von -13,2 % bzw. -13,9 %. Im übrigen Finanzertrag ist unter anderem der Buchgewinn aus der Veräusserung der Beteiligung am Bauinformationsdienst Bindexis und der zugehörigen Tochtergesellschaft nach Rückführung des seinerzeit im Eigenkapital verrechneten Goodwills enthalten.

1.8 Ausserordentliches Ergebnis

in 1000 CHF	2022	2021	Veränderung
Ausserordentlicher Ertrag	801	4 366	-3 566
Ausserordentlicher Aufwand	8	-37	45
Aufwand aus Goodwill-Rückführung	-192 361	-4 244	-188 117
Total	-191 552	85	-191 638

Im aktuellen Jahr besteht die Position des ausserordentlichen Ertrags hauptsächlich aus dem anteiligen Verkaufsgewinn der von CH Media durchgeführten Veräusserung von 20 % der Beteiligung an der CH Media TV AG an Sunrise. Im Aufwand aus Goodwill-Rückführung wird die mit der Neuordnung der Beteiligungsverhältnisse an CH Media ausgelöste Rückbuchung von Goodwill-Komponenten des Segments Regionalmedien im Umfang von 192,4 Mio. CHF ausgewiesen. Die gemäss Swiss GAAP FER verlangten Kriterien

Seltenheit und Unvorhersehbarkeit für einen Ausweis im ausserordentlichen Ausweis sind erfüllt. Ein solch unvorhersehbares Ereignis in dieser Grössenordnung ist seit dem Bestehen des Unternehmens NZZ noch nie vorgekommen.

Die Vorjahreswerte enthalten ebenfalls durch CH Media realisierte Veräusserungsgewinne respektive damit verbundene Goodwill-Rückführungen.

1.9 Ertragssteuern

in 1000 CHF	2022	2021	Veränderung
Laufende Ertragssteuern	-2 008	-3 810	1 803
Veränderung latente Steuern	5	-56	61
Total	-2 003	-3 866	1 864

Die tieferen Ertragssteuern (trotz des höheren operativen Ergebnisses) im Geschäftsjahr 2022 ergeben sich aus der Auflösung einer vorsichtig angesetzten Steuerabgrenzung aus dem Vorjahr. Diese basierte auf einem Sachverhalt, zu dem in der Zwischenzeit eine Ruling-Vereinbarung mit den Steuerbehörden abgeschlossen werden konnte. Im Berichtsjahr konnten Verlustvorträge steuerlich genutzt werden, was zu einer Steuereinsparung von weniger als 0,1 Mio. CHF (Vorjahr 0,4 Mio. CHF) führte.

Im konsolidierten Unternehmen NZZ sind per Ende Jahr noch nicht angerechnete Verlustvorträge im Umfang von 48,1 Mio. CHF vorhanden, davon sind voraussichtlich 6,1 Mio. CHF (Vorjahr 1,6 Mio. CHF) steuerlich nutzbar. Der daraus resultierende latente Steueranspruch von 0,9 Mio. CHF wird aus Vorsichtsgründen nicht aktiviert.

G. Angaben zu Bilanzpositionen

2.1 Wertschriften

in 1000 CHF	31.12.22	31.12.21
Geldmarktanlagen	3 841	2 312
Obligationen und Wandelanleihen	10 919	11 647
Aktien	19 870	24 584
Immobilien und Alternative Anlagen	14 574	16 840
Total	49 204	55 383

2.2 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

in 1000 CHF	31.12.22	31.12.21
Gegenüber Dritten	27 202	25 027
Gegenüber Nahestehenden	4 153	4 259
Delkredere	-2 516	-2 316
Total	28 839	26 970

2.3 Andere Forderungen und Rechnungsabgrenzungen

in 1000 CHF	31.12.22	31.12.21
Forderungen gegenüber Dritten	2 342	3 574
Aktive Rechnungsabgrenzung gegenüber Dritten	4 572	3 301
Aktive Rechnungsabgrenzung gegenüber Nahestehenden	960	0
Total	7 874	6 875

2.4 Vorräte und nicht fakturierte Dienstleistungen

in 1000 CHF	31.12.22	31.12.21
Roh- und Betriebsmaterial	204	0
Halb- und Fertigfabrikate	517	934
Total	721	934

2.5 Finanzanlagen

in 1000 CHF	31.12.22	31.12.21
Wertschriften	61	61
Liegenschaften zu Rendite Zwecken	7 715	7 828
Beteiligungen an Joint Ventures und Assoziierten Gesellschaften	123 693	111 118
Beteiligungen zu Anschaffungswerten	1 972	1 719
Darlehen an Dritte	25	27
Darlehen an Nahestehende ¹	9 390	9 390
Total	142 857	130 142

¹ Auf den Darlehensforderungen an Nahestehende von 9,3 Mio. CHF bestehen Rangrücktritte.

Die «Beteiligungen an Joint Ventures und Assoziierten Gesellschaften» bestehen zu einem wesentlichen Teil aus dem zum anteiligen Eigenkapital erfassten Unternehmen CH Media. Angaben zum Geschäftsgang und Kennzahlen dieser bedeutenden Beteiligung finden sich unter Ziffer 1.6.

Die Darlehen an Nahestehende werden hauptsächlich den Assoziierten Gesellschaften (u.a. CH Media) gewährt.

Angaben zu den Liegenschaften zu Rendite Zwecken finden sich beim Liegenschaftenverzeichnis unter Ziffer 2.6.2.

2.6 Sachanlagen

2.6.1 Entwicklung der Sachanlagen

in 1000 CHF	Grund- stücke und Bauten	Einrich- tungen	Produk- tions- anlagen	Übrige Sach- anlagen	Total Sach- anlagen
Anschaffungswert					
Stand 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 / 1.1.22	66 276	30 302	3 000	12 353	111 930
Zugänge	0	0	0	1 429	1 429
Abgänge	0	-2 663	0	-5 242	-7 906
Veränd. Konsolidierungskreis	0	0	0	-68	-68
Währungseinfluss	0	0	0	-17	-17
Stand 31.12.22	66 276	27 639	3 000	8 454	105 368
Kumulierte Abschreibungen					
Stand 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 / 1.1.22	36 114	24 774	1 781	10 690	73 358
Abschreibungen laufendes Jahr	1 346	463	247	1 030	3 086
Abgänge	0	-2 663	0	-5 235	-7 899
Veränd. Konsolidierungskreis	0	0	0	-7	-7
Währungseinfluss	0	0	0	-9	-9
Stand 31.12.22	37 460	22 573	2 028	6 469	68 529
Nettobuchwert Stand 31.12.21	30 162	5 528	1 219	1 663	38 571
Nettobuchwert Stand 31.12.22	28 816	5 066	972	1 986	36 838

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, Münsterstrasse 9

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

2.7 Immaterielle Anlagen

in 1000 CHF	Verlags- rechte	Software / Übrige	Total Immaterielle Anlagen
Anschaffungswert			
Stand 1.1.21	0	19 411	19 411
Zugänge	0	452	452
Abgänge	0	-783	-783
Stand 31.12.21 / 1.1.22	0	19 080	19 080
Kumulierte Abschreibungen			
Stand 1.1.21	0	18 265	18 265
Abschreibungen laufendes Jahr	0	576	576
Abgänge	0	-783	-783
Stand 31.12.21 / 1.1.22	0	18 058	18 058
Abschreibungen laufendes Jahr	27	450	476
Abgänge	0	-3 682	-3 682
Veränd. Konsolidierungskreis	0	-146	-146
Stand 31.12.22	27	14 680	14 706
Nettobuchwert Stand 31.12.21	0	1 022	1 022
Nettobuchwert Stand 31.12.22	273	425	698

2.8 Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

in 1000 CHF	31.12.22	31.12.21
Gegenüber Dritten	9 610	7 949
Gegenüber Nahestehenden	1 220	1 524
Total	10 830	9 473

2.9 Andere Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungen

in 1000 CHF	31.12.22	31.12.21
Verbindlichkeiten gegenüber Dritten	5 783	6 074
Verbindlichkeiten gegenüber Nahestehenden	1 212	529
Verbindlichkeiten für laufende Steuern	4 729	3 612
Passive Rechnungsabgrenzung gegenüber Dritten	19 939	24 693
Total	31 663	34 908

2.10 Rückstellungen

in 1000 CHF	Latente Steuern	Übrige Rückstel- lungen	Total Rückstel- lungen
Rückstellungen per 1.1.21	65	200	265
Bildung	56	4 336	4 392
Auflösung	0	-200	-200
Rückstellungen per 31.12.21	121	4 336	4 457
davon kurzfristige Rückstellungen	0	4 106	4 106
Bildung	0	8 081	8 081
Auflösung	-5	-3 936	-3 941
Verwendung	0	-400	-400
Rückstellungen per 31.12.22	116	8 081	8 197
davon kurzfristige Rückstellungen	0	2 770	2 770

Der Auflösung von letztjährigen Rückstellungen im Betrag von 3,9 Mio. CHF (hauptsächlich für rechtliche Auseinandersetzungen) und der Verwendung von 0,4 Mio. CHF (für die Bezahlung von bedingten Kaufpreisbestandteilen) stehen Neubildungen im Umfang von 8,1 Mio. CHF gegenüber. Letztere ergeben sich

aus den erwarteten bedingten Kaufpreisbestandteilen von erworbenen Beteiligungen, aus Verpflichtungen gegenüber Geschäftsleitungsmitgliedern aus dem Programm der Incentivierung am langfristigen Erfolg sowie aus der vorsichtigen Beurteilung hängiger Rechtsverfahren.

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 31.12.22 ¹	0
Wirtschaftlicher Anteil des Unternehmens	
31.12.22	0
31.12.21	0
Veränderung zum VJ bzw. erfolgswirksam im GJ	
Auf die Periode abgegrenzte Beiträge	6 279
Vorsorgeaufwand im Personalaufwand	
2022	6 279
2021	6 321

¹ Basierend auf provisorischen Abschlüssen per 31.12.2022

Wie im Vorjahr bestehen im Berichtsjahr keine Arbeitgeberbeitragsreserven.

3.2 Auswirkungen einer theoretischen Aktivierung des Goodwills

3.2.1 auf die Bilanz

in 1000 CHF	31.12.22	31.12.21
Theoretischer Nettobuchwert (NBW) Goodwill zu Beginn des Geschäftsjahres	21 091	30 394
Anschaffungswert		
Stand zu Beginn des Geschäftsjahres	376 660	379 001
Zugänge	6 731	1 903
Abgänge	-199 182	-4 244
Stand am Ende des Geschäftsjahres	184 210	376 660
Kumulierte Abschreibungen¹		
Stand zu Beginn des Geschäftsjahres	355 569	348 607
Abschreibungen laufendes Jahr	9 505	10 870
Abgänge	-199 182	-3 908
Stand am Ende des Geschäftsjahres	165 893	355 569
Theoretischer Nettobuchwert Goodwill am Ende des Geschäftsjahres²	18 317	21 091
Ausgewiesenes Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile	288 464	278 099
Eigenfinanzierungsgrad	75 %	75 %
Theoretisches Eigenkapital inkl. Minderheitsanteile und NBW Goodwill	306 781	299 189
Theoretischer Eigenfinanzierungsgrad	77 %	77 %

¹ Abschreibungsdauer 5 Jahre

² Davon entfallen im Jahr 2022 3,4 Mio. CHF auf Assoziierte Gesellschaften. Im Vorjahr waren es 2,8 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. Dezember 2022 um 18,3 Mio. CHF höhere Immaterielle Anlagen und ein im selben Betrag höheres Eigenkapital ausweisen. Im Vorjahr waren es 21,1 Mio. CHF.

3.2.2 auf die Ergebnisse

in 1000 CHF	2022	2021
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) ohne theoretische Goodwill-Abschreibung	30 182	24 195
Theoretische Abschreibung und Wertkorrekturen auf Goodwill	-9 505	-10 870
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern nach theoretischer Goodwill-Abschreibung	20 676	13 325
Minderheitsanteile ohne theoretische Goodwill-Abschreibung	394	377
Minderheitsanteile nach theoretischer Goodwill-Abschreibung	394	377
Ant. Ergebnis der Aktionäre nach Goodwill-Rückführung ohne theor. Goodwill-Abschr.	-166 740	22 507
Ant. Ergebnis der Aktionäre vor Goodwill-Rückführung ohne theor. Goodwill-Abschr. ¹	25 621	22 507
Theoretische Abschreibung und Wertkorrekturen auf Goodwill	-9 505	-10 870
Ant. Ergebnis der Aktionäre nach Goodwill-Rückführung und theor. Goodwill-Abschr.	-176 245	11 637
Ant. Ergebnis der Aktionäre vor Goodwill-Rückführung nach theor. Goodwill-Abschr.¹	16 116	11 637

¹ Würde der Goodwill aktiviert und abgeschrieben, wäre im Jahr 2022 kein Aufwand für die Rückführung von Goodwill im Zusammenhang mit der Neuordnung der Beteiligungsverhältnisse von CH Media angefallen.

3.3 Nicht zu bilanzierende Verpflichtungen

in 1000 CHF	31.12.22	31.12.21
Nicht bilanzierte Miet- und Serviceverträge	972	1 456
Nicht bilanzierte Leasingverpflichtungen	29	22
Total	1 001	1 479
Fälligkeitsstruktur der nicht bilanzierten Verpflichtungen:		
1 Jahr	93	266
2-5 Jahre	908	1 213

3.4 Derivative Finanzinstrumente

Per Ende 2022 bestehen offene Devisentermingeschäfte zur Absicherung von Fremdwährungspositionen im Wertschriftenbestand. Daraus resultiert ein aktiver Wert von TCHF 276. Im Vorjahr handelte es sich ebenfalls um einen aktiven Wert in der Höhe von TCHF 47.

3.5 Wesentliche Transaktionen mit nahestehenden Personen

in 1000 CHF	2022	2021
Betrieblicher Gesamtertrag	20 920	20 366
Betrieblicher Gesamtaufwand	11 398	12 218

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 der Assoziierten Gesellschaft 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 9. März 2023)

Bereits im Juni 2022 wurde bekanntgegeben, dass das Beteiligungsverhältnis an CH Media neu geordnet wird. AZ Medien ist seit Anfang 2023 mit 65 %, NZZ mit 35 % an CH Media beteiligt. Mit dieser Neuordnung übergibt die NZZ die Führung des Unternehmens an die Familie Wanner, behält aber einen strategischen Anteil an CH Media. Ausser der Reduktion des CH Media-Ergebnisanteils, der in die Erfolgsrechnung des Unternehmens NZZ fließt, ist kein wesentlicher Ergebniseffekt aus der Transaktion zu erwarten.

Per 1. Januar 2023 hat audiennz den deutschen Online-Vermarkter netpoint media und die zugehörige Digitalagentur TripleDoubleU übernommen. Dadurch erweitert audiennz ihr Geschäftsfeld und expandiert in den deutschen Markt.

3.7 Beteiligungen

AG für die Neue Zürcher Zeitung, Zürich (Stand: 31. Dezember 2022)

	Währung	Kapital 31.12.2022	Beteili- gungsquote 31.12.2022	Beteili- gungsquote 31.12.2021
Neue Zürcher Zeitung AG, Zürich	CHF	4 000 000	100 %	100 %
NZZ (Deutschland) GmbH, Berlin	EUR	60 000	100 %	100 %
The Market Media AG, Zürich	CHF	100 000	40 %	40 %
Presse TV AG, Zürich	CHF	500 000	30 %	30 %
OneLog AG, Zürich	CHF	120 000	17 %	–
Livingdocs AG, Zürich	CHF	118 000	15 %	15 %
Qontis AG, Zürich	CHF	100 000	12 %	12 %
DAAily platforms AG (vormals Architonic ArchDaily 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 %
Designboom S.r.l., Mailand	EUR	10 000	100 %	–
Bindexis AG, Basel	CHF	100 000	–	100 %
Concepis Consulting LLC, Lwiw	UAH	209 000	–	100 %
Zurich Film Festival AG, Zürich	CHF	100 000	100 %	100 %
Spoundation Motion Picture AG, Zürich	CHF	100 000	100 %	100 %
NZZ Regionalmedien AG, Zug	CHF	100 000	100 %	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, 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

an die Generalversammlung der Aktiengesellschaft für die Neue Zürcher Zeitung

Bericht zur Prüfung der Konzernrechnung

Prüfungsurteil

Wir haben die Konzernrechnung der Aktiengesellschaft für die Neue Zürcher Zeitung und ihrer Tochtergesellschaften (der Konzern) – bestehend aus der konsolidierten Erfolgsrechnung, der konsolidierten Bilanz zum 31. Dezember 2022, der konsolidierten Geldflussrechnung, der Entwicklung des Eigenkapitals für das dann endende Jahr sowie dem Anhang zur Konzernrechnung, einschliesslich einer Zusammenfassung bedeutsamer Rechnungslegungsmethoden – geprüft.

Nach unserer Beurteilung vermittelt die Konzernrechnung (Seite 44 bis 74) ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der konsolidierten Vermögens- und Finanzlage des Konzerns zum 31. Dezember 2022 sowie dessen konsolidierter Ertragslage und Cashflows für das dann endende Jahr in Übereinstimmung mit den Swiss GAAP FER und entspricht dem schweizerischen Gesetz.

Grundlage für das Prüfungsurteil

Wir haben unsere Abschlussprüfung in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz und den Schweizer Standards zur Abschlussprüfung (SA-CH) durchgeführt. Unsere Verantwortlichkeiten nach diesen Vorschriften und Standards sind im Abschnitt «Verantwortlichkeiten der Revisionsstelle für die Prüfung der Konzernrechnung» unseres Berichts weitergehend beschrieben. Wir sind von dem Konzern unabhängig in Übereinstimmung mit den schweizerischen gesetzlichen Vorschriften und den Anforderungen des Berufsstands, und wir haben unsere sonstigen beruflichen Verhaltenspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt.

Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als eine Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen.

Sonstige Informationen

Der Verwaltungsrat ist für die sonstigen Informationen verantwortlich. Die sonstigen Informationen umfassen alle im Geschäftsbericht enthaltenen Informationen, aber nicht die Jahresrechnung, die Konzernrechnung und unsere dazugehörigen Berichte.

Unser Prüfungsurteil zur Konzernrechnung erstreckt sich nicht auf die sonstigen Informationen, und wir bringen keinerlei Form von Prüfungsschlussfolgerung hierzu zum Ausdruck.

Im Zusammenhang mit unserer Abschlussprüfung haben wir die Verantwortlichkeit, die sonstigen Informationen zu lesen und dabei zu würdigen, ob die sonstigen Informationen wesentliche Unstimmigkeiten zur Konzernrechnung oder unseren bei der Abschlussprüfung erlangten Kenntnissen aufweisen oder anderweitig wesentlich falsch dargestellt erscheinen.

Falls wir auf Grundlage der von uns durchgeführten Arbeiten den Schluss ziehen, dass eine wesentliche falsche Darstellung dieser sonstigen Informationen vorliegt, sind wir verpflichtet, über diese Tatsache zu berichten. Wir haben in diesem Zusammenhang nichts zu berichten.

Verantwortlichkeiten des Verwaltungsrats für die Konzernrechnung

Der Verwaltungsrat ist verantwortlich für die Aufstellung einer Konzernrechnung, die in Übereinstimmung mit den Swiss GAAP FER und den gesetzlichen Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt, und für die internen Kontrollen, die der Verwaltungsrat als notwendig feststellt, um die Aufstellung einer Konzernrechnung zu ermöglichen, die frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern ist.

Bei der Aufstellung der Konzernrechnung ist der Verwaltungsrat dafür verantwortlich, die Fähigkeit des Konzerns zur Fortführung der Geschäftstätigkeit zu beurteilen, Sachverhalte in Zusammenhang mit der Fortführung der Geschäftstätigkeit – sofern zutreffend – anzugeben, sowie dafür, den Rechnungslegungsgrundsatz der Fortführung der Geschäftstätigkeit anzuwenden, es sei denn, der Verwaltungsrat beabsichtigt, entweder den Konzern zu liquidieren oder Geschäftstätigkeiten einzustellen, oder hat keine realistische Alternative dazu.

Verantwortlichkeiten der Revisionsstelle für die Prüfung der Konzernrechnung

Unsere Ziele sind, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob die Konzernrechnung als Ganzes frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern ist, und einen Bericht abzugeben, der unser Prüfungsurteil beinhaltet. Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Mass an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz und den SA-CH durchgeführte Abschlussprüfung eine wesentliche falsche Darstellung, falls eine solche vorliegt, stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus dolosen Handlungen oder Irrtümern resultieren und werden als wesentlich gewürdigt, wenn von ihnen einzeln oder insgesamt vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie die auf der Grundlage dieser Konzernrechnung getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Nutzern beeinflussen.

Eine weitergehende Beschreibung unserer Verantwortlichkeiten für die Prüfung der Konzernrechnung befindet sich auf der Webseite von EXPERTsuisse: <http://expert.suisse.ch/wirtschaftspruefung-revisionsbericht>. Diese Beschreibung ist Bestandteil unseres Berichts.

Bericht zu sonstigen gesetzlichen und anderen rechtlichen Anforderungen

In Übereinstimmung mit Art. 728a Abs. 1 Ziff. 3 OR und PS-CH 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,
Birchstrasse 160, Postfach, 8050 Zürich
Telefon: +41 58 792 44 00, www.pwc.ch

T. Wallmer
Zugelassener
Revisionsexperte
Leitender Revisor

B. Mebold
Zugelassene
Revisionsexpertin

Zürich, 9. März 2023

Finanzielle Bericht- erstattung der AG für die Neue Zürcher Zeitung

Erfolgsrechnung	78
Bilanz	79
Anhang zur Jahresrechnung	80
Antrag zur Verwendung des Bilanzgewinns	82
Bericht der Revisionsstelle	83

Erfolgsrechnung

in 1000 CHF	Anhang	2022	2021	Veränderung
Beteiligungsertrag	1.1	12 777	2 060	10 717
Finanz- und Wertschriftenertrag	1.2	5 492	5 466	26
Übriger Ertrag		509	276	233
Total Ertrag		18 777	7 802	10 976
Personalaufwand		807	786	21
Verwaltungsaufwand		2 417	1 613	804
Beteiligungsaufwand		333	307	26
Finanz- und Wertschriftenaufwand	1.2	8 464	3 883	4 581
Steuern		129	132	-3
Total Aufwand		12 149	6 721	5 429
Jahresgewinn		6 628	1 081	5 547

Bilanz

Aktiven

in 1000 CHF	Anhang	31.12.22	in %	31.12.21	in %
Flüssige Mittel		32 632	8	30 194	8
Wertschriften mit Börsenkurs		18 802	5	21 771	5
Übrige kurzfristige Forderungen		143	0	118	0
Aktive Rechnungsabgrenzungen		58	0	48	0
Umlaufvermögen		51 635	13	52 131	13
Finanzanlagen	2.1	55	0	55	0
Beteiligungen	2.2	338 676	87	346 191	87
Anlagevermögen		338 731	87	346 246	87
Total Aktiven		390 366	100	398 377	100

Passiven

in 1000 CHF	Anhang	31.12.22	in %	31.12.21	in %
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten		1 511	0	836	0
Passive Rechnungsabgrenzungen		157	0	5	0
Kurzfristiges Fremdkapital		1 667	0	841	0
Fremdkapital		1 667	0	841	0
Aktienkapital	2.3	4 000	1	4 000	1
Gesetzliche Kapitalreserven	2.4	18 601	5	18 413	5
Gesetzliche Gewinnreserven	2.5	7 000	2	7 000	2
Freiwillige Gewinnreserven					
Freie Reserven		354 438	91	354 186	89
Gewinnvortrag		4 766	1	13 656	3
Jahresgewinn		6 628	2	1 081	0
Eigene Aktien	2.6	-6 735	-2	-800	-0
Eigenkapital		388 698	100	397 536	100
Total Passiven		390 366	100	398 377	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 50 ff.

2.1 Finanzanlagen

in 1000 CHF

	31.12.22	31.12.21
Langfristig gehaltene Wertschriften	55	55
Total	55	55

2.2 Beteiligungen

Eine Übersicht über die Beteiligungen findet sich auf Seite 74 des Geschäftsberichts.

2.3 Aktienkapital

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

B. Angaben zu Erfolgsrechnungs- und Bilanzpositionen

1.1 Beteiligungsertrag

Die Zunahme im Beteiligungsertrag ergibt sich durch die höheren vereinnahmten Dividenden, nachdem diese im Vorjahr coronabedingt teilweise ausgesetzt worden waren, sowie aus dem Buchgewinn aus der Veräusserung von Bindexis und der zugehörigen Tochtergesellschaft.

1.2 Finanz- und Wertschriftenenertrag sowie Finanz- und Wertschriftenaufwand

Das Portfolio der AG für die Neue Zürcher Zeitung konnte sich den starken Kursrückgängen an den Kapitalmärkten nicht entziehen. Die erwirtschaftete Netto-Performance im Berichtsjahr beträgt -12,9 % (Vorjahr +8,0 %).

2.4 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.

2.5 Gesetzliche Gewinnreserven

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

2.6 Eigene Aktien

Die AG für die Neue Zürcher Zeitung hält per Bilanzstichtag 923 frei verfügbare eigene Namenaktien zum durchschnittlichen Einstandspreis von CHF 7297. Im Berichtsjahr wurden 986 eigene Aktien gekauft und 217 verkauft. Im Vorjahr verfügte sie über 154 frei verfügbare eigene Namenaktien zum durchschnittlichen Einstandspreis von CHF 5193. Es wurden 67 eigene Aktien gekauft und 935 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	2022	2021
Gewinnvortrag	4 737	13 656
Dividende auf eigenen Aktien	29	0
Jahresgewinn	6 628	1 081
Bilanzgewinn	11 394	14 737

Der Verwaltungsrat beantragt, den Bilanzgewinn wie folgt zu verwenden:

in 1000 CHF	2022	2021
Ordentliche Dividende	8 000	10 000
Sonderdividende	16 000	
Auflösung von freien Reserven bzw. Zuweisung an die freien Reserven	-20 000	0
Vortrag auf neue Rechnung	7 394	4 737
Bilanzgewinn	11 394	14 737

Für das Geschäftsjahr 2022 beantragt der Verwaltungsrat zuhanden der Generalversammlung vom Samstag, 15. April 2023, die Ausschüttung einer ordentlichen Dividende von CHF 200 pro Aktie und zusätzlich einer Sonderdividende von CHF 400 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, eine Dividende von CHF 250 pro Aktie auszuschütten.

Für den Verwaltungsrat



Etienne Jornod

Bericht der Revisionsstelle

an die Generalversammlung der Aktiengesellschaft für die Neue Zürcher Zeitung

Bericht zur Prüfung der Jahresrechnung

Prüfungsurteil

Wir haben die Jahresrechnung der Aktiengesellschaft für die Neue Zürcher Zeitung (die Gesellschaft) – bestehend aus der Erfolgsrechnung für das dann endende Jahr, der Bilanz zum 31. Dezember 2022 sowie dem Anhang, einschliesslich einer Zusammenfassung bedeutsamer Rechnungslegungsmethoden – geprüft.

Nach unserer Beurteilung entspricht die Jahresrechnung (Seite 78 bis 82) dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.

Grundlage für das Prüfungsurteil

Wir haben unsere Abschlussprüfung in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz und den Schweizer Standards zur Abschlussprüfung (SA-CH) durchgeführt. Unsere Verantwortlichkeiten nach diesen Vorschriften und Standards sind im Abschnitt «Verantwortlichkeiten der Revisionsstelle für die Prüfung der Jahresrechnung» unseres Berichts weitergehend beschrieben. Wir sind von der Gesellschaft unabhängig in Übereinstimmung mit den schweizerischen gesetzlichen Vorschriften und den Anforderungen des Berufsstands, und wir haben unsere sonstigen beruflichen Verhaltenspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt.

Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als eine Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen.

Sonstige Informationen

Der Verwaltungsrat ist für die sonstigen Informationen verantwortlich. Die sonstigen Informationen umfassen alle im Geschäftsbericht enthaltenen Informationen, aber nicht die Jahresrechnung, die Konzernrechnung und unsere dazugehörigen Berichte.

Unser Prüfungsurteil zur Jahresrechnung erstreckt sich nicht auf die sonstigen Informationen, und wir bringen keinerlei Form von Prüfungsschlussfolgerung hierzu zum Ausdruck.

Im Zusammenhang mit unserer Abschlussprüfung haben wir die Verantwortlichkeit, die sonstigen Informationen zu lesen und dabei zu würdigen, ob die sonstigen Informationen wesentliche Unstimmigkeiten zur Jahresrechnung oder unseren bei der Abschlussprüfung erlangten Kenntnissen aufweisen oder anderweitig wesentlich falsch dargestellt erscheinen.

Falls wir auf Grundlage der von uns durchgeführten Arbeiten den Schluss ziehen, dass eine wesentliche falsche Darstellung dieser sonstigen Informationen vorliegt, sind wir verpflichtet, über diese Tatsache zu berichten. Wir haben in diesem Zusammenhang nichts zu berichten.

Verantwortlichkeiten des Verwaltungsrats für die Jahresrechnung

Der Verwaltungsrat ist verantwortlich für die Aufstellung einer Jahresrechnung in Übereinstimmung mit den gesetzlichen Vorschriften und den Statuten und für die internen Kontrollen, die der Verwaltungsrat als notwendig feststellt, um die Aufstellung einer Jahresrechnung zu ermöglichen, die frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern ist.

Bei der Aufstellung der Jahresrechnung ist der Verwaltungsrat dafür verantwortlich, die Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Geschäftstätigkeit zu beurteilen, Sachverhalte in Zusammenhang mit der Fortführung der Geschäftstätigkeit – sofern zutreffend – anzugeben, sowie dafür, den Rechnungslegungsgrundsatz der Fortführung der Geschäftstätigkeit anzuwenden, es sei denn, der Verwaltungsrat beabsichtigt, entweder die Gesellschaft zu liquidieren oder Geschäftstätigkeiten einzustellen, oder hat keine realistische Alternative dazu.

Verantwortlichkeiten der Revisionsstelle für die Prüfung der Jahresrechnung

Unsere Ziele sind, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob die Jahresrechnung als Ganzes frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern ist, und einen Bericht abzugeben, der unser Prüfungsurteil beinhaltet. Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Mass an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz und den SA-CH durchgeführte Abschlussprüfung eine wesentliche falsche Darstellung, falls eine solche vorliegt, stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus dolosen Handlungen oder Irrtümern resultieren und werden als wesentlich gewürdigt, wenn von ihnen einzeln oder insgesamt vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie die auf der Grundlage dieser Jahresrechnung getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Nutzern beeinflussen.

Eine weitergehende Beschreibung unserer Verantwortlichkeiten für die Prüfung der Jahresrechnung befindet sich auf der Webseite von EXPERTsuisse: <http://expert.suisse.ch/wirtschaftspruefung-revisionsbericht>. Diese Beschreibung ist Bestandteil unseres Berichts.

Bericht zu sonstigen gesetzlichen und anderen rechtlichen Anforderungen

In Übereinstimmung mit Art. 728a Abs. 1 Ziff. 3 OR und PS-CH 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 zur Verwendung des Bilanzgewinns dem schweizerischen Gesetz und den Statuten entspricht, und empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

PricewaterhouseCoopers AG,
Birchstrasse 160, Postfach, 8050 Zürich
Telefon: +41 58 792 44 00, www.pwc.ch

T. Wallmer
Zugelassener
Revisionsexperte
Leitender Revisor

B. Mebold
Zugelassene
Revisionsexpertin

Zürich, 9. März 2023

Anhang

Corporate Governance	86
Konzernstruktur und oberes Kader	96

Corporate Governance

Stand: 31. Dezember 2022

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 2022 wurde dieses Aktienkapital von 2914 (Vorjahr 2871) 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 7 bis 9 Mitgliedern. Die Amtsdauer beträgt 4 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, die Gründerin und Präsidentin der Müller-Möhl Group und der Müller-Möhl Foundation Carolina Müller-Möhl sowie der Publizist und ehemalige Leiter der NZZ-Wirtschaftsredaktion Gerhard Schwarz. Der Verwaltungsrat ist im Gremium vertreten durch die Mitglieder 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 betragen 2022 gesamthaft 0,7 Mio. CHF (im Vorjahr 0,7 Mio. CHF). Die Gesamtentschädigung der Geschäftsleitung (Gehälter 2022 und Bonusabgrenzungen 2022) belief sich im Berichtsjahr auf 6,4 Mio. CHF gegenüber 5,2 Mio. CHF im Vorjahr. Im Berichtsjahr wurden zudem 30 Aktien 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 2022 besaßen die Mitglieder des Verwaltungsrats insgesamt 646 Aktien, die Mitglieder der Geschäftsleitung 138 Aktien der AG für die Neue Zürcher Zeitung. Im Vorjahr waren es 1045 Aktien beziehungsweise 112 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 0,2 Mio. CHF für Beratungsleistungen u.a. im Zusammenhang mit einem Projekt zu finanziellen Kontrollen 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 Universität 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. Nach zehn Jahren Präsidentschaft wird Etienne Jornod im April 2023 aufgrund des Erreichens der statutarischen Altersgrenze von seinem Amt als Verwaltungsratspräsident der NZZ zurücktreten.

Isabelle Welton – Mitglied

Isabelle Welton ist seit 2013 Mitglied des Verwaltungsrats und wird im April 2023 neue Verwaltungsratspräsidentin der NZZ. Sie ist eine ausgewiesene Führungspersönlichkeit mit Erfahrung in verschiedenen Funktionen, Branchen und geografischen Märkten. Nach dem Studium der Rechtswissenschaften in Zürich startete sie ihre Karriere bei Citibank in Tokio. Später wechselte sie zu IBM, wo sie unter anderem als Country General Manager die operative Verantwortung für IBM Schweiz innehatte. 2013 stiess sie als Chief Marketing Officer zur Zurich Insurance Group, wurde Chief of Staff und schliesslich als Group Head of Human Resources auch Mitglied der Konzernleitung, eine Funktion, die sie bis 2018 ausübte. Heute ist die Expertin für Unternehmenskultur und Veränderungsprozesse Mitglied der Verwaltungsräte der Siegfried Holding AG und der Avobis Group AG, engagiert sich als Stiftungsrätin bei Lucerne Festival, SOS Kinderdorf Schweiz und Swisscontact und sitzt im Vorstand des Schweizerischen Instituts für Auslandsforschung.





Dr. Christoph Schmid – Vizepräsident

Christoph Schmid wurde 2013 in den Verwaltungsrat gewählt und amtiert 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 u.a. Verwaltungsrat der Robert Bosch Internationale Beteiligungen AG, der Kessler & Co AG und der EBS Service Company Limited sowie Stiftungsratsmitglied bzw. Präsident von verschiedenen gemeinnützigen Stiftungen.

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, ab 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.





Prof. Dr. Lucy Küng – Mitglied

Lucy Küng gehört seit 2017 dem Verwaltungsrat an. Sie ist eine internationale Expertin im Bereich der digitalen Transformation und berät führende Unternehmen weltweit auf diesem Gebiet. Lucy Küng war im Vorstand der SRG SSR sowie des Medientech-Anbieters VIZRT und ist Senior Research Associate am Reuters Institute der University of Oxford. Im Laufe ihrer Karriere hatte sie 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 Lucy Küng 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.

Matthias Reinhart – Mitglied

Matthias Reinhart ist seit 2016 Mitglied des Verwaltungsrats. Er ist Gründer, Mehrheitsaktionär und ab April 2023 Verwaltungsratspräsident der VZ Gruppe. 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.



Prof. Dr. Roland Siegwart – Mitglied

Roland Siegwart ist seit 2016 Mitglied des Verwaltungsrats. Er ist Professor an der ETH Zürich und einer der weltweit führenden Forscher und Innovatoren in der Robotik. Er ist zudem Mitbegründer einiger Hochtechnologie-Start-ups und starker Förderer von Innovation und Unternehmertum. Roland Siegwart studierte Maschinenbau und promovierte an der ETH Zürich, war Professor an der EPFL und Vizepräsident der ETH Zürich. Er ist Mitglied des Verwaltungsrats der Komax Holding AG, der Evatec Holding AG, der Sevensense Robotics AG sowie der Voliro AG. Ausserdem ist er Präsident des Stiftungsrats der Gebert Rüt 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.

Laura Meyer – Mitglied

Laura Meyer gehört seit 2022 dem Verwaltungsrat an. Sie ist seit Anfang 2021 CEO der Hotelplan-Gruppe, wo sie ab 2018 bereits Mitglied des Verwaltungsrats war. Laura Meyer ist eine ausgewiesene Digitalexpertin und verfügt über reichhaltige berufliche Erfahrungen unter anderem auch im Medienbereich. Von 2007 bis 2013 arbeitete sie für die weltweit tätige Unternehmens- und Strategieberatung McKinsey & Company in diversen Ländern. Von 2014 bis 2015 war sie bei der NZZ als Head Key Account Management, Sales Strategy & Sales Processes tätig, bevor sie 2015 zur UBS wechselte, wo sie zuletzt als Managing Director, Head Digital Distribution & Analytics tätig war. Sie studierte Rechtswissenschaften an der Universität Zürich und absolvierte ihren MBA in Singapur und Frankreich bei INSEAD.



Geschäftsleitung



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 dessen 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 Dokortitel in Physik der ETH Zürich. 2007 wurde er zum Young Global Leader des World Economic Forum (WEF) ernannt. Felix Graf ist Präsident der DAAily platforms AG und er hat Einsitz im Verwaltungsrat der The Market Media AG sowie der CH Media Holding AG. Ausserhalb der NZZ ist Graf Mitglied im Verwaltungsrat der Swissgrid AG und 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 eid. 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 Geschäftsführer 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 und ist Mitglied des Verwaltungsrats der CH Media Holding AG sowie 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 ausgezeichnete 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 Diskussionsendung «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.





Johannes Boege – Chief Commercial Officer

Johannes Boege ist Chief Commercial Officer und Mitglied der Geschäftsleitung der NZZ. Seit 2019 verantwortet er die Umsatzeite und zusätzlich seit 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 HR

Nicole Rütsche ist seit August 2020 Leiterin HR 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 einem Schwerpunkt in organisatorischer Entwicklung und HR.





Andreas Bossecker – Chief Technology & Information Officer

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 Handelsblatt-Gruppe 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. Andreas Bossecker hat ausserdem Einsitz im Verwaltungsrat der OneLog AG und der Livingdocs AG.

Konzern- struktur und oberes Kader

Stichtag: 31. Dezember 2022

Verwaltungsrat

Etienne Jornod *Präsident*

Dr. Christoph Schmid *Vizepräsident*

Dr. Bernd Kundrun

Prof. Dr. Lucy Küng

Carolina Müller-Möhl *(bis April 2022)*

Laura Meyer *(seit April 2022)*

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 Entlohnung

Etienne Jornod *Vorsitz*

Prof. Dr. Dominique von Matt

Isabelle Welton

Publizistischer Beirat

Dr. phil. Martin Meyer *Vorsitz*

Prof. Dr. Lucy Küng

Dr. Florian Harms

Dr. iur. Gabi Huber

Carolina Müller-Möhl

Dr. Christoph Schmid

Dr. Gerhard Schwarz

Geschäftsleitung

Dr. Felix Graf *Chief Executive Officer*

Jörg Schnyder *Chief Financial Officer*

Eric Gujer *Chefredaktor «Neue Zürcher Zeitung»*

Jonas Projer *Chefredaktor «NZZ am Sonntag»*

Johannes Boege *Chief Commercial Officer*

Nicole Rüttsche *Leiterin HR*

Andreas Bossecker *Chief Technology &*

Information Officer

Erweiterte Geschäftsleitung

Dr. Hanspeter Kellermüller *Leiter*

Generalsekretariat

Corine Blesi *Geschäftsführerin NZZ Connect*

Jan-Eric Peters *Geschäftsführer NZZ Deutschland*

(bis Dezember 2022)

Unternehmenskommunikation

Karin Heim *Leiterin*

CEO Stab

Paul Toepel *Strategy Manager / M&A*

Neue Zürcher Zeitung

Eric Gujer *Chefredaktor*

Nicole Anliker *Newsroom, Stv. Chefredaktorin*

Carola Ettenreich *Operations, Stv. Chefredaktorin*

Tom Schneider *Technologie und Entwicklung,*

Stv. Chefredaktor

Daniel Björn Wechlin *Reporter und*

Wochenendbund, Stv. Chefredaktor

Marc Felix Serrao *Chefredaktor NZZ Deutschland*

Chanchal Biswas *Wirtschaft*

Dr. Peter A. Fischer *Chefökonom*

Daniel Fritzsche *Zürich & Region*

Dr. Christiane Hanna Henkel *Wissenschaft,*

Technologie, Mobilität

Benno Mattli *Produktion & Layout*

Benedict Neff *Feuilleton*

Christina Neuhaus Landmark *Schweiz*

Dr. Peter Ràsonyi *International*

Dr. Martin Senti *Meinung und Debatte*

Barnaby Skinner *Visuals*

Markus Stein *Video & TV*

Elmar Wagner *Sport*

Janique Weder *Nachrichten*

NZZ am Sonntag

Jonas Projer *Chefredaktor*

Nicole Althaus *Chefredaktorin Magazine,
Stv. Chefredaktorin*

Anja Corinne Burri *Inland, Stv. Chefredaktorin*

Thomas Stamm *Digital, Stv. Chefredaktor*

Gordana Mijuk *Ausland (bis November 2022
Stv. Chefredaktorin)*

Sara Annicchiarico *Produktion & Layout*

Daniel Foppa *Hintergrund / Meinung*

Dr. Andreas Hirstein *Wissen*

Kerstin Netsch *Lifestyle*

Helene Obrist *NZZ Magazin*

Guido Schätti *Wirtschaft*

Peer Teuwsen *Kultur*

Lea Truffer *Bild*

Christoph Zürcher *Magazin NZZaS*

NZZ Folio

Aline Wanner *Redaktionsleiterin*

NZZ Geschichte

Lea Haller *Redaktionsleiterin*

Marketing, Vertrieb & Produkte

Johannes Boege *CCO*

Christian Ammendola *Data*

Remo Baumeler *Managing Director
audienzz & NZZone*

Dr. Johannes Berchtold *Customer Marketing &
Branding*

Corine Blesi *Geschäftsführerin NZZ Connect*

Milena Bovenzi *Zusatzgeschäfte*

Eva Günther *Strategic Research & Innovation*

Mario Hast *Produktmanagement Print & Service*

Roger Huschler *Verlagsservices*

Michael Lampart *Strategy & Portfolio Management*

Jonathan Landau *Digitale Produkte*

Patrik Widmann *B2B Marketing &
Business Development*

Silke Wolf *NZZ Live & Programm*

Technologie

Andreas Bossecker *CTIO*

Andreas Blum *Professional Services / Stv. CTIO*

Bernd Hornig *System Service Betrieb*

Michael Keller *Prozessinnovation Redaktion*

Michael Knüsel *Websysteme*

Lutz Roitzsch *IT-Applikationen*

Finanzen

Jörg Schnyder *CFO*

Christian Arnold *Leiter Controlling & Liegenschaften*

Valerio Cerlito *Einkauf & Service*

Walter Fröhlicher *Konzernfinanzen & Tax*

Semih Oezen *Accounting*

HR

Nicole Rüttsche *Leiterin*

Rico Grass *Business Partner / Stv. Leiter*

Ann-Luise Verbarg *Services*

NZZ Podium

Dr. phil. Martin Meyer *Leiter*

Zurich Film Festival

Dr. Christian Jungen *Artistic & Executive Director*

Elke Mayer *Geschäftsführung SMP AG
(bis Oktober 2022)*

Jennifer Somm *Geschäftsführung SMP AG
(seit Oktober 2022)*

DAAILY Platforms

Stephan Bachmann *CEO*

The Market

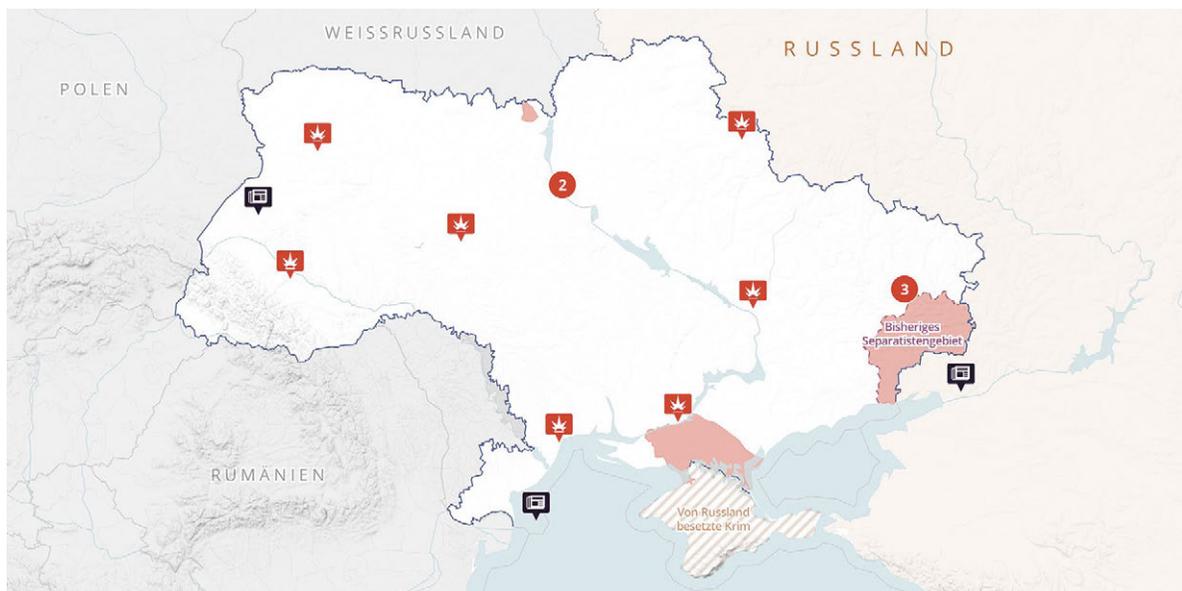
Mark Dittli *CEO, Chefredaktor*

Nachgefragt

*Die Hintergründe zu den relevantesten
und meistgenutzten Inhalten und Angeboten
des vergangenen Jahres.*

Was die Ukraine-Karte der NZZ-Redaktion von anderen unterscheidet

Dieser Krieg ist anders. Zwar treffen auch hier Mensch und Maschine aufeinander, doch im Gegensatz zu vergangenen Konflikten kann die Weltöffentlichkeit fast in Echtzeit die Entwicklungen mitverfolgen. Auch die NZZ-Redaktion nutzt die Informationsflut, die sie aus der Ukraine erreicht, um ihren Leserinnen und Nutzern ein möglichst aktuelles Bild der Lage zu vermitteln. Die interaktive Karte zeigt aktuelle Ereignisse, Gebietsgewinne und -verluste, Satellitenbilder und die Position russischer Truppen. Sie ist ein Versuch, die Kriegswirklichkeit zu kartografieren.



24. Februar 2022: In den ersten Tagen werden mehrheitlich militärische Ziele angegriffen, verstreut über die ganze Ukraine.

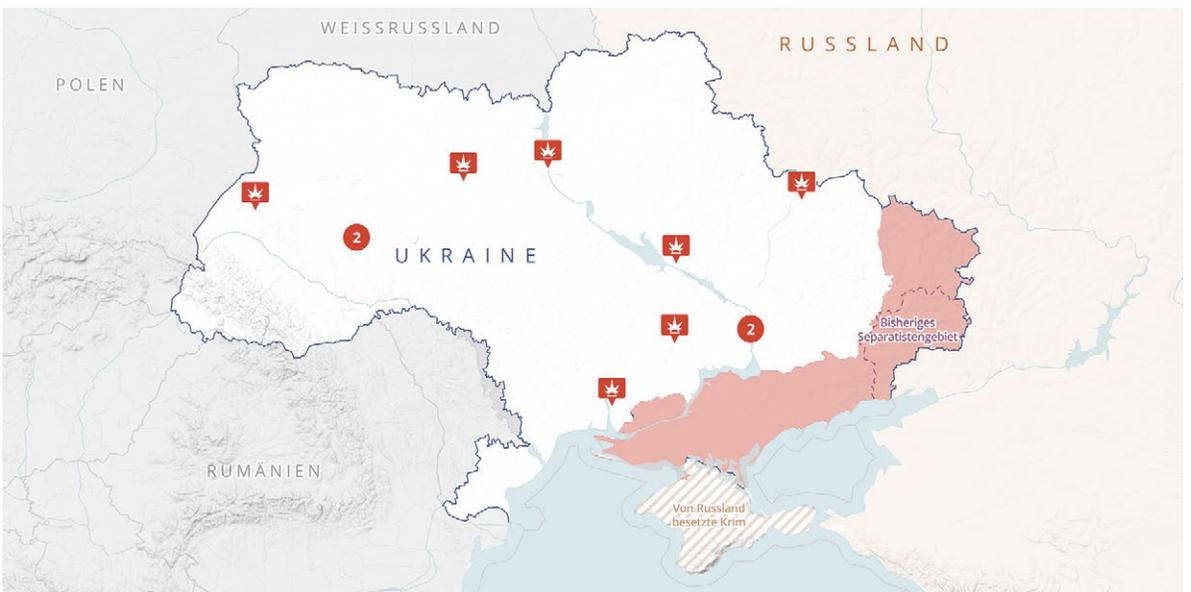


17. bis 23. März 2022: Anhaltende Kämpfe in Tschernihiw, Mariupol, Charkiw und den Vororten von Kiew. Russland kann vor allem im Süden Gebiete erobern.

*40 000 Aufrufe
pro Woche*



Zur interaktiven Karte



10. bis 11. Oktober 2022: In einem der grössten Bombardements seit der Anfangsphase des Kriegs hat Russland Raketen auf zahlreiche ukrainische Städte im ganzen Land abgefeuert.

«Die Karte macht deutlich, wie sehr Journalismus heute Teamwork ist»

Barnaby Skinner leitet seit 2020 das NZZ-Ressort Visuals. Er und sein Team – bestehend aus visuellen Journalistinnen, Entwicklern und Datenjournalistinnen – unterhalten seit Kriegsbeginn eine interaktive Übersichtskarte für nzz.ch. Die Karte wird fünfmal wöchentlich mit den wichtigsten Ereignissen in der Ukraine aktualisiert.

Woher stammt die Idee für die Karte?

Barnaby Skinner: Bereits vor dem Überfall auf die Ukraine zeichnete sich immer deutlicher ab, dass Russland einen Angriff auf die Ukraine in Erwägung zieht. Weil wir bereits früh Informationen dazu hatten, überlegten wir uns, welche davon wir im Kriegsfall zur Verfügung stellen könnten. Die konkrete Fragestellung dazu lautete: Wie gelingt es uns, mit der drohenden Informationslast umzugehen, um unserer Leserschaft auch auf dem Mobiltelefon die bestmögliche Einordnung zu geben und die Fakten zu vermitteln? Entstanden ist die Idee für die interaktive Ukraine-Karte.

Was macht die Karte der NZZ einzigartig – und worin besteht der Mehrwert für die Leserinnen und Leser?

Die Entwicklung der Ukraine-Karte macht vor allem zwei Dinge deutlich. Zum einen, wie fundiert das Wissen unserer Expertinnen und

Experten ist, und zum anderen, wie sehr der Journalismus heute von Teamwork geprägt ist. Vom Endresultat profitieren sowohl wir als auch unsere Leserinnen und Leser. Unser Team aktualisiert die Karte täglich, überprüft Ereignisse auf ihren Wahrheitsgehalt und schreibt Zusammenfassungen. So entsteht ein Zeitdokument, welches den Kriegsverlauf ab Einmarsch der ersten Soldaten abbildet und verlässliche Informationen bietet.

Wie stellt Ihr sicher, dass die Informationen über Ereignisse auch wirklich stimmen?

Es gilt, wie im Journalismus üblich, dass wir eine Information nur dann weitergeben, wenn sie sich aus zwei unabhängigen Quellen bestätigen lässt.



Ein Teil des Teams hinter der Karte (von links): Roland Shaw, Nikolai Thelitz, Michel Grautstück (unten), Kaspar Manz, Adina Renner, Barnaby Skinner und Forrest Rogers.

Die Karte basiert auf den Daten der Live Universal Awareness Map, kurz Liveuamap, sowie weiteren verifizierten Quellen. Wie geht Ihr bei der täglichen Datenerfassung vor?

Liveuamap erfasst seit der Krim-Annexion 2014 detailliert Informationen über russische Bewegungen auf ukrainischem Boden. Diese Daten werden über eine Schnittstelle auf Knopfdruck in unsere Karte integriert. Wir nutzen Liveuamap vor allem, um darzustellen, wie viel ukrainisches Gebiet Russland besetzt hält. Aus meiner Sicht gibt es keine Organisation, die diese Informationen sorgfältiger erfasst.

Welche Ereignisse werden auf der Karte gezeigt und welche werden weggelassen?

Wir versuchen, die relevantesten Kriegereignisse abzubilden, um unsere starke Auslandsberichterstattung zu ergänzen. Alle Berichte der NZZ, die von unseren Ausland-

korrespondentinnen und -korrespondenten vor Ort geschrieben werden, werden auf der Karte verlinkt.

Was beschäftigt Dich aktuell im Zusammenhang mit der Visualisierung der Kriegereignisse am meisten?

Journalisten haben ja auch Chronistenpflichten. Doch weil sich die Technologie rasant weiterentwickelt, wissen wir, anders als bei einem Printerzeugnis, heute nicht, wie wir die Karte auch in 30 Jahren noch als Zeitdokument nutzen können. Eine Lösung könnte die künstliche Intelligenz bieten. Beispielsweise indem man einem Tool wie Chat GPT den Befehl erteilt, journalistische Produkte auf neuste Technologien zu adaptieren. Aber wir stehen hier erst am Anfang.

Flucht quer durchs ukrainische Kriegsgebiet

Push-Nachrichten wecken NZZ-Sonderkorrespondent Ulrich Schmid in seinem Hotel im Osten der Ukraine frühmorgens. Er befindet sich nur wenige Kilometer von den von Separatisten beherrschten sogenannten Volksrepubliken entfernt, in der Stadt Sewerodonezk. Der Grossangriff der russischen Streitkräfte bedeutet für Schmid, dass er zusammen mit der Fotografin und dem Fahrer so rasch wie möglich nach Westen reisen muss. Die Koffer hatte das Team bereits am Vorabend gepackt.

In einer Sonderfolge des NZZ-Podcasts «NZZ Akzent» mit Moderatorin Nadine Landert berichtet Ulrich Schmid aus dem fahrenden Auto. Auf seinem Weg von Sewerodonezk nach Kiew zeugen schwarze Rauchsäulen von russischen Luftangriffen. An den Tankstellen lange Schlangen, die Menschen kleben an ihren Handys. Dann kreuzt ein Konvoi der ukrainischen Armee in der Gegenrichtung Schmid's Weg: «Die grosse Frage ist jetzt, ob die Ukrainer Gegenwehr leisten», so Schmid.

Vier Tage später erzählt Schmid in einer zweiten Podcast-Folge mit Moderator David Vogel von seiner 800 Kilometer langen Fahrt quer durchs Land, die zuerst zügig verläuft. Doch kurz vor Poltawa gerät er in einen kilometerlangen Stau, und er befürchtet, zum Angriffsziel der russischen Truppen werden zu können. Nach 15 Stunden Fahrt kommen er und sein Team sicher in der Hauptstadt an. Doch auch in Kiew sind sie nicht sicher.

Ulrich Schmid kommt in einem Hotel unter und wird mit den anderen Gästen während der Nacht mehrmals in die Tiefgarage geschickt, die als Luftschutzbunker dient. Schmid erzählt, wie er es schliesslich in die Schweizer Botschaft in Kiew schafft. Und weshalb er damit hadert, die Ukraine zu verlassen, und sich zwei Wochen nach der Flucht entschliesst, wieder ins Kriegsgebiet zurückzukehren.



Teil 1: Flucht vor
den russischen
Truppen



Teil 2: Verstopfte
Strassen, laute
Sirenen

Aufnahmen am Puls des Geschehens

Die Invasion der Ukraine durch russische Truppen am 24. Februar prägt 2022 die mediale Berichterstattung und löst die Coronapandemie als meistbeachtetes Thema ab. Dies zeigt sich auch bei «NZZ Akzent». In der ersten Woche nach Kriegsbeginn hören knapp 20 Prozent mehr Zuhörerinnen und Zuhörer als in einer durchschnittlichen Woche den NZZ-Podcast. Besonders bewegen die beiden Folgen mit Sonderkorrespondent Ulrich Schmid, der von der Invasion Russlands überrascht wird und Teile des Podcasts während seiner Flucht im Auto aufzeichnet. Für die Moderatoren Nadine Landert und

David Vogel ist die Produktion aussergewöhnlich. Durch die Aufzeichnung erhalten die Zuhörerinnen und Zuhörer einen unmittelbaren Eindruck, mit welchen Bedingungen Schmid während seiner Flucht konfrontiert ist. Die Aufzeichnung des Gesprächs muss immer wieder unterbrochen werden, beispielsweise als Schmid und seine Mitfahrer einen Checkpoint passieren oder Schutz im Hotelparkhaus in Kiew suchen. Seine Erlebnisse hält Schmid in mehreren Sprachnachrichten fest, die er an das Podcast-Team in Zürich übermittelt und die als Ausschnitte in die Aufzeichnungen miteinfließen.



20 Prozent mehr Hörerinnen und Hörer zum Kriegsbeginn im Februar 2022

Bei einem Luftalarm in Kiew: Hotelgäste und NZZ-Sonderkorrespondent Ulrich Schmid suchen Schutz in der Garage.

Wie Russland ukrainisches Getreide stiehlt

Im Sommer 2022 verdichten sich die Hinweise: Die Türkei kauft Getreide, das Russland der Ukraine gestohlen hat. Ankara hat dies stets bestritten. Doch es lässt sich belegen, dass russische Frachter – voll mit Getreide von der Krim – in türkischen Häfen entladen worden sind. Das NZZ-Video-Team hat zum Thema recherchiert und mögliche Beweise zusammengetragen, wie nachfolgende Videoausschnitte zeigen.

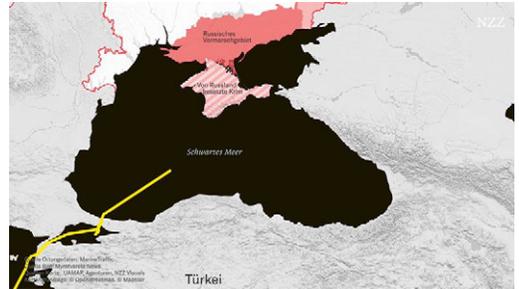
276 YouTube-Kommentare zum Video



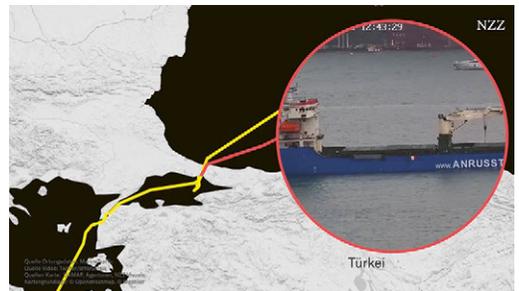
Video: Getreideplünderung in der Ukraine



Das ist die «Fedor», ein russisches Frachtschiff mit mutmasslich 9000 Tonnen gestohlenem Mais aus der Ukraine. Diese Lieferung ist kein Einzelfall.



Schiffortungsdaten zeigen den Weg der «Fedor». Am 23. März 2022 erlischt das Ortungssignal. Am 12. Juni 2022 taucht das Schiff in Sewastopol auf und lädt Mais, wie Satellitenbilder zeigen.



Zwei Tage nach dem Beladen schaltet die «Fedor» die Ortungsdaten wieder ein. Vom Aufenthalt in der Krim fehlt in den Ortungsdatenbanken jede Spur.



Der Mais aus Sewastopol wurde in der Türkei entladen. Die Dokumente für die Maislieferung der «Fedor» geben einen anderen Herkunftsort an – nicht die Krim.

Visuellen Mehrwert schaffen

Markus Stein ist Leiter des NZZ-Video-Teams und verantwortet die Dokumentarsendung «NZZ Format». Seinem Team und ihm ist es wichtig, den NZZ-Abonnantinnen und -Abonnenten mit einem Videobeitrag einen Mehrwert zu bieten, der in einem Text oder Podcast nicht darstellbar ist.

Woher stammen die Ideen für die Videoinhalte auf nzz.ch?

Markus Stein: In der Regel kommen die Ideen aus dem Video-Team oder entstehen im Austausch mit den Fachressorts. Neben der inhaltlichen Diskussion klären wir auch die wichtige Frage: Warum soll das ein Video sein? Worin besteht konkret der visuelle Mehrwert? Und natürlich müssen wir auch den Zeitfaktor berücksichtigen: Ein normales NZZ-Erklärvideo wird in 3 bis 4 Wochen produziert. Bei aktuellen Ereignissen kann das auch schneller sein.

Oftmals wird ein relevantes Thema auf mehreren Kanälen publiziert: in Form eines Berichts in der Zeitung, als Podcast oder als Video. In welchen Fällen kommt Video zum Tragen?

Grundsätzlich kann jedes relevante Thema auch als Video aufgearbeitet werden. Wir fragen uns aber immer, wie wir die Berichterstattung sinnvoll ergänzen. Wir möchten nicht einfach Texte bebildern, sondern die Stärken des Mediums Video maximal ausspielen. Daher möchten wir etwas zeigen, das im Text oder Podcast nicht darstellbar ist. Richtig gut funktioniert die Kombination von verschiedenen Medienformen bei Themenschwerpunkten, bei denen wir mit den Fachressorts gemeinsam überlegen, wer welchen Aspekt einer Thematik am besten umsetzen kann.

Wie unterscheidet sich die Videoproduktion von anderen journalistischen Darstellungsformen?

Eine Videoproduktion ist sehr komplex. Neben der inhaltlichen Recherche müssen Bild, Ton und Schnitt mitgedacht werden, manchmal ergänzt durch Animationen. Da ist einerseits das Storytelling anspruchsvoll, andererseits darf auch der technische Aspekt nicht unterschätzt werden. Unsere Videoredaktorinnen und -redaktoren vereinen oft viele Jobs in einem und sind echte Multitalente.

Der Computer holt uns ein: Maschinen führen Gespräche und erschaffen Bilder

Was vor Kurzem noch undenkbar schien, ist nun eingetroffen: Die künstliche Intelligenz (KI) ahmt jeden Kunststil meisterhaft nach und beherrscht Sprache perfekt. Auch an diesem Artikel von «NZZ Folio»-Redaktor Reto U. Schneider, der dafür mit dem Deutschen Reporterpreis und dem Journalismuspreis Informatik ausgezeichnet wurde, hat sie mitgeschrieben. Unser Alltag wird sich drastisch verändern.

/ Ein Computer wird nie in der Lage sein, einen Text zu schreiben, weil er die Nuancen der menschlichen Sprache nicht verstehen kann. Computer sind gut darin, präzise Anweisungen zu befolgen, aber sie können die Feinheiten und die Komplexität der menschlichen Kommunikation nicht erfassen. Ein Computer wäre zum Beispiel nicht in der Lage, zwischen den Bedeutungen von «ich liebe dich» und «ich hasse dich» zu unterscheiden.

*2 Awards für
den Artikel*



Zum ganzen Artikel
von Reto U. Schneider

Halten Sie den vorangegangenen Abschnitt für einen gelungenen Artikeleinstieg? Falls nicht, trifft mich keine Schuld. Ich habe nämlich kein Wort davon geschrieben. Ich habe lediglich die Website beta.openai.com/playground aufgerufen und dort die Aufforderung eingetippt: «Schreibe einen Text darüber, warum ein Computer niemals in der Lage sein wird, einen Text zu schreiben.» Das Resultat haben Sie eben gelesen. Ersonnen hat die drei Sätze die im Mai 2020 lancierte künstliche Intelligenz GPT-3, die dritte Generation des Generative Pretrained Transformers des KI-Unternehmens OpenAI mit Sitz in San Francisco. GPT-3 hat sie nicht im Internet abgeschrieben oder leicht verändert übernommen, nein, GPT-3 hat sie exklusiv für mich geschmiedet.

Im Schatten von Corona und dem Ukraine-Krieg hat die künstliche Intelligenz eine Fähigkeit erlangt, die wir bisher für typisch menschlich hielten: den Umgang mit Sprache.

FOKUS: KÜNSTLICHE INTELLIGENZ *JETZT*
FÄLLT DIE LETZTE BASTION —
Maschinen erobern die Sprache. s.8

Im Gespräch — Der
Autor Kim Stanley
Robinson über Macht
und Zürich. s.40

Die Insel der
Aussätzigen — Besuch
bei den vergessenen
Leprakranken. s.54

NR. 357

NZZ

SEPTEMBER 2022

FOLIO

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

NZZ FOLIO — NR. 357 / SEPTEMBER 2022



Das Cover der September-«Folio»-Ausgabe erstellte eine künstliche Intelligenz auf den Befehl: «Ein Roboter liest draussen in einer Schweizer Stadt eine Zeitung, während er auf den Zug wartet. Grossformatige Fotografie im Stil von Jeff Wall. Sehr detailliert. Sehr hohe Auflösung. Linhof Master Technika Classic. Hasselblad. 80 mm.»

Die Kraft der künstlichen Intelligenz verstehen

Aline Wanner arbeitet seit 2019 für das «NZZ Folio», seit 2021 leitet sie die Redaktion des Magazins. In der Titelseite der Septemбераusgabe 2022 widmete sie sich zusammen mit ihrem Team der künstlichen Intelligenz. Der Artikel thematisierte erstmals im deutschsprachigen Raum die tiefgreifenden Veränderungen, die die neue Technologie mit sich bringt.

«NZZ Folio» befasste sich schon vor dem grossen Hype mit dem Thema künstliche Intelligenz. Wie seid Ihr darauf gekommen?

Aline Wanner: Die Idee dazu entstand im Team, auf den Input hin von unserem Kollegen Reto Schneider. Als Wissenschaftsjournalist ist er stets auf dem neusten Stand und seine Begeisterung für die Möglichkeiten der KI im Bereich der Sprache und Bildgestaltung hat uns alle angesteckt. Der Publikationszeitpunkt für die Ausgabe hätte nicht besser sein können.

Nur wenige Wochen später wurde Chat GPT öffentlich zugänglich und weltberühmt. Alle konnten der Maschine jetzt Fragen stellen und sie beliebige Texte schreiben lassen.

Welche Möglichkeiten bietet KI?

Ich würde sagen, wir stehen erst am Anfang. Mittels KI lassen sich schon jetzt ganze Essays verfassen oder generische Fotografien ersetzen. Sie wird wohl Schulen, Universi-

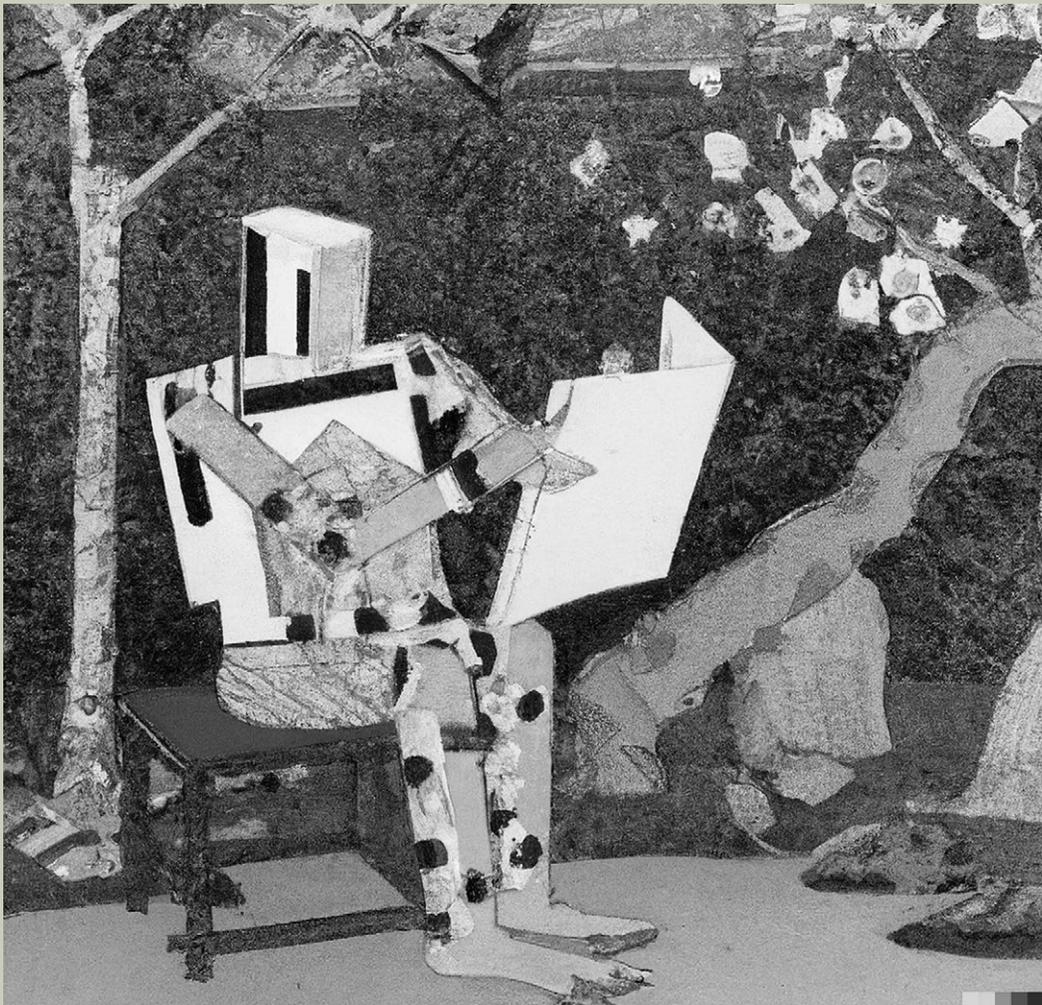
täten, die Werbung, den Journalismus und die Juristerei revolutionieren. Kurzum: alle Bereiche, in denen Sprache und Bilder heute essenziell sind.

Was bedeutet diese Entwicklung für die Redaktion von «NZZ Folio»?

KI wird uns weiterbegleiten. Zum Beispiel im Rahmen einer Kolumne zum Metaverse, also virtuellen Welten, in denen künstliche Intelligenz auch eine zentrale Rolle spielt. Natürlich wird sich auch die Frage stellen, wie oft wir noch Illustratoren brauchen oder ob uns die KI beim Schreiben hilft.

Du willst sagen, dass die Journalistinnen und Journalisten durch KI ersetzt werden.

Diese Frage zielt auf eine klassische Rückzugsdebatte, die ich nicht so interessant finde. Mir geht es primär um die Kraft der künstlichen Intelligenz – und wie wir sie einsetzen können. Natürlich ersetzt sie nicht das Denken oder die Kreativität der Menschen. Ich



KI-Befehl zur Bilderstellung: «Ein Ukyio-e von Hokusai, das einen Roboter zeigt, der in einem Garten in Kyoto ein Buch liest.»

würde sagen: Die Ausgabe über künstliche Intelligenz ist gerade deshalb gelungen, weil meine Kolleginnen und Kollegen, die geschrieben und gestaltet haben, sehr klug sind und entsprechend interessante Anwendungen aufzeigen konnten. Darunter unser Art Director Patrick Savolainen, der auf Gestaltungsseite mit seinem reichen Wissen und seiner grossen Kreativität absolut entscheidend für das Gelingen war.



Aline Wanner leitet seit 2021 das «NZZ Folio».

Beim Essen liebte es die Queen unprätentiös



Schokoladenkuchen und viel Gemüse gehörten auf den Speiseplan der Queen.



1980 lässt die Queen die gelernten Tischmanieren bleiben und isst wie König Hassan von Marokko einfach mit den Händen.

Über die Ess- und Trinkgewohnheiten der verstorbenen Königin drang nur selten etwas an die Öffentlichkeit. Die offiziellen Menus zeichneten das Bild einer Monarchin, die gutem Essen und feinen Drinks nicht abgeneigt war, aber keinen Wert auf vordergründigen Luxus legte.

*3 626 Wörter zum
Leben der Queen*



Zu den königlichen
Essensvorlieben

Über die privaten Trinkgewohnheiten der verstorbenen Queen senken sich Verschwiegenheitsschleier, die nur dann und wann von redseligen Ex-Bediens-teten gelüftet werden. Einen Cocktail aus Gin und Dubonnet soll Elizabeth regelmässig vor dem Essen bestellt haben. Man könnte diese Gewohnheit übernehmen, denn Dubonnet, ein in der Schweiz kaum bekanntes Getränk, weist erstens nicht allzu viel Alkohol auf, besitzt zweitens eine ebenso feine wie appetitanregende Bitternote. Vor dem Schlafengehen soll es dann noch, so die Gerüchteküche des Buckingham Palace, ein Glas Champagner für die Chefin gegeben haben. Auch das hat Stil und schadet kaum.

Sich inspirieren lassen kann man sich nicht nur von den Trink-, sondern auch Essgewohnheiten der Queen. Zerealien zum Frühstück, später am Tag dann eher Proteine und Gemüse als Kohlenhydrate. So wirklich konnte man sich Elizabeth ja nicht vor einem dampfenden Teller Spaghetti vorstellen. Ob die Königin bisweilen mit ihren Enkelinnen und Enkeln Burger und Pizza verspeiste, ist auch nicht in Erfahrung zu bringen. Wahrscheinlich dagegen ist, dass die Informationen über den royalen Patisseriegenuss stimmen. Zum Tee am Nachmittag soll die Palastküche häufiger Schokoladenkuchen für Ihre Majestät zubereitet haben.

Der Faszination Queen gerecht werden

Kerstin Netsch verantwortet seit 2018 die Gesamtleitung der Lifestyle-Titel «Z» und NZZ Bellevue und gehört zum Leitungsteam des «NZZ am Sonntag Magazins». Bei der Bellevue-Serie zum Ableben der Queen war ihr wichtig, einen Ansatz zu finden, der sich von anderen Portalen abhebt.

Weshalb faszinierte die Queen so viele Leserinnen und Leser?

Kerstin Netsch: Die Queen war eine Figur, die vom Kind bis zur Urgrossmutter alle kannten. Sie mag nicht von allen geliebt worden sein, aber ein Interesse für sie und das Leben der Royals ist immer vorhanden gewesen. Dass sie gerade in der letzten Zeit ihres Lebens wieder zu einer Identifikationsfigur und so interessant für unsere Leserschaft wurde, wird auch daran liegen, dass die Menschen sich nach der Pandemie und inmitten des Ukraine-Kriegs nach Stabilität und Sicherheit sehnten; eben genau das, wofür sie stand. Ihre eiserne Disziplin, ihr demütiges Dienen in ihrer Rolle, die von Krisen unangetastete Standhaftigkeit hielten ein System zusammen, das die Queen wie keine andere verkörperte.

Nach welchen Kriterien setzt Ihr bei einer Geschichte den Fokus, in diesem Fall auf die Ess- und Trinkgewohnheiten der Queen?

Wir sind weder ein News- noch ein People-Portal. Für uns gilt es, mit unserem Lifestyle-Fokus bei solch grossen News-Ereignissen einen originellen Ansatz zu finden, der uns sichtbar macht. Die Essgewohnheiten der Queen zu thematisieren war einer davon, der übrigens als spontane Idee entstand. Wir konnten in dieser Geschichte Bilder zeigen, die man sonst nirgends in den Zeitungen zu sehen bekam. Damit gelang es uns, eine gewisse Leichtigkeit und Wärme zu erzeugen, nachdem wir zuerst den Nachruf und andere Geschichten über ihre Person publiziert hatten.

Was war Euch bei der Serie zum Tod von Elizabeth II. wichtig? Was habt Ihr anders gemacht als andere Medien?

Es geht bei uns immer darum, in einem Feld zu bleiben, das zu NZZ Bellevue passt. Als Lifestyle-Redaktion stehen wir mit unseren Titeln und unserer Positionierung für Inspiration, Stil und Genuss. Was wir anders gemacht haben, zeigt bereits der Nachruf, den unsere Stilexpertin Henriette Kuhrt geschrieben hat. Sie fokussierte sich mit guter Kenntnis auf die Erscheinung der Queen und ihre Distinguiertheit. Es ist ihr gelungen, das Leben der Queen entlang ihrer Kleiderwahl zu erzählen, ohne dass dieser Text oberflächlich wirkte. Als das wird der Lifestyle-Journalismus oftmals gebrandmarkt. Ein Punkt, der uns immer wieder herausfordert. Denn die Erwartungshaltung muss an alle Beiträge die-

selbe sein: Wir bieten Mehrwert und gehen Themen journalistisch und einordnend an.

Inwiefern repräsentiert die Berichterstattung über die Queen das Konzept von NZZ Bellevue?

Diese Art der Berichterstattung ist ein Teil von Bellevue, der zeigt, dass unser Portal auch mit Aktualität und Relevanz punktet, selbst wenn wir die sogenannten schönen Seiten des Lebens abdecken. Wenn Rishi Sunak neuer Premier von Grossbritannien wird, thematisieren wir seine Vorliebe für Prada-Loafers. Wenn Roger Federer abtritt, würdigen wir seine optischen Auftritte, die fast immer gut waren. Wenn ein Label wie Balenciaga wie im vergangenen Jahr in einen Skandal verwickelt ist, fassen wir zusammen, was genau passiert ist.

Wie gelingt Euch der tägliche Fokus auf relevante und aktuelle Themen?

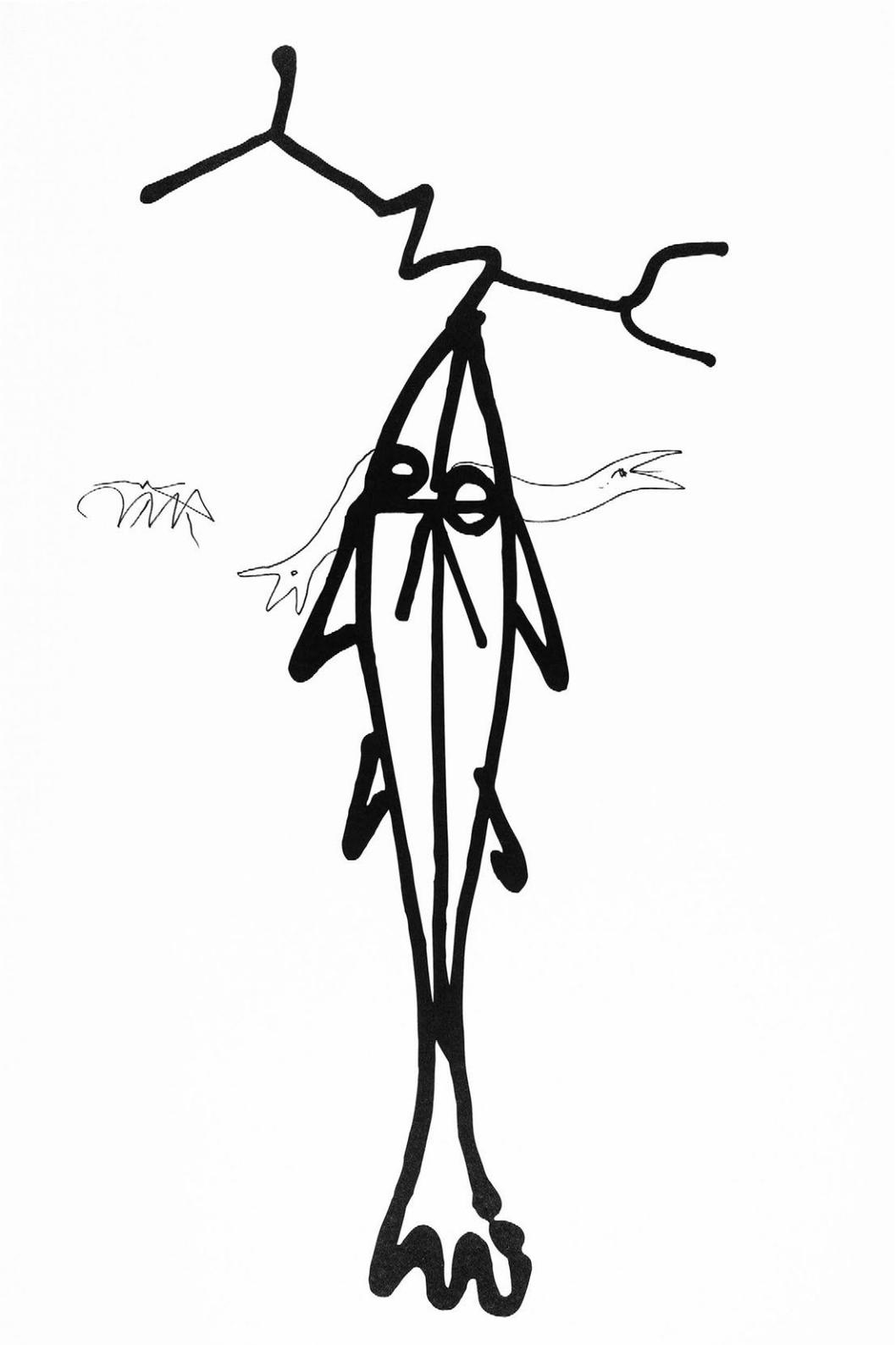
In unseren Check-in-Meetings stellen wir uns im Team jeden Tag die Frage: Was wollen unsere Leserinnen und Leser gerade heute lesen? Ich arbeite für unser Portal gerne mit dem Bild einer Concierge, die immer weiss, was gerade zu tun ist, wie wem geholfen werden kann, wenn sie danach gefragt wird. Dafür muss sie gut vernetzt sein, einen guten Geschmack haben und ein Gespür für das, was ihre Gäste wollen.

Was war für Dich persönlich das Highlight im Rahmen der Queen-Serie?

Der Titel unseres Nachrufs: «Sie war die Letzte ihrer Art.» Und als Hundeliebhaberin wollte ich wissen, was aus ihren Corgies wird. Auch dieser Frage sind wir nachgegangen.



Kerstin Netsch, Leiterin NZZ Bellevue.



Ergänzt um Signatur und eine kleine handskizzierte Zeichnung, ist jedes Werk ein Unikat.

Harald Naegeli macht Kunst für alle zugänglich

Die Kunstaussgabe der «NZZ am Sonntag» mit Harald Naegeli wurde durch eine exklusive NZZ Edition ergänzt. Diese kam beim Publikum so gut an, dass die Werke innerhalb von acht Stunden ausverkauft waren. Als Motiv für die Edition wählte Harald Naegeli einen Fisch, welcher 2014 im Stil seiner früheren Graffitiarbeiten entstanden ist. Jedes Exemplar ist mit einer kleinen handskizzierten Zeichnung versehen und handsigniert. Somit handelt es sich bei jedem der 100 Exemplare um ein Unikat. Auf Naegelis Wunsch wurde sein Anteil am Erlös einer Organisation gespendet, die sich um das Wohl von Tieren in der Ukraine kümmert.

Harald Naegeli, auch «Der Sprayer von Zürich» genannt, begann Ende der 1970er-Jahre, Frauen, Flamingos, Blitze, Fische, Augen und Wanzen und viele weitere Motive an Wände zu sprayen. Er entwickelte eine reduzierte, poetisch verspielte Bildsprache. Ganz anders, als die technisch aufwendigen, zum Teil mit Schablonen gefertigten

Graffiti, die später in Mode kamen. Damit erlangte er als Sprayer und Zeichner weltweite Bekanntheit – auch weil lange unklar war, wer die Wandzeichnungen an öffentlichen Zürcher Gebäuden anbrachte.

*In 8 Stunden
ausverkauft*

Seit 2016 erarbeiten erlesene Künstlerinnen und Künstler zusammen mit der NZZ Edition Kunst kuratierte und limitierte Werke.



Zu weiteren NZZ-Kunsteditionen

«Harald Naegeli war es besonders wichtig, die Werke zu einem attraktiven Preis anzubieten. Als Sprayer verbreitet er seine Kunst im öffentlichen Raum, wo sie zugänglich für alle ist. Sein Wunsch war, dass jede und jeder sich ein Exemplar der Edition an die Wand hängen kann.»



Milena Bovenzi, Leiterin NZZ Zusatzgeschäfte.

Der Sprayer von Zürich – ein Phantom tarnt sich mit Kunst

Ob man ihn nun als Urvater der Graffiti-Kunst adelt oder als Sachbeschädiger tadelt: Harald Naegeli polarisiert und fasziniert seit über vier Jahrzehnten. Ein Portrait von «NZZ am Sonntag»-Redaktor Urs Bühler.

Das ist die Geschichte von einem, der auszog, das Fürchten zu verlernen. Bei den nächtlichen Missionen sekundiert ihm in den späten 1970er-Jahren nebst seinem Hund eine ganze Kompanie von Kreaturen, die seiner Hand und seinem Geist entsprungen sind: Hunderte schwarze Fische, Urfrauen, Kobolde, Kopffüssler und andere Fabelwesen sprüht er mit schwarzem Strich freihändig und inkognito auf öffentliche oder private Betonmauern, in düstere Unterführungen wie an privilegierten Passantenlagern. Bis heute tanzt dieser poetische Reigen, wiewohl fast ausnahmslos ausgelöscht, munter weiter: in Tausenden Köpfen, als Teil des kollektiven Gedächtnisses.

In begüterten Verhältnissen am Zürichberg geboren, als Sohn eines Psychiaters und der Nachfahrin einer Fischerfamilie von den Lofoten, spukt der junge Naegeli durch die Strassen dieser Stadt und durch Europas Medien, verrückt, bewundert, ver-teufelt und verehrt: Der Sprayer von Zürich polarisiert, mit den Inhalten seiner Kunst und noch mehr mit ihrer nicht gesetzeskonformen Platzierung auf fremdem Eigentum.

1979 wird das Phantom, auf dessen Enttarnung und Ergreifung ein Kopfgeld von einigen 1000 Franken ausgesetzt ist, geschnappt. Und die Justiz statuiert ein Exempel an diesem Stachel im bürgerlichen Fleisch: Als ein Zürcher Gericht Naegeli 1981 in absentia als notorischen Sachbeschädiger zu neun Monaten Gefängnis unbedingt verurteilt, bezeichnet die ihm mässig wohlgesinnte NZZ als wohl grösstes Ärgernis «die Folgeerscheinungen von Naegelis Revoltieren mit der Spraydose: Die Nachahmer und Epigonen, die mit ebenso viel Eifer, aber sehr viel weniger Talent die Gebäude, die noch frei geblieben waren, beschmierten.»

Bis ins hohe Alter wird es den Wiederholungs-täter nachts hinausziehen. Als die Knie ihn kaum mehr tragen, vermag die Hand noch eine Spraydose zu führen, und bis zuletzt versucht der Arm des Gesetzes, ihn zur Raison zu bringen. Der Künstler zeigt gemeinhin keine Reue, versteht sein Tun als Geschenk an die Allgemeinheit. Das Credo, das sein Wirken durch die Jahrzehnte verbindet, spiegelt sein lakonischer Kommentar in einem NZZ-Interview zum frühzeitigen Abbruch seiner Arbeiten im Grossmünster: «Kunst lässt sich nicht mit staatlichem Massstab definieren, den Vogelflug misst man auch nicht mit dem Zollstock.» Die Frage, ob seine Skelette im Zürcher Stadtbild ein Danaergeschenk seien, bejaht er dabei vehement: «Die Kunst muss die Gesellschaft überlisten, mit Schönheit, mit harmlosen Überfällen und Überschreitungen, auch mit Diplomatie. Damit ist es immer auch ein Kampf, der stattfinden muss.»



Zum Harald-Naegeli-Portrait
von Urs Bühler



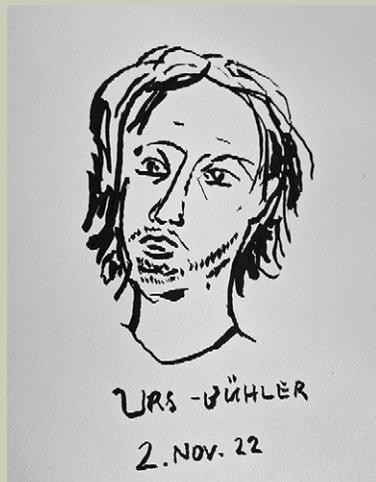
«Kunst lässt sich nicht mit staatlichem Massstab definieren, den Vogelflug misst man auch nicht mit dem Zollstock»: Harald Naegeli 2017 in seinem Atelier in Zürich. © 2023, ProLitteris, Zürich



25 Sekunden
braucht Harald
Naegeli, um ein
grossformatiges
Graffito zu sprayen

«NZZ am Sonntag»-
Redaktor Urs Bühler hat
den Künstler regelmässig
in seinem Atelier besucht.

Die «NZZ am Sonntag»-
Kunsausgabe nimmt Gestalt
an. Gleich zu Beginn der Zu-
sammenarbeit machte Naegeli
klar, dass seine Arbeit
die finstere Weltlage spiegeln
müsse: Entstanden ist ein
Totentanz von erschütternder
Aktualität.



Bei einem Besuch fertigt
Harald Naegeli spontan eine
Zeichnung von Urs Bühler an.

Im Teamwork zur Zeitung als Kunstwerk

Damit eine Kunstaussgabe wie die von Harald Naegeli gestaltete «NZZ am Sonntag» gelänge, brauche es Fingerspitzengefühl und eine gute Portion gegenseitigen Vertrauens, sagt Redaktor Urs Bühler im Interview.

Es ist eher ungewöhnlich, dass sich ein Sprayer dazu bereit erklärt, eine Zeitung zu gestalten. Was hat Harald Naegeli dazu bewogen, es doch zu versuchen?

Urs Bühler: Er ist ja nicht nur der Sprayer von Zürich, sondern seit Jahrzehnten interessiert an den vielfältigsten zeichnerischen Ausdrucksformen. Er sah hier wohl auch die Möglichkeit aufblitzen, noch einmal ungewohntes Terrain zu erobern und ein etwas anderes Publikum zu erreichen. Dass ein bürgerlich geprägtes Medienhaus, das seinem frühen Wirken sehr kritisch gegenübergestanden hatte, nun zu einer Kooperation lud, diente womöglich als zusätzlicher Reiz.

Du hast in den letzten zehn Jahren zahlreiche Artikel über Naegeli und sein Werk verfasst, warst schon oft in seinem Atelier zu Besuch. Wächst da ein Vertrauensverhältnis heran?

Gewiss, und ohne dieses wäre dieses Projekt kaum möglich geworden. Allerdings ist es stets auch ein Balanceakt, als Journalist eine gewisse Distanz zu wahren, wenn eine persönliche Nähe zum Gegenüber wächst. Aber

Naegeli ist ja zum Glück nicht Politiker, da wäre die Abgrenzung absolut entscheidend.

Was war für Dich die grösste Freude, welches die Hauptherausforderung in diesem Projekt?

Zunächst einmal empfand ich es als enorm motivierend, so eng mit Leuten verschiedener Abteilungen in unserem Haus zusammenzuarbeiten: Das war echtes Teamwork! Die grössten Freuden aber waren gleichzeitig die grössten Herausforderungen: Es galt, die künstlerische Freiheit und redaktionelle Ansprüche unter einen Hut zu bringen. Bis zum Schluss habe ich gebibbert, es könnte zu Unvereinbarkeiten kommen, zumal Naegeli ja dafür bekannt ist, gerne Grenzen zu überschreiten. Gleichzeitig war mir sehr wichtig, dass er hinter dem Ganzen stehen konnte und sich in der allerletzten Schaffensphase seines Lebens auf keinen Fall ausgenutzt fühlte.

Du hast Harald Naegeli die von ihm gestaltete Ausgabe am besagten Sonntagmorgen persönlich überbracht. Wie fiel sein Urteil aus?

Ich will nicht leugnen, dass mich in diesem Moment eine Nervosität befiel: Naegeli hatte mir und uns freie Hand gelassen beim Einbau seiner Werke ins Zeitungslayout, ich hatte ihm bis zuletzt keine einzige fertige Seite vorgelegt. Umso grösser war die Freude, als wir gemeinsam die ganze Ausgabe auf dem Frühstückstisch auslegten und er sich über weite Strecken sehr glücklich zeigte.

Über Humor, Hackebeil und Heimat: Kaya Yanar zu Gast



*377 Gäste berührt
und begeistert*



Der deutsch-türkische Komiker und dreifache Gewinner des Deutschen Comedypreises, Kaya Yanar, wurde einst mit der Fernsehserie «Was guckst du?!» berühmt. Heute macht er vieles anders – und füllt weiter die Säle. Auch mit Witzen oder seiner Bühnenshow «Der Reiz der Schweiz» über seine neue Heimat, die Schweiz, in die ihn vor einigen Jahren die Liebe führte. Bei der NZZ Live «Unplugged»-Veranstaltung im Dezember 2022 sprach der Comedian mit Peer Teuwsen, Leiter Kultur der «NZZ am Sonntag», über Humor und sein Schaffen.

Neben vielen unterhaltsamen Einlagen gab Yanar dem Publikum auch berührende Einblicke: Zur Frage, woher sein Humor komme, bekannte er, dass dieser auch durch seinen melancholisch veranlagten Vater geprägt wurde: «Ich wollte ihn immer zum Lachen bringen. Immer wenn mir das gelungen ist, war ich besonders stolz. Vielleicht war das unbewusst eine Schule», so der Comedian.



Zum NZZ-Live-
Programm

Als Kaya Yanar sein Vorbild Emil Steinberger traf

Auch Komikerlegende Emil Steinberger sass im Publikum. Ohne zu wissen, dass Emil anwesend war, bezeichnete Yanar ihn im Gespräch als sein persönliches Vorbild. Emil amüsierte sich während des Abends köstlich und schaute danach spontan zum Plausch hinter der Bühne bei Kaya Yanar vorbei.

«Das sind die besonderen Momente, wenn nach langer Planung der Abend endlich da ist und man spürt, dass man das Publikum gepackt und begeistert hat», so Silke Wolf, Programmleiterin von NZZ Live.

«Wir stehen vor einem Boom in den Kapitalinvestitionen»

Der Marktstrategie und Historiker Russell Napier warnt vor einer 15 bis 20 Jahre dauernden Phase mit strukturell erhöhter Inflation. Im Interview mit Mark Dittli, Chefredaktor von The Market, erklärt er, wie sich Anleger auf diese neue Welt vorbereiten sollten.

Herr Napier, im Sommer 2020 warnten Sie vor einer Rückkehr der Inflation. Derzeit erleben wir in Europa und in den USA die höchsten Inflationsraten seit 40 Jahren. Wie lautet Ihre Einschätzung heute?

Meine Prognose ist unverändert: Es handelt sich um eine strukturelle Entwicklung, nicht um eine konjunkturelle. Wir erleben einen grundlegenden Wandel in der Funktionsweise der meisten westlichen Volkswirtschaften. In den vergangenen vier Jahrzehnten haben wir uns an die Vorstellung gewöhnt, dass unsere Wirtschaft von freien Märkten gesteuert wird. Aber wir sind dabei, zu einem System überzugehen, in dem die Regierungen eine bedeutende Rolle in der Kapitalallokation übernehmen. In Frankreich würde man dieses System «dirigistisch» nennen. Das ist nichts Neues, denn es war das System, das von 1939 bis 1979 herrschte. Wir haben nur vergessen, wie es funktioniert, denn die meisten Ökonominnen und Ökonomen sind der Lehre der freien Märkte verpflichtet und haben keine Ahnung von Geschichte.

Was hat diesen Prozess ausgelöst?

Mein wichtigstes Argument ist, dass die Macht über die Kontrolle der Geldschöpfung von den Zentralbanken auf die Regierungen übergegangen

ist. Durch die Gewährung von Staatsgarantien für Bankkredite während der Covid-Krise haben die Regierungen die Kontrolle über die Geldschöpfung übernommen. Wann immer ich das sage, wird mir entgegnet, dass dies nur eine Notmassnahme war, um die Auswirkungen der Pandemie zu bekämpfen. Aber jetzt haben wir mit dem Krieg in der Ukraine und der Energiekrise einen weiteren Notfall.

*Mehr als 3 Mio.
Leseminuten*

Was, wenn die Zentralbanken nicht mitspielen und sich auf ihre Unabhängigkeit berufen?

Das könnten sie, aber dazu müssten sie sich mit ihrer eigenen Regierung anlegen. Das wird schwierig sein, denn die Politiker in der Regierung werden sagen, dass sie vom Volk legitimiert sind. Sie wurden gewählt, um die Energiepreise niedrig zu halten, den Klimawandel zu bekämpfen, die Verteidigung zu stärken und die Ungleichheit zu verringern. Arthur Burns, der Vorsitzende des Fed in



Russell Napier, Marktstrategie und Historiker.

den Siebzigerjahren, erklärte 1979 in einer Rede, warum er die Kontrolle über die Inflation verloren hatte. Die damalige US-Regierung sei gewählt worden, um den Krieg in Vietnam zu führen und die Ungleichheit durch Lyndon Johnsons «Great Society»-Programme zu verringern. Burns sagte, es sei nicht seine Aufgabe gewesen, den Krieg oder die Sozialprogramme zu beenden.

Was wird diese neue Welt für Anleger bedeuten?
Zuallererst: Vermeiden Sie Staatsanleihen. Investoren in Staatsanleihen werden langsam ausgeraubt. Im Bereich Aktien gibt es Sektoren, die sich sehr gut entwickeln werden. Die grossen Probleme der Gegenwart – Energie, Klimawandel, Verteidigung, Ungleichheit, Abhängigkeit von Produktion aus China – können durch massive Investitionen gelöst werden. Unternehmen, die auf eine Renaissance der Kapitalinvestitionen ausgerichtet sind, werden profitieren. Gold wird sich gut entwickeln, sobald die Leute erkennen, dass sich die Inflation auf höherem Niveau einpendelt.



Zum vollständigen Interview
auf themarket.ch

«Das Interview mit Russell Napier hat einen Nerv getroffen, die Resonanz ist überwältigend. Die englische Übersetzung geht seit ihrer Publikation im Oktober 2022 um die Welt – von Europa über Indien, Australien bis nach Amerika. Ein Ende ist nicht in Sicht. Für die Redaktion ein echter Überraschungserfolg mit dem wunderbaren Nebeneffekt, dass dadurch weitere, international bekannte Interviewpartner für The Market gewonnen werden konnten.»



Mark Dittli, Chefredaktor von The Market.

«Das Wichtigste ist der Dialog»

Keine Treibhausgasemissionen mehr ausweisen und auf «Net Zero» kommen – ohne Innovation ist dies unmöglich. Das erklärt Solomon Baumgartner am Sustainable Switzerland Forum. Bevor er 2022 zum Baustoffhersteller Sibelco stiess, war er 24 Jahre lang beim Zementkonzern Holcim tätig. Der Experte kennt die Auswirkungen von Zement und Beton auf die Umwelt, weiss aber auch, dass jeden Monat «ein neues New York» gebaut wird.

Herr Baumgartner, Sie reisten nach Madagaskar, um mehr über Biodiversität zu erfahren. Was hat das mit Zement zu tun?

Wenn man Minen betreibt, greift man gezwungenermassen in die Natur und in die örtliche Fauna und Flora ein. Damit diese Vielfalt nicht zerstört wird, braucht es eine Sensibilisierung im Bereich der Biodiversität. Für mich war das eine wichtige Erkenntnis bei meinem Madagaskar-Besuch. Dadurch haben wir uns intensiver mit der Thematik auseinandergesetzt, mit lokalen Spezialistinnen und Spezialisten zusammengearbeitet und Strategien entwickelt, um einen möglichst nachhaltigen Abbau zu garantieren.

Entwicklungsländer wie Madagaskar «überspringen» gerade Stufen der Industrialisierung. Welche Rolle spielt Europa, um eine nachhaltige Infrastruktur mitaufzubauen?

Auch wenn man heute grundsätzlich umweltschonender produzieren kann, darf man nicht

vergessen, dass gleichzeitig das weltweite Konsumbedürfnis steigt. Aktuell wird nicht zwingend in Europa gebaut, sondern eher in Entwicklungsländern. Natürlich wollen diese Länder auch einen gewissen Lebensstandard und eine fortschrittliche Infrastruktur haben. Es ist die Aufgabe europäischer Unternehmen zu schauen, wie wir diese Länder unterstützen können, damit sie ihre Träume so nachhaltig wie möglich verwirklichen können.

Über 1 200 Besucherinnen und Besucher an der Premiere des Sustainable Switzerland Forum

Sie beschrieben es als «arrogant», wenn man irgendwo hinkommt und sagt, wie andere Länder funktionieren sollen. Wie kann man also einen fairen Dialog herstellen?

Irgendwo mit Verboten ankommen und anderen sagen, was sie dürfen und was nicht, führt zu einer kräftigen Gegenreaktion. Meine Überzeugung ist, dass man nur gemeinsam weiterkommt, wenn man die gegenseitigen Bedürfnisse versteht.

Funktioniert das auch in der Realität?

Wenn ich nach Ägypten gehe und von der Klimaerwärmung erzähle, hole ich die Menschen dort nicht ab. In Ägypten übersteigt das Thermostat häufig die 45-Grad-Grenze. Jedoch kann ich die Menschen vor Ort erreichen, wenn ich mit ihnen über Wasser und vor allem dessen Knappheit spreche. Ganz im Stil von: Hey, Wasser wird immer knapper – lasst uns gemeinsam eine Lösung finden! Am besten eine nachhaltige und moderne!



Blick in eine grüne Zukunft: Solomon Baumgartner spricht am Sustainable Switzerland Forum.

«Nur wenn alle Anspruchsgruppen zusammenarbeiten, lassen sich Nachhaltigkeitsziele verwirklichen. Sustainable Switzerland will möglichst viele Menschen und Unternehmen erreichen, damit sie aktiv ihren Teil beitragen.»

Samuel Wille, Co-Lead Sustainable Switzerland

«Am Sustainable Switzerland Forum bringen wir Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Gesellschaft zusammen. Dies mit der Absicht, nachhaltige Entwicklung nicht nur zu diskutieren, sondern auch zu realisieren. Wir begrüßten Hunderte Gäste, die mit viel Pioniergeist die Wende zur enkeltauglichen Zukunft gestalten wollen.»

Corine Blesi, Geschäftsführerin NZZ Connect



Zum Portal von
Sustainable Switzerland



Warten auf den Publikumsliebbling: Redmaynes Fans stehen Schlange für ein Foto mit ihrem Star. © Thomas Lohnes für ZFF

«The Good Nurse» begeistert das Publikum am Zurich Film Festival

Charles ist ein Familienvater, der als scheinbar zuverlässiger Krankenpfleger seit 16 Jahren in mehreren Krankenhäusern in New Jersey und Pennsylvania arbeitet. Was niemand ahnt: Charles ist für den Tod von Hunderten von Patienten verantwortlich, die er mittels Überdosis ermordet hat. Als die mit ihm befreundete Krankenschwester Amy aufgrund der mysteriösen Todesfälle misstrauisch wird, riskiert sie ihr eigenes Leben, um die Wahrheit ans Licht zu bringen. Mit «The Good Nurse» legt der preisgekrönte dänische Regisseur und Drehbuchautor Tobias Lindholm sein englischsprachiges Spielfilmdebüt vor. Der True-Crime-Thriller über den gefährlichsten Serienmörder der Geschichte New Jerseys wartet mit einer Starbesetzung um die beiden Oscar-Preisträger Jessica Chastain und Eddie Redmayne auf.

*3 000 verkaufte Eintritte –
«The Good Nurse» zählt
zu den meistgeschauten
Filmen des 18. ZFF*

Für seine schauspielerische Leistung erhält Eddie Redmayne am ZFF das Goldene Auge. In seiner Dankesrede sagt er, es sei sehr emotional, in Zürich zu sein, weil das Festival vor 15 Jahren das erste gewesen sei, an das er je eingeladen wurde. Das ZFF habe ihn unterstützt, als er selber noch nicht an sein Können glaubte. Deshalb habe es einen speziellen Platz in seinem Herzen. Redmayne, der 1982 geboren und in London aufgewachsen ist, begann seine Karriere auf der Theaterbühne und wechselte später zum Film. Für seine Darstellung als Stephen Hawking in «The Theory of Everything» erhielt er 2015 einen Oscar.



Zum ZFF-Highlight-Video

2022	Regisseur	Genres
2 h 1 m	Tobias Lindholm	Biographie, Crime, Drama, Thriller
Buch	Drehbuch	
Charles Graeber	Krysty Wilson-Cairns	
Stars		
Eddie Redmayne, Jessica Chastain, Denise Pillott		

«Bei uns sieht man viele Filme, die ein halbes Jahr später bei den Oscars abräumen»

Christian Jungen hat 2020 die künstlerische Leitung des Zurich Film Festival übernommen. Nachdem seine ersten beiden Amtsjahre von Corona-Einschränkungen geprägt waren, feierte er mit seinem Team 2022 die bislang erfolgreichste Ausgabe, inklusive einiger Neuerungen.

Was waren für Dich die Highlights der Festivalausgabe 2022?

Christian Jungen: Wir hatten so viele Stars in Zürich wie noch nie in der Geschichte des Festivals. Und fast alle stellten ihre Filme als Welt- oder Europa-Premiere vor. Dies zeigt, dass das ZFF in Hollywood einen ausgezeichneten Ruf genießt. Das Highlight war für mich die Dankesrede von Eddie Redmayne für das Goldene Auge. Er erzählte, dass das ZFF 2007, als er noch in einem Pub kellnerte und nicht sicher war, ob er den Durchbruch als Schauspieler schaffen würde, das erste Festival überhaupt gewesen sei, das ihn eingeladen hatte. 15 Jahre später kehrte er als Oscar-Preisträger mit dem Thriller «The Good Nurse» zurück und gab eine Liebeserklärung an Zürich ab. Er sagte, man spüre, dass bei uns das Kino und die Kultur im Allgemeinen einen hohen Stellenwert geniessen würden.

Mit welchen Neuerungen habt Ihr das Publikum überrascht?

Wir haben erstmals die ganzen elf Festival-tage lang das Kongresshaus bespielt. Der Kongresssaal bietet über 1000 Zuschauern Platz und half mit, dass wir mit 137 000 Besucherinnen und Besuchern einen neuen Publikumsrekord aufstellen konnten. Wir sind unter den kulturellen Leuchttürmen der Stadt Zürich jener mit der zweitgrössten Publikumszahl – nur das Kunsthaus erreicht mehr Menschen. Inhaltlich war die Einführung der Sektion «Sounds» mit Musikfilmen eine wichtige Neuerung. Musikfilme boomen und wir möchten dem Publikum fortan die besten des Genres zeigen.



Das 18. Zurich Film Festival konnte mit 137 000 Besucherinnen und Besuchern einen Zuschauerrekord verzeichnen.

Das Festival hat erneut einen Zuschauerrekord verzeichnet. Wie wollt Ihr diesen Erfolg mit der nächsten Ausgabe übertreffen? Indem wir weiterhin die qualitativ herausragenden Autorenfilme einladen. Der Blick des ZFF ist nach vorne gerichtet: Bei uns sieht man schon im Herbst viele jener Filme, die ein halbes Jahr später bei den Oscars abräumen. Und wichtig ist uns, dass die Werke von den Filmemachern und Stars persönlich vorgestellt werden. Ihre Präsenz ist der «Added Value» gegenüber einem normalen Kinobesuch unter dem Jahr.



Dr. Christian Jungen,
Künstlerische Leitung
Zurich Film Festival.
Foto © Gabriel Hill für ZFF

Top-10-Designprodukte 2022

Designobjekte verändern nicht nur Räume, sie prägen auch die Interaktionen zwischen Mensch und Umwelt. Im letzten Jahr erhielt das international führende Online-Magazin Designboom von Tausenden von Leserinnen und Lesern weltweit Einsendungen zu faszinierenden Designobjekten. Die Bandbreite reicht von skurrilen Lichtinstallationen, die ein Zuhause lebendig machen, bis hin zu Gegenständen im öffentlichen Raum, die zum Nachdenken anregen. Die Pendelleuchten von Nanako Kume sind Teil der Top-10-Designgeschichten.

Die japanische Designerin Nanako Kume präsentiert Hängelampen, die aus riesigen Holzspänen bestehen. Inspiriert von den Holzresten, die beim Spitzen von Buntstiften zurückbleiben, kreiert sie jeden der übergrossen Holzspäne mithilfe einer Maschine, die wie ein riesiger Spitzer funktioniert. Zum Konzept ihres Projekts schreibt Kume: «Seit meiner Kindheit bin ich fasziniert von der Form und Flüchtigkeit der Späne, die beim Anspitzen von Bleistiften entstehen. Ich dachte, wenn man die Grösse und Dicke der Späne vergrössert, könnte man etwas Neues, Funktionales schaffen und gleichzeitig die Schönheit der Form erhalten.»

In einem ersten Schritt wird der Holzblock mit Dampf eingeweicht. So wird er biegsam und lässt sich leicht in dünnen, aber stabilen Schichten abtragen. «Dadurch ist das frisch bearbeitete Holz flexibel und kann beim Trocknen geformt werden», erklärt Kume und fügt an: «Wichtiger als das Aufweichen des Holzes ist jedoch die Einstellung des Winkels und der Position des Schleifmessers, um eine gute Form zu erzielen.»

*Über 21 Mio. Follower
für DAAily platforms
auf Social Media*



Zu den Top-10-
Designprodukten

Die Details jedes Lampenschirms variieren je nach Art, Farbe und Form des verwendeten Holzes – ebenso wie die Farbe, die Kume jedem Entwurf hinzufügt und die an Buntstifte erinnert. Auch das Anspitzen trägt zur einzigartigen Form der Pendelleuchten bei.



Der riesige Spitzer wurde speziell für die Lampenerstellung entwickelt.



Wie bei einem Bleistiftspitzer wird das Holz aus dem Spitzer herausgeschabt.



Durch das Anspitzen des Holzes entsteht ein übergrosser Span.



Dampf macht das Holz biegsam. Beim Trocknen wird es geformt.



Kume fasziniert die Form und Flüchtigkeit der Späne, die beim Anspitzen entsteht.



Jede Lampe hat ihre ganz individuelle Form.

Die Macht der Community

Stephan Bachmann ist CEO von DAAily platforms. Unter seiner Leitung übernahm Architonic die Architekturplattform ArchDaily sowie das Online-Magazin Designboom. Vereint bilden die drei Plattformen DAAily platforms: das weltweit grösste Netzwerk für Architektur und Design mit über 21 Millionen Follower in den sozialen Netzwerken.

Ein Blick ins Online-Magazin Designboom zeigt: Hier treffen die kreativsten Köpfe der Welt zusammen. In welcher Form profitiert DAAily platforms von dem Wissen und den geteilten Inhalten?

Stephan Bachmann: Unsere Plattformen sind international marktführend und geniessen dank der selektiven Auswahl ihrer Inhalte eine hohe Glaubwürdigkeit in der Branche. designboom.com, architonic.com und archdaily.com decken dabei jeweils spezifische Interessen zu News-, Produkt- und Projekthinhalten ab. Zusammen können wir die Wirksamkeit von Geschichten aus der Design- und Architekturwelt verstärken, die Sichtbarkeit vervielfachen und spannende Geschäftsmöglichkeiten für unsere Kundinnen und Kunden schaffen.

Vereint bilden Architonic, ArchDaily und Designboom die weltweit grösste Architektur- und Designcommunity. Welche Herausforderungen und Chancen bringt diese Globalität mit sich?

Die Inhalte und Serviceangebote unserer drei Plattformen greifen sehr gut ineinander und garantieren, dass unsere Kundinnen und Partner ihre Produkte und Services in jedem für sie wichtigen Markt sichtbar machen und anbieten können. Im Umkehrschluss kann es passieren, dass durch den Fokus auf das internationale Marktumfeld die Bedürfnisse kleinerer Zielgruppen in lokalen Märkten nicht genügend berücksichtigt werden. Wir wollen unsere Kunden künftig noch besser dabei unterstützen, lokale Bedürfnisse zu verstehen und mit einem passenden Angebot anzusprechen.

Worauf bist Du besonders stolz?

Durch die Zusammenführung von Designboom, Architonic und ArchDaily zu DAAily platforms konnten wir das grösste Netzwerk für Architektur und Design schaffen. Unsere Plattform unterstützt unsere Kundinnen und Kunden – Hersteller, Fachhändler und Architekten – dabei, die passenden Entscheidungen für ihre Projekte zu treffen. Wir verbinden und inspirieren. Weltweit, Tag für Tag. Ohne ein grossartiges und optimal funktionierendes Team wäre dies nicht möglich. Zu wissen, dass wir so ein Team haben, erfüllt mich mit Stolz.

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



360°-Plattformen

NZZ Live
Swiss Economic Forum
Real Estate Days
Swiss Innovation Forum
FutureHealth Basel
Impact Finance Forum
NZZ CEO Dinner
Sustainable Switzerland
Zurich Film Festival



TV

NZZ Format
NZZ Standpunkte
Tele 1
TVO



Informationsdienste

DAAily platforms
 Designboom
 Architonic
 ArchDaily
Moneyhouse



Zusatzgeschäfte

NZZ Shop
NZZ Edition
NZZ Reisen
NZZ am Bellevue

Adressen

AG für die Neue Zürcher Zeitung

Falkenstrasse 11
CH-8021 Zürich
Telefon +41 44 258 11 11
unternehmen.nzz.ch

Neue Zürcher Zeitung AG

Falkenstrasse 11
CH-8021 Zürich
Telefon +41 44 258 11 11
nzz.ch

Impressum

Projektkoordination und Redaktion

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

Konzept und Gestaltung

Keim Identity GmbH,
keimidentity.ch

Fotografie

Christoph Ruckstuhl/NZZ © 2023, ProLitteris, Zürich
Courtney Forbes für ZFF
Getty Images
Joël Hunn
José Salto FELICES Agency
Nanako Kume
NZZ Connect
NZZ Interne Kreation
Pascal Triponez/CH Media
Pepina Stähli
Selina Meier
Thomas Lohnes für ZFF
Tim Hughes für ZFF
Valentina Senn

Produktion

Management Digital Data AG, Zürich,
mdd.ch

Druck

Multicolor Print AG, Baar,
multicolorprint.ch

Papier

Nautilus® SuperWhite



