

LO

FM

OR

2

Geschäftsbericht

Zürcher Oberland Medien AG

Hier können Sie den Geschäftsbericht bestellen
Zürcher Oberland Medien AG, Aktionariat
Rapperswilerstrasse 1, Postfach, 8620 Wetzikon
Telefon 044 933 32 17, Fax 044 933 32 18
aktionariat@zol.ch

Download unter
www.zo-medien.ch/finanzdaten/generalversammlungen

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	2
Finanzielle Eckdaten	3
Organe	4
Operative Berichterstattung	
Medienlandschaft Schweiz	5
Geschäftsfelder im Überblick	8
Ausblick	11
Handelsrechtlicher Einzelabschluss	
Bilanz/Geldfluss	14
Umsatz/Aufwand/Ergebnis	15
Bilanz	16
Erfolgsrechnung	17
Anhang zur Jahresrechnung	18
Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinns	20
Bericht der Revisionsstelle an die Generalversammlung	21
Jahresabschluss nach Swiss GAAP FER	
Bilanz	22
Erfolgsrechnung	23
Geldflussrechnung	24
Eigenkapitalnachweis	25
Anhang zur Jahresrechnung	26
Erläuterungen zur Jahresrechnung	28
Bericht des Wirtschaftsprüfers an die Generalversammlung	35
Informationen für Investoren	36

Sehr geehrte Aktionärin, sehr geehrter Aktionär

Die Zürcher Oberland Medien AG weist zum ersten Mal seit 2001 wieder einen Gesamtumsatz von über 30 Millionen Franken aus. Die Erlöse liegen mit 30,7 Mio. Franken 8,5 Prozent oder 2,4 Mio. Franken über Vorjahr und 4,3 Prozent hinter der ambitionierten Budgetplanung. Der Umsatzzuwachs steht unter anderem auch im Zusammenhang mit dem Kauf des Gratisanzeigers «Winterthurer Stadtanzeiger».

Die betrieblichen Aufwendungen haben akquisitionsbedingt überdurchschnittlich, um 8,1 Prozent, zugenommen. Unter dem Strich verbleibt ein um 22,2 Prozent höherer Betriebsgewinn (EBIT) von 2,18 Mio. Franken, was einer Marge von 7,1 Prozent entspricht.

Die im Berichtsjahr erfolgte vollumfängliche Abschreibung des Goodwills des Verlagsobjektes «Winterthurer Stadtanzeiger» belastet das Jahresergebnis.

Dieses beträgt 554 000 Franken und liegt 1,69 Mio. Franken unter Vorjahr. Der vollumfängliche Goodwill-Abschreiber von 1,5 Mio. Franken folgt dem Prinzip der Stetigkeit. Bereits im Vorjahr wurde der «Glattaler» mit 3,35 Mio. Franken einmalig vollumfänglich abgeschrieben

Das gute Betriebsergebnis (EBIT) darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass das Verlagswesen die laufenden Neuerungen der digitalen Entwicklungen adaptieren und sich dem neuen Nutzungsverhalten anpassen muss. Das zeigt sich bei den Tageszeitungen «Zürcher Oberländer» und «Anzeiger von Uster» daran, dass die Anzahl Printabonnenten weiterhin am Sinken ist. Das Abonnieren der elektronischen Ausgabe (E-Paper) hingegen hat innert Jahresfrist um knapp 50 Prozent zugenommen. In diesem Geschäftsbericht gehen wir im Kapitel «Ausblick» ausführlich auf den aktuellen Stand der Entwicklung der digitalen Zukunft ein.

Zürcher Oberland Medien

Naheliegend.

Zürcher Oberländer

So naheliegend.

Anzeiger von Uster

So naheliegend.

regio

Nah sein, da sein.

volketswiler

Nah sein, da sein.

glattaler

Nah sein, da sein.

winterthurer

stadtanzeiger

Nah sein, da sein.



Finanzielle Eckdaten Handelsrechtlicher Einzelabschluss

	2015	2014	Veränderung	
	TCHF	TCHF	TCHF	%
Erlöse aus Lieferungen und Leistungen	30 673	28 278	+2 395	+8,5
Betriebliche Aufwendungen	28 065	25 972	+2 093	+8,1
Betriebsergebnis (EBITDA)	2 608	2 306	+302	+13,1
– in Prozent der Erlöse	8,5	8,2		
Abschreibungen	432	525	–93	–17,7
Betriebsergebnis (EBIT)	2 176	1 781	+395	+22,2
– in Prozent der Erlöse	7,1	6,3		
Ergebnis vor Steuern	821	3 115	–2 294	–73,6
Steuern	267	876	–609	–69,5
Jahresgewinn	554	2 239	–1 685	–75,3
Personal (Anzahl Vollzeitstellen)	106	100		
Pro-Kopf-Umsatz (in 1000 Franken)	289	283	+6	+2,1

Das Geschäftsjahr 2016 steht nach den Veränderungen in der Geschäftsleitung im Zeichen von Neuerungen: neues CI/CD, Einführung Paywall und Lancierung der Onlinemarke «züriost.ch». Nach gut 16 Jahren wird das Erscheinungsbild der Zürcher Oberland Medien AG und ihrer Produkte modernisiert und homogenisiert. Durch den Zukauf von neuen Titeln und deren Markenlogos wird eine einheitliche, moderne und sympathische Markenwelt geschaffen.

Im Zentrum dieser neuen Marken steht das neue Onlineportal «züriost.ch». Dieses deckt inhaltlich die drei bisherigen Bezirke im Zürcher Oberland (Uster, Pfäffikon, Hinwil) ab und, analog zum Printgebiet des «Winterthurer Stadtanzeigers», die Bezirke Winterthur und Andelfingen. Herzstück dieser neuen News- und Serviceplattform ist die Paywall.

Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung, aufgrund des guten Geschäftsergebnisses für das

Geschäftsjahr 2015 eine Dividende von 65 Franken pro Aktie auszuzahlen.

Im Namen des Verwaltungsrates und der Geschäftsleitung der Zürcher Oberland Medien AG danken wir allen Mitarbeitenden für ihr grosses Engagement. Sie tragen gemeinsam mit unseren Kunden und Geschäftspartnern wesentlich zum Unternehmenserfolg bei.

Den Aktionärinnen und Aktionären danken wir für das Vertrauen in die Zürcher Oberland Medien AG.

Dr. Lukas Briner
Verwaltungsratspräsident

Dani Sigel
CEO

Organe

Verwaltungsrat



Dr. Lukas Briner
Präsident



Jürg Kägi
Vizepräsident



Silvia Marti
Mitglied



René Biber
Mitglied



Ueli Eckstein
Mitglied



Marcel Tappeiner
Mitglied



Dr. Karin Lenzlinger
Mitglied

Geschäftsleitung



Dani Sigel
CEO



Christian Brändli
Leiter Publizistik
Chefredaktor

Verwaltungsrat

		im Amt seit	gewählt bis
Präsident	Dr. Lukas Briner, Wermatswil	1992	2016
Vizepräsident	Jürg Kägi, Wetzikon	2002	2016
Mitglieder	Silvia Marti, Wetzikon	2002	2016
	René Biber, Uster	2006	2016
	Ueli Eckstein, Uster	2013	2017
	Marcel Tappeiner, Zürich	2014	2016
	Dr. Karin Lenzlinger, Wermatswil	2015	2017

Geschäftsleitung

CEO	Dani Sigel
Chefredaktion	Christian Brändli
Leitung Verlage	Konrad Müller (bis Dezember 2015)
Leitung Technik/IT	Hubert Böhringer (bis Dezember 2015)

Revisionsstelle

KPMG AG, Zürich

Redaktionen Tageszeitungen/Online/Wochenzeitungen

Chefredaktor	Christian Brändli
Chefredaktor Stv.	Michael von Ledebur
Leiter Blattmacher	Martin Mächler
Leiter Support	Christian Brüttsch

Desk-Leitungen

Desk Hinwil	Michael von Ledebur
Desk Pfäffikon	Isabel Heusser
Desk Uster	Raphael Brunner
Desk Glattal	Martin Liebrich
Desk Sport	Florian Bolli
Multimediasdesk	Kerstin Dietrich
Desk Winterthur	Lucia Eppmann

Abteilungs-/Ressortleitungen Verlag

Leiter Verkauf und Marketing	Patrick Greuter (seit Januar 2016)
Anzeigenverkauf Tageszeitungen	Thomas Baumann
Anzeigenverkauf Wochenzeitungen	Andreas Wittausch
Vermarktung Online	Patrick Greuter (seit Januar 2016)
Anzeigen-Innendienst	Sandra Meili
Abonnements	Susanna Limata
Technik	Andreas Steiner
	Max Büeler
Personal/Aktionariat	Elsbeth Hürlimann

Medienlandschaft Schweiz

Im Jahr 2014 betragen die Einnahmen aus den Märkten Presse, Bücher, Kino, Radio, TV, Consumer Electronics und IT/Telecom in der Schweiz rund 13,6 Milliarden Franken. Das sind 0,9 Prozent weniger als im Vorjahr. Gut drei Viertel des Geldes kommt von den Nutzerinnen und Nutzern für Medien, der Rest stammt von Werbung, wie die Studie Medienbudget 2014 des Verbandes Schweizer Medien aufzeigt.

Das Medienbudget aller Privatpersonen zusammen betrug 2014 rund 10,2 Milliarden Franken, das sind 2,1 Prozent weniger pro Haushalt als im Vorjahr. Dabei kommt fast die Hälfte des Medienbudgets redaktionellen Inhalten zugute.

Print ist beim Inhalt weiterhin führend

Radio und Fernsehen sowie IT und Telecom machen gemäss der Studie die grössten Ausgabeposten im Schweizer Medienbudget aus, denn bei diesen beiden Bereichen fallen hohe Kosten für Zugangswege und Hardware an. Mit je über eine Milliarde Einnahmen folgen Presse und Consumer Electronics.

Betrachtet man nur die Ausgaben der Schweizer Bevölkerung für Medieninhalte wie Abonnemente, Empfangs-

gebühren und Downloads, so ist die Presse weiterhin führend mit fast einem Drittel Anteil. An zweiter Stelle holen Radio und Fernsehen mit knapp 30 Prozent auf.

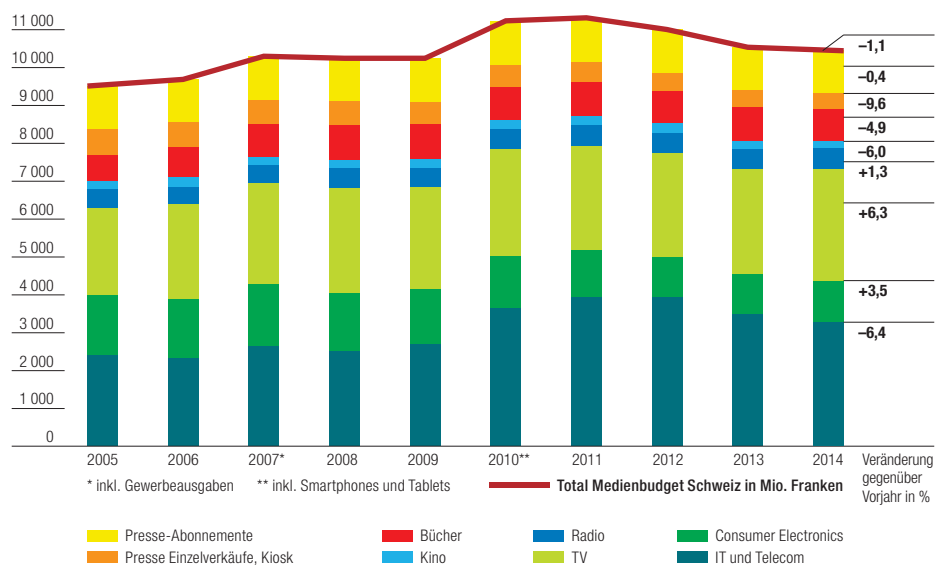
Weiterhin intensive Printnutzung

Unternehmen investierten 2014 insgesamt 3,2 Milliarden Franken an Werbegeldern bei Medien, das sind 24 Prozent der Medien-Gesamteinnahmen. Tendenziell stiegen die Einnahmen bei den elektronischen Medien, während die Presse weitere Einbussen verzeichnen musste. Die Presse ist als einziges Medium stark von Werbeeinnahmen abhängig. Nach jahrelanger Dominanz der Werbeeinnahmen halten sich bei der Presse 2014 die Einnahmen aus Werbung und Abonnementseinnahmen nun die Waage. Die Ausgaben für Internetwerbung stiegen am stärksten und nähern sich jetzt den Einnahmen von Fernsehen/Teletext.

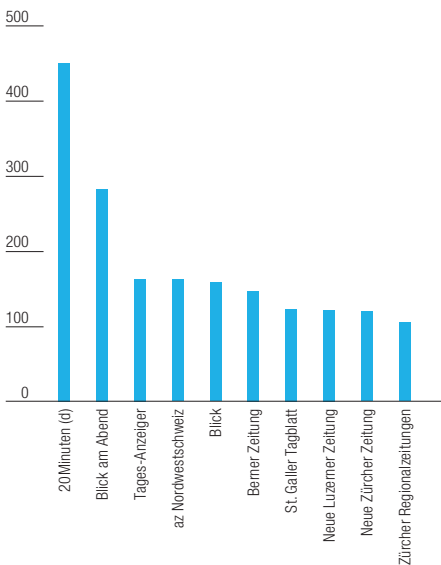
Allein über Printmedien lässt sich gemäss der Studie nach wie vor praktisch die ganze Schweizer Bevölkerung erreichen. Die höchsten Reichweiten erzielen hier die verkaufte und gratis angebotene Tagespresse, die Sonntagspresse sowie die Presse von Grossverteilern/Konsumthemen.

Das Medienbudget Schweiz 2005 bis 2014 – langfristig wachsend und stabil

in Mio. Franken



Die auflagenstärksten Tageszeitungen 2015
Auflage in 1000 Ex.



Hauptumsatz mit Abos

Für Printprodukte gaben die Schweizerinnen und Schweizer 2014 rund 1,5 Milliarden Franken aus. Davon entfielen drei Viertel auf Print-Abonnemente und rund ein Viertel auf Käufe am Kiosk. Die Ausgaben für Presse-Abonnemente inklusive Replicas – also digitale Publikationsformen – betragen wie im Vorjahr insgesamt rund 1,1 Milliarden Franken, an den Kiosken sanken die Verkäufe auf 414 Millionen.

Die Schweizerinnen und Schweizer lesen nach wie vor gerne gedruckte Medien. Die Gesamtzahl der Abonnemente ist mit über 6 Millionen Exemplaren hoch, jedoch leicht sinkend. Nur die Spezialpresse konnte 2014 ihre Anzahl Abonnemente steigern. Jeder Schweizer Haushalt abonnierte im Durchschnitt 1,7 Printtitel. Die Berechnungen stützen sich auf die von der AG für Werbemedienforschung (WEMF) erhobene und von Medienbudget ausgewertete Auflagenstatistik.

Mehr Leser im Online als im Print

Wie die von der WEMF (Print) und der Net-Matrix AG (Digital) erhobene Zahlen zeigen, beläuft sich aktuell die durchschnittliche tägliche Auflage der Deutschschweizer Tageszeitungen inklusive Sonntagszeitungen und Gratispresse auf 2 454 024 Exemplare. Diese Zeitungen werden von 3,406 Mio. Personen ab 14 Jahren gelesen.

Insgesamt besuchen 6,389 Mio. Unique User (ohne SRG und Bluewin) täglich publizistische, redaktionelle Internetseiten. Klare Anführer der Unique User pro Tag der zehn grössten publizistischen redaktionellen Internetseiten (ohne SRG und Bluewin) der Deutschschweiz sind 20min.ch, Blick Online und tagesanzeiger.ch.

Entwicklung Anzahl Zeitungstitel und Auflagen

Jahr	Anzahl Titel	Ø Auflage*	Gesamtauflage**
2015	104	2 178 702	3 688 476
2014	100	2 259 820	3 843 649
2013	102	2 397 118	4 247 714
2012	107	2 641 856	4 499 897
2011	103	2 635 046	4 319 125
2010	103	2 747 605	4 465 308
2009	112	3 079 765	4 966 169
2008	116	3 246 061	5 130 457
2007	111	3 169 723	4 872 381
2006	98	2 554 601	4 018 723
2005	100	2 315 579	3 673 031

* Durchschnittliche Auflage = publizierte durchschnittliche Auflage pro Ausgabe x Anzahl Ausgaben pro Jahr : 365 Tage

** Gesamtauflage = publizierte durchschnittliche Auflage pro Ausgabe

Ab 2015 wurden bezüglich Titelstatistik neue Erhebungsmethoden angewandt, deshalb sind die Werte nicht mit den Vorjahren vergleichbar. In der Statistik erfasst werden die Tagespresse, die Wochenpresse sowie die Sonntagspresse. Gezählt wird das Total der Einzeltitel (Zeitungen ohne regionale Ausgaben) und Regionaltitel (Kopfblätter/ Splitausgaben von Gesamtausgaben) ohne Grossauflagen per 31.12.2015.

Replicas legen stark zu

Die WEMF-Erhebung zeigt, dass die Schweizer Zeitungen demnach 2015 weiter kräftig an Auflage verloren haben. Zugelegt haben hingegen die meisten Zeitungen bei den digitalen Formen ihrer Publikationen, den Replicas oder E-Papers. Zu den prozentual gesehen Gewinnern gehört insbesondere der «Tages-Anzeiger» mit einer Zuwachsrate von über 100 Prozent. Auch der «Zürcher Oberländer» kann auf eine Rate von mehr als 60 Prozent verweisen. In absoluten Zahlen sind die Zunahmen

jedoch noch gering und vermögen die Verluste im Print nicht aufzuwiegen.

2014 wurden fast 50 000 Replica-Abonnemente verkauft. Schweizweit meldeten 85 Titel Auflagen zu Replicas, vor allem Titel der Tages-, regionalen Wochen- und Sonntagspresse. Die höchsten Umsätze mit Replicas erzielten die «NZZ», die «NZZ am Sonntag», «Le Temps» und der «Tages-Anzeiger».

Die intermediale Reichweitenstudie Total Audience der WEMF AG für Werbemedienforschung erlaubt die Analyse von kombinierten Reichweiten der gedruckten Ausgabe und des jeweils entsprechenden Webangebots (stationäre und mobile Websites sowie Apps) einer Medienmarke. Ein direkter Vergleich von printbasierten Medienmarken zeigt, dass die Einbussen im Print-Lesermarkt in der Regel mit den ergänzenden Onlineangeboten kompensiert und die Markenreichweiten somit gehalten werden können.

Während zwei Drittel ausschliesslich die Printversion lesen, nutzen zusätzlich fast ein Viertel ausschliesslich die Online- oder Mobileversion und knapp 10 Prozent beide Publikationsformen gleichzeitig (Basis: Netto-Reichweite).

Print Mobile legt zu

Visits von mobilen Geräten machen aktuell 60 Prozent der Nutzung auf Schweizer Webangeboten aus. Printbasierte Verlage haben ihr Angebot kräftig ausgebaut und den technischen Anforderungen der mobilen Nutzer angepasst.

Generell zeigt sich, dass Mobile Sites zwar eine höhere Anzahl Besucher bringen, die Nutzung der Site aber deutlich tiefer liegt als diejenige der App-Nutzer. Die Marke «Blick» erreichte im Februar 2015 pro Unique Client die höchsten Nutzungswerte: 10 Visits und 157 Page Impressions beim Angebot «Blick Online | Mobile-Site» und 40 Visits und 684 Page Impressions

beim Angebot «Blick News | App (Apple iOS, Phone)».

Welchen grossen Einfluss grosse Ereignisse auf die Mediennutzung haben, zeigte sich Anfang 2015 exemplarisch mit den zwei dominierenden Themen, dem Anschlag auf Charlie Hebdo und dem Entscheid der SNB zur Aufhebung des Euro-Mindestkurses. Insgesamt wurden im Januar 2015 für alle an der Studie NET-Matrix-Audit teilnehmenden Websites rund 4,7 Mrd. Page Impressions verzeichnet, das sind rund 700 Mio. mehr als im Vormonat. Die intensive Berichterstattung führte zu Nutzungsspitzen, welche über den Monat hinweg in einigen Fällen zu einer Verdoppelung oder Verdreifachung der Page Impressions führten. Wie in der Studie Medienbudget festgehalten wird, gilt: «Wir schauen durchschnittlich bis zu 85-mal pro Tag auf unsere Handys und Tablets.»

Mehr Surfen, genug Hardware

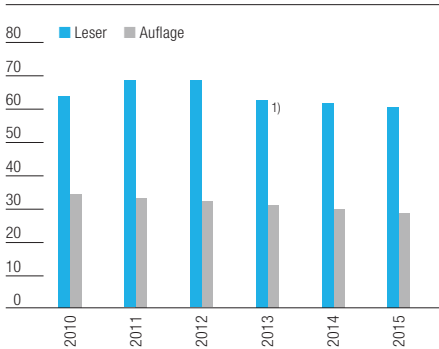
Die Zahl der Internet-Nutzer stieg 2014 gegenüber dem Vorjahr nochmals an:

Fast sechs Millionen Surferinnen und Surfer nutzten 2014 einen Desktop und fast vier Millionen einen Small Screen Device. Schweizer Webangebote verzeichneten 2014 erstmals eine höhere Anzahl Zugriffe über mobile Geräte als über stationäre PCs.

Bei Tablets wurden mehr Umsätze mit Abonnements und Apps registriert. Verantwortlich dafür dürften gemäss den Medienbudget-Autoren vor allem das wachsende Interesse an Abonnements für Zeitungen, Streamingdienste, TV und Video sein sowie Ausgaben für Software und Speicher von Cloud-Anwendungen oder Downloads von E-Books. Dennoch werden Tablets weit weniger intensiv genutzt als Smartphones. Auch bei den Smartphones stiegen die Umsätze mit Abonnements und Apps, vor allem für Zeitungsabonnements und Streamingdienste.

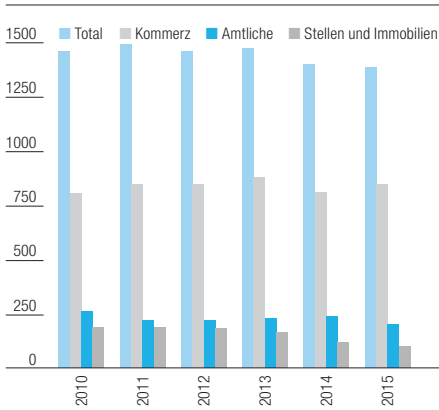
Geschäftsfelder im Überblick

Leser/Auflage ZO/AvU
in 1000

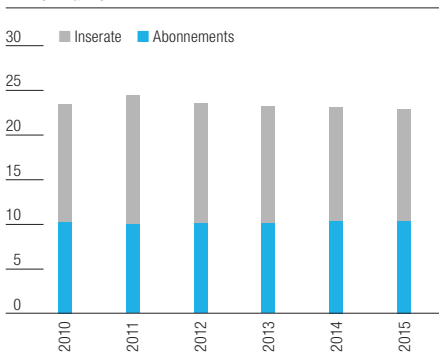


¹⁾ 2013: Direkter Vergleich mit Vorjahr wegen Systemwechsel in der Erhebungsmethode erschwert.

Inserate ZO/AvU-Lokalmarkt
Anzahl Seiten



Erlöse ZO/AvU
in Mio. Franken



Tageszeitungen

Der «Zürcher Oberländer» (ZO) und sein Kopfblatt «Anzeiger von Uster» (AvU) sind traditionelle Tageszeitungen, die sechsmal wöchentlich in den Bezirken Hinwil, Pfäffikon sowie in Uster erscheinen. Von Montag bis Samstag berichten diese Blätter aus erster Hand über das aktuelle Geschehen in der Region und der übrigen Welt.

Die Zeitungen erreichen mit der abonnierten Normalauflage von 28 349 Exemplaren täglich 62 000 Leserinnen und Leser. Während die Auflage innert Jahresfrist um 1110 Exemplare beziehungsweise 3,7 Prozent abnahm, blieb die Leserschaft praktisch unverändert. Im Zeitraum 2010 bis 2015 sank die Auflage um mehr als 5000 Exemplare beziehungsweise 15,0 Prozent, während die Leserschaft im gleichen Zeitraum lediglich um 11,0 Prozent zurückging.

Die entsprechenden Zahlen für die Grossauflage, welche einmal wöchentlich in alle Haushaltungen des Stammgebiets verteilt wird, bleiben im Vergleich zum Vorjahr stabil und betragen heute 98 255 Exemplare beziehungsweise 123 000 Leserinnen und Leser. Das sind 3000 beziehungsweise 1,3 Prozent weniger als 2010.

Die Auflagenerosion konnte mit einem um 4,8 Prozent erhöhten Abonnementspreis frankenmässig aufgefangen werden, sodass die Erlöse aus dem Abo-Verkauf mit 10,1 Millionen Franken auf dem Vorjahresniveau blieben.

Die Erlöse aus dem ZO/AvU-Inseratenverkauf erreichten 12,7 Millionen Franken und haben im Vergleich zum Vorjahr lediglich um 55 000 Franken beziehungsweise um 0,4 Prozent abgenommen. Kalenderbedingt wurde im Berichtsjahr eine Ausgabe mehr herausgegeben als 2014. Positiv entwickelte sich die Rubrik «Wahlen» (+113 000 Franken). Die grösste Einbusse erlitten die Stellenanzeigen (-339 000 Franken). Die Rubrik «Kommerz», welche mit 7,7 Millionen Franken Umsatz den grössten Anteil, nämlich 59,8 Prozent, zum

Inseratengeschäft beisteuerte, verzeichnete im Berichtsjahr ebenfalls eine erfreuliche Zunahme (+464 000 Franken, +6,4 Prozent).

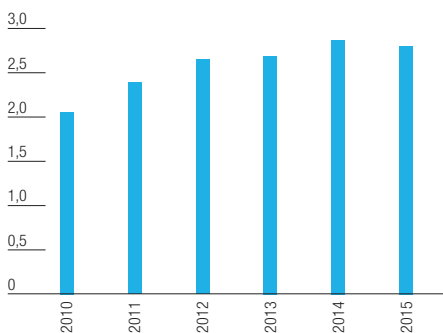
Der Anteil der Anzeigenerlöse am Gesamtumsatz der Tageszeitungen hat sich praktisch nicht verändert und beträgt weiterhin 55 Prozent, währenddem die Abonnemeinnahmen 45 Prozent ausmachen. Das Profitcenter Tageszeitungen ZO/AvU erwirtschaftete im Berichtsjahr einen Deckungsbeitrag von 1,64 Millionen Franken.

Wochenzeitung «regio.ch»

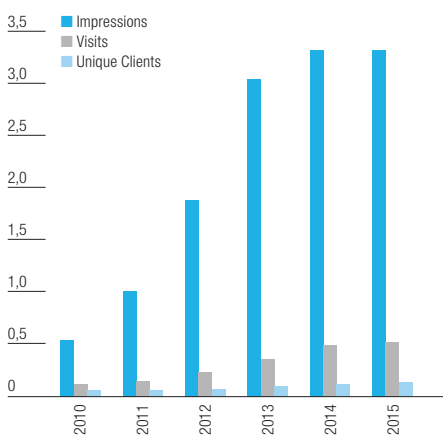
Die Wochenzeitung «regio.ch» wird in fünf verschiedenen Splitausgaben jeden Donnerstag gratis in alle Haushaltungen der Bezirke Hinwil, Pfäffikon und Uster (ohne Region Glattal) verteilt. Diese Zeitung ist als Ergänzungsprodukt zu den Tageszeitungen «Zürcher Oberländer» und «Anzeiger von Uster» konzipiert. Jede der fünf Regionalausgaben deckt ein Gebiet mit mehreren Gemeinden ab, die geografisch, politisch, verkehrsmässig und wirtschaftlich eng miteinander in Verbindung stehen. Der redaktionelle Schwerpunkt liegt auf der lokalen Berichterstattung. Mit einer Auflage von 86 000 Exemplaren erreicht «regio.ch» wöchentlich 84 000 (Vorjahr: 78 000) Leserinnen und Leser. Damit konnte die Reichweite zum vierten Mal hintereinander gesteigert werden. Seit 2012 beträgt die Zunahme 15 000 Leser beziehungsweise 21,7 Prozent.

Die Entwicklung der Inseratenerlöse der Wochenzeitung «regio.ch» hat sich seit der Markteinführung im Jahr 2009 positiv entwickelt. Die jährliche Umsatzzunahme betrug bisher im Durchschnitt 5 Prozent. Im Berichtsjahr – dem siebten Jahr des Erscheinens des Titels – resultierte ein Gesamterlös von 2,838 Millionen Franken, was im Vergleich zu 2014 einer leichten Abnahme von 2,4 Prozent entspricht. So fehlten im Vergleich zum Vorjahr bei den kommerziellen Anzeigen 50 000 Franken und bei den Beilagen 18 000 Franken.

Inseratenumsatz regio.ch
in Mio. Franken



Entwicklung Benutzerzahlen ZO-Online
Durchschnittliche Monatswerte in Mio.



Der Inseratenumsatz der Wochenzeitung «regio.ch» macht 14,7 Prozent der Inseratenerlöse in der Erfolgsrechnung der ZO Medien aus. Der Deckungsbeitrag des Profitcenters «regio.ch» beträgt 121 000 Franken (Vorjahr: 344 000 Franken).

Wochenzeitung «Glattaler»/«Volketswiler»

Diesen Titel hat die Zürcher Oberland Medien AG Anfang 2014 von der Tamedia AG vollständig übernommen und per 1. April 2014 fusioniert.

Die seit 1946 erscheinende Wochenzeitung ist das amtliche Publikationsorgan der Stadt Dübendorf sowie der Gemeinden Fällanden, Schwerzenbach und Volketswil. Sie deckt damit geografisch in Ergänzung zu den «regio.ch»-Splits das Glattal ab. Mit einer Auflage von 26 900 Exemplaren erreicht der «Glattaler» jede Woche 25 000 Leserinnen und Leser und ist damit in der Bevölkerung gut verankert.

Der «Glattaler» erwirtschaftete 2015 einen Nettoerlös von 2,048 Mio. Franken, was einem Anteil von 10,6 Prozent an den gesamten Inseratenerlösen der Zürcher Oberland Medien AG entspricht. Rund 96 Prozent des Umsatzes stammen aus dem Anzeigengeschäft. Knapp 100 000 Franken steuern Abonnements-erlöse bei. Der Deckungsbeitrag dieser höchst rentablen Wochenzeitung beträgt 739 000 Franken. Damit trägt der «Glattaler» rund 33 Prozent zum Betriebsergebnis (EBIT) der Zürcher Oberland Medien AG bei.

Wochenzeitung «Winterthurer Stadtanzeiger»

Diesen Titel hat die Zürcher Oberland Medien AG Anfang 2015 von der Tamedia AG übernommen. Die Firma AG des Winterthurer Stadtanzeigers, die diese Wochenzeitung herausgegeben hatte, wurde per 1. Januar 2015 fusioniert. Die 1925 gegründete Zeitung war seit Januar 2014 zu 100 Prozent im

Besitz der Tamedia AG. Vorher gehörte der «Winterthurer Stadtanzeiger» zur Ziegler Druck- und Verlags-AG.

Der «Winterthurer Stadtanzeiger» ist eine gratis vertriebene Wochenzeitung für Winterthur und Umgebung. Er dient dem Gewerbe, den Vereinen, den Behörden und der Kultur- und Sportszene sowie den Winterthurer Einwohnerinnen und Einwohnern als Mitteilungsblatt. Im Verbreitungsgebiet des Bezirks Winterthur werden 86 Prozent der Auflage zugestellt, was einer Streudichte von 70 Prozent entspricht. Das Total der verbreiteten Auflage beträgt 64 500 Exemplare.

Der «Winterthurer Stadtanzeiger» erwirtschaftete 2015 einen Nettoerlös von 2,031 Mio. Franken, was einem Anteil von 10,5 Prozent an den gesamten Inseratenerlösen der Zürcher Oberland Medien AG entspricht. Als Folge der Übernahme und der Neuorganisation der Verkaufsabteilung ab Mitte Jahr fielen die Aufwendungen 500 000 Franken höher aus als budgetiert, weshalb ein negativer Deckungsbeitrag von –326 000 Franken resultierte. Massnahmen zur Ergebnisverbesserung wurden Anfang 2016 bereits eingeleitet.

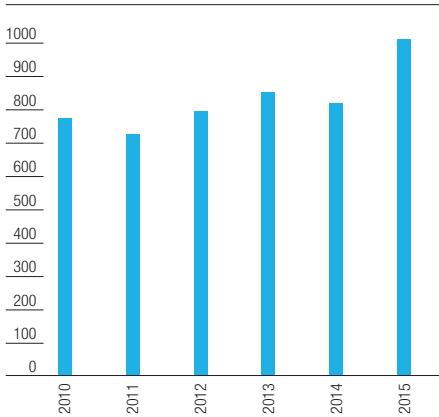
Newsportal ZO-Online

ZO-Online präsentiert sich in drei verschiedenen Layouts: Unter www.zol.ch im Kleid der Tageszeitung «Zürcher Oberländer», unter www.avu.ch als Portal des «Anzeigers von Uster» und unter www.regio.ch im Design der Wochenzeitung «regio.ch». Die Website hält täglich rund um die Uhr die aktuellsten Meldungen und Bildstrecken aus der Region bereit.

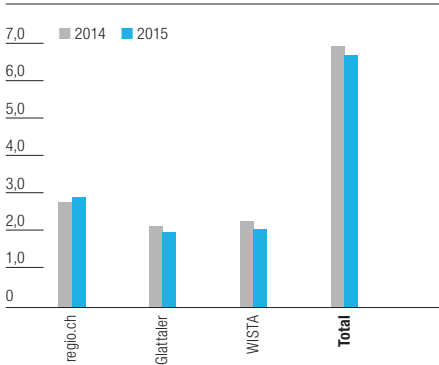
ZO-Online wurde 2008 als Pionierprojekt gestartet. Seither erfreut sich die Plattform wachsender Beliebtheit und entsprechend stark steigender Benutzerzahlen. Mit einer Reichweite von inzwischen über 120 000 Unique Clients, durchschnittlich rund

Geschäftsfelder im Überblick

Umsatz übriger Verlag
in 1000 Franken



Inserate Umsatz Wochenzeitungen
in Mio. Franken



3,3 Millionen Seitenabrufen pro Monat und mit ungebrochenem Wachstumstrend im zweistelligen Prozentbereich ist ZO-Online mit Abstand das grösste regionale Newsportal im Kanton Zürich. Diese Dynamik wollen wir nutzen und im Frühjahr 2016 ein neues Onlineportal «züriost.ch» aufschalten. Dieses deckt inhaltlich die drei bisherigen Bezirke im Zürcher Oberland (Uster, Pfäffikon, Hinwil) und die Bezirke Winterthur und Andelfingen ab. Herzstück dieser neuen News- und Serviceplattform ist die Paywall.

Im Berichtsjahr bewegen sich die mit ZO-Online erwirtschafteten Erlöse auf einem bescheidenen Niveau. Immerhin steigerte sich der Nettoerlös aus verkaufter Werbung um 4 Prozent auf 225 000 Franken. Mit dem Beginn der Vermarktung der digitalen Inhalte auf der neuen Plattform «züriost.ch» ist die Erwartung auf eine deutliche Umsatzsteigerung gestiegen.

Übriger Verlag

In diesem Profitcenter werden verschiedene Dienstleistungen und Produkte angeboten. Neben den traditionellen Angeboten für Bücher, Kalender, Leid-drucksachen und Verkauf von kommerziellen Zeitungsbeilagen wurde im Jahr 2012 der ZO-Shop ins Leben gerufen. Es handelt sich im weitesten Sinn um einen Onlineshop, über welchen Kunden rund um die Uhr selbständig Waren aussuchen und bestellen können.

Im Berichtsjahr wurde mit den neuen Produkten ein Umsatz von 46 000 Franken erzielt. Die durchschnittliche Nettomarge auf dem Verkaufspreis betrug 30 Prozent. Die Gesamterlöse des Profitcenters Übriger Verlag beliefen sich im Berichtsjahr auf 733 000 Franken, was einer Zunahme von 11,1 Prozent entspricht. Der Deckungsbeitrag beträgt 151 000 Franken (Vorjahr: 26 000 Franken).

Profitcenter-Rechnung 2015

Tageszeitungen ZO/AvU

	2015 TCHF	2014 TCHF	Abweichung TCHF	%
Nettoerlös	26 038	26 723	-685	-2,6
Aufwand (inkl. Umlagen)	24 397	25 873	-1 476	-5,7
Deckungsbeitrag	1 641	850	+791	+93,0
in % der Erlöse	6,3	3,1		

Wochenzeitungen regio/Glattaler

Nettoerlös	4 886	5 077	-191	-3,8
Aufwand (inkl. Umlagen)	4 026	4 231	-205	-4,8
Deckungsbeitrag	860	866	-6	-0,7
in % der Erlöse	17,6	17,0		

(exkl. «Winterthurer Stadtanzeiger», da ein Vorjahresvergleich nicht möglich ist)

Übriger Verlag

Nettoerlös	733	660	+73	+11,1
Aufwand (inkl. Umlagen)	582	634	-52	-8,2
Deckungsbeitrag	151	26	+125	+480,8
in % der Erlöse	20,6	3,9		

Die Medienmarken im Netz stehen am Scheideweg: Entweder sie setzen auf die Karte Reichweite und optimieren die Besucherzahlen ihrer Websites in jeder erdenklichen Weise. Oder sie setzen auf die Karte Bezahlösung – und vergessen die hohen Besucherzahlen und die damit verbundenen Werbeeinnahmen. Die klare Trennung von Masse und Klasse könnte eine Chance sein für beide Modelle.

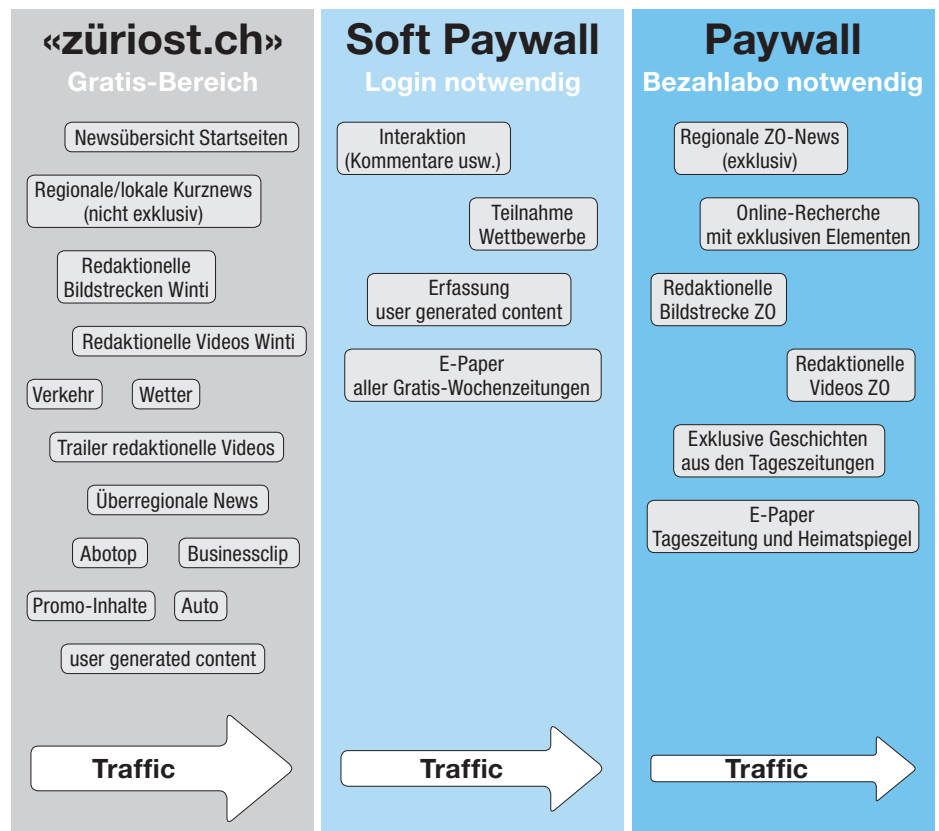
Die Zürcher Oberland Medien setzen auf ein Freemium-Modell mit Premium-Inhalt. Kurzfutter, also Texte, Fotos und Kurzvideos, in allen Bereichen ist frei zugänglich. Bezahlt dagegen wird für Vollständigkeit, Qualität, Mehrwert und die Befriedigung von Spezialinteressen.

Die Paywall ist dreistufig aufgebaut und unterscheidet zwischen Gratis-Bereich,

der für alle vollumfänglich zur Verfügung steht, Login-Bereich, bei dem eine Kurzregistrierung notwendig ist, und Abo-Bereich, hinter welchem der exklusive, lokale, kostenpflichtige Content steht.

Die bisherigen Abonnenten erhalten ohne Aufpreis Zugriff auf alle digitalen Angebote. Ein sogenanntes Single-Sing-On-System vereinfacht den Zugriff, denn es ist nur eine einmalige Registrierung notwendig, um sich auf allen Geräten mit demselben Kenn- und Passwort einzuloggen.

Ein «Dashboard» zeigt dem Kunden jederzeit Infos bezüglich Abotyp, Kosten, Dauer, Upselling-Angebote oder auch die Anzahl eingereicherter Kommentare, Vereinsnachrichten und Marktplatzanzeigen.



Neue Onlinemarke «züriost.ch»

Der neue Auftritt unter «züriost.ch» ist in einem Responsive Design aufgebaut und passt sich der jeweiligen Bildschirmgröße des benutzten Gerätes an. Die News- und Serviceleistungen richten sich an ein Publikum in den fünf Bezirken Hinwil, Uster, Pfäffikon, Winterthur und Andelfingen.

Alle Printprodukte werden unter dem Button «Zeitungen» elektronisch abgebildet. Der Onlinecontent unterscheidet sich zum Printinhalt und/oder ergänzt journalistische Produkte durch Mehrleistungen wie Web-TV-Beiträge, Grafiken, Bildstreifen usw.

Neue Wege der Vermarktung

Um das neue Portal «züriost.ch» erfolgreich auf dem Markt zu etablieren, wurde der aktuell erfolgreichste Schweizer

Sänger und Zürcher Oberländer Marco «Bligg» Bliggensdorfer als Markenbotschafter engagiert.

Er verkörpert als Musiker die gleichen Werte wie die Zürcher Oberland Medien AG: regional verwurzelt, sympathisch, familienfreundlich, Star zum Anfassen (nahe), Generationen-übergreifend beliebt, transportiert positive Emotionen, bescheiden, auf dem Boden geblieben, als Musiker ist er ebenfalls ein «Medium» mit einer Botschaft. Weitere wichtige regionale und lokale Werte, die mit ihm über unsere Kanäle transportiert werden sollen, sind Gefühl von Heimat, Herkunft, Menschlichkeit, Sicherheit, Ruhe, Echtheit, Verwurzelung, Vertrautheit.

Diese exklusive Zusammenarbeit ist sowohl für Bligg bisher einzigartig wie auch für die Zürcher Oberland Medien AG.



Die Kampagne findet auf verschiedenen Kanälen wie Plakaten, Buswerbung, Radiospots, Print- und Onlinewerbung statt. Höhepunkt dieser Neulancierung ist ein Bligg-Konzert am 26. Juni 2016 auf dem Bachtel. Ziel dieser Kampagne ist, möglichst viele User auf die neue Plattform zu bekommen und Abonnenten zu generieren.

Diese Massnahmen und Projekte dienen dazu, den Digital- und Marketingbereich der Zürcher Oberland Medien neu, modern, Kunden- und Leser-nah zu positionieren. Ziel ist es, dass der gesamte digitale Bereich in rund drei Jahren schwarze Zahlen schreibt.

Erfolgreiche Print- und Onlinestrategie weiterführen

Inhaltlich gehaltvolle und handwerklich gut gemachte Regionalzeitungen haben gerade als Offlineprodukte noch eine lange Lebensdauer vor sich, und man könnte sie als «Wellnessprodukte»

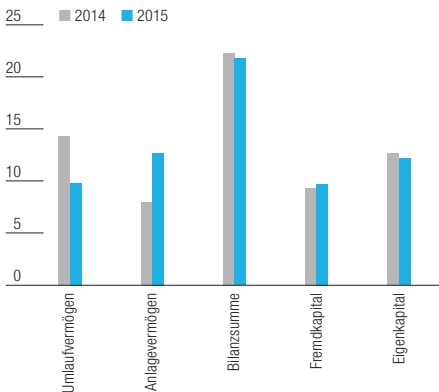
bezeichnen. Die Zeitung ist das einzige Medium, das unaufgeregt und ohne laufende Updates einen Lagebericht über einen bestimmten Zeitraum verschafft.

Die Menschen haben heutzutage vielfältige Möglichkeiten, sich zu informieren und nutzen immer häufiger mehrere Medien parallel. Genau auf diese Bedürfnisse zielt unsere Produktpalette mit den drei Mediengattungen Tageszeitungen, Wochenzeitungen und Webportal ab. Mit dieser 3-Medien-Strategie und einer noch stärkeren regionalen Verankerung erreichen wir alle Generationen der im Einzugsgebiet lebenden Bevölkerung und behaupten damit erfolgreich unsere Stellung als Local Leader in der Vermarktung von regionalen Informationen in den Bezirken Hinwil, Pfäffikon, Uster, Winterthur und Andelfingen. Diese Strategie wollen wir fortsetzen und mit «züriost.ch» eine starke Onlinemarke aufbauen.

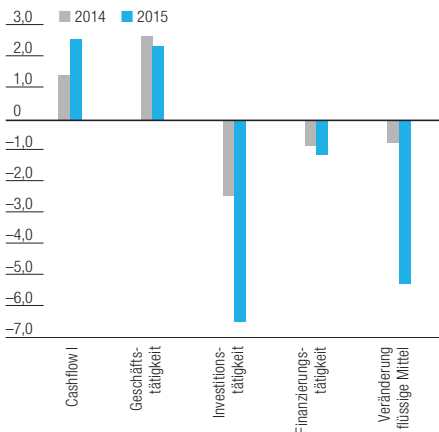


Bilanz/Geldfluss Handelsrechtlicher Einzelabschluss

Bilanz
in Mio. Franken



Mittelfluss
in Mio. Franken



Bilanz

Das **Umlaufvermögen** nahm gegenüber Vorjahr um 34,2 Prozent beziehungsweise 4,909 Mio. Franken ab. Die Abnahme ist im Wesentlichen auf folgende Veränderungen zurückzuführen:

- Abnahme der flüssigen Mittel um 5,366 Mio. Franken (–48,6 Prozent);
- davon Umschichtung in Finanzanlagen im Umfang von 4,0 Mio. Franken;
- Zunahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 0,320 Mio. Franken (+9,6 Prozent).

Das **Anlagevermögen** nahm um 55,5 Prozent beziehungsweise um 4,441 Mio. Franken zu, was auf die Einlage von betrieblich nicht notwendigen flüssigen Mitteln im Betrag von 4,0 Mio. Franken auf die zwei Vermögensverwaltungsmandate zurückzuführen ist. Das Anlagevermögen setzt sich wie folgt zusammen:

- Sachanlagen 1,677 Mio. Franken (Abnahme von 3,1 Prozent)
- Finanzanlagen 10,086 Mio. Franken (Zunahme von 67,7 Prozent)
- Immaterielle Anlagen 0,673 Mio. Franken (Zunahme 167,1 Prozent).

Der **Geldfluss aus Geschäftstätigkeit** (nach Swiss GAAP FER) beträgt 2,275 Mio. Franken (Abnahme von 0,402 Mio. Franken, –15,0 Prozent).

Das Fremdkapital nahm um 0,200 Mio. Franken beziehungsweise um 2,1 Prozent zu. Massgebend sind:

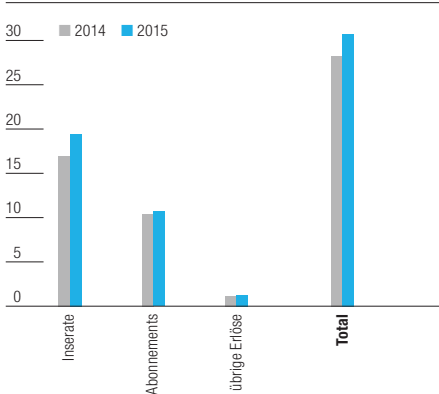
- höhere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen gegenüber Dritten (+0,287 Mio. Franken, +46,2 Prozent)
- höhere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen gegenüber Beteiligten und Organen (+0,080 Mio. Franken, +12,0 Prozent)

Eigenkapital

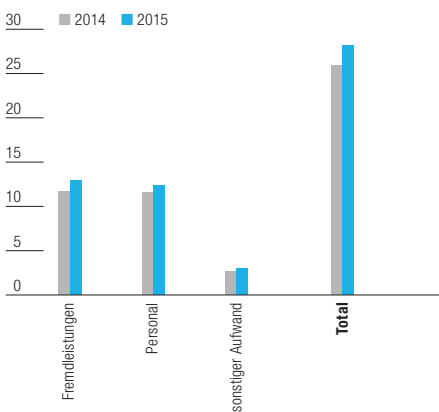
Das Eigenkapital nahm um 0,668 Mio. Franken auf 11,989 Mio. Franken ab (–5,3 Prozent). Die Eigenkapitalquote fiel leicht von 56,8 Prozent auf 54,8 Prozent.

Umsatz/Aufwand/Ergebnis Handelsrechtlicher Einzelabschluss

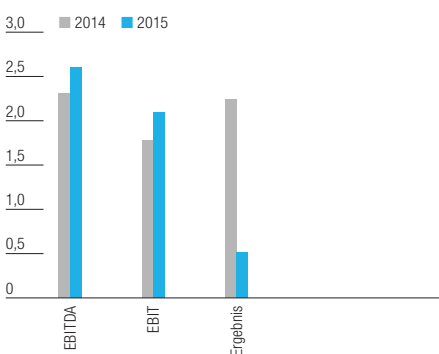
Umsatz
in Mio. Franken



Betriebsaufwand
in Mio. Franken



Ergebnis
in Mio. Franken



Umsatz (Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen)

Der Umsatz der Zürcher Oberland Medien AG nahm gegenüber Vorjahr um 8,5 Prozent beziehungsweise 2,395 Mio. Franken auf 30,673 Mio. Franken zu. Den grössten Beitrag zu dieser Zunahme leisteten die **Inseratenerlöse** mit einem Plus von 2,332 Mio. Franken (+13,7 Prozent). Darin enthalten sind erstmals die Erlöse der übernommenen Wochenzeitung «Winterthurer Stadtanzeiger», welche 2,031 Mio. Franken ausmachten.

Die **Abonnementserlöse** verharrten dank realisierten Preiserhöhungen nahezu konstant bei 10,333 Mio. Franken (+0,104 Mio. Franken, +1,0 Prozent).

Die Erlöse aus **Onlineleistungen** steigerten sich marginal auf 0,225 Mio. Franken (+2,8 Prozent) während die **Übrigen Erlöse** eine Steigerung von 0,028 Mio. (+23,9 Prozent) verzeichneten. Der Bücher- und Kalenderverkauf blieb auf Vorjahresniveau.

Betriebsaufwand (vor Abschreibungen)

Die betrieblichen Aufwendungen nahmen gegenüber Vorjahr um 8,1 Prozent beziehungsweise 2,093 Mio. Franken auf 28,065 Mio. Franken zu. Diese Steigerung ist mehrheitlich auf die Integration der AG Winterthurer Stadtanzeiger zurückzuführen, welche Mehraufwendungen bei den Fremdleistungen von 1,504 Mio. Franken und beim Personalaufwand von 0,705 Mio. Franken verursachten.

Ergebnis

Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (**EBITDA**) steigerte sich um 0,302 Mio. Franken (+13,1 Prozent) auf 2,608 Mio. Franken, was einer Umsatzmarge von 8,5 Prozent entspricht (Vorjahr: 8,2 Prozent).

Das Betriebsergebnis (**EBIT**) nahm um 0,395 Mio. Franken beziehungsweise um 22,2 Prozent zu und macht mit 2,176 Mio. Franken 7,1 Prozent des Umsatzes aus.

Das **Jahresergebnis 2015** liegt mit 0,554 Mio. Franken um 75,3 Prozent beziehungsweise 1,685 Mio. Franken unter dem Vorjahreswert.

Grund für die Abweichungen gegenüber Vorjahr sind:

- Der Fusionsverlust «Winterthurer Stadtanzeiger» wurde vollständig über die Erfolgsrechnung 2015 verbucht.
- Im Vorjahr wurde neben der Verbuchung des Fusionsverlustes des «Glattalers» von 3,349 Mio. Franken auch der Gewinn aus dem Landverkauf Hofstrasse von 4,444 Mio. Franken verbucht.

Bilanz per 31. Dezember Handelsrechtlicher Einzelabschluss

		2015	2014
Aktiven	Anhang	TCHF	TCHF
Flüssige Mittel und kurzfristig gehaltene Aktiven		5 678	11 044
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gegenüber Dritten*		2 953	2 846
gegenüber Beteiligten und Organen		733	519
Delkredere		-293	-282
Übrige kurzfristige Forderungen gegenüber Dritten*		156	56
Vorräte	2.1	78	77
Aktive Rechnungsabgrenzungsposten		120	74
Total Umlaufvermögen		9 425	14 334
Finanzanlagen	2.2	10 086	6 013
Sachanlagen*	2.3		
Land und Gebäude		1 452	1 423
Anlagen und Einrichtungen		225	307
Immaterielle Werte*			
Software		632	196
Verlagsrechte		41	56
Total Anlagevermögen		12 436	7 995
Total Aktiven		21 861	22 329
Passiven			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen gegenüber Dritten*		908	621
gegenüber Beteiligten und Organen		746	666
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Dritten*		505	531
gegenüber Beteiligten und Organen		49	44
Abonnementsvorauszahlungen		6 573	6 601
Kurzfristige Rückstellungen		761	1 019
Passive Rechnungsabgrenzungsposten		330	190
Total Fremdkapital		9 872	9 672
Aktienkapital		1 800	1 800
Allgemeine gesetzliche Gewinnreserven		900	900
Freiwillige Gewinnreserven		3 574	3 572
Bilanzgewinn:			
Gewinnvortrag 1. Januar		5 161	4 146
Jahresgewinn		554	2 239
(Bilanzgewinn)		(5 715)	(6 385)
Total Eigenkapital		11 989	12 657
Total Passiven		21 861	22 329

* Erklärung siehe Seite 20, Anhang zur Jahresrechnung Punkt 4.

Erfolgsrechnung Handelsrechtlicher Einzelabschluss

	Anhang	2015 TCHF	2014 TCHF
Betriebliche Erträge			
Tageszeitungen			
Abonnements		10 333	10 229
Inserate		19 316	16 984
Übrige Erlöse		1 225	1 156
Erlösminderungen		-201	-91
Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen		30 673	28 278
Betriebliche Aufwendungen			
Materialaufwand		13 002	11 757
Personalaufwand		12 288	11 636
Übriger betrieblicher Aufwand		2 775	2 579
Total betriebliche Aufwendungen		28 065	25 972
Betriebsergebnis EBITDA		2 608	2 306
Abschreibungen und Wertberichtigungen auf Positionen des Anlagevermögens		-432	-525
Betriebsergebnis EBIT		2 176	1 781
Finanzertrag	2.4	553	319
Finanzaufwand	2.4	-455	-99
Betriebsfremder Ertrag		-	2
Betriebsfremder Aufwand		-	-5
Ausserordentlicher Ertrag	2.5.2	47	22
Ausserordentlicher Aufwand	2.5.1	-1 500	-3 349
Gewinne aus Veräusserung von Anlagevermögen		-	4 444
Ergebnis vor Steuern		821	3 115
Direkte Steuern		-267	-876
Jahresergebnis		554	2 239

Anhang zur Jahresrechnung Handelsrechtlicher Einzelabschluss

1. Grundsätze

1.1 Allgemein

Die Jahresrechnung wurde unter Einhaltung der Bestimmungen des 32. Titels des OR (Kaufmännische Buchführung und Rechnungslegung) erstellt. Dabei ist zu berücksichtigen, dass zur Sicherung des dauernden Gedeihens des Unternehmens die Möglichkeit zur Bildung und Auflösung von stillen Reserven wahrgenommen wird. Bei Anzeichen einer Überbewertung werden die Buchwerte überprüft und gegebenenfalls wertberichtigt.

1.2 Forderungen aus Lieferung und Leistungen

Forderungen werden bei der Ersterfassung sowie der Folgebewertung zum Nennwert bilanziert. Wertberichtigungen auf den Forderungsbestand werden auf die steuerlich zulässigen 10% der offenen Forderungen per Ende Geschäftsjahr wertberichtigt.

1.3 Vorräte

Vorräte werden zu Anschaffungswerten bilanziert. Bestandesänderungen per Ende Berichtsjahr werden mithilfe einer Inventur ermittelt und verbucht.

1.4 Finanzanlagen

Die Finanzanlagen werden bei der Ersterfassung zum Marktwert bzw. Börsenwert bilanziert. Die Finanzanlagen beinhalten ausschliesslich Titel mit Markt- oder Börsenwert. Sie sind leicht zu realisieren, wurden jedoch als langfristige Investition geplant. Die Bewertung erfolgt Ende Berichtsjahr zum Börsen- bzw. Marktwert. Auf die Bildung einer Schwankungsreserve wird verzichtet.

1.5 Sachanlagen

Die Ersterfassung der Sachanlagen wird höchstens zu den Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten vorgenommen und in der Folgebewertung auf der Grundlage des Merkblattes A 1995 für geschäftliche Betriebe der eidgenössischen Steuerverwaltung, Abteilung direkte Bundessteuer, direkt von den Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten abgeschrieben.

1.6 Immaterielle Werte

Die immateriellen Werte beinhalten Verlagsrechte, welche linear über 10 Jahre abgeschrieben werden, sowie Software, welche über 3 Jahre abgeschrieben wird.

1.7 Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen

Die Umsätze für erbrachte Dienstleistungen werden nach der Leistungserbringung und nach vereinbarten Entgelten erfasst.

2. Angaben zu Bilanz- und Erfolgsrechnungspositionen (in TCHF)

2.1 Vorräte	2015	2014
Bücher und CDs	36	42
Leidzirkulare	33	35
ZO-Shop	9	0
Total	78	77

2.2 Finanzanlagen	2015	2014
Liquidität CHF	1 658	1 445
Obligationen CHF	2 799	1 360
Obligationen FW	697	469
Aktien Inland	1 773	885
Aktien Ausland	1 646	930
Alternative/übrige Anlagen	1 513	924
Total	10 086	6 013

2.3 Sachanlagen	2015	2014
Maschinen/Apparate	15	27
Mobiliar/Einrichtungen	119	107
Hardware	86	167
Fahrzeuge	0	6
Anlagen im Bau	5	0
Grundstücke/Geschäftsliegenschaften	1 452	1 423
Total Sachanlagen	1 677	1 730

2.4 Finanzerträge und Finanzaufwendungen	2015	2014
Realisierte Finanzerträge	210	93
Kursgewinne	343	226
Kursverluste	-355	-36
Vermögensverwaltungskosten	-56	-10
Transaktions- und Depotgebühren, Bank- und PC-Spesen	-44	-53
Finanzerfolg	98	220

2.5 Ausserordentlicher, einmaliger oder periodenfremder Aufwand und Ertrag

2.5.1 Ausserordentlicher Aufwand

Der ausserordentliche Aufwand beinhaltet ausschliesslich den Fusionsverlust aus der Fusion mit der AG des Winterthurer Stadtanzeigers. Der Fusionsverlust beträgt 1,5 Mio. Franken. Im Vorjahr betrug der ausserordentliche Aufwand 3,349 Mio. Franken (Fusionsverlust «Glattaler»).

2.5.2 Ausserordentlicher Ertrag

Der ausserordentliche Ertrag 2015 betrifft eine im Berichtsjahr ausgezahlte Gutschrift für die Vermarktung gemäss ZRZ-Kombinationsvertrag 2014 (27 TCHF), Rückverteilung der CO₂-Abgaben der Agrapi (8 TCHF) sowie eine Gutschrift für die Landabtretung an den Kanton betreffend Strassensanierung an der Rapperswilerstrasse (12 TCHF). Im Vorjahr betrug der ausserordentliche Erlös 22 TCHF.

3. Weitere Angaben (in TCHF)

3.1 Nettoauflösung stiller Reserven	2015	2014
Gesamtbetrag der netto aufgelösten stillen Reserven	154	0

3.2 Vollzeitstellen

Die Anzahl Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt lag im Berichtsjahr sowie im Vorjahr nicht über 250.

3.3 Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	2015	2014
Gesamtbetrag der Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	25	110

4. Erstmalige Anwendung des neuen Rechnungslegungsrechts

Die Jahresrechnung 2015 wurde erstmals nach den neuen Bestimmungen des Schweizerischen Rechnungslegungsrechts (32. Titel des Obligationenrechts) erstellt. Um die Vergleichbarkeit zu gewährleisten, wurden die Vorjahresangaben der Bilanz und Erfolgsrechnung den neuen Gliederungsvorschriften angepasst. Die betroffenen Positionen sind mit einem (*) gekennzeichnet.

Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinns

	2015
	TCHF
Gewinnvortrag	5 161
Jahresgewinn	554
Der verfügbare Bilanzgewinn beträgt	5 715
Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung folgende Gewinnverwendung:	
Ausrichtung einer Dividende von 65 CHF pro dividendenberechtigte Aktie	1 170
Zuweisung an die allgemeinen Reserven ¹	0
Vortrag auf neue Rechnung	4 545
	5 715

¹ Da die gesetzliche Gewinn- und Kapitalreserve 50% des Aktienkapitals erreicht hat, wird auf eine weitere Zuweisung verzichtet.

Bericht der Revisionsstelle an die Generalversammlung

Bericht der Revisionsstelle zur Jahresrechnung

Als Revisionsstelle haben wir die auf den Seiten 16 bis 20 wiedergegebene Jahresrechnung der Zürcher Oberland Medien AG, bestehend aus Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang, für das am 31. Dezember 2015 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Verantwortung des Verwaltungsrates

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

Verantwortung der Revisionsstelle

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

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

Prüfungsurteil

Nach unserer Beurteilung entspricht die Jahresrechnung für das am 31. Dezember 2015 abgeschlossene Geschäftsjahr dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.

Berichterstattung aufgrund weiterer gesetzlicher Vorschriften

Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen an die Zulassung gemäss Revisionsaufsichtsgesetz (RAG) und die Unabhängigkeit (Art. 728 OR) erfüllen und keine mit unserer Unabhängigkeit nicht vereinbaren Sachverhalte vorliegen.

In Übereinstimmung mit Art. 728a Abs. 1 Ziff. 3 OR und dem Schweizer Prüfungsstandard 890 bestätigen wir, dass ein gemäss den Vorgaben des Verwaltungsrates ausgestaltetes internes Kontrollsystem für die Aufstellung der Jahresrechnung existiert.

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

KPMG AG

Kurt Stocker
Zugelassener Revisionsexperte
Leitender Revisor

Eric Funk
Zugelassener Revisionsexperte

Zürich, 22. März 2016

Bilanz per 31. Dezember nach Swiss GAAP FER

	Erläuterungen	2015 TCHF	2014 TCHF
Aktiven			
Flüssige Mittel		5 678	11 044
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gegenüber Dritten	1	2 924	2 818
gegenüber Nahestehenden		733	519
Andere Forderungen	2	156	56
Vorräte		78	77
Aktive Rechnungsabgrenzungsposten	3	120	74
Total Umlaufvermögen		9 689	14 588
Sachanlagen	4	1 677	1 730
Finanzanlagen	5	11 679	7 606
Immaterielle Anlagen	6	673	252
Total Anlagevermögen		14 029	9 588
Total Aktiven		23 718	24 176
Passiven			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen gegenüber Dritten	7	908	621
gegenüber Nahestehenden		746	666
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten		554	575
Abonnementsvorauszahlungen	8	6 573	6 601
Passive Rechnungsabgrenzungsposten	9	1 091	1 209
Total kurzfristige Verbindlichkeiten		9 872	9 672
Latente Steuern	10	390	388
Total langfristige Verbindlichkeiten		390	388
Aktienkapital	11	1 800	1 800
Kapitalreserven		900	900
Gewinnreserven		10 756	11 416
Total Eigenkapital		13 456	14 116
Total Passiven		23 718	24 176

Erfolgsrechnung nach Swiss GAAP FER

	Erläuterungen	2015 TCHF	2014 TCHF
Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen	12	30 683	28 217
Fremdleistungen	13	13 002	11 757
Personalaufwand	14	12 288	11 636
Übriger Betriebsaufwand	16	2 775	2 579
Abschreibungen	4, 6	432	525
Betriebliches Ergebnis		2 186	1 720
Finanzergebnis	17	98	220
Ordentliches Ergebnis		2 284	1 940
Betriebsfremdes Ergebnis	18	0	4 441
Ausserordentliches Ergebnis	19	47	22
Ergebnis vor Steuern		2 331	6 403
Ertragssteuern	20	-269	-868
Ergebnis		2 062	5 535
Ergebnis pro ausstehende Namenaktie (in CHF)		115	308

Geldflussrechnung nach Swiss GAAP FER

	Erläuterungen	2015 TCHF	2014 TCHF
Jahresergebnis		2 062	5 535
Abschreibungen Sach- und immaterielle Anlagen	4, 6	432	525
Veränderung fondsunwirksamer Rückstellungen	10	2	-8
Gewinn aus Anlagenverkauf	4, 18	-	-4 444
unrealisierter Kursgewinn auf Wertschriften im AV		46	-161
Cashflow I		2 542	1 447
Abnahme/ Zunahme Forderungen aus Lieferungen/Leistungen		-320	154
Abnahme/ Zunahme Vorräte		-1	-1
Abnahme/ Zunahme Übr. Forderungen u. aktive Rechnungsabgr.		-146	142
Zunahme /Abnahme Verbindlichk. aus Lieferungen/Leistungen		367	-304
Zunahme/ Abnahme Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten		-21	11
Zunahme/ Abnahme passive Rechnungsabgr. u. Abo.-Vorausz.		-146	1 228
Geldfluss aus Geschäftstätigkeit		2 275	2 677
Investitionen in Sachanlagen	4	-248	-308
Desinvestitionen Sachanlagen	18	-	5 749
Investitionen in Immaterielle Werte	6	-554	-132
Desinvestitionen Immaterielle Werte		-	-
Investitionen in Finanzanlagen	5	-4 000	-5 637
Desinvestitionen Finanzanlagen		-	933
Dividende assoziierte Unternehmen		-	60
Kauf Beteiligung	6	-1 615	-3 150
Geldfluss aus Investitionstätigkeit		-6 417	-2 485
Auszahlung von Dividenden		-1 224	-900
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit		-1 224	-900
Veränderung der flüssigen Mittel		-5 366	-708
Flüssige Mittel per 1. 1.		11 044	11 752
Flüssige Mittel per 31. 12.		5 678	11 044

Eigenkapitalnachweis nach Swiss GAAP FER

	Gesellschafts-kapital TCHF	Kapital-reserven ¹⁾ TCHF	Einbe-haltene Gewinne TCHF	Total Eigen- kapital TCHF
Stand 1. Januar 2014	1 800	900	9 640	12 340
Gewinnausschüttung			-900	-900
Jahresergebnis			5 535	5 535
Verrechnung Goodwill mit Eigenkapital ²⁾			-2 859	-2 859
Stand 31. Dezember 2014	1 800	900	11 416	14 116
Gewinnausschüttung			-1 224	-1 224
Jahresergebnis			2 062	2 062
Verrechnung Goodwill mit Eigenkapital ³⁾			-1 500	-1 500
Umbuchung nicht eingelöste Dividende GJ 2006 ⁴⁾			2	2
Stand 31. Dezember 2015	1 800	900	10 756	13 456

¹⁾ Die Kapitalreserven umfassen die nicht ausschüttbaren gesetzlichen Reserven der Gesellschaft.

²⁾ Verrechnung Goodwill mit Eigenkapital infolge Fusion der Glattaler AG per 1. 4. 2014

³⁾ Verrechnung Goodwill mit Eigenkapital infolge Fusion der AG des Winterthurer Stadtanzeigers per 1. 1. 2015

⁴⁾ Umbuchung Dividenden-Coupon 37 (GJ 2006) in freie Reserven

Anhang zur Jahresrechnung nach Swiss GAAP FER

1 Grundlagen

Die Jahresrechnung wird in Übereinstimmung mit den Swiss GAAP FER erstellt.

2 Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

Flüssige Mittel

Die flüssigen Mittel beinhalten Kassa-, Postcheck- und Bankbestände.

Wertschriften

Die Wertschriften beinhalten Aktien, Fonds und Anteilscheine. Es handelt sich dabei um leicht realisierbare Anlagen, die zum Marktwert bilanziert werden.

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Forderungen werden zum Nominalwert unter Berücksichtigung notwendiger Wertberichtigungen bewertet. Auf den Forderungen gegenüber Dritten wird aufgrund von Erfahrungswerten eine pauschale Wertberichtigung gebildet.

Vorräte

Die Vorräte werden zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten unter Berücksichtigung des Niederstwertprinzips bewertet. Die Vorräte bestehen hauptsächlich aus Büchern und Vordrucken (z. B. Trauerkarten).

Sachanlagen

Sachanlagen werden zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten abzüglich notwendiger Abschreibungen bilanziert. Abschreibungen werden linear über die angenommene Nutzungsdauer vorgenommen. Auf Grundstücken werden keine planmässigen Abschreibungen vorgenommen. Es bestehen folgende Sachanlagenkategorien mit entsprechender Nutzungsdauer:

Gebäude	30 bis 40 Jahre
Maschinen/Apparate/Fahrzeuge	3 bis 8 Jahre
Mobiliar, Einrichtungen und Innenausbau	8 bis 10 Jahre
Informatikmittel	3 bis 5 Jahre

Finanzanlagen

Finanzanlagen werden grundsätzlich zu Anschaffungskosten abzüglich notwendiger Abschreibungen bilanziert. Bezüglich Wertschriften wird auf die separaten Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze verwiesen, siehe weiter oben.

In den Finanzanlagen werden auch nicht mit Verwendungsverzichten belastete Arbeitgeberbeitragsreserven erfasst.

Goodwill

Ein bei einer Akquisition übernommener Überschuss der Erwerbskosten über die Nettoaktiven wird per Erwerbszeitpunkt mit den Gewinnreserven verrechnet. Die Auswirkungen einer theoretischen Aktivierung und Abschreibung inkl. allfälliger Wertbeeinträchtigung sind in der Erläuterung 5 dargestellt. Für die Schattenrechnung wird der Goodwill grundsätzlich linear über die Dauer seiner wirtschaftlichen Nutzung abgeschrieben, im Normalfall sind dies 5 Jahre.

Immaterielle Anlagen

Die immateriellen Anlagen beinhalten Verlagsrechte sowie Software, sie werden zum Anschaffungswert bilanziert und über 10 bzw. 3 Jahre abgeschrieben.

Verbindlichkeiten

Verbindlichkeiten werden zum Nominalwert bilanziert.

Rückstellungen

Rückstellungen werden gebildet, wenn eine rechtliche oder faktische Verpflichtung besteht, wobei ein Mittelabfluss wahrscheinlich ist beziehungsweise die Höhe des Mittelabflusses abschätzbar ist. Die Rückstellungen werden jährlich neu beurteilt.

Latente Steuern

Aufgrund der Anwendung von betriebswirtschaftlichen Werten können im Vergleich zu den steuerrechtlich massgebenden Werten Bewertungsdifferenzen entstehen. Steuerfolgen aufgrund dieser Bewertungsdifferenzen werden anhand der geltenden Steuersätze zurückgestellt.

Personalvorsorge

Die Mitarbeitenden der Zürcher Oberland Medien AG sind in einer selbständigen Personalvorsorgestiftung versichert. Die Finanzierung der Vorsorgestiftung wird in einem Beitragsprimatsplan gemäss Schweizer Recht ausgestaltet. Die Unternehmung leistet jährlich die im Reglement vorgesehenen Beiträge. Die Bewertung und der Ausweis erfolgen nach Swiss GAAP FER 16. Tatsächliche wirtschaftliche Auswirkungen auf die Unternehmung werden zum Bilanzstichtag berechnet. Eine Verpflichtung wird passiviert, wenn die Voraussetzungen für die Bildung einer Rückstellung erfüllt sind. Frei verfügbare Arbeitgeberbeitragsreserven werden als Aktivum erfasst. Versicherungstechnische Veränderungen werden regelmässig berechnet.

Erläuterungen zur Jahresrechnung nach Swiss GAAP FER

	2015	2014
	TCHF	TCHF
1 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		
Dritte	2 953	2 846
Nahestehende	733	519
Wertberichtigungen (Delkredere)	-29	-28
Total	3 657	3 337

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gegenüber Dritten bestehen mehrheitlich aus Forderungen gegenüber Abonnenten sowie aus Forderungen aus Inseraten. Gegenüber Nahestehenden bestehen Forderungen aus dem gemeinsamen Inseratenverkauf mit der ZRZ Zürcher Regionalzeitungen AG. Das Delkredere an den Forderungen gegenüber Dritten beträgt aufgrund von Erfahrungswerten aktuell 1,0%.

	2015	2014
	TCHF	TCHF
2 Andere Forderungen		
Forderungen Verrechnungssteuer	55	10
Forderungen Steuern	-	-
Übrige Forderungen	101	46
Total	156	56

	2015	2014
	TCHF	TCHF
3 Aktive Rechnungsabgrenzungsposten		
Abgrenzungen für diverse Rechnungen	120	74
Total	120	74

	Grund- stücke	Gebäude	Maschinen/ Apparate/ Fahrzeuge	Mobiliar/ Einrich- tungen	Hardware	Sach- anlagen in Arbeit	Total Sach- anlagen
	TCHF	TCHF	TCHF	TCHF	TCHF	TCHF	TCHF
4 Sachanlagen							
Anschaffungswert Stand 1.1.2014	1 630	4 150	404	733	448	-	7 365
Zugänge 2014	-	168	26	5	109	-	308
Abgänge 2014	-1 280	-	-20	-102	-	-	-1 402
Umbuchungen 2014	-	-	-	-	-	-	-
Anschaffungswert 31.12.2014	350	4 318	410	636	557	-	6 271
Zugänge 2015	-	184	-	40	19	5	248
Abgänge 2015	-	-	-2	-	-	-	-2
Umbuchungen 2015	-	-	-	-	-	-	-
Anschaffungswert 31.12.2015	350	4 502	408	676	576	5	6 517
Kumulierte Abschreibungen Stand 1.1.2014	-	3 105	381	603	264	-	4 353
Ordentliche Abschreibung 2014	-	140	16	28	126	-	310
Abgänge 2014	-	-	-20	-102	-	-	-122
Kumulierte Abschreibungen 31.12.2014	-	3 245	377	529	390	-	4 541
Ordentliche Abschreibung 2015	-	155	16	28	100	-	299
Abgänge 2015	-	-	-	-	-	-	-
Kumulierte Abschreibungen 31.12.2015	-	3 400	393	557	490	-	4 840
Nettowert Sachanlagen 31.12.2014	350	1 073	33	107	167	-	1 730
Nettowert Sachanlagen 31.12.2015	350	1 102	15	119	86	5	1 677

Im Berichtsjahr getätigte Investitionen:

- Anschaffung PC und Zubehör für «Winterthurer Stadtanzeiger» (Hardware 14 TCHF)
- Erneuerung Netzwerkausbau VM-Ware (Hardware 6 TCHF)
- Anschaffung diverse Büromöbel (Mobiliar 40 TCHF)
- Erneuerung Aufenthaltsraum/Cafeteria im EG (Gebäude 127 TCHF)
- Erneuerung Kanalisation (Gebäude 7 TCHF)
- Anschaffung Klimaanlage (Gebäude 5 TCHF)
- Erneuerung Brandmeldeanlage (Gebäude 45 TCHF)
- Sanierung Heizung (Projekt in Arbeit 5 TCHF)

Zusätzliche Erläuterungen zu den Liegenschaften:

Über das Grundstück Pestalozzistrasse besteht ein am 8. August 2013 öffentlich beurkundeter Kaufvertrag mit folgendem Vorbehalt respektive Rücktrittsrecht:

- a) wenn innert fünf Jahren ab Datum der Beurkundung Quartier- und Gestaltungsplan noch nicht rechtskräftig festgelegt wurden;
- b) wenn die mögliche Nettogeschossfläche gemäss Quartier- und Gestaltungsplan nicht mindestens 1300 m² beträgt.

Im Eigentum der Gesellschaft befindet sich noch die folgende Liegenschaft:

- Rapperswilerstrasse 1, Wetzikon (Hauptgebäude mit Umschwung, 2209 m²)

	Anteil- scheine	Wert- schriften	Beteili- gungen	Arbeit- geber- beitrags- reserven	Total
	TCHF	TCHF	TCHF	TCHF	TCHF
5 Finanzanlagen					
Stand 1. 1. 2014	1	-	113	1 593	1 707
Zugänge 2014	-	6 012	-	-	6 012
Abgänge 2014	-	-	-113	-	-113
Stand 31. 12. 2014	1	6 012	-	1 593	7 606
Zugänge 2015	-	4 073	1 735	-	5 808
Abgänge 2015	-	-	-1 735	-	-1 735
Stand 31. 12. 2015	1	10 085	-	1 593	11 679

Per 1. 1. 2015 wurde die AG des Winterthurer Stadtanzeigers zu 100% von der Tamedia übernommen. Per 1. 6. 2015 wurde die AG des Winterthurer Stadtanzeigers rückwirkend per 1. 1. 2015 mit der Zürcher Oberland Medien AG fusioniert.

Infolge hoher Liquidität aufgrund des Verkaufes der Liegenschaft Hofstrasse wurde die Anlagestrategie langfristig neu ausgerichtet. Bei den Wertschriften handelt es sich vor allem um Aktien und Obligationen.

Die ZKB und die PFP Hefe & Partner AG wurden je mit einem Vermögensverwaltungsmandat beauftragt. Die Strategie der Mandate wurde mit einem niedrigen Risiko analog BVV 2 gewählt.

Auswirkung einer theoretischen Aktivierung des Goodwills auf die Bilanz

	Goodwill TCHF	Total TCHF
Stand 1. 1. 2014	464	464
Zugänge «Glattaler»	2 859	2 859
Amortisation Goodwill 2014	-665	-665
Stand 31. 12. 2014	2 658	2 658
Zugänge «Winterthurer Stadtanzeiger»	1 500	1 500
Amortisation Goodwill 2015 «Glattaler»	-665	-665
Amortisation Goodwill 2015 «Winterthurer Stadtanzeiger»	-300	-300
Stand 31. 12. 2015	3 193	3 193

Im Geschäftsjahr 2012 wurde die 20%-Beteiligung an der Glattaler AG erworben. Die Differenz zwischen Kaufpreis und anteiligem Eigenkapital zum Kaufzeitpunkt von 580 TCHF (Goodwill) wird über fünf Jahre abgeschrieben. Im Geschäftsjahr 2014 wurden die restlichen 80% der Beteiligung der Glattaler AG erworben. Die Differenz zwischen dem Kaufpreis und dem Eigenkapital zum Kaufzeitpunkt wird ebenfalls über fünf Jahre abgeschrieben.

Der theoretische Nettowert des Goodwills «Glattaler» per 31. 12. 2014 beträgt noch 2,658 Mio. CHF

Der theoretische Nettowert des Goodwills «Glattaler» per 31. 12. 2015 beträgt noch 1,993 Mio. CHF

Der theoretische Nettowert des Goodwills «Winterthurer Stadtanzeiger» per 31. 12. 2015 beträgt noch 1,200 Mio. CHF

Auswirkung einer theoretischen Abschreibung des Goodwills auf die Ergebnisse

	2015 TCHF	2014 TCHF
Ausgewiesener Jahresgewinn	2 062	5 535
Theoretische Abschreibung auf Goodwill	-965	-665
Jahresgewinn nach Goodwill-Abschreibung	1 097	4 870

	Projekt in Arbeit TCHF	Software TCHF	Verlags- rechte TCHF	Total TCHF
6 Immaterielle Anlagen				
Anschaffungswert Stand 1. 1. 2014	-	4 562	150	4 712
Zugänge 2014	-	132	-	132
Abgänge 2014	-	-645	-	-645
Anschaffungswert 31. 12. 2014	-	4 049	150	4 199
Zugänge 2015	453	101	-	554
Abgänge 2015	-	-	-	-
Anschaffungswert 31. 12. 2015	453	4 150	150	4 753
Kumulierte Abschreibungen Stand 1. 1. 2014	-	4 297	79	4 376
Ordentliche Abschreibung 2014	-	200	15	215
Abgänge 2014	-	-644	-	-644
Kumulierte Abschreibungen 31. 12. 2014	-	3 853	94	3 947
Ordentliche Abschreibung 2015	-	118	15	133
Abgänge 2015	-	-	-	-
Kumulierte Abschreibungen 31. 12. 2015	-	3 971	109	4 080
Nettowert Immaterielle Anlagen 31. 12. 2014	-	196	56	252
Nettowert Immaterielle Anlagen 31. 12. 2015	453	179	41	673

Das Verlagsrecht «Monat Aktuell Uster» wurde im 2008 erworben und wird über zehn Jahre abgeschrieben.

Die übrigen Immateriellen Werte sind Softwareprodukte, welche über drei Jahre abgeschrieben werden.

Im Berichtsjahr getätigte Investitionen:

- Anschaffung diverse Lizenzen für «Winterthurer Stadtanzeiger» (Software 54 TCHF)
- Erneuerung Netzwerkausbau VM-Ware (Software 26 TCHF)
- Update Buchhaltungsprogramm (Software 20 TCHF)
- Anschaffung Paywall (Projekt in Arbeit 270 TCHF)
- Erneuerung VM-Hauslizenz (Projekt in Arbeit 183 TCHF)

	2015 TCHF	2014 TCHF
7 Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		
Dritte	908	621
Nahestehende (Tamedia)	746	666
andere kurzfristige Verbindlichkeiten	554	575
Total	2 208	1 862

Bei den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen gegenüber Nahestehenden handelt es sich um Verbindlichkeiten für Druck und Transportkosten sowie um Kosten für die Vermarktung von Inseraten durch die ZRZ Zürcher Regionalzeitungen AG.

	2015 TCHF	2014 TCHF
8 Abonnementsvorauszahlungen		
Anteil Zürcher Oberland Medien AG	6 573	6 601
Total	6 573	6 601

Bei den Abonnementsvorauszahlungen handelt es sich um Abgrenzungen für Leistungen, die noch nicht erbracht wurden.

	2015 TCHF	2014 TCHF
9 Passive Rechnungsabgrenzungsposten		
Personal: Gratifikationen und Boni	363	412
Personal: Ferien/Überzeit	203	227
Ausstehende Rechnungen	330	190
Steuerrückstellung	195	380
Total	1 091	1 209

Für die Ausrichtung von freiwilligen Sonderzulagen für Kadermitarbeitende und für die Erfolgsbeteiligung für alle Mitarbeitenden besteht ein vom Entschädigungsausschuss genehmigtes Reglement.

Gemäss diesem Reglement wurden im Geschäftsjahr 2015 für Sonderzulagen und Erfolgsbeteiligungen 363 TCHF zurückgestellt und im Januar 2016 ausbezahlt.

	Übrige Rück- stellungen TCHF	Latente Steuern TCHF	Total TCHF
10 Rückstellungen/latente Steuern			
Stand 1. 1. 2014	-	396	396
Auflösung 2014	-	-8	-8
Stand 31. 12. 2014	-	388	388
Bildung 2015	-	2	2
Stand 31. 12. 2015	-	390	390

Rückstellungen für latente Steuern werden auf den Bewertungsunterschieden zwischen dem handelsrechtlichen Einzelabschluss und der Jahresrechnung nach Swiss GAAP FER gebildet. Die Bewertungsunterschiede betreffen in erster Linie die Arbeitgeberbeitragsreserven und das Delkredere. Der Satz für latente Steuern beträgt 21% (Vorsteuersatz).

	2015 TCHF	2014 TCHF
11 Aktienkapital		
Das Aktienkapital ist eingeteilt in 18 000 Namenaktien mit einem Nennwert von 100 CHF.	1 800	1 800

	2015 TCHF	2014 CHF
12 Nettoerlöse		
Abonnemente	10 333	10 229
Inserate	19 316	16 984
Onlineleistungen	226	217
Kalender	185	196
Bücher	189	142
Leidzirkulare	245	233
ZO-Shop	66	83
Übrige Erlöse	314	285
Erlösminderungen	-178	-155
Veränderung Delkredere/Debitorenverluste	-13	3
Total	30 683	28 217

	2015	2014
	TCHF	TCHF
13 Fremdleistungen		
Externer Seiteneinkauf	459	592
Druck Zeitungen	5 348	4 813
Druck übrige Erzeugnisse	140	128
Vertrieb	4 749	4 266
Agenturen	416	408
Honorare	869	837
Kombinationsvertrag ZRZ	876	579
Übrige Fremdleistungen	145	134
Total	13 002	11 757

Von den Fremdleistungen entfallen im Geschäftsjahr 2015 6,225 Mio. CHF (Vorjahr: 5,392 Mio. CHF) auf Leistungen von Gesellschaften aus der Tamedia-Gruppe (Nahestehende Gesellschaften). Diese betreffen den Druck und den Kombinationsvertrag ZRZ.

	2015	2014
	TCHF	TCHF
14 Personalaufwand		
Löhne und Gehälter	10 415	9 762
Sozialleistungen	1 601	1 519
Übriger Personalaufwand	272	355
Total Personalaufwand	12 288	11 636

15 Personalvorsorgeeinrichtungen

Die Mitarbeitenden der ZO Medien AG sind in einer eigenen Personalvorsorgeeinrichtung versichert. Diese umfasst eine Pensionskasse und eine patronale Vorsorgeeinrichtung. Die bilanzierten Arbeitgeberbeitragsreserven betragen 1,593 Mio. CHF. Die Arbeitgeberbeitragsreserven bestehen ausschliesslich in der patronalen Vorsorgeeinrichtung.

Es besteht kein Verwendungsverzicht auf den Arbeitgeberbeitragsreserven.

Der wirtschaftliche Nutzen/die wirtschaftliche Verpflichtung und der Vorsorgeaufwand haben sich wie folgt entwickelt:

	Deckungs- grad	Über- deckung	Wirtschaft- licher Anteil der Gesell- schaften	Vorsorge- aufwand	
	31.12.2014	31.12.2014	31.12.2014	2015	2014
		TCHF	TCHF	TCHF	TCHF
Pensionskasse	130%	–	–	784	740
Patronale Vorsorgeeinrichtung	492%	5 555	–	–	–
Total		5 555	–	784	740

Der Abschluss 2015 der Pensionskasse liegt zum Zeitpunkt der Errichtung der Jahresrechnung noch nicht vor. Die freien Reserven der Vorsorgeeinrichtungen sind nicht zur wirtschaftlichen Verwendung durch die Gesellschaft vorgesehen.

	2015	2014
	TCHF	TCHF
16 Übriger Betriebsaufwand		
Raumaufwand	332	281
Informatikaufwand	593	645
Werbung	960	746
Übriger Betriebs- und Verwaltungsaufwand	890	907
Total sonstiger Betriebsaufwand	2 775	2 579

Der übrige Betriebsaufwand umfasst Kosten für die Miete und den Unterhalt von Sachanlagen sowie Kosten für die Verwaltung und das Marketing.

	2015	2014
	TCHF	TCHF
17 Finanzergebnis		
Finanzaufwand	-455	-99
Finanzertrag	553	319
Total	98	220

	2015	2014
	TCHF	TCHF
18 Betriebsfremdes Ergebnis		
Gewinne aus Anlagenverkauf	-	4 444
Betriebsfremder Ertrag	-	2
Betriebsfremder Aufwand	-	-5
Total	-	4 441

Das Grundstück Hofstrasse, Wetzikon (Gewerbezone, unbebaut, 9358 m²), wurde am 2. 5. 2014 an die Genossenschaft Migros Ostschweiz verkauft.

	2015	2014
	TCHF	TCHF
19 Ausserordentliches Ergebnis		
Ausserordentlicher Ertrag	47	22
Ausserordentlicher Aufwand	-	-
Total	47	22

Der ausserordentliche Ertrag 2015 betrifft eine im Berichtsjahr ausbezahlte Gutschrift für die Vermarktung gemäss ZRZ-Kombinationsvertrag 2014 (27 TCHF), Rückverteilung der CO₂-Abgaben der Agrapi (8 TCHF) sowie eine Gutschrift für die Landabtretung an den Kanton betreffend Strassensanierung an der Rapperswilerstrasse (12 TCHF).

	2015	2014
	TCHF	TCHF
20 Steuern		
Laufende Gewinnsteuern	-267	-876
Veränderung latenter Steuern	-2	8
Total	-269	-868

21 Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Es bestehen keine wesentlichen Ereignisse nach dem Bilanzstichtag, welche einen Einfluss auf das Geschäftsjahr 2015 hätten.

Die vorliegende Jahresrechnung wurde vom Verwaltungsrat am 22. März 2016 genehmigt.

Bericht des Wirtschaftsprüfers an die Generalversammlung

Auftragsgemäss haben wir als Wirtschaftsprüfer die auf den Seiten 22 bis 34 wiedergegebene Jahresrechnung der Zürcher Oberland Medien AG, bestehend aus Bilanz, Erfolgsrechnung, Geldflussrechnung, Eigenkapitalnachweis und Anhang, für das am 31. Dezember 2015 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Verantwortung des Verwaltungsrates

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

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

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

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

Prüfungsurteil

Nach unserer Beurteilung entspricht die Jahresrechnung für das am 31. Dezember 2015 abgeschlossene Geschäftsjahr ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage in Übereinstimmung mit den Swiss GAAP FER.

KPMG AG

Kurt Stocker
Zugelassener Revisionsexperte
Leitender Revisor

Eric Funk
Zugelassener Revisionsexperte

Zürich, 22. März 2016

Informationen für Investoren

	2015	2014
Aktienkurs	CHF	CHF
Höchst	1 155	1 131
Tiefst	1 110	940
Jahresende	1 060	1 110

Kennzahlen pro Aktie

Ergebnis pro Aktie	114.60	307.50
EBIT pro Aktie	120.89	98.94
EBITDA pro Aktie	144.89	128.11
Eigenkapital pro Aktie	747.56	784.22
Dividende pro Aktie ¹⁾	65.00	68.00
Ausschüttungsgrad ²⁾	56.74%	22,11%
Dividenden-Rendite ³⁾	6.13%	6,13%
Kurs-Gewinn-Verhältnis ³⁾	9.25	3.61
Kurs-Umsatz-Verhältnis ³⁾	0.62	0.71
Kurs-Eigenkapital-Verhältnis ³⁾	1.42	1.42

¹⁾ Antrag des Verwaltungsrats

²⁾ Basierend auf Ergebnis

³⁾ Basierend auf Jahresendkurs

Konzept

Zürcher Oberland Medien AG

Gestaltung

Hans Nägelin, Zürcher Oberland Medien AG

Druck

Druckerei Sieber AG, 8340 Hinwil

Quellen

WEMF AG für Werbemedienforschung, Zürich

Verband SCHWEIZER MEDIEN

NET-Metrix AG, Zürich

Studie Medienbudget 2014

des Verbandes Schweizer Medien



