

Umsatz erstmals wieder über 30 Millionen

WETZIKON Das Verlagshaus Zürcher Oberland Medien konnte seinen Umsatz im letzten Jahr um 8,5 Prozent steigern. Trotz dem guten Betriebsergebnis muss es sich die digitale Dynamik weiter zunutze machen.

Die Zürcher Oberland Medien AG konnte im Geschäftsjahr 2015 ihren Umsatz um 8,5 Prozent auf 30,6 Millionen Franken steigern. Damit liegt er zum ersten Mal seit 2001 wieder über 30 Millionen. Den Hauptanteil an diesem Zuwachs machten die Inseratenerlöse mit einem Plus von 2,33 Millionen aus.

Abschreibung des Goodwills

Der ausgewiesene Jahresgewinn von 554 000 Franken liegt jedoch 1,69 Millionen Franken unter dem Vorjahresergebnis. Ausschlaggebend hierfür war die vollumfängliche Abschreibung von 1,5 Millionen Franken beim Goodwill des Verlagsobjekts «Winterthurer Stadtanzeiger». Gleichzeitig trugen die Inseratenerlöse der übernomme-

nen Wochenzeitung mit 2,03 Millionen Franken zum Umsatz bei.

Die Ebit-Marge stieg von 6,3 auf 7,1 Prozent – dies trotz einem überdurchschnittlichen Anstieg der betrieblichen Aufwendungen, der akquisitionsbereinigt 8,1 Prozent betrug.

Höherer Betriebsergebnis

Die Steigerung der betrieblichen Aufwendungen ist mehrheitlich auf die Integration der AG Winterthurer Stadtanzeiger zurückzuführen. Infolgedessen ergaben sich Mehraufwendungen bei den Fremdleistungen von 1,5 Millionen Franken und beim Personalaufwand von 0,7 Millionen Franken. Der Betriebsergebnis von 2,18 Millionen liegt gegenüber dem Vorjahr um 22,2 Prozent höher.

Das Umlaufvermögen ist gegenüber dem Vorjahr um 34,2 Prozent zurückgegangen. Hauptfaktor dafür war eine Abnahme der flüssigen Mittel um rund 5,4 Millionen Franken. Gleichzeitig hat das Anlagevermögen um 55,5 Prozent zuge-

nommen. Das ist auf die Einlage von betrieblich nicht notwendigen flüssigen Mitteln im Betrag von 4 Millionen Franken auf die beiden Vermögensverwaltungsmandate zurückzuführen.

Vom guten Geschäftsergebnis profitieren nicht zuletzt auch die Aktionäre. Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung für das Geschäftsjahr 2015 die Ausschüttung einer Dividende von 65 Franken pro Aktie.

Neues Nutzungsverhalten

Trotz dem guten Betriebsergebnis erinnert der Verwaltungsrat an die Herausforderungen, mit denen das Verlagshaus derzeit konfrontiert ist. Konkret müsse man die laufenden Neuerungen der digitalen Entwicklungen adaptieren und sich dem neuen Nutzungsverhalten der Leser anpassen, heisst es dazu im Geschäftsbericht.

So ist einerseits die Anzahl der Printabonnenten im vergangenen Jahr weiter zurückgegangen. Die abonnierte Normalauflage von 29 459 Exemplaren nahm innert Jahresfrist um 1110

Exemplare ab. Das entspricht 3,7 Prozent. Diese Auflagenreduktion konnte mit einem um 4,8 Prozent erhöhten Abonnementspreis aufgefangen werden.

Andererseits hat das Abonnieren der elektronischen Ausgabe des «Zürcher Oberländers» und des «Anzeigers von Uster» im selben Zeitraum um annähernd 50 Prozent zugenommen.

Wegweisend ist hier der ungebrochene Wachstumstrend beim Newsportal ZO-Online, das pro Monat durchschnittlich rund 3,3 Millionen Seitenabrufe verzeichnete.

Neues Newsportal

Mit der Lancierung der Online-Marke «züriost.ch» Anfang April reagiert das Verlagshaus auf diese Dynamik und setzt seine Drei-Medien-Strategie, die die Bereiche Tageszeitung, Wochenzeitungen und Online umfasst, weiter fort. Durch die Vermarktung der digitalen Inhalte auf «züriost.ch» rechnet die Geschäftsleitung mit einer deutlichen Umsatzsteigerung.

Jörg Marquardt