

Geschäftsbericht 2001



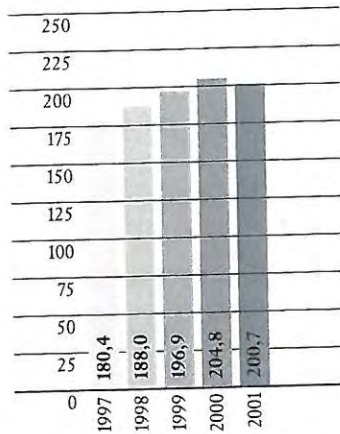
Die AZ Medien Gruppe – Leading in Multimedia

Die AZ Medien Gruppe ist eines der führenden Kommunikationsunternehmen der Schweiz. Unsere Firmen sind in den Kantonen Aargau, Zürich und Luzern zu Hause. Der attraktive Wirtschafts- und Lebensraum Mittelland ist unser Hauptmarkt. Die Vielfalt von Produkten und Dienstleistungen sowie ihre Vernetzung sind unsere Markenzeichen. «Leading in Multimedia» ist unsere Vision. Die AZ Medien Gruppe gibt die Aargauer Zeitung (im Verbund mit der Mittelland Zeitung die drittgrösste Tageszeitung der Schweiz) und verschiedene Wochenzeitungen heraus, betreibt stark beachtete Regionalradio- und Regionalfernseher, verlegt zahlreiche Fach-, Special-Interest-, Gourmet- und Sportzeitschriften und «powert» das regionale Internetportal azonline.ch. Abgerundet wird die Produkte- und Dienstleistungspalette durch eine Zeitungs- und Kundendruckerei, eine Buchhandlungskette und einen Buchverlag. Die AZ Medien Gruppe baut auf die Qualität ihrer Produkte und Dienstleistungen. Unsere Kunden haben vielfältige Kommunikationsbedürfnisse, multimediale Lösungen sind unsere Stärken.

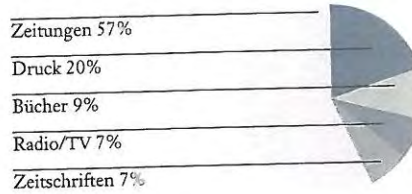
Kennzahlen	2001 in Mio. CHF	2000 in Mio. CHF	+/- in %
Betriebsertrag (AZ Medien Gruppe) ¹	200,7	204,8	-2%
Betriebsertrag (konsolidiert)	185,9	180,3	+3%
Betriebs-Cashflow	28,5	25,6	+11%
in % des Betriebsertrags	15,4%	14,2%	
Betriebsergebnis	13,2	13,7	-4%
vor Finanzerfolg in % des Betriebsertrags	7,1%	7,6%	
Konzern-Cashflow	24,0	22,7	+6%
Konzernergebnis	8,6	8,7	-2%
in % des Betriebsertrags	4,6%	4,8%	
Bilanzsumme	132,3	124,1	+7%
Eigenkapital	55,9	48,9	+14%
Personalbestand (Vollstellen per Jahresende)	647	630	+3%

¹ inkl. Umsätze der nicht voll konsolidierten Beteiligungen der elektronischen Medien (Radio und TV).

**Betriebsertrag in Mio. CHF
der AZ Medien Gruppe¹**

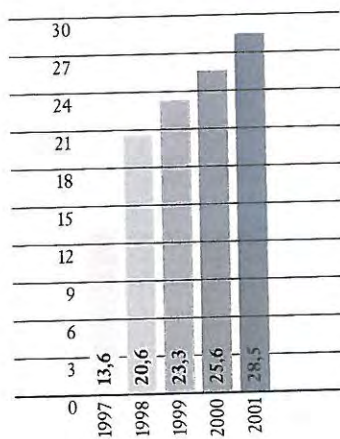


**Betriebsertrag 2001
nach Sparten¹**

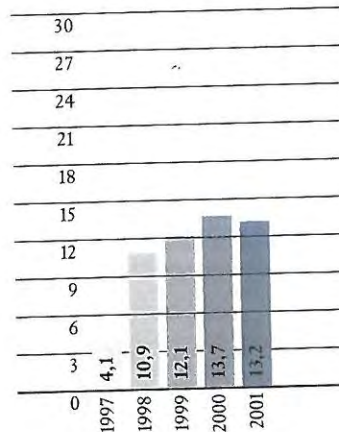


¹ inkl. Umsätze der nicht voll konsolidierten Beteiligungen der elektronischen Medien (Radio u

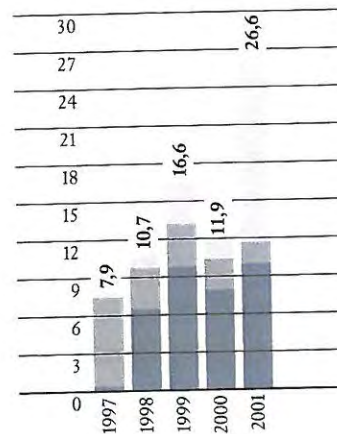
**Betriebscashflow
in Mio. CHF**



**Betriebsergebnis
in Mio. CHF**

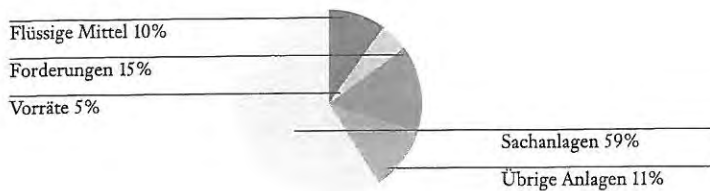


**Investitionen in
Mio. CHF**

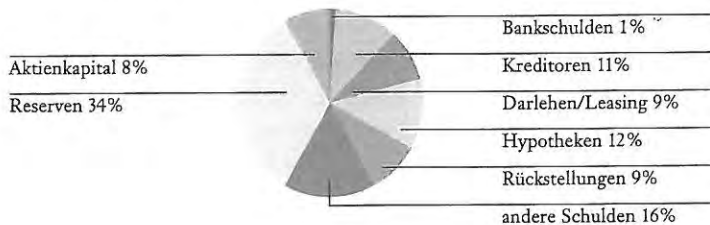


Immaterielle /
Mobiliar/Info
Gebäude/Mas

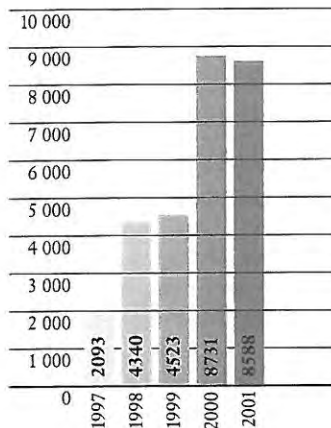
Aktiven



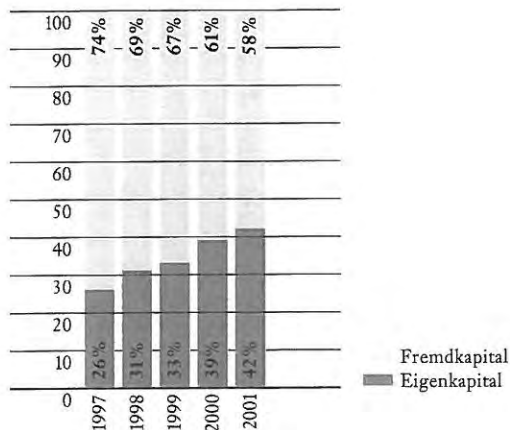
Passiven



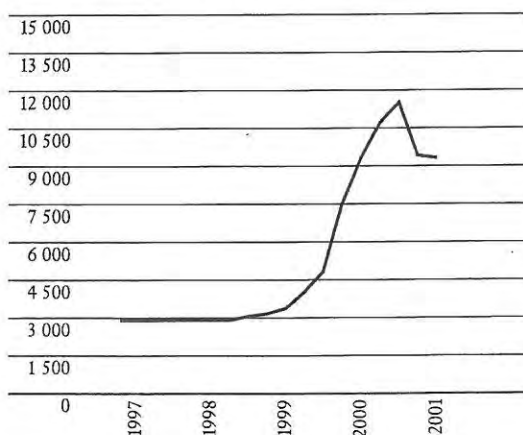
**Konzernergebnis
in Tsd. CHF**



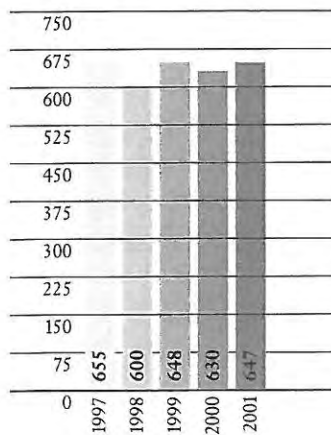
**Entwicklung Anteile
Eigen-/Fremdkapital**



Aktienkurs AZ Medien AG



**Personalbestand Vollstellen
per Jahresende**



Ein Tag hat das Jahr verändert

Medien bewegen, wecken Emotionen. 2001 wird als Jahr in die Geschichte eingehen, in welchem sie besonders häufig aufwühlende Nachrichten und Bilder von Krisen, Kriegen und Katastrophen vermitteln mussten. Dramatischer Höhepunkt war der Tag, der das ganze Jahr, aber auch die Welt einschneidend veränderte. Der Terrorangriff auf die USA vom 11. September 2001 und seine Folgen stellten auch die AZ-Medien vor aussergewöhnliche Herausforderungen und beanspruchten alle verfügbaren Ressourcen, bescherten ihnen aber auch enorme Beachtung und Nutzung. Aargauer Zeitung, Radio Argovia, Tele M1 und azonline.ch verbanden die Menschen in unserer Region mit dem bewegenden Geschehen in der näheren und weiteren Welt.

Der 11. September war für die AZ Medien Gruppe eine markante Zäsur. Nach viel versprechendem Start begann die Konjunktur ab Mitte 2001 zu stottern. Der sich abzeichnende Abschwung wurde durch den Terrorkrieg beschleunigt. Der wirtschaftliche Einbruch und das Tief in der Konsumentenstimmung trafen das Medien- und Druckereigeschäft besonders schnell und direkt. Sie sind der Hauptgrund, dass die budgetierten Umsatzziele nicht erreicht werden konnten. Der konsolidierte Gruppenumsatz beträgt 201 Millionen Franken und liegt damit 2 Prozent unter der Rekordmarke des Vorjahres. Der Betriebs-Cash-flow konnte dagegen von 14,2 auf 15,4 Prozent gesteigert werden, der Reingewinn bewegt sich auf Vorjahresniveau.

Angesicht des rauhen Umfeldes darf das Gesamtergebnis aber als zufrieden stellend beurteilt werden. Die Ereignisse des schwarzen Herbstes belasteten insbesondere den Geschäftsgang von Aargauer Zeitung, Radio Argovia, Tele M1 und TeleTell. Die AZ verzeichnete bei den Stelleninseraten einen deutlichen Rückgang, schnitt jedoch bei den kommerziellen Annoncen gut ab. Erfreulich sind auch die Resultate von AZ Fachverlag, AT Verlag, Zeitungsdruck und Meissner Bücher, die sich in wettbewerbsintensiven Märkten zu behaupten vermochten.

Dem Kundendruck der AZ Grafische Betriebe AG machten neben der Konjunktur Branchenprobleme wie Überkapazitäten, Preisdruck und Konzentrationsprozesse zu schaffen. Die ungünstige Entwicklung führte zu einer Kapazitätsreduktion, die ab Mitte 2002 zum Tragen kommen wird. Bei den Regionalfernsehsendern Tele M1 und TeleTell leitete die neue Führung eine strategische Neuausrichtung und verschiedene Sanierungsmassnahmen ein. Die Verlagerung von Ressourcen vom Unterhaltungs- in den Nachrichtenbereich und damit die Verstärkung der «Service public»-Komponente wirkte sich positiv auf die Publikumszahlen aus. Das Regional-TV-Engagement ist für die AZ Medien Gruppe eine wichtige strategische Investition zur Absicherung des Marktgebietes. Die angekündigte, medienpolitisch längst überfällige Lockerung der Werbebeschränkungen und das in Aussicht gestellte Gebührensplittung schaffen neue Perspektiven.

Trotz konjunkturellem Auf und Ab erlebte die AZ Medien Gruppe 2001 einen starken Entwicklungsschub. Mit dem erfolgreich lancierten Kooperationsprojekt Mittelland Zeitung spielt die AZ nun zusammen mit den Partnern Solothurner Zeitung, Oltnen Tagblatt und Zofinger Tagblatt auf der nationalen Medienbühne eine gewichtige Rolle. Fortschritte gab es auch auf dem Weg zu «Leading in Multimedia» zu verzeichnen: Neben der gruppenweiten Vernetzung der Online-Aktivitäten sind die Vorbereitungen für das multimediale Projekt «Kochen» sowie die Akquisition eCarmarket AG mit dem Print-Online-Kombinationsprodukt «Autobörse» zu erwähnen.

Die AZ Medien Gruppe leistet einen wichtigen «Service public», trägt aber auch eine grosse Verantwortung. Die neu geschaffene Institution des Ombudsmannes hilft mit, sie wahrzunehmen. Er soll zwischen den betroffenen Personen, den Nutzerinnen und Nutzern einerseits, und den Macherinnen und Machern der AZ-Medien andererseits vermitteln, die Kommunikations- und Diskurskultur weiterentwickeln und das Verständnis für die Regeln und Gesetzmässigkeiten des Medienalltages fördern. Mit Josef Rennhard, dem ehemaligen Chefredaktor des Beobachters, konnte eine profilierte Persönlichkeit für diese verantwortungsvolle Aufgabe gefunden werden.

Zu den Höhepunkten des Geschäftsjahres 2001 gehörte die Vergabe des Aargauer Kulturpreises an den bekannten Aargauer Künstler Hugo Suter.



Die bereits zum vierten Mal vergebene Auszeichnung ist zu einer festen Institution im kantonalen Kultur- und Gesellschaftsleben geworden und dokumentiert das kulturelle Engagement der AZ Medien Gruppe.

Die AZ Medien Gruppe hat die Bewährungsprobe 2001 bestanden. Zu verdanken ist dies der Qualität ihrer Produkte und Dienstleistungen, vor allem aber auch dem Einsatz, Engagement und Know-how der rund 800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Ihnen gebührt unser aufrichtiger Dank.

2001 war für die AZ Medien Gruppe ein bewegtes und bewegendes Jahr. Aus diesem Grund haben wir auch «Emotionen» als «File-rouge»-Motiv für unseren Geschäftsbericht gewählt. Wir zeigen, was die Medien den Menschen bedeuten und vermitteln: eine Nabelschnur zur grossen Weltpolitik und zum kleinen Geschehen rund um den Dorfbrunnen herum – und manchmal sogar etwas Heimatgefühl.

Dr. Jürg Schärer
Präsident

Peter Wanner
Delegierter

In der ersten Reihe

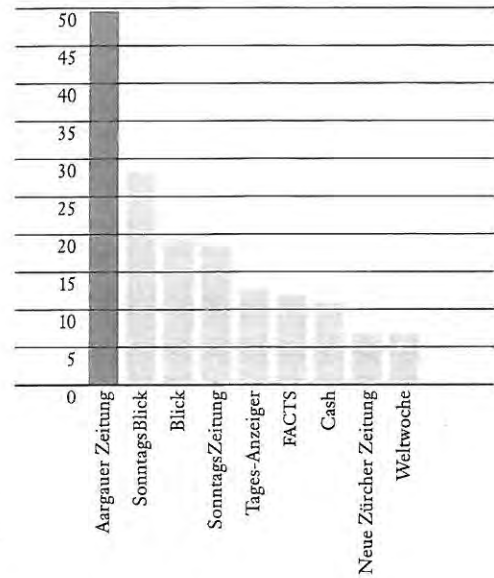
Die Aargauer Zeitung als Flaggschiff der AZ Medien Gruppe hat ihre Akzeptanz in der Leserschaft und ihre Marktstellung im fünften Jahr ihres Bestehens weiter festigen können. Die zweite Jahreshälfte war gekennzeichnet durch eine unsägliche Ballung tragischer Grossereignisse, die der AZ-Redaktion journalistische Efforts abverlangt haben. Die erbrachten Sonderleistungen haben über die AZ-Stammlande hinaus Beachtung gefunden.

Medien profilieren sich – auch – über Katastrophen-Berichterstattung. Nie werden Medien intensiver konsumiert als nach Terroranschlägen, Unglücksfällen und Verbrechen. Das stellt an die Medienschaffenden in ihren turbulentesten (Berufs-)Stunden höchste ethische und handwerkliche Ansprüche. Die Menschen haben zwei Bedürfnisse: ein sensationsgieriges und ein erkenntnisdürstendes. Verantwortungsvoller Tagesjournalismus stellt sich vorbehaltlos in die Dienste des zweiten. Er trägt damit zur Aufklärung bei, zur Differenzierung – und zur Anteilnahme.

Die grösste interne Herausforderung bestand in der Vorbereitung auf den – geglückten – Stapellauf der Mittelland Zeitung (MZ) am 3. Januar 2002. Mit einer Auflage von gegen 200 000 Exemplaren und mehr als 360 000 Lesern beansprucht die MZ Rang drei unter den Schweizer Tageszeitungen. Die Aargauer Zeitung ist für den überregionalen Mantelteil – Inland, Thema, Ausland, Kultur, Wirtschaft, Sport – verantwortlich, während jede der vier Redaktionen ihre bisherigen Trümpfe – Regionalprofil und Lokalkolorit – noch gezielter einsetzen kann. Es gilt nun, den Platz in der ersten Reihe zu behaupten – auf dem bewährten Kurs der modernen Forumszeitung mit liberalem Profil.



Reichweitenvergleich Aargauer Zeitung im Kanton Aargau in %



Basis: 415 000 Personen,
im Kanton Aargau
Quelle: MACH Basic 2001

Die Kooperation Mittelland Zeitung eröffnet den vier solid verankerten Blättern und ihren Machern neue Chancen. Dies ist umso wichtiger, als der Konkurrenzdruck kaum gemindert werden dürfte – obschon es weder den Pendlerzeitungen noch neuen elektronischen Informationsmedien gelungen ist, den Tageszeitungen ihren Platz im nach wie vor reichhaltigen Schweizer Medienkonzert streitig zu machen. Die verschärfte Konkurrenzsituation unter den Sonntagsblättern wird auch die Tageszeitungen nicht kalt lassen.

Die AZ hat ihr Rendement im Berichtsjahr weiter gesteigert. Der Ausbau der Wochenendbeilage AZ Weekend illustriert dieses Bemühen ebenso wie das zur AZ-Premium-Marke gewordene Montagsinterview. Dieses Produkt hat durch die Zusammenarbeit über den Röstigraben hinweg mit «Le Temps» eine zusätzliche Aufwertung erreicht.

Zeichen von gesteigerter Beachtung und Anerkennung ist auch das grosse Interesse an der Redaktionsarbeit. Es drückt sich zum Beispiel aus in Besuchen von Politikerdelegationen oder von Schweizer Botschaftern aus aller Herren Ländern, die im Berichtsjahr auf der AZ-Redaktion eine Weiterbildungsveranstaltung durchführten.

Die AZ hat sich als starke Stimme ihrer Aargauer Stammlande weiter profiliert. Im innerkantonalen Medienwettbewerb hat sie die Position eines Titels mit politischer Themenführerschaft behaupten können.

Titel mit politischer
Themenführerschaft

Trotz Gegenwind Marktanteile gewonnen

Der Zeitungsverlag der AZ Medien Gruppe hat 2001 trotz Volumeneinbussen und konjunkturellem Wetterwechsel Marktanteile gewonnen. Dies gilt vor allem für den kommerziellen Markt und namentlich die nationalen Umsätze. Das Werbevolumen der 12 grössten Schweizer Zeitungen ist um 13 Prozent geschrumpft. Demgegenüber hat die Aargauer Zeitung bloss 3 Prozent eingebüsst, nicht zuletzt eine Folge neuer, innovativer Insertionsangebote und einer qualitativ optimierten Marktbearbeitung.

Im Lesermarkt konnte die Position knapp gehalten werden. In Teilen des Verbreitungsgebietes machte sich der Einfluss der Pendlerzeitungen bemerkbar. Zwar hat das Gratisblatt «Metropol» Anfang 2002 – zwei Jahre nach dem Start in der Schweiz – die Segel gestrichen. Doch die Konkurrenzsituation dürfte gleichwohl angespannt bleiben. Der Zeitungsverlag hat sich auf ein weiteres schwieriges Jahr eingestellt. Es wird nicht mit einer Kompensation der letztjährigen Einbussen im Stellenmarkt und im kommerziellen Bereich gerechnet. Ziel jedoch bleibt, die Marktposition klar zu halten.

Mit dem Erwerb des Lenzburger Verlagsunternehmens Kromer Medien AG Anfang 2002 ist die gesuchte Verstärkung in einem wichtigen Marktsegment geglückt. Mit der Bündelung des Wochenzeitungs-Engagements in der Kantonsmitte schafft die AZ Medien Gruppe zugleich einen neuen Unternehmensstandort.

Top Twenty der Schweizer Tageszeitungen (Auflage)

1-10		11-20	
Blick	309 309	24 heures	88 467
Tages-Anzeiger	268 179	Tribune de Genève	77 420
Mittelland Zeitung ¹	199 181	Der Bund	68 463
Neue Zürcher Zeitung	169 623	Le Matin	65 121
Die Südostschweiz	138 893	Le Temps	53 526
Berner Zeitung	136 610	Zürichsee Zeitung	47 412
Neue Luzerner Zeitung	133 590	Landbote	45 832
Aargauer Zeitung ¹	118 126	Solothurner Zeitung ¹	44 896
Basler Zeitung	114 503	Thurgauer Zeitung, Die Neue	41 888
St. Galler Tagblatt	109 601	Nouvelliste et Feuille d'Avis du Valais	40 661

¹ Mittelland Zeitung
(Aargauer Zeitung, Solothurner Zeitung,
Oltner Tagblatt, Zofinger Tagblatt)

Quelle: WEMF-Beglaubigung 2001

Die Kromer-Produkte werden seit diesem Frühjahr im AZ-Druckzentrum in der Aarauer Tellli gedruckt. Auf Expansionskurs befindet sich die AZ Medien Gruppe auch mit der «Autobörse», dem grössten inländischen Multimedia-Marktplatz für Gebrauchtwagen. Zu Beginn des laufenden Jahres konnte von der Emil Frey Gruppe die Mehrheit an diesem Verlagsobjekt erworben werden.

Das Hauptaugenmerk gilt 2002 der Konsolidierung der Mittelland Zeitung (MZ) mit den vier in ihren Stammlanden solid verankerten Pfeilern Aargauer Zeitung, Solothurner Zeitung, Oltner Tagblatt und Zofinger Tagblatt. Im nationalen Anzeigenmarkt hat sich die Ausgangslage markant verbessert. Die junge Marke MZ – sie repräsentiert die landesweit drittgrösste Zeitung – gilt es im Anzeigenmarkt nachhaltig zu verankern.

Mit Startwerten von über 360 000 Lesern und einer Auflage von gegen 200 000 Exemplaren ist die Ausgangslage gut. Es gilt, die MZ in einem attraktiven Wirtschafts- und Lebensraum nachhaltig als unentbehrliche Kommunikationsplattform für starke Werbeaufträge zu positionieren. Mit dem gemeinsamen Zeitungsmantel für überregionale Informationen soll die Stimme des Mittellandes verstärkt werden. Die Fortführung des bewährten Regionalsplit-Konzepts erlaubt es, die beiden Kantone und ihre Regionen weiterhin mit massgeschneiderten Inhalten zu betreuen.

Reibungsloser Start der
Mittelland Zeitung



47°29' N / 8°13' E
Stephan Gemmet,
seit 9 Jahren wohnhaft
in Brugg

«Radio Argovia begleitet mich
durch den Tag. Das Programm
bietet mir Abwechslung und
Unterhaltung. Ganz besonders
freue ich mich jeweils über mu-
sikalische Grüsse von meiner
Bekanntnen, Brigitte Aufderreggen
aus Nussbaumen.»

■ Kanton Aargau
■ Konzessionsgebiete von Radio Argovia,
Tele M1 und/oder TeleToll

Flächentreue Azimutalprojektion,
zentriert auf Bern
Massstab 1:500 000



47° 24' N / 8° 25' E
Brigitte Aufderreggen,
arbeitet seit 6 Jahren
in Dietikon

«An meinem Arbeitsplatz in Dietikon gehe ich über Mittag oft joggen und habe dabei Musik in den Ohren – von Radio Argovia. Damit läuft es sich besser. Am Morgen faxe ich musikalische Grüsse ins Studio für meine Freundinnen und Freunde, die in der Region wohnen. Zum Beispiel für Stephan Gemmet aus Brugg.»

Konzessionsgebiete Radio und Fernsehen

Durchschnittliche Tagesreichweite in Tsd. Personen

Radio Argovia ¹	180
Tele M1 ²	143
TeleTell ²	83
Total	406

¹ Publica Data AG, «Radiocontrol»

² Publica Data AG, «Telecontrol»

Vollwertmenü mit Pfiff und Raffinesse

Der Zeitschriftenverlag der AZ Medien Gruppe hat im Geschäftsjahr 2001 die Erwartungen übertroffen. Das Gros der Titel hat die Auflage halten beziehungsweise steigern können. Die genere vom Stellenmarkt weniger abhängigen Fachzeitschriften haben sich stetig weiterentwickelt. Das «Sportmagazin» hat im zweiten Jahr seit der Lancierung eine hohe «Pace» angeschlagen. Mit knapp 350 000 Leserinnen und Lesern oder 10 Nutzern pro Exemplar hat das junge Trendprodukt in der Werbebranche für Aufsehen gesorgt. Seine erfreuliche Weiterentwicklung zeigt, dass der anvisierte Zielmarkt – einigen Unkenrufern zum Trotz – tatsächlich existiert. «Fit for Life» hat den grössten Entwicklungsschub seit seiner Lancierung erlebt. Steigende Abozahlen und (Medien-)Partnerschaften im Umfeld von Sportanlässen reflektieren die wachsende Begeisterung für Ausdauersportarten in der Schweiz.

Zu einem Verkaufserfolg ist das Fachbuch NIN Compact avanciert – eine nutzerfreundliche Sammlung der wichtigsten Niederspannungs-Installationsnormen (NIN), die es bei der Erstellung entsprechender elektrischer Anlagen in der Schweiz zu berücksichtigen gilt. Bei diesem Produkt handelt es sich um ein gelungenes Gemeinschaftswerk von Spezialisten der Fachzeitschrift «Elektrotechnik» einerseits und Fachleuten des Schweizerischen Elektrotechnischen Vereins (SEV) andererseits. Zielpublikum sind in erster Linie Ausbilder, aber auch Elektroplaner und -installationsprofis. Mehr als 5 700 Exemplare sind im ersten Jahr verkauft worden. Heuer werden je eine französische und italienische Version folgen.



Umsatzanteile am Zeitschriften-Portfolio



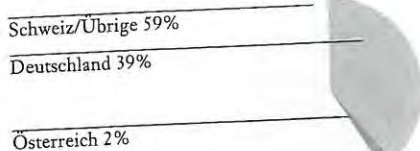
Mit den meisten Fachzeitschriften werden Verbindungen zu Brancheninstitutionen unterhalten. Solche Kooperationen können zu Erfolgsrezepten werden. So hat die jahrelange Zusammenarbeit mit der EGK-Gesundheitskasse mit dazu beigetragen, die Erfolgsgeschichte des «Natürlich» fortzuschreiben. Dieses Produkt segelt seit Jahren ohne Quotenstress auf Erfolgskurs.

«Es ist angerichtet», hiess es Anfang März 2002, als Meisterköchin und Bestseller-Autorin Annemarie Wildeisen die frühlingfrische Startnummer des neuen Magazins «Kochen» servierte. Dieser neue Pfeiler in der Special-Interest-Familie des AZ Fachverlages bildet gleichzeitig den Hauptgang eines multimedialen Kochprojekts der AZ Medien Gruppe. Pfiffige, saisongerechte Rezepte, angereichert mit Informationen, Tipps und Adressen rund um Zutaten und Zubereitung und viel Küchen-Know-how: «Kochen» will lustvoll frischen Schwung in des Schweizer Alltagsküche bringen; Frauen und Männer zwischen 28 und 50 bilden die Zielgruppe. «Kochen» ergänzt das bisherige publizistische Gourmet- und Kulinarik-Angebot der AZ Medien Gruppe. Die Herausforderung, nichts anbrennen zu lassen, ist gross: Auch «Kochen» muss in einem von Verdrängung gekennzeichneten Marktsegment verankert werden.

Ohne Quotenstress
auf Erfolgskurs

In Deutschland Fuss gefasst

Umsatzanteile 2001¹



¹ Die Umsatzanteile beinhalten Bücher, Lizenzen und Kooperationen.

Nischenpolitik hat sich als richtig erwiesen

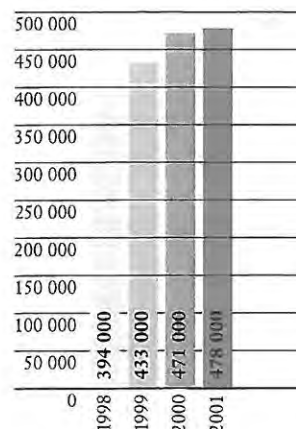
Kochen, Naturphänomene, psychoaktive Pflanzen, Heilkräuter, Bauen und Werken sowie die Schweiz als Land – dies sind die Themen, welche auch im Geschäftsjahr 2001 den Erfolg des AT Verlags getragen haben. «Langläufer» wie «Orte der Kraft», «100 schönsten Hüttenziele», «Kornkreise», «Mineralstoffe» oder «Fleisch sanft garen» bildeten die Grundlage für das gute Ergebnis 2001: Dieses liegt mit einem Umsatz von 6,9 Millionen Franken 13,8 Prozent über dem Vorjahr. Die massgebenden Erfolgsfaktoren waren das Lizenzgeschäft, vor allem die hervorragende Entwicklung in Deutschland, wo der Umsatzanteil markant gesteigert werden konnte.

Die in den letzten Jahren verfolgte Nischenpolitik, die sich auf das «anspruchsvolle» und das «schöne» Sachbuch konzentrierte, hat sich als richtig erwiesen. Während im grossen, auf den Massenmarkt ausgerichteten Sachbuchgeschäft der Konzentrationsprozess rasant fortschritt, gewann das bedachtvoll gestaltete Nischenprogramm des AT Verlags weiter an Profil. Die Tradition der «inhaltlichen Qualität» und «sorgfältigen Ausstattung» der Bücher ist erhalten geblieben. Erfreuliche Wirkung zeigte auch der neue Online-Auftritt mit dem integrierten E-Commerce-Shop, in dem der Internetumsatz verdoppelt werden konnte.

Der AT Verlag will seine starke Position im heimischen Markt ausbauen und das Potenzial des deutschen Marktes noch besser ausschöpfen. Im umsatzstärksten Programmbereich Kochen ist zudem ein Sprung über die Bereichsgrenze an: Der AT Verlag ist mit den Kochbüchern von Starköchin Annemarie Wegweiser das AZ-Multimedienprojekt «Kochen» eingeleitet.

Das gute Buch hat es in schweren Zeiten leichter

Verkaufte Bücher und
Multimediaprodukte¹



¹ inkl. E-Commerce

«Ende gut, alles gut» lautet für Meissner Bücher die positive Bilanz des wechselhaften Geschäftsjahrs 2001. Nach einem ausgezeichneten ersten Halbjahr flaute die Konsumentenstimmung Mitte Jahr ab und begann sich erst gegen Ende Oktober wieder langsam zu erholen: In schwierigen Zeiten kam dem Buch sein guter Ruf als sinnvolles Geschenk zugute. Dank des florierenden Weihnachtsgeschäfts konnte die AZ-Buchhandlungskette das Geschäftsjahr bei einem Umsatz von 11,0 Millionen Franken mit einem Plus von 1,2 Prozent abschliessen. Gute Zuwachsraten verzeichneten die Belletristik, das Taschenbuch sowie die so genannten «Hörbücher». Mit grossem Werbeaufwand lancierte Literaturverfilmungen wie «Harry Potter» oder «Herr der Ringe» beflügelten den Geschäftsgang zusätzlich. Um fast 30 Prozent stieg der Umsatz des «Meissner Online-Bookshop» im Internet.

Neben dem konjunkturellen Auf und Ab prägte der unvermindert rasche Wandel in der Branche das Geschehen. Durch die vor ein paar Jahren eingeschlagene Wachstumsstrategie ist Meissner Bücher mit der Bücherachse Aarau – Brugg – Baden jedoch gut positioniert. Die Grösse verhalf im schwierigen Marktumfeld zu verhältnismässig günstigen Einkaufskonditionen. Bezahlt machte sich auch die Standortpolitik in Baden. Der Wechsel der Filiale ins «Langhaus» beim Bahnhof führte zu einem markanten Umsatzplus. Einen ähnlichen Effekt erhofft man sich vom Neubau des AZ-Medienhauses an der Bahnhofstrasse in Aarau. Bei Meissner Bücher herrscht Aufbruchstimmung – was auch im neuen Erscheinungsbild zum Ausdruck kommt.



Erfolgreiche Wachstumsstrategie



47° 29' N / 8° 14' E

Elisabeth Schneider,
seit 18 Jahren wohnhaft
in Windisch

«In der Aargauer Zeitung finde ich alles Wissenswerte über meine Gemeinde und die Region. Ich kann mich aber auch über den Rest der Welt informieren. Zum Beispiel über das Wetter in Poschiavo, wo meine ehemalige Nachbarin Annelies Stöckli nun lebt.»

-  Kanton Aargau
-  Kantone mit mindestens 50 Abonnenten der AZ-Gesamt- oder -Fernausgabe

Flächentreue Azimutalprojektion,
zentriert auf Bern
Massstab 1:1 000 000

Kernmarktgebiete Zeitungen

Leserschaftsdaten¹

Aargauer Zeitung	213 000
Limmattaler Tagblatt	20 000
Aargauer Woche	169 000
Limmat Zeitung	45 000
Anzeiger aus dem	
Bezirk Affoltern	20 000
Total	467 000
Mittelland Zeitung	374 000

¹ gemäss MACH Basic 2001



Zeitungsdruck erfreulich, Kundendruck unter Druck

Die konjunkturelle Grosswetterlage des Geschäftsjahres 2001 widerspiegelt die Situation der AZ Grafische Betriebe AG – wechselhaft. Hochdruck herrscht im Zeitungsdruck, während Kundendruck den durchgezogenen Verlauf des Wirtschaftsjahrs und die Stagnation in der Grafischen Branche deutlich zu spüren bekam. Nach gutem Beginn erfolgte Mitte Jahr ein Nachfrageeinbruch, der die bekannten Branchenprobleme wie Überkapazitäten und Preiszerfall zusätzlich verschärfte. Grossaufträge werden heute vielfach im europäischen Raum vergeben. Zudem haben mehrere grosse Schweizer Anbieter grössere Investitionen in neue Druckanlagen getätigt; dies hat die nationale Marktsituation ebenfalls markant verändert.

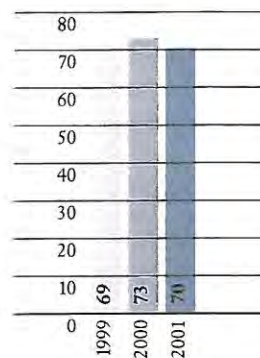
Expansion und Innovation

Expansion und Innovation sind die zwei Stichworte, die das Geschäftsjahr des Zeitungsdrucks prägten. Herausragendes Ereignis war die Inbetriebnahme des neuen Speditionszentrums. Es brauchte die im Zusammenhang mit der Mittelland Zeitung erforderliche Kapazitätserhöhung: Seit dem Start des Kooperationsprojektes werden in der Telli Aarau pro Nacht 18 000 Zeitungspläne mehr gedruckt. Zur guten Auslastung der Zeitungsdruckmaschine tragen neben der vielfältigen Palette der AZ-Zeitungsprodukte diverse externe Aufträge bei, insbesondere die Produktion der «20-Minuten»-Auflagen für Bern und Basel.

Im Kundendruck konnte gegenüber dem Vorjahr insgesamt eine leichte Verbesserung erzielt werden, doch blieb das Ergebnis unter den Erwartungen. Das Auslaufen eines Grossauftrages führte zur Überprüfung der Strategie und zur Einleitung von Kapazitätsmassnahmen.



Umsatz
in Mio. CHF



tätsanpassungen: auf Mitte 2002 wird eine Rollenoffset-Druckmaschine stillgelegt. Es handelt sich um eine Mitte der 90er-Jahre angeschaffte Spezialanlage für Streuprospunkte mit hohen Auflagen. Diese Rollenoffset-Druckmaschine, welche über ein eingeschränktes Leistungsspektrum verfügt, konnte aufgrund mangelnder Nachfrage im Schweizer Markt nie genügend ausgelastet werden. Die Strategieüberprüfung des Kundendrucks führte zu einer Reduktion des Stellenetats.

Die AZ Grafische Betriebe AG hat in den letzten Jahren beachtliche Mittel in die Rationalisierung und Modernisierung des Kundendrucks investiert und damit die Leistungsfähigkeit und Qualität kontinuierlich verbessert. 2001 konnten die Inline-Adressierung an Sammelheftern eingeführt sowie die Filmbelichtung und der digitale Workflow ausgebaut werden. Diese Strategie wird konsequent fortgesetzt; im Laufe des Jahres 2002 kann eine moderne Plattenbelichtungsanlage (Computer to Plate) in Betrieb genommen werden. Die AZ Grafische Betriebe AG wollen ihre Marktposition in den Bereichen anspruchsvolle Zeitschriften- und Katalogproduktion im Bogen- und Rollendruck sowie Rollenoffset-Fertigprodukte weiter ausbauen.

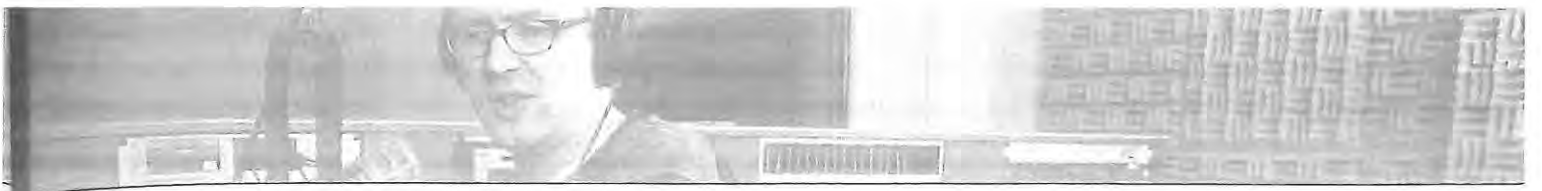
Die bereits vollzogenen oder eingeleiteten Massnahmen sollen die AZ Grafische Betriebe AG fit machen, um auch in wirtschaftlich wechselhaften Zeiten in beiden Bereichen – Kundendruck und Zeitungsdruck – erfolgreich bestehen zu können.

«De Soundtrack zom Läbe»

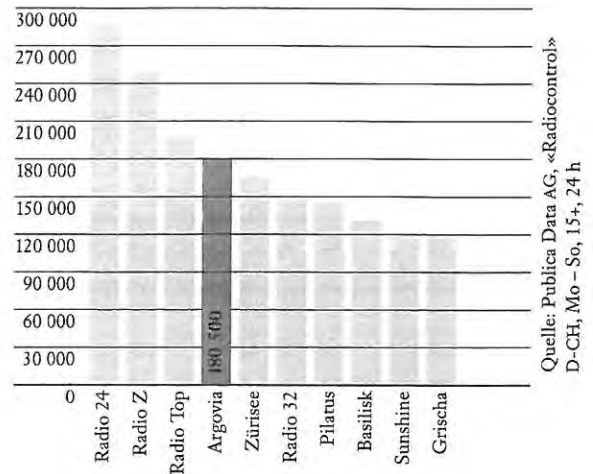
Radio Argovia hat sich 2001 im Kreis der führenden Deutschschweizer Regionalradios behauptet. Die starke Position konnte sowohl punkto Hörerzahlen als auch im Werbemarkt gehalten werden. Nach den markanten Einbussen ab September wurde angestrebte Ertragsziel verpasst. Das Jahresergebnis stellt allerdings gleichwohl das drittbeste in der elfjährigen Geschichte des Senders dar. Der positive Mehrjahrestrend ist ungebrochen, die kurzfristige Entwicklung des Werbemarktes jedoch schwer prognostizierbar.

In der Altersgruppe 15+ (alle Personen ab 15 Jahren) weist Radio Argovia in der Deutschschweiz den dritthöchsten Marktanteil bei Regionalradios aus. Auch auf der Basis der neuen elektronischen Hörer-Messmethode («Radiocontrol») konnte der Spitzenrang verteidigt werden. Am Anspruch wird nicht gerüttelt: Wer nationaler Optik auf eine marktgerechte Mediaplanung setzt, an Radio Argovia nicht vorbeikommen.

Zu einem Höhepunkt wurde die neu lancierte Heissluftballon-Sommeraktion «Argovia-on-Air»: Den nach dem Zufallsprinzip angefahrenen Aargauer Gemeinden blieben jeweils nur wenige Stunden, um aus dem Stand bis acht Uhr abends ein Fest auf dem Boden zu stampfen. Büttikon, Muhen, Gansingen, Holziken und Hendschiken erhielten Besuch aus dem Äther. Die Gemeinden nahmen die Herausforderung an und trugen dazu bei, da



Tagesreichweite
Jahresstudie 2001



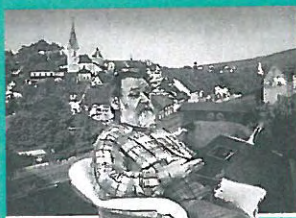
einer gewagten Idee des tonangebenden Mediums im Argovia-Land ein Grosse Erfolg wurde. Auch das traditionelle Argovia-Fäscht, die Geburtstagsparty von Radio Argovia, vermochte trotz schlechtem Wetter Tausende Besucher anzuziehen.

Bis zu 20 000 Hörerinnen und Hörer haben jeweils täglich zur gleichen Zeit ihr Rateglück versucht. Erst am 449. Tag wurde die Stimme des «Mr. Unbekannt» identifiziert – und der 44 900 Franken schwere Argovia-Bargeld-Jackpot geknackt.

Nach der Inbetriebnahme zweier zusätzlicher Sendeanlagen im Freiamt und im Wynental ist Radio Argovia nun in der Lage, das angestammte Sendegebiet gut zu versorgen. In anderen Gebieten muss jedoch die Qualität weiter verbessert werden: Ein primäres Ziel bleibt, die rund 40 000 im Grossraum Zürich arbeitenden Pendler aus dem Aargau auch tagsüber mit Informationen aus ihrem Wohnkanton bedienen zu können.

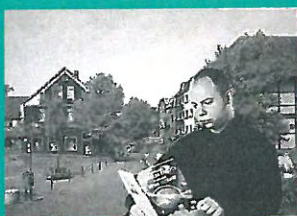
Das Bessere sei der Feind des Guten, heisst es. Seit Dezember 2001 präsentiert sich Radio Argovia in einem neuen Outfit. Das akustische Erscheinungsbild wurde rundherum aufgefrischt, von der prägnanteren Identifikationsmelodie bis zu den neuen «Jingles» in Schweizerdeutsch. Aber die Zielsetzung reicht weit über die Verpackung hinaus: Noch besser unterhalten, noch schneller informieren, noch mehr Serviceleistungen. Mit einem profilierten Angebot will Radio Argovia noch stärker als bisher auf Interaktivität setzen, als treuer Begleiter rund um die Uhr präsent: «De Soundtrack zum Läbe».

Treuer Begleiter rund
um die Uhr



47° 28' N / 8° 19' E
Wolfgang Dorn,
arbeitet seit 30 Jahren
in Baden

«Freundschaft und Beziehungspflege gehen für mich auch durch den Magen, besonders wenn Leidenschaft fürs Kochen im Spiel ist. Deshalb bringe ich meinem Neffen Robert Hanne, der in Barsinghausen lebt, jeweils ein Schweizer Kochbuch aus dem AT Verlag nach Norddeutschland mit.»



52° 18' N / 9° 28' E
Robert Hanne,
seit 7 Jahren wohnhaft
in Barsinghausen

«Mein Onkel Wolfgang Dorn arbeitet weit weg von hier in der Schweiz. Trotzdem ist er fast jeden Tag präsent. Zumindest in meiner Küche, wenn ich aus einem seiner Kochbücher koche. Dies bringt mir einen kulinarischen Hauch Alpenwelt nach Norddeutschland.»

AT Verlag (Bücher)

Verkaufte Bücher im Jahr 2001

Schweiz/Übrige	267 649
Deutschland	215 309
Österreich	8 061
Total	491 019

■ Kanton Aargau
■ Absatzmarkt AT Verlag

Flächentreue schiefachsige Azimutalprojektion,
zentriert auf den Punkt 48° N/9° E.
Massstab ca. 1 : 4 Mio.

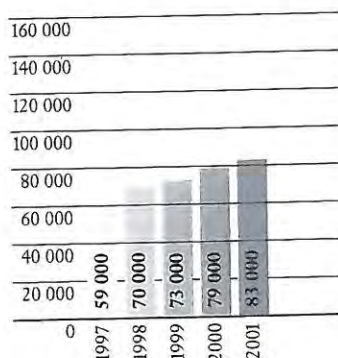
Zäsur in widrigem Umfeld

Der Umbruch in der jungen Schweizer Privatfernseh-Landschaft hält an. Im Vorjahr waren es ausländische Anbieter, die ihre Programmfenster mangels Publikums bereits nach kurzer Zeit schlossen. Letztes Jahr sind Tele24 nach drei Jahren und TV3 nach nur zwei Jahren von der Bild(schirm)-Fläche verschwunden. Anlaufverluste hatten sich zu türmen begonnen. Die Verschiebung von Werbemitteln aus dem Print- in den TV-Bereich verläuft nach wie vor sehr harzig, dies vor dem Hintergrund eines anhaltend stark regulierten Werbemarktes. Die ab dem dritten Vierteljahr aufziehende konjunkturelle Sturmfront hat den im Jahresverlauf gestiegenen Ertragsdruck branchenweit zusätzlich verschärft.

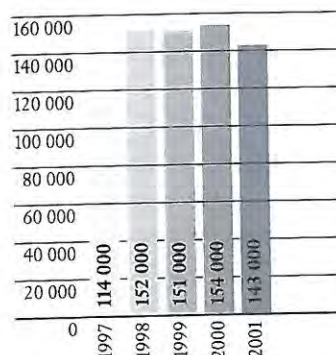
Tele M1 und TeleTell, die führenden regionalen Fernsehprogramme im Mittelland beziehungsweise in der Zentralschweiz, hatte in einem rauen Umfeld einen schwierigen Stand. Es hat sich bestätigt, dass regionale TV-Sender Veränderungen des Werbeauftragsvolumens stets besonders heftig zu spüren bekommen. Die Jahresergebnisse sind denn auch enttäuschend ausgefallen.

Zum neuen Gesamtverantwortlichen sowohl für den TV-Bereich als auch für Radio Argovia ab September 2001 ist Florenz Schaffner ernannt worden. Schaffner war vorher Abteilungsleiter Kommunikation und Mitglied der Geschäftsleitung des Schweizer Fernsehens DRS. Nach dem Wechsel in der Geschäftsführung und in der Programmleitung/Chefredaktion Tele M1 (neu: Heinz Lang) sind markante Schrittwechsel und Korrekturen vorgenommen beziehungsweise eingeleitet worden. Journalistische Gefässe wurden verstärkt, die News-Sendungen klarer strukturiert. Auf der ande

Tagesreichweite
(Durchschnitt) TeleTell¹



Tagesreichweite
(Durchschnitt) Tele M1¹



¹ Publica Data AG, «Telecontrol»

ren Seite wird künftig auf aufwändige Eigenproduktionen im Vorabendprogramm verzichtet. Mit Nachdruck soll daran gearbeitet werden, die beiden Sender in erster Linie mit stark regional ausgerichteten Beiträgen in ihren Stammländern unentbehrlich zu machen. Dazu gehört auch die geplante Verbesserung der Betriebssicherheit und der Bildqualität durch einen neuen Sendeablauf.

Der Trend rückläufiger Zuschauerzahlen bei Tele M1 wurde gestoppt. Im Dezember verzeichnete die News-Sendung «Aktuell» mit total 50 000 Zuschauern auf beiden Sendern eine rekordhohe Aufmerksamkeit, die anfangs 2002 weiter anstieg. Als Qualitätsattest darf auch interpretiert werden, dass wichtige Drittstationen das Format «Tierisch» in ihr Programm integriert haben.

Tele M1 und TeleTell wollen ihre journalistische Qualität und damit ihre Relevanz im Publikum weiter steigern. Im Hinblick auf die Ära des Gebührensplittings geht es darum, eine solide Ausgangslage zu erkämpfen. Die entscheidenden Korrekturen am Radio- und Fernsehgesetz dürften allerdings erst ab 2004 greifen. Es gilt die Legitimation zu wahren, dank den erbrachten «Service public»-Leistungen beim künftigen Splitting der Empfangsgebühren – voraussichtlich ab 2004 – mit dabei zu sein.

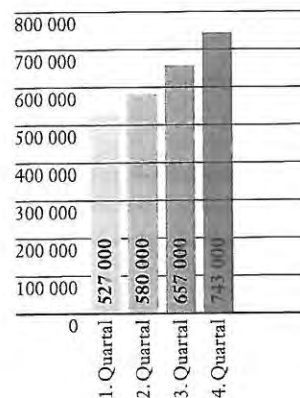
«Unsere Region im Internet» findet grosse Beachtung

«Unsere Region ist jetzt im Internet»: Mit diesem Slogan startete azonline.ch, das regionale Internetportal der AZ Medien Gruppe, seine Aktivitäten. Das erste Betriebsjahr zeigte, dass das vielfältige Internetangebot von azonline.ch und seinen Online-Partnern Aargauische Kantonalbank, Knecht Reisen/Eurobus und Lagerhäuser Aarau vom Publikum intensiv genutzt wird: 2001 verzeichnete die auf das Gebiet Limmattal/Affoltern – Aargau – Nideramt/Olten fokussierte Plattform rund 2,5 Millionen Besuche (Visits) und 23 Millionen Seitenaufrufe (Pageviews).

Hauptattraktion von azonline.ch ist die Online-Zeitung, die an sieben Tagen in der Woche Topaktualitäten aus der nahen und weiten Welt multimedial und «on demand» publiziert: Text-, Bild-, Video- und Audio-News können dann abgerufen werden, wenn gebraucht oder gewünscht. Wie die Statistik zeigt, erfreuen sich die regionalen Nachrichten speziell grosser Beachtung. Regen Zuspruch finden auch die zahlreichen Themen-Dossiers sowie die diversen interaktiven Angebote wie Chat, Gästebücher, Ted-Abstimmungen oder Diskussionsforen; «heisse» Themen wie «11. September», «Swissair-Debakel» oder «Uno-Beitritt» verzeichneten jeweils mehrere hundert Beiträge. Zu den am häufigsten aufgerufenen Seiten von azonline.ch gehört die Veranstaltungs- und Ausgeh-Site azlive.ch mit der umfassendsten Veranstaltungsdatenbank der Region sowie zahlreichen weiterführenden Verlinkungen zu Medienberichten, Kritiken oder Veranstalter-Homepages.



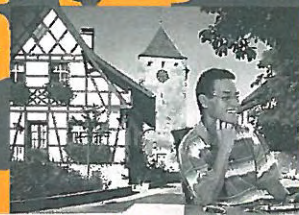
Besuche (Visits) 2001



Zwei «Heimvorteile» trugen entscheidend dazu bei, dass sich azonline.ch trotz branchenweiter Krise erfolgreich als Regionalportal Nr. 1 etablieren konnte: Die Marketingkraft und die attraktiven Inhalte der AZ-Medien. Während die reinen Online-Werbeinnahmen auf relativ tiefem Niveau stagnierten, hatten neue Kombinationsprodukte, Print-Online oder interaktive Angebote wie Wettbewerbe, beachtlichen Erfolg. Diese viel versprechenden Ansätze werden im Rahmen des AZ-Projektes Content/Multimedia intensive weiterentwickelt.

Viel versprechende Ansätze werden weiterentwickelt

Zu den Meilensteinen des azonline.ch-Jahres zählten die Aufschaltung der Schwesterportale limmattalonline.ch und affolternonline.ch. Sie basieren auf der Struktur und Technologie des Hauptportals, nutzen dessen allgemeine Inhalte und Services und werden mit Ergänzungen massgeschneidert regionalisiert. Ein wichtiger Schritt erfolgte im November: Die Lancierung von immochannel.ch, dem gemeinsam mit der Aargauischen Kantonalbank betriebenen und vom nationalen Online-Marktführer homegate.ch gepowerten Immobilienportal. Der regionale Immobilienhandel, Eigenheiminteressenten und Wohnungssuchende haben nun auch im Internet ein «Zuhause».



47° 34' N / 8° 25' E

Keng-Kwan Mun,
seit 3 Jahren wohnhaft in
Fisibach/Kaiserstuhl

«Ich arbeite in der Flugzeug-
industrie und bin darauf
angewiesen, über neuste Ent-
wicklungen in meiner Branche
auf dem Laufenden zu sein.
azonline.ch ist für mich ein
idealer Einstieg ins Internet.
Ebenso nutze ich die wichtige
Möglichkeit, mit meiner Frau
Gaby, die als Flight-Attendant
viel unterwegs ist, in Verbin-
dung zu bleiben.»

■ Kanton Aargau
■ Verbreitungsgebiet von www.azonline.ch

Hammer-Abbildung
(flächentreue Azimutalprojektion in normaler Lage)
Massstab 1:625 000 000

Internet

Monatliche Pageviews

www.azonline.ch 2,4 Mio.



31° 58' S / 115° 49' E

Gaby Mun,
Halbjahresaufenthalt
in Perth, Australien

«Als Flight-Attendant bin ich sehr viel unterwegs. Das Internetportal azonline.ch ist eine ideale Möglichkeit, um mit meiner Region in Kontakt zu bleiben. Auch hier in Australien bin ich immer über das Leben in Fisibach informiert. Und mit meinem Mann Keng-Kwan treffe ich mich im Chat, wenn es nicht anders geht.»

AZ Medien Gruppe Verwaltungsrat

Präsident

Dr. Jürg Schärer, Aarau

Vizepräsident und Delegierter

Peter Wanner, Würenlos

Mitglieder

Frank Boller, Ennetbaden

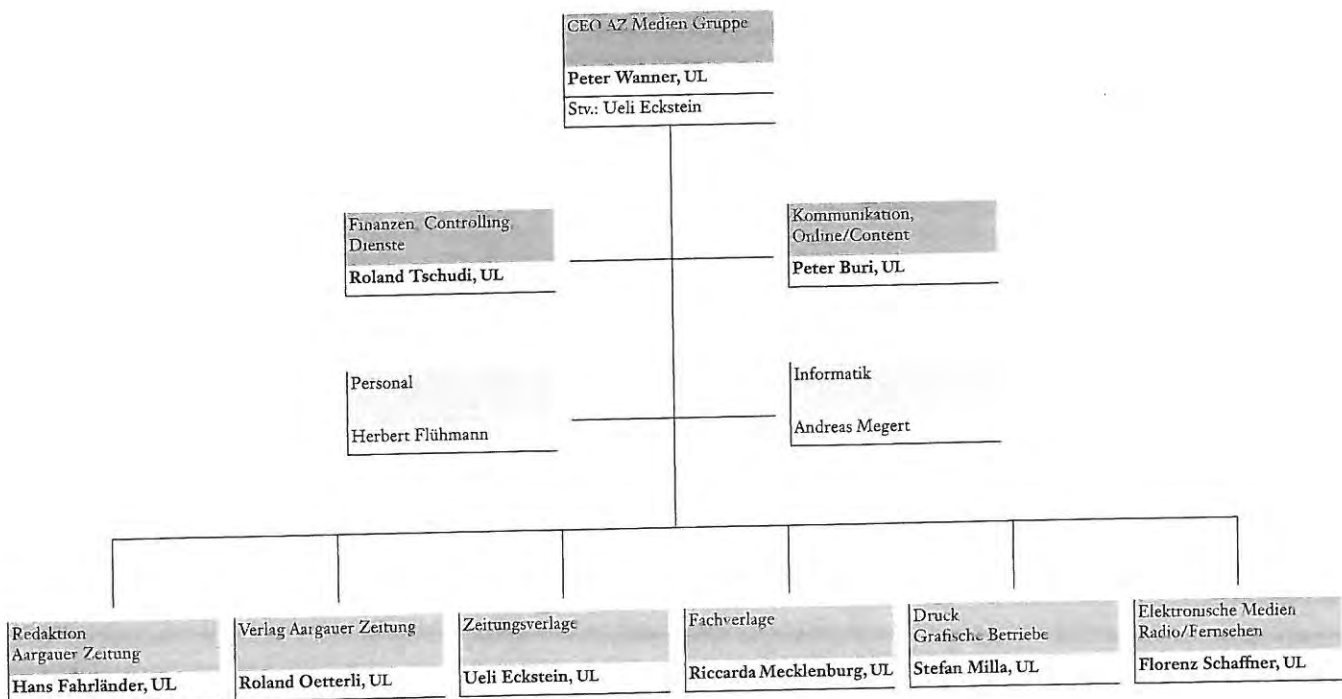
Dr. Philip Funk, Dättwil

Dr. Jan Kocher, Baden

Prof. Dr. Georg Müller, Erlinsbach

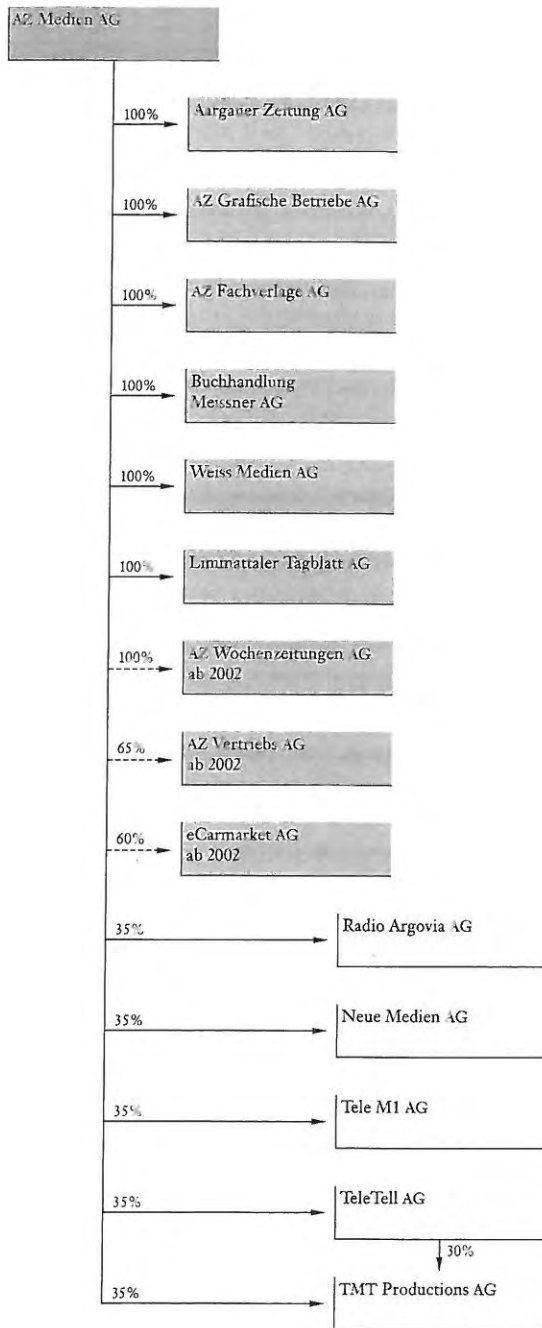
Dr. Hans-Peter Zehnder, Meisterschwanden

Führungsstruktur



AZ Medien Gruppe

Beteiligungen



Geschäftsbericht 2001

Finanzielle Berichterstattung

Inhalt

Konzernrechnung der AZ Medien Gruppe

Kommentar zur finanziellen Berichterstattung	Seite 3
Konsolidierte Bilanz	Seite 4
Konsolidierte Erfolgsrechnung	Seite 5
Konsolidierte Mittelflussrechnung	Seite 6
Anhang zur Konzernrechnung	
1. Konsolidierungs- und Bewertungsgrundsätze	Seite 7
2. Erläuterungen zur konsolidierten Bilanz	Seite 9
3. Erläuterungen zur konsolidierten Erfolgsrechnung	Seite 11
4. Angaben zum Konsolidierungskreis	Seite 12
5. Anlagespiegel	Seite 13
6. Veränderung des Eigenkapitals	Seite 13
7. Vorsorgeverpflichtungen	Seite 14
8. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag	Seite 14
Bericht des Konzernrechnungsprüfers	Seite 15

Jahresrechnung der AZ Medien AG (Holding)

Bilanz	Seite 17
Erfolgsrechnung	Seite 18
Anhang zur Jahresrechnung	Seite 19
Antrag zur Gewinnverwendung	Seite 21
Bericht der Revisionsstelle	Seite 22
Beteiligungen AZ Medien Gruppe	Seite 23

Erfolgsrechnung

Das Ergebnis des Geschäftsjahrs 2001 kann insgesamt als gut beurteilt werden. Nach einem sehr erfolgreichen 1. Semester folgte ab Sommer ein Rückgang im Anzeigenmarkt und ab September ein markanter Einbruch in vielen wichtigen Teilmärkten. Die AZ Medien Gruppe konnte somit nur teils an die erfolgreiche Entwicklung der Vorjahre anknüpfen. Trotzdem wurde ein Konzernabschluss im Bereiche des im Vorjahr erzielten Rekordergebnisses erwirtschaftet. Der konsolidierte **Betriebs-ertrag von 185,9 Mio. Fr.** liegt um 3% über dem Vorjahreswert, dies vor allem dank des neu dazu gekommenen Limmattaler Tagblattes.

Der **Betriebs-Cashflow von 28,5 Mio. Fr.**, plus 2,9 Mio. Fr. entspricht 15,3% des Betriebsertrages. Das **Betriebsergebnis von 13,2 Mio. Fr.** liegt 0,5 Mio. Fr. tiefer als im Vorjahr. Das Finanzergebnis wird negativ belastet aus den Verlusten in den nicht konsolidierten Beteiligungen beim TV. Die grossen Investitionen führten nur vorübergehend zu einer höheren Zinsbelastung. Ein kleinerer ausserordentlicher Aufwand und eine höhere Steuerbelastung führen zu einem guten **Konzernergebnis von 8,6 Mio. Fr.**, was einer gleich bleibenden **Ertragsrendite von 5%** entspricht. Dieses gute Ergebnis konnte trotz schwächeren Märkten im 2. Semester dank weiterer **Verbesserungen in wichtigen Geschäftsprozessen** erzielt werden. Gut abgeschnitten haben der Zeitschriftenverlag, der AT Verlag und die Buchhandlung Meissner. Nach wie vor angespannt ist die Ertragslage im Kundendruck und vor allem beim Fernsehen.

Bilanz und Mittelflussrechnung

Die **Investitionen von 26,6 Mio. Fr.** sind deutlich höher als im Vorjahr. Die wesentlichen Positionen betreffen Neubau und Modernisierungen der Zeitungsspedition und Modernisierungen in der Akzidenzdruckerei, Investitionen in die Produktentwicklung im Internetbereich und den Kauf einer 100%-Beteiligung an der Limmattaler Tagblatt AG. Im Weiteren wurden alle direkten Beteiligungen an den elektronischen Medien auf 35% angeglichen. Das Fremdkapital konnte bei höherer Bilanzsumme auf 58% reduziert werden. Die Abschreibungen wurden von 13,6 Mio. Fr. auf 15,4 Mio. Fr. erhöht. Die **Liquidität verbesserte sich um 4,7 Mio. Fr.** Das **Eigenkapital erhöhte sich von 48,9 Mio. Fr. auf 55,9 Mio. Fr.**, was 42% der Bilanzsumme entspricht.

Bewertungen und Rückstellungen wurden erneut vorsichtig vorgenommen. Der Goodwill aus der Akquisition der Limmattaler Tagblatt AG wird über 5 Jahre abgeschrieben. Der Einfluss der nach Equity-Methode konsolidierten Gesellschaften beträgt -0,4 Mio. Fr.

Gewinn, Eigenkapital und Dividende pro Aktie

Das konsolidierte **Jahresergebnis 2001 pro Aktie beträgt 795 Fr.** Das ausgewiesene **Eigenkapital** beläuft sich auf **5175 Fr. pro Aktie**, ein Plus von 644 Fr. gegenüber dem Vorjahr. Der Generalversammlung wird eine gleich bleibende Dividende von **150 Fr. pro Aktie** bzw. **15%** des Aktienkapitals vorgeschlagen. Den Reserven sollen 6,5 Mio. Fr. zugewiesen werden.

AZ Medien Gruppe



Roland Tschudi
Leiter Konzernfinanzen

Aarau/Baden, im April 2002

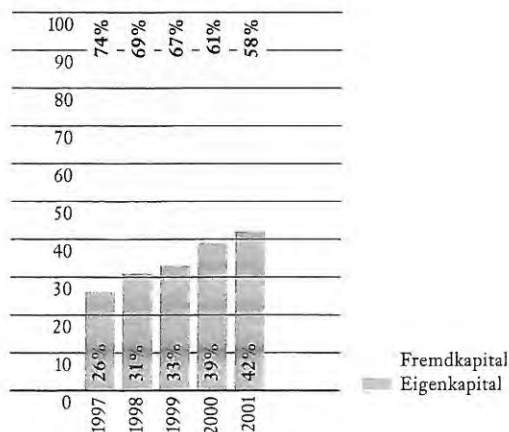
Konsolidierte Bilanz per 31. Dezember

	Erläuterungen Ziffer	2001		2000	
		in Tsd. Fr.	%	in Tsd. Fr.	%
AKTIVEN					
Umlaufvermögen					
Flüssige Mittel und Wertschriften	2.01	13 909		9 283	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.02	17 964		20 949	
Andere Forderungen	2.03	1 092		2 827	
Vorräte	2.04	6 118		5 963	
Aktive Rechnungsabgrenzungen		500		1 726	
Umlaufvermögen		39 582	30%	40 748	33%
Anlagevermögen					
Sachanlagen	2.05/5	77 694		78 217	
Finanzanlagen	2.06	1 220		1 541	
Immaterielle Anlagen	2.07/5	13 813		3 560	
Anlagevermögen		92 728	70%	83 319	67%
Total AKTIVEN		132 310	100%	124 067	100%
PASSIVEN					
Kurzfristiges Fremdkapital					
Bankverbindlichkeiten		738		846	
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.08	15 196		12 338	
Andere Verbindlichkeiten	2.09	2 890		4 680	
Passive Rechnungsabgrenzungen		18 451		16 400	
Kurzfristiges Fremdkapital		37 275	28%	34 265	28%
Langfristiges Fremdkapital					
Darlehen	2.10	11 800		9 600	
Hypotheken	2.11	15 600		19 475	
Andere langfristige Verbindlichkeiten	2.12	200		300	
Rückstellungen	2.13	11 543		11 489	
Langfristiges Fremdkapital		39 143	30%	40 864	33%
Fremdkapital		76 418	58%	75 129	61%
Eigenkapital					
	6				
Grundkapital		10 800		10 800	
Kapitalreserven		10 541		10 541	
Neubewertungsreserven		6 047		6 240	
Reserve für eigene Aktien		250		150	
Gewinnreserven		28 254		21 188	
Konzerneigenkapital		55 892	42%	48 920	39%
Minderheitsanteile		0		19	
Eigenkapital		55 892	42%	48 938	39%
Total PASSIVEN		132 310	100%	124 067	100%

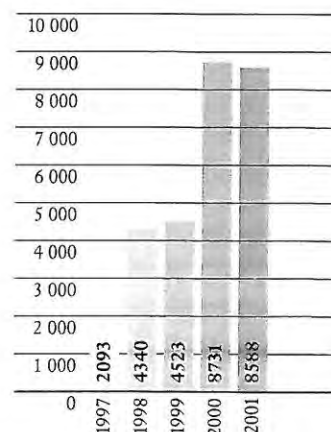
Konsolidierte Erfolgsrechnung

	Erläuterungen Ziffer	1. 1.-31. 12. 2001		1. 1.-31. 12. 2000	
		in Tsd. Fr.	%	in Tsd. Fr.	%
Betriebsertrag					
Ertrag Zeitungsverlage		112 355	60%	101 788	56%
Ertrag Fachverlage		32 589	18%	30 128	17%
Ertrag Druck und Vertrieb		39 647	21%	46 589	26%
<i>davon Bestandesänderungen</i>		-271		-786	
Übriger Ertrag		1 282	1%	1 791	1%
Total Betriebsertrag		185 874	100%	180 295	100%
Betriebsaufwand					
Materialaufwand		- 36 365	- 20%	- 37 479	- 21%
Fremdleistungen		- 17 416	- 9%	- 17 407	- 10%
Personalaufwand		- 78 446	- 42%	- 76 639	- 43%
Übriger Betriebsaufwand		- 25 109	- 14%	- 23 171	- 13%
Abschreibungen	3.01	- 15 291	- 8%	- 11 889	- 7%
Total Betriebsaufwand		- 172 627	- 93%	- 166 585	- 92%
Betriebsergebnis vor Finanzerfolg		13 247	7%	13 711	8%
Finanzergebnis	3.02	- 1 728		- 1 573	
Ordentliches Ergebnis vor Steuern		11 519	6%	12 138	7%
Ausserordentliches Ergebnis	3.03	- 1 234		- 1 924	
Ergebnis vor Steuern		10 285	6%	10 214	6%
Steueraufwand	3.04	- 1 698		- 1 483	
Jahresergebnis		8 588	5%	8 731	5%

Entwicklung Anteile Eigen-/Fremdkapital



Konzernergebnis in Tsd. Fr.



Konsolidierte Mittelflussrechnung

	2001 in Tsd. Fr.	2000 in Tsd. Fr.
Konzernergebnis	8 588	8 731
Abschreibungen	15 391	13 606
Gewinn/Verlust aus Anlagenabgängen	74	- 104
Veränderung Rückstellungen	-271	521
Übriger nicht fondswirksamer Aufwand/Ertrag	252	-94
Konzern-Cashflow	24 034	22 659
Veränderung Forderungen	4 770	- 2 338
Veränderung Vorräte	-156	659
Veränderung Aktive Rechnungsabgrenzungen	253	- 409
Veränderung kurzfristige Verbindlichkeiten	1 153	1 005
Veränderung Passive Rechnungsabgrenzungen	1 118	- 4
Mittelfluss aus Geschäftstätigkeit	31 172	21 572
Nettoinvestitionen Sachanlagen	-11 455	- 6 323
Nettoinvestitionen Finanzanlagen	69	89
Nettoinvestitionen Immaterielle Anlagen	- 14 863	- 1 545
Nettomittelfluss aus Firmenakquisitionen	- 300	- 891
<i>Mittelfluss aus Investitionstätigkeit</i>	<i>-26 549</i>	<i>- 8 670</i>
Mittelfluss nach Investitionstätigkeit	4 623	12 901
Abnahme Leasingverbindlichkeiten	0	- 3 029
Aufnahme/Rückzahlung Darlehen	5 700	- 230
Aufnahme/Rückzahlung Hypotheken	-3 875	- 2 500
Aufnahme/Rückzahlung andere Verbindlichkeiten	- 100	- 160
Gewinnausschüttungen	-1 614	- 1 074
<i>Mittelfluss aus Finanzierungstätigkeit</i>	<i>111</i>	<i>- 6 993</i>
Veränderung Netto-Flüssige Mittel ¹⁾	4 734	5 909
Liquiditätsnachweis		
Netto-Flüssige Mittel per 1. 1.	8 437	2 528
Netto-Flüssige Mittel per 31. 12.	13 171	8 437
Veränderung Netto-Flüssige Mittel ¹⁾	4 734	5 909

¹⁾ Netto-Flüssige Mittel = Flüssige Mittel und Wertschriften abzüglich kurzfristiger Bankverbindlichkeiten

Anhang zur Konzernrechnung

1. Konsolidierungs- und Bewertungsgrundsätze

A. Konsolidierungsgrundsätze

A.1 Basis und allgemeine Grundsätze

Die Rechnungslegung der AZ MEDIEN GRUPPE erfolgt nach den aktienrechtlichen Vorschriften und in Übereinstimmung mit den Fachempfehlungen zur Rechnungslegung (FER). Die Konzernrechnung vermittelt ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage (true and fair view). Die konsolidierte Jahresrechnung basiert auf den nach einheitlichen Richtlinien erstellten Einzelabschlüssen der Konzerngesellschaften per 31. Dezember.

A.2 Konsolidierungskreis

In die Konzernrechnung einbezogen werden Firmen, an denen die AZ Medien AG (Holding) direkt oder indirekt mehr als 50% der Stimmrechte hält und eine massgebliche Beeinflussung anderweitig nicht beschränkt ist.

Im Laufe des Jahres erworbene Gesellschaften werden ab dem Zeitpunkt der Akquisition in der Konsolidierung berücksichtigt.

A.3 Kapitalkonsolidierung

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt nach der angelsächsischen Purchase-Methode. Dabei wird das nach den einheitlichen Richtlinien ermittelte Eigenkapital der konsolidierten Gesellschaft im Erwerbszeitpunkt bzw. im Zeitpunkt der Gründung mit dem Buchwert der Beteiligung bei der Obergesellschaft verrechnet. Ein nach dieser Neubewertung verbleibender Goodwill (Differenz zwischen dem Kaufpreis und dem Eigenkapital der Gesellschaft nach der Neubewertung) wird aktiviert und abgeschrieben.

A.4 Behandlung nicht konsolidierter Beteiligungen

Eigenkapital und Jahresergebnis von Beteiligungen zwischen 20% und 50% werden nach der Equity-Methode anteilmässig erfasst (Assoziierte).

Bei Beteiligungen unter 20% erfolgt die Bilanzierung zu den Anschaffungskosten abzüglich betriebswirtschaftlich notwendiger Wertberichtigungen.

A.5 Weitere Konsolidierungsregeln und -grundsätze

Aktiven und Passiven sowie Aufwand und Ertrag werden bei vollkonsolidierten Gesellschaften zu 100% erfasst. Der Anteil der Minderheitsaktionäre am Eigenkapital und am Ergebnis wird in Bilanz und Erfolgsrechnung separat ausgewiesen.

Aufgrund von Konzerntransaktionen entstehende nicht realisierte Gewinne (Zwischengewinne) werden eliminiert. Konzerninterne Verbindlichkeiten und Guthaben sowie Aufwendungen und Erträge werden gegeneinander verrechnet.

Die Fremdwährungsumrechnung erfolgt für Bilanzpositionen zum Jahresendkurs und für Erfolgsrechnungpositionen zum Jahresdurchschnittskurs. Umrechnungsdifferenzen werden direkt mit dem konsolidierten Eigenkapital verrechnet.

B. Bewertungsgrundsätze

B.1 Allgemeine Bewertungsgrundlage

Als Bewertungsgrundsatz gilt, sofern nichts anderes festgehalten wird, das betriebswirtschaftliche Niederstwertprinzip. Bei diesem erfolgt die Bewertung der Aktiven zu den Anschaffungskosten abzüglich betriebswirtschaftlich notwendiger Abschreibungen, höchstens jedoch zum tieferen Marktwert. Das Fremdkapital wird zum Nominalwert beziehungsweise nach der wahrscheinlichen Höhe der Verpflichtung bilanziert.

Anhang zur Konzernrechnung

B.2 Flüssige Mittel und Wertschriften

Die flüssigen Mittel umfassen Kassabestände, Post- und Bankguthaben sowie Festgelder mit einer Laufzeit bis zu zwölf Monaten.

Wertschriften sind marktgängige, leicht realisierbare Titel, welche nicht im Sinne einer langfristigen Beteiligung gehalten werden. Die Bewertung erfolgt nach dem Niederstwertprinzip.

B.3 Forderungen

Die Bewertung von Forderungen erfolgt zum Nominalwert abzüglich betriebswirtschaftlich notwendiger Wertberichtigungen.

B.4 Vorräte

Die Bewertung der Vorräte erfolgt nach dem betriebswirtschaftlichen Niederstwertprinzip, das heisst zu Anschaffungs-/Herstellkosten oder zum Marktwert, sofern dieser tiefer liegt.

B.5 Sachanlagen

Die Bewertung der Sachanlagen erfolgt zu Anschaffungskosten abzüglich betriebswirtschaftlich notwendiger Abschreibungen.

Das Fabrikationsgebäude an der Neumattstrasse Aarau wird basierend auf den historischen Anschaffungskosten bewertet. Das Bürogebäude an der Bahnhofstrasse wurde anlässlich der Übertragung in die Aargauer Zeitung AG (1996) mit einem vorsichtigen Verkehrswert eingesetzt.

Sachanlagen aus getätigten Firmenakquisitionen werden zu vorsichtig geschätzten Verkehrswerten (Purchase-Methode) bilanziert.

Anlagen aus langfristigen Finanz-Leasingverträgen werden aktiviert und über die Nutzungsdauer abgeschrieben. Die entsprechenden Verpflichtungen werden passiviert. Operationelles Leasing wird direkt als Aufwand der Erfolgsrechnung belastet.

Die Abschreibungen erfolgen linear und nach Massgabe der innerhalb des Konzerns einheitlichen Nutzungsdauern, wobei die Nutzungsdauern ab Geschäftsjahr 2001 tendenziell verkürzt wurden. Die Anpassung der Nutzungsdauer erfolgte nicht rückwirkend.

	ab GJ 2001	bis GJ 2000
Grundstücke	unbeschränkt	unbeschränkt
Gebäude	25 Jahre	40–50 Jahre
Installationen	10–15 Jahre	10–25 Jahre
Technische Anlagen und Maschinen	5–15 Jahre	5–20 Jahre
Informatikanlagen	3– 5 Jahre	3– 5 Jahre
Mobiliar	5–10 Jahre	5–10 Jahre
Fahrzeuge	5–10 Jahre	5–10 Jahre

B.6 Finanzanlagen

Bei Equity-Beteiligungen gilt das ausgewiesene Eigenkapital als Bewertungsgrundlage für die anteilmässige Berechnung. Alle anderen Finanzanlagen werden zu Anschaffungskosten abzüglich betriebswirtschaftlich notwendiger Abschreibungen bewertet.

B.7 Immaterielle Anlagen

Erworbene immaterielle Anlagen (Verlagsrechte, Lizenzen, Goodwill usw.) werden zu Anschaffungskosten aktiviert und über die erwartete Nutzungsdauer, maximal 5 Jahre, linear abgeschrieben.

B.8 Steuern

Steuerverpflichtungen, die sich aufgrund der angefallenen Gewinne ergeben, werden erfolgswirksam berücksichtigt. In der Konzernrechnung werden Rückstellungen für latente Steuern gebildet, welche sich durch Abweichungen zwischen Konzern- und steuerlicher Bewertung in den Einzelabschlüssen ergeben. Die Berechnung der latenten Steuern erfolgt zu einem einheitlichen Satz von 30% (Holding 15%).

Veränderungen der Rückstellung werden erfolgswirksam erfasst. Latente Steuern infolge Neubewertung sind direkt den Gewinnreserven belastet.

Anhang zur Konzernrechnung

2. Erläuterungen zur konsolidierten Bilanz

	2001	2000
	in Tsd. Fr.	in Tsd. Fr.
2.01 Flüssige Mittel und Wertschriften		
Flüssige Mittel	13 554	9 079
Wertschriften	105	54
Eigene Aktien	250	150
	13 909	9 283
2.02 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		
Gegenüber Dritten	18 612	21 327
Gegenüber Assoziierten	455	5
Gegenüber Nahestehenden	0	510
∕ Delkredere	-1 103	- 893
	17 964	20 949
2.03 Andere Forderungen		
Gegenüber Dritten	1 033	2 370
Gegenüber Assoziierten	0	98
Gegenüber Nahestehenden	0	3
Gegenüber Personalvorsorgeeinrichtungen	59	357
	1 092	2 827
2.04 Vorräte		
Rohmaterial	1 864	1 943
Halb- und Fertigfabrikate	1 820	2 138
Handelswaren	3 274	2 874
Übrige Vorräte	69	67
∕ Wertberichtigung	-909	-1 060
	6 118	5 963
2.05 Sachanlagen		
Immobilien	41 673	40 449
<i>davon verpfändete Grundstücke und Gebäude für Hypothekar- und Darlehensschulden</i>	40 398	38 343
Mobile Sachanlagen	35 987	35 388
Anlagen im Bau	34	2 380
	77 694	78 217
2.06 Finanzanlagen		
Darlehen an Dritte	579	623
Darlehen an Assoziierte	960	0
Beteiligungen Dritte	483	517
Beteiligungen Assoziierte	198	501
∕ Wertberichtigung	-1 000	-100
	1 220	1 541

Anhang zur Konzernrechnung

2. Erläuterungen zur konsolidierten Bilanz (Fortsetzung)

	2001	2000
	in Tsd. Fr.	in Tsd. F.
2.07 Immaterielle Anlagen		
Goodwill	11 222	62
Produkteentwicklung	0	24
Übrige Immaterielle Anlagen	2 592	2 69
	13 813	3 56
2.08 Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		
Gegenüber Dritten	15 140	12 260
Gegenüber Assoziierten	57	27
Gegenüber Nahestehenden	0	51
	15 196	12 338
2.09 Andere Verbindlichkeiten		
Gegenüber Dritten	2 750	4 482
Gegenüber Personalvorsorgeeinrichtungen	140	198
	2 890	4 680
2.10 Darlehen		
Gegenüber Dritten	2 000	6 600
Gegenüber Nahestehenden	9 800	3 000
	11 800	9 600
2.11 Hypotheken		
Von Banken	15 600	19 475
	15 600	19 475
2.12 Andere langfristige Verbindlichkeiten		
Gegenüber Dritten	200	300
	200	300
2.13 Rückstellungen		
Steuerrückstellungen	2 685	1 921
Rückstellungen für Latente Steuern	6 569	6 806
Rückstellungen für Altersvorsorge	25	89
Übrige Rückstellungen	2 265	2 673
	11 543	11 489

Anhang zur Konzernrechnung

3. Erläuterungen zur konsolidierten Erfolgsrechnung

	2001	2000
	in Tsd. Fr.	in Tsd. Fr.
3.01 Abschreibungen		
Sachanlagen	-10 718	-9 844
Immaterielle Anlagen	-4 573	-2 044
	-15 291	-11 889
3.02 Finanzergebnis		
Zinsertrag aus Forderungen gegenüber nicht konsolidierten Beteiligungen und Nahestehenden	35	134
Übriger Finanzertrag	565	164
Ergebnis aus nicht konsolidierten Beteiligungen	-431	150
Zinsaufwand aus Verbindlichkeiten gegenüber nicht konsolidierten Beteiligungen und Nahestehenden	-505	-137
Zinsaufwand Dritte	-1 097	-1 578
Übriger Finanzaufwand	-295	-306
	-1 728	-1 573
Die Darlehen von Nahestehenden über Tsd. Fr. 9800 (Ziffer 2.10) haben Laufzeiten von 0 bis 5 Jahren und werden zu marktüblichen Konditionen verzinst.		
3.03 Ausserordentliches Ergebnis		
Gewinn aus Anlagenabgängen	2	212
Auflösung von Rückstellungen	10	0
Übriger ausserordentlicher Ertrag	62	579
Verlust aus Anlagenabgängen	-76	-107
Bildung von Rückstellungen	-109	-100
Ausserordentliche Abschreibungen	-100	-1 717
Übriger ausserordentlicher Aufwand	-1 021	-790
	-1 234	-1 924
Der übrige ausserordentliche Aufwand enthält – nebst diversen ausserordentlichen Ereignissen – eine Wertberichtigung über Tsd. Fr. 900 aufgrund eines Darlehensverzichtes an Assoziierte.		
3.04 Steueraufwand		
Steueraufwand	-1 959	-1 744
Latente Steuern	262	261
	-1 698	-1 483
3.05 Transaktionen mit nahe stehenden Personen		
An nahe stehende Personen erbrachte Lieferungen und Leistungen:		
– Anzeigentechnik	0	924
– Druckprodukte, Transporte und Vertrieb	6	4 805
– Miete und Dienstleistungen	1 050	1 003
Von nahe stehenden Personen bezogene Lieferungen und Leistungen:		
– Dienstleistungen	605	445
Mit der Akquisition der Limmattaler Tagblatt AG (vgl. Angaben zum Konsolidierungskreis) reduzieren sich ab Geschäftsjahr 2001 die Transaktionen mit nahe stehenden Personen.		

Anhang zur Konzernrechnung

4. Angaben zum Konsolidierungskreis

Beteiligungsgesellschaft	Sitz	Grundkapital Stand 31.12.2001 in Tsd. Fr.	Stimmenanteil/ Kapitalanteil in %		Konsolidierungsart		Kom- mentar
			2001	2000	2001	2000	

Konzern-Beteiligungen

Aargauer Zeitung AG	Baden	700	100%	100%	Voll	Voll	
AZ Fachverlage AG	Aarau	1 000	100%	100%	Voll	Voll	
AZ Grafische Betriebe AG	Aarau	11 500	100%	100%	Voll	Voll	
Buchhandlung Meissner AG	Aarau	250	100%	100%	Voll	Voll	
Weiss Medien AG	Affoltern am Albis	400	100%	100%	Voll	Voll	³⁾
Limmattaler Tagblatt AG	Dietikon	200	100%	–	Voll	–	¹⁾

Equity-Beteiligungen

Tele MI AG	Aarau	100	35,0%	38,1%	Equity	Equity	
Tele Tell AG	Luzern	550	35,0%	10,5%	Equity	Equity	
Radio Argovia AG	Brugg	1 000	35,0%	30,9%	Equity	Equity	²⁾
Neue Medien AG	Brugg	100	35,0%	30,9%	Equity	Equity	²⁾
TMT Productions AG	Aarau	1 000	45,5%	73,1%	Equity	Voll	²⁾

Konsolidierungsarten: Voll = Vollkonsolidierung
Equity = Equitykonsolidierung (anteilmässige Erfassung)

Veränderung Konsolidierungskreis:

¹⁾ In Vollzug der im Rahmen der Fusion zwischen BT und AT getroffenen vertraglichen Verpflichtungen hat die AZ Medien AG per 1.1.2001 von der BT Holding AG (Hauptaktionärin der AZ Medien AG) 100% der Aktien der Limmattaler Tagblatt AG zum Preis von Fr. 15 339 844.90 erworben. Der Kaufpreis hat sich ergeben auf Grund der im Vertrag vom 18.3.1996 festgelegten Formel, 5-mal Abo-Erlös plus aktueller Substanzwert.

²⁾ Per 31.12.2001 hat die AZ Medien AG 35% der Aktien der TMT Productions AG an die BT Holding AG abgegeben und im Gegenzug je 4,1% der Aktien der Radio Argovia AG und der Neuen Medien AG übernommen.

³⁾ Mit TB-Eintrag im HR vom 11.04.2001 hat die Buch- und Offsetdruckerei W. Weiss AG ihren Namen auf Weiss Medien AG gewechselt.

Anhang zur Konzernrechnung

5. Anlagespiegel

Angaben in Tsd. Fr.	Grundstücke	Gebäude und Installationen	Technische Anlagen und Maschinen	Informatik-Anlagen	Mobiliar	Fahrzeuge	Anlagen im Bau	Total Sachanlagen	Immaterielle Anlagen	Sach- und Immaterielle Anlagen
Anschaffungswert 31. 12. 2000	13 473	52 181	82 835	12 189	3 678	777	2 380	167 513	9 672	177 184
Änderung Konsolidierungskreis ¹⁾	0	88	-3 090	-68	54	6	0	-3 010	125	-2 885
Zugänge	0	3 963	6 011	1 294	442	0	34	11 745	14 863	26 608
Abgänge	0	-329	-5 017	-786	-61	-51	0	-6 245	-662	-6 907
Veränderungen Anlagen im Bau	0	55	2 300	0	0	0	-2 380	-25	0	-25
Anschaffungswert 31. 12. 2001	13 473	55 957	83 039	12 629	4 113	731	34	169 977	23 998	193 975
Kumulierte Abschreibungen 31. 12. 2000	-5 084	-20 121	-52 897	-8 308	-2 429	-456	0	-89 295	-6 112	-95 407
Änderung Konsolidierungskreis ¹⁾	0	-185	2 092	73	-150	-6	0	1 825	-63	1 762
Abschreibungen Berichtsperiode ²⁾	0	-2 433	-5 892	-2 144	-176	-73	0	-10 718	-4 673	-15 391
Abgänge	0	65	4 966	771	61	43	0	5 906	662	6 568
Kumulierte Abschreibungen 31. 12. 2001	-5 084	-22 674	-51 731	-9 608	-2 694	-492		-92 283	-10 185	-102 468
Nettowert Anlagen 31. 12. 2000	8 390	32 060	29 938	3 881	1 249	320	2 380	78 217	3 560	81 777
Nettowert Anlagen 31. 12. 2001	8 390	33 283	31 308	3 021	1 419	239	34	77 694	13 813	91 507

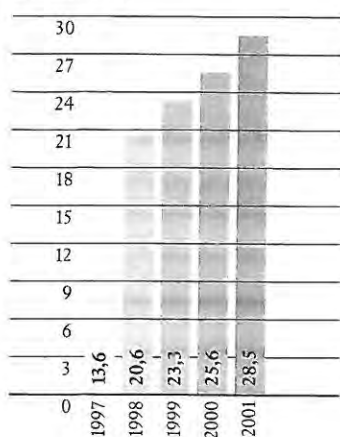
¹⁾ Änderung Konsolidierungskreis aus Akquisition Limmattaler Tagblatt AG und aus Teilabgang TMT Productions AG (Beteiligung neu: 35%).

²⁾ Durch die Anpassung der Nutzungsdauern (Ziffer 1.B.5) erhöhte sich der Abschreibungsaufwand im Jahr 2001 um ca. Tsd. Fr. 700.

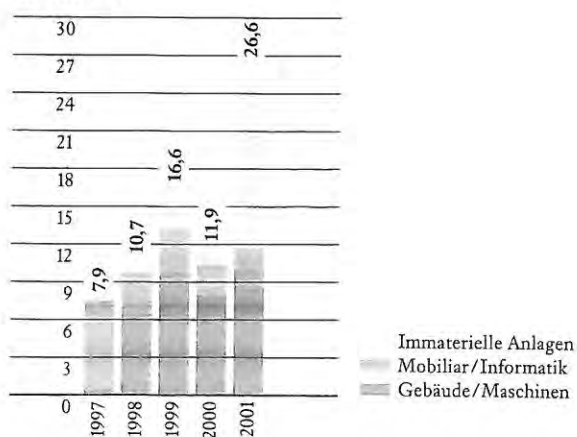
6. Veränderung des Eigenkapitals

Angaben in Tsd. Fr.	Aktienkapital	Kapitalreserven	Neubewertungsreserven	Reserve für eigene Aktien	Gewinnreserven	Konzern-Eigenkapital	Minderheitsanteile	Eigenkapital
Eigenkapital 31. 12. 2000	10 800	10 541	6 240	150	21 188	48 920	19	48 938
Konzernergebnis					8 588	8 588		8 588
Gewinnausschüttung					-1 614	-1 614		-1 614
Verkauf/Kauf eigene Aktien				100	-100	0		0
Abschreibungen Neubewertungsreserven			-193		193	0		0
Änderung Konsolidierungskreis					-2	-2	-19	-21
Eigenkapital 31. 12. 2001	10 800	10 541	6 047	250	28 254	55 892	0	55 892

Betriebs-Cashflow in Mio. Fr.



Investitionen in Mio. Fr.



Anhang zur Konzernrechnung

7. Vorsorgeverpflichtungen

Bei der Pensionskasse (PK) und dem Pensionsfonds (PF) der AZ Medien Gruppe waren per 31. 12. 2001 720 Personen, davon 101 Rentenbezüger, versichert. Die entsprechenden Vorsorgepläne umfassen den grössten Teil der Mitarbeiter und erbringen Leistungen im Falle von Pensionierung, Invalidität, Tod oder bei Beendigung des Arbeitsverhältnisses. Es handelt sich um sogenannte beitragsorientierte Vorsorgeeinrichtungen gemäss Swiss GAAP FER 16. Im folgenden sind deshalb die aus der statutarischen Jahresrechnung hervorgehenden Werte offen gelegt. Die aktuariellen Berechnungen basieren auf folgenden langfristigen Annahmen: Diskontierungssatz 4%, Kapitalrendite 5%.

An den Bilanzstichtagen stellt sich die Vermögens- und Finanzierungssituation sowie der sich aus der Veränderung der Vorsorgeverpflichtungen und des Vermögens ergebende Vorsorgeaufwand gemäss FER 16 gesamthaft wie folgt dar:

1. Vorsorgepläne mit aktiven Unterschiedsbeträgen	in Tsd. Fr. per 31. 12. 2001	in Tsd. Fr. per 31. 12. 2000
In Stiftungen separiertes Vorsorgevermögen	83 175	83 796
<i>davon Arbeitgeber-Beitragsreserve</i>	<i>-116</i>	<i>-254</i>
Vorsorgeverpflichtungen	-76 894	-72 967
Überdeckung	6 281	10 829
Vom Arbeitgeber nicht nutzbare Überdeckung	-3 462	-5 924
Total aktiver Betrag (nicht bilanziert)	2 819	4 905

2. Aufwand aus Vorsorgeverpflichtungen	Jahr 2001
Veränderung der Vorsorgeverpflichtungen	-6 383
Zinsaufwand	-2 919
Angenommener Vermögensertrag	4 190
Erfasster Nettoaufwand aus Vorsorgeverpflichtungen	-5 112
Arbeitnehmerbeiträge	3 180
Erfasster Nettoaufwand des Arbeitgebers	-1 932
Arbeitgeberbeiträge	3 203
Vorausbezahlte Vorsorgekosten (nicht bilanziert)	1 271

8. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Per 4. Januar 2002 wurde die **AZ Vertriebs AG** mit Sitz in Aarau gegründet. Die AZ Medien AG hält 65% der Aktien. Die AZ Vertriebs AG bezweckt die Frühzustellung von Zeitungen und die Zustellung von Wochenzeitungen, Zeitschriften, Prospekten und weiteren Produkten im ganzen Kanton Aargau und in den unmittelbar angrenzenden Gebieten.

Mit Aktienkaufvertrag vom 22. Januar 2002 hat die AZ Medien AG rückwirkend auf den 1. Januar 2002 100% der Aktien der Kromer Medien AG mit Sitz in Lenzburg erworben. Die Namensänderung auf **AZ Wochenzeitungen AG** wurde mit Datum vom 13. Februar 2002 im Handelsregister des Kantons Aargau eingetragen.

Mit Kaufvertrag vom 30. Januar 2002 hat die AZ Medien AG rückwirkend auf den 1. Januar 2002 60% der Aktien der eCarmarket AG mit Sitz in Zürich erworben. Die eCarmarket AG verlegt und vertreibt in der Schweiz die Printzeitschrift «Autobörse» und ist im Online-Anzeigengeschäft tätig.

Bericht des Konzernrechnungsprüfers

an die Generalversammlung der
AZ Medien AG, Aarau

Als Konzernprüfer haben wir die konsolidierte Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung, Mittelflussrechnung und Anhang) der AZ Medien AG für das am 31. Dezember 2001 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

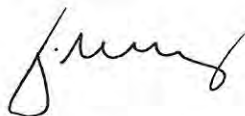
Für die konsolidierte Jahresrechnung ist der Verwaltungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen und zu beurteilen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Befähigung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Prüfung erfolgte nach den Grundsätzen des schweizerischen Berufsstandes, wonach eine Prüfung so zu planen und durchzuführen ist, dass wesentliche Fehlaussagen in der konsolidierten Jahresrechnung mit angemessener Sicherheit erkannt werden. Wir prüften die Posten und Angaben der konsolidierten Jahresrechnung mittels Analysen und Erhebungen auf der Basis von Stichproben. Ferner beurteilten wir die Anwendung der massgebenden Rechnungslegungsgrundsätze, die wesentlichen Bewertungsentscheide sowie die Darstellung der konsolidierten Jahresrechnung als Ganzes. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine ausreichende Grundlage für unser Urteil bildet.

Gemäss unserer Beurteilung vermittelt die konsolidierte Jahresrechnung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage in Übereinstimmung mit den Swiss GAAP FER und entspricht dem schweizerischen Gesetz.

Wir empfehlen, die vorliegende konsolidierte Jahresrechnung zu genehmigen.

ARTHUR ANDERSEN AG



Thomas Stenz



Peter Dauwalder

Zürich, 26. März 2002

Jahresrechnung

Jahresrechnung der AZ Medien AG (Holding)

Bilanz	Seite 17
Erfolgsrechnung	Seite 18
Anhang zur Jahresrechnung	Seite 19
Antrag zur Gewinnverwendung	Seite 21
Bericht der Revisionsstelle	Seite 22
Beteiligungen AZ Medien Gruppe	Seite 23

Bilanz per 31. Dezember

	2001		2000	
	in Fr.	%	in Fr.	%
AKTIVEN				
Umlaufvermögen				
Flüssige Mittel und Wertschriften	3 725 534		704 778	
Forderungen	1 672 866		1 847 114	
Gegenüber Dritten	41 792		1 757 128	
Gegenüber Konzerngesellschaften	3 196		57 318	
Gegenüber assoziierten Gesellschaften	95 743		0	
Gegenüber Aktionären	0		32 668	
Gegenüber Personalvorsorgeeinrichtungen	26 556		0	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	97 025		70 455	
Umlaufvermögen	3 989 845	5%	2 622 348	4%
Anlagevermögen				
Sachanlagen	114 700		172 183	
Finanzanlagen	82 037 988		55 713 210	
Darlehen an Konzerngesellschaften	25 890 000		10 540 000	
Darlehen an assoziierte Gesellschaften	60 000		0	
Beteiligungen	56 087 988		45 173 210	
Immaterielle Anlagen	101 400		1 300	
Anlagevermögen	82 254 088	95%	55 886 693	96%
Total AKTIVEN	86 243 933	100%	58 509 040	100%
PASSIVEN				
Fremdkapital				
Verbindlichkeiten	467 803		447 390	
Passive Rechnungsabgrenzungen	523 900		352 700	
Darlehen	25 350 000		12 210 000	
Bankdarlehen	2 000 000		4 000 000	
Darlehen von Konzerngesellschaften	13 550 000		8 210 000	
Darlehen von Aktionären	9 800 000		0	
Hypotheken	12 000 000		0	
Rückstellungen	378 498		4 118 630	
Fremdkapital	38 720 201	45%	17 128 720	29%
Eigenkapital				
Aktienkapital	10 800 000		10 800 000	
Gesetzliche Reserven	13 510 818		13 411 250	
Allgemeine Reserve	2 720 000		2 720 000	
Agio-Reserven	10 540 800		10 540 800	
Reserve für eigene Aktien	250 018		150 450	
Andere Reserven	13 453 670		9 053 238	
Bilanzgewinn	9 759 244		8 115 833	
Eigenkapital	47 523 732	55%	41 380 321	71%
Total PASSIVEN	86 243 933	100%	58 509 040	100%

Erfolgsrechnung

	1.1. - 31.12. 2001		1.1. - 31.12. 2000	
	in Fr.	%	in Fr.	%
Ertrag				
Beteiligungsertrag	9 350 000	64%	6 501 243	60%
Finanzertrag	1 020 702	7%	627 666	6%
Dienstleistungs- und übriger Ertrag	4 326 761	29%	3 639 000	34%
Total Ertrag	14 697 464	100%	10 767 909	100%
Aufwand				
Beteiligungsaufwand	-616 867	-4%	0	0%
Finanzaufwand	-1 065 460	-7%	-597 270	-6%
Personalaufwand	-2 593 126	-18%	-2 225 391	-21%
Übriger Aufwand	-1 549 557	-11%	-1 231 792	-11%
Total Aufwand	-5 825 010	-40%	-4 054 453	-38%
Ordentliches Ergebnis vor Steuern	8 872 453	60%	6 713 456	62%
Ausserordentliches Ergebnis	-902 900	-6%	-11 262	0%
Ausserordentlicher Ertrag	0		8 000	
Ausserordentlicher Aufwand	-902 900		-19 262	
Steueraufwand	-212 442	-1%	-143 363	-1%
Jahresgewinn	7 757 112	53%	6 558 831	61%

Anhang zur Jahresrechnung

		31. 12. 2001	31. 12. 2000
		in Fr.	in Fr.
Anhang gemäss Art. 663b OR			
1	Bürgschaften, Garantieverpflichtungen und Pfandbestellungen zugunsten Dritter	keine	keine
2	Verpfändete oder abgetretene Aktiven sowie Aktiven unter Eigentumsvorbehalt	keine	keine
3	Nicht bilanzierte Leasingverbindlichkeiten	keine	keine
4	Brandversicherungswerte der Sachanlagen	Versichert mit Konzernpolice der AZ Medien Gruppe	Versichert mit Konzernpolice der AZ Medien Gruppe
5	Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	keine	29 294
6	Wesentliche Beteiligungen		
	Aargauer Zeitung AG, Baden	Grundkapital Fr. 700 000 Kapitalanteil in % 100%	700 000 100%
	AZ Fachverlage AG, Aarau	Grundkapital Fr. 1 000 000 Kapitalanteil in % 100%	1 000 000 100%
	AZ Grafische Betriebe AG, Aarau	Grundkapital Fr. 11 500 000 Kapitalanteil in % 100%	11 500 000 100%
	Buchhandlung Meissner AG, Aarau	Grundkapital Fr. 250 000 Kapitalanteil in % 100%	250 000 100%
	Weiss Medien AG, Affoltern am Albis	Grundkapital Fr. 400 000 Kapitalanteil in % 100%	400 000 100%
	Limmattaler Tagblatt AG, Dietikon	Grundkapital Fr. 200 000 Kapitalanteil in % 100%	– –
	Tele M1 AG, Aarau	Grundkapital Fr. 100 000 Kapitalanteil in % 35,0%	100 000 35,0%
	Tele Tell AG, Luzern	Grundkapital Fr. 550 000 Kapitalanteil in % 35,0%	– –
	Radio Argovia AG, Brugg	Grundkapital Fr. 1 000 000 Kapitalanteil in % 35,0%	1 000 000 30,9%
	Neue Medien AG, Brugg	Grundkapital Fr. 100 000 Kapitalanteil in % 35,0%	100 000 30,9%
	TMT Productions AG, Aarau	Grundkapital Fr. 1 000 000 Kapitalanteil in % 35,0%	1 000 000 70,0%

Anhang zur Jahresrechnung

	31.12.2001	31.12.2000
	in Fr.	in Fr.
7		
Nettoauflösung stiller Reserven und Aufwertungen	keine	keine
8		
Eigene Aktien	Stk.	Stk.
Bestand 1. Januar	51	61
Erwerb	33	1
Verkauf	- 43	- 11
Bestand 31. Dezember	41	51

Die eigenen Aktien sind zu Kursen zwischen Fr. 10 400 und Fr. 11 000 gekauft bzw. zu Kursen zwischen Fr. 9 500 und Fr. 11 800 verkauft worden.

Antrag zur Gewinnverwendung

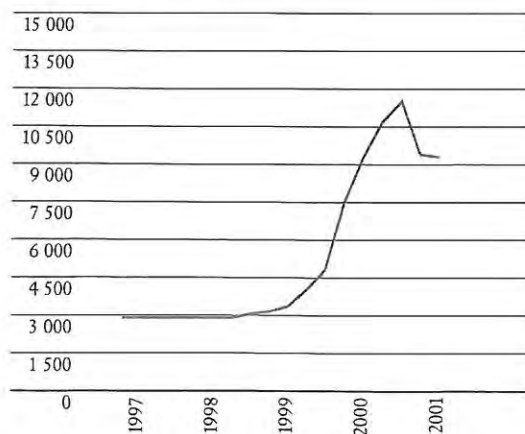
	2001 in Fr.	2000 in Fr.
1. Fortschreibung des Bilanzgewinnes		
Bilanzgewinn am Anfang des Geschäftsjahres	8 115 832.90	2 630 901.85
Gewinnverwendung gemäss Beschluss der Generalversammlung:		
Bruttodividende auf Aktienkapital*	-1 613 700.00	-1 073 900.00
Zuweisung an die allgemeinen gesetzlichen Reserven	0.00	0.00
Zuweisung an die anderen Reserven	-4 500 000.00	0.00
Gewinnvortrag	2 002 132.90	1 557 001.85
Jahresergebnis	7 757 111.56	6 558 831.05
Bilanzgewinn zur Verfügung der Generalversammlung	9 759 244.46	8 115 832.90

2. Antrag des Verwaltungsrates zur Gewinnverwendung

	Antrag des Verwaltungsrates	Beschluss der Generalversammlung
Zuweisung an die allgemeinen gesetzlichen Reserven	0.00	0.00
Bruttodividende auf Aktienkapital	15 % -1 620 000.00	15 % -1 620 000.00
Zuweisung an die anderen Reserven	-6 500 000.00	-4 500 000.00
Vortrag auf neue Rechnung	1 639 244.46	

* keine Auszahlung von Dividenden auf eigenen Aktien

Aktienkurs AZ Medien AG



Bericht der Revisionsstelle

an die Generalversammlung der
AZ Medien AG, Aarau

Als Revisionsstelle haben wir die Buchführung und die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung, Bilanzgewinnkonto und Anhang) der AZ Medien AG für das am 31. Dezember 2001 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Verwaltungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen und zu beurteilen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Befähigung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Prüfung erfolgte nach den Grundsätzen des schweizerischen Berufsstandes, wonach eine Prüfung so zu planen und durchzuführen ist, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung mit angemessener Sicherheit erkannt werden. Wir prüften die Posten und Angaben der Jahresrechnung mittels Analysen und Erhebungen auf der Basis von Stichproben. Ferner beurteilten wir die Anwendung der massgebenden Rechnungslegungsgrundsätze, die wesentlichen Bewertungsentscheide sowie die Darstellung der Jahresrechnung als Ganzes. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine ausreichende Grundlage für unser Urteil bildet.

Gemäss unserer Beurteilung entsprechen die Buchführung und die Jahresrechnung sowie der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinnes dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.

Wir empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

ARTHUR ANDERSEN AG



Thomas Stenz



Peter Dauwalder

Zürich, 26. März 2002

Beteiligungen AZ Medien Gruppe – 31.12.2001

