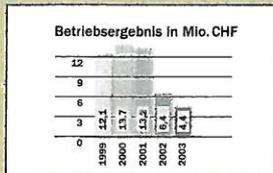


AZ MEDIEN GRUPPE



■ Kennzahlen



■ Verwaltungsratsbericht



■ Produkte und Märkte



■ AZ Medien Haus

Geschäftsbericht 2003

Das AZ Medien Haus mit seiner unverwechselbaren Glasfassade setzt neue Akzente im Zentrum von Aarau.

Mehr dazu auf der Rückseite

Die AZ Medien Gruppe – «Leading in communication»

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 communication» 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 Regionalfernsehsender, verlegt zahlreiche Fach-, Special-Interest-, Gourmet- und Sportzeitschriften und «power» das regionale Internetportal azonline.ch.

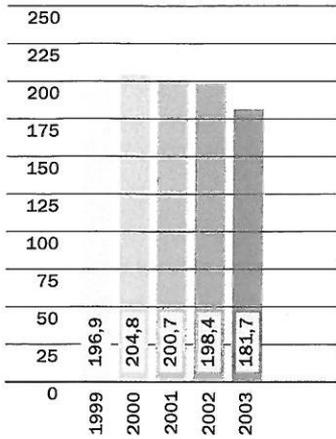
Abgerundet wird die Produkte- und Dienstleistungspalette durch eine Zeitungs- und Kundendruckerei, eine Buchhandlungskette und einen Buchverlag.

Die AZ Medien Gruppe baut auf die Qualität ihrer Produkte und Dienstleistungen. Unsere Kunden haben vielfältige Kommunikationsbedürfnisse, multimediale Lösungen sind unsere Stärken.

Kennzahlen	2003 in Mio. CHF	2002 in Mio. CHF	+/- in %
Betriebsertrag (AZ Medien Gruppe) ¹	181,7	198,4	- 8
Betriebsertrag (konsolidiert)	166,0	182,2	- 9
Betriebs-Cashflow	20,7	22,5	- 8
in % des Betriebsertrags	12,5%	12,3%	
Betriebsergebnis	4,4	6,4	- 31
vor Finanzerfolg in % des Betriebsertrags	2,7%	3,5%	
Konzern-Cashflow	17,7	18,4	- 4
Konzernergebnis	1,0	0,6	+ 67
in % des Betriebsertrags	0,6%	0,3%	
Bilanzsumme	124,7	127,0	- 2
Eigenkapital	55,4	54,9	+ 1
Personalbestand (Vollstellen per Jahresende)	542	634	- 15

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

Betriebsertrag in Mio. CHF
der AZ Medien Gruppe



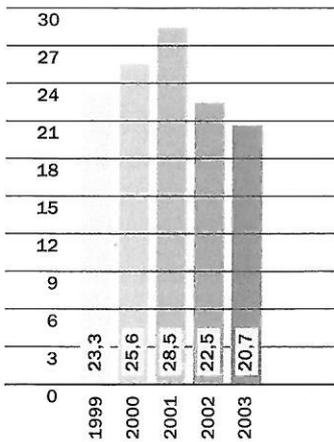
Betriebsertrag 2003
nach Sparten¹

Zeitungen	54%
Druck und Vertrieb	16%
Bücher	10%
Radio/TV	9%
Zeitschriften	11%

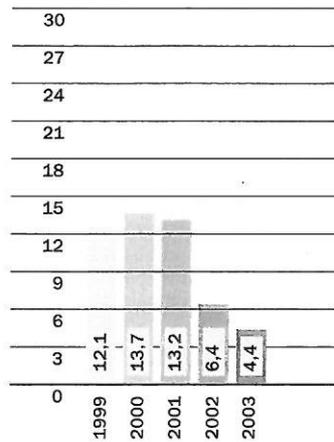


¹inkl. Umsätze der nicht voll konsolidierten Beteiligungen an den elektronischen Medien (Radio und TV)

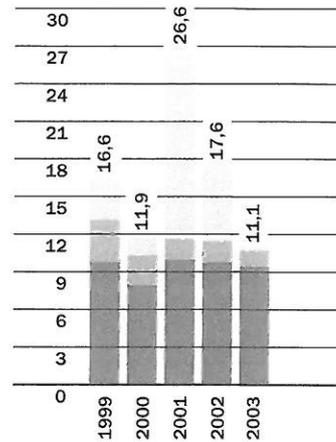
Betriebs-Cashflow
in Mio. CHF



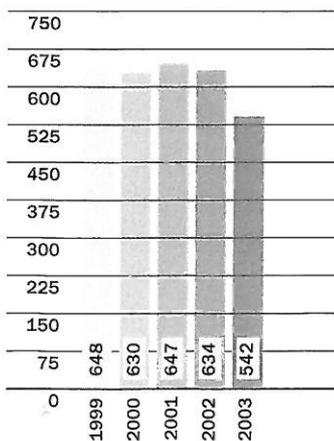
Betriebsergebnis
in Mio. CHF



Investitionen
in Mio. CHF



Personalbestand
Vollstellen per Jahresende

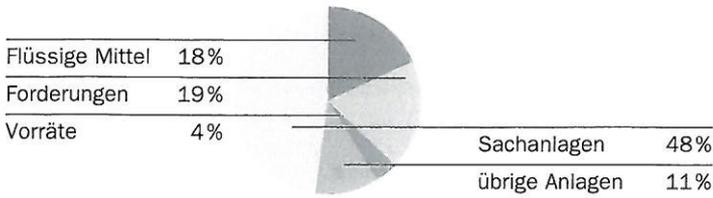


Anzahl Mitarbeiter per
Jahresende 2003

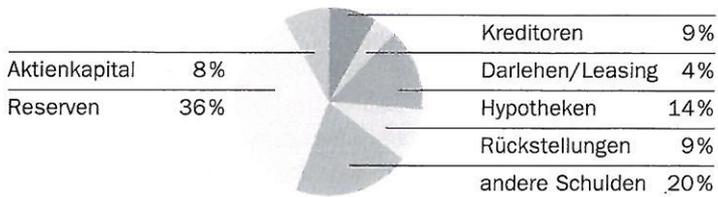
AZ Medien, konsolidiert	614	36%
Elektronische Medien	89	5%
Verträger im Stundenlohn	978	57%
Lehrlinge/Stagiaires	39	2%



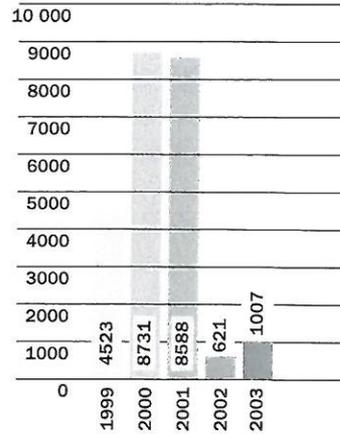
Aktiven



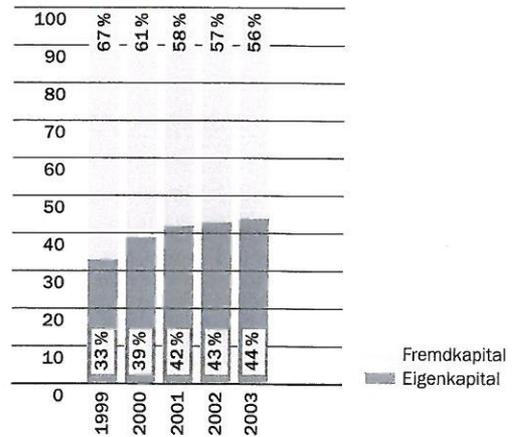
Passiven



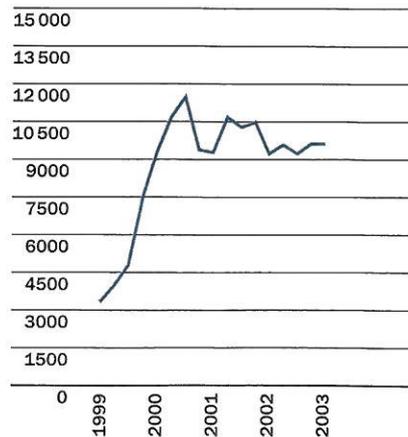
**Konzernergebnis
in Tausend CHF**

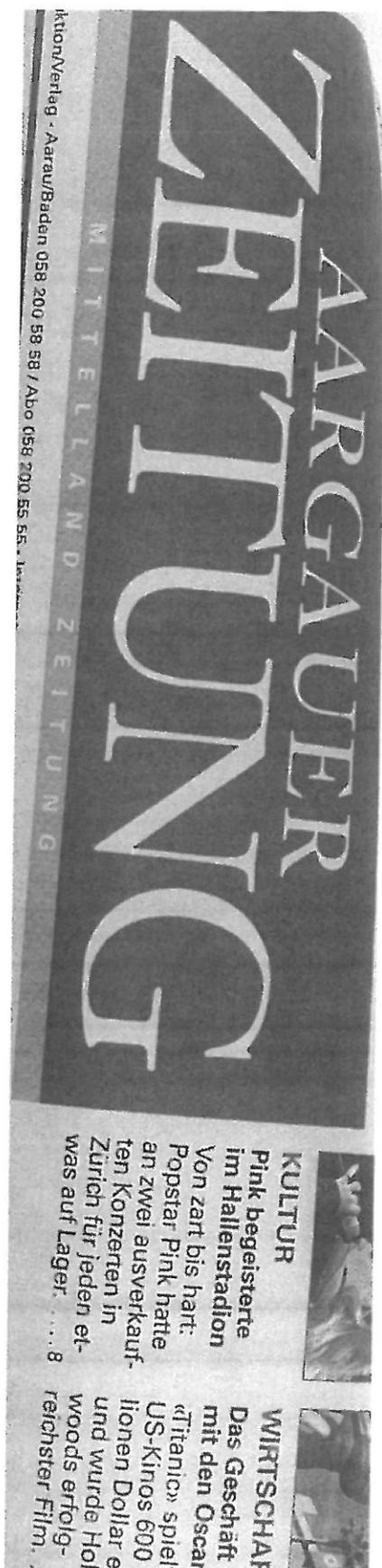


**Entwicklung Anteile
Eigen-/Fremdkapital**



Aktienkurs AZ Medien AG





Wir bekennen Farbe und zeigen Format

Medienunternehmen durchleben stürmische Zeiten. Die schwierige konjunkturelle Grosswetterlage wird von einer markanten strukturellen Klimaveränderung überlagert. Eine Entwicklung, die der Medienbranche zu schaffen macht – auch der AZ Medien Gruppe: 2003 war vom Geschäftsgang und den daraus resultierenden Folgen her betrachtet ein eher trübes Jahr. Kleinere Aufhellungen zum Schluss und die allmählich greifenden Sparmassnahmen ermöglichten schliesslich doch noch einen Abschluss mit schwarzen Zahlen.

Wichtigster Ertragspfeiler der AZ Medien Gruppe ist das Anzeigengeschäft. Die anhaltende Werbekrise prägte folglich auch das Geschäftsergebnis 2003. Nach den bereits schlechten Jahren 2001 und 2002 musste branchenweit bei den Inserateinnahmen erneut ein Rückgang im zweistelligen Prozentbereich verzeichnet werden: Bei den grösseren Tageszeitungen der Deutschschweiz ging das gesamte Anzeigenvolumen um mehr als 15 Prozent zurück, die Stelleninserate sogar um 36 Prozent und die Immobilieninserate um 12,5 Prozent. Die Zahlen der Aargauer Zeitung (AZ) liegen in der Bandbreite dieses unerfreulichen Branchenschnittes.

Bereits nach wenigen Monaten zeigte sich, dass bei der AZ Medien Gruppe

die Ertragszahlen zu optimistisch budgetiert worden waren. Um ein Abrutschen in die roten Zahlen zu verhindern, war rasches und wirksames Handeln gefordert. Die Unternehmensleitung suchte in erster Linie nach Spar- und Optimierungsmöglichkeiten, welche die Produkte und damit die Erfolgsaussichten auf den Märkten möglichst wenig beeinträchtigen. Es zeigte sich jedoch bald, dass die notwendigen Sparvorgaben nicht ohne Personalabbau realisiert werden konnten. Zusammen mit den Sozialpartnern wurde ein Sozialplan ausgearbeitet, um die sozialen Folgen für die Betroffenen zu mildern.

Im Geschäftsjahr 2003 setzte die AZ Medien Gruppe 181,7 Millionen Franken um, 8 Prozent weniger als im Vorjahr. Der Betriebs-Cashflow reduzierte sich von 22,5 auf immer noch respektable 20,7 Millionen Franken und das Betriebsergebnis von 6,4 auf 4,4 Millionen Franken. Bei der Beurteilung des Unternehmensergebnisses sind ausserordentliche Erträge und Aufwendungen zu berücksichtigen, wobei namentlich der Verkauf einer Rollenoffsetmaschine und die Sozialkosten für die Abbaumassnahmen ins Gewicht fielen.

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Kader und Unternehmensleitung der AZ Medien Gruppe hatten im



Geschäftsjahr 2003 eine harte Belastungsprobe zu bestehen. Sie leisteten unter schwierigen Bedingungen grossen Einsatz. Dafür gebührt ihnen unser Dank.

Das vergangene Jahr stand jedoch nicht nur im Zeichen der Kostenreduktion, es gibt auch von Um-, Auf- und Ausbau zu berichten. Von strategischer Bedeutung ist die Weiterentwicklung der Zeitungskooperation «Mittelland Zeitung» (MZ) mit den Partnerverlagen von «Solothurner Zeitung», «Oltner Tagblatt» und «Zofinger Tagblatt». Die MZ – in der Medienbranche als «Erfolgsgeschichte» wahrgenommen – ermöglichte eine effiziente Nutzung der publizistischen und produktionstechnischen Ressourcen und hat in schwierigen Zeiten die Position der vier kooperierenden Medienhäuser gestärkt. Es ist das erklärte Ziel von Verwaltungsrat, Verleger und Unternehmensleitung, diese auch für die schweizerische Medienlandschaft bedeutungsvolle Zeitungskooperation weiter zu festigen und auszubauen.

Die AZ Medien Gruppe war auch 2003 in Bewegung – buchstäblich und im übertragenen Sinne. Im Zuge des neuen Standortkonzeptes wurde rund die Hälfte aller AZ-Arbeitsplätze gezügelt; die grösste Rochade fand zwischen Baden und Aarau statt, wo Verlag und Redaktion neue

Grossraumbüros bezogen haben. Und an der Bahnhofstrasse erfolgte der Baubeginn des neuen AZ Medien Hauses, welches in der Kantons-hauptstadt architektonische Akzente setzen wird.

Weitere Meilensteine setzten im Geschäftsjahr 2003 der AT Verlag, der mit der Neugründung des Atmosphären Verlages das lang angestrebte Standbein in den deutschen Büchermarkt setzen konnte, und der Zeitschriftenverlag, der das SPORTmagazin in eine strategische Kooperation mit Ringier einbrachte. Verlag und Redaktion der Aargauer Zeitung beschäftigten sich unter dem Projekttitel AZ04 intensiv mit den Auswirkungen des Wandels in der Medienwelt auf Tageszeitungen und dem sich daraus ergebenden Reformbedarf. Die Inbetriebnahme eines zweiten Druckturms der neuen Zeitungsdruckmaschine GTD 370 schuf die Voraussetzungen für die Lancierung eines kühnen Projektes: der Umstellung der AZ-Regionalausgaben auf das kleinere, handliche Tabloidformat (per 1. Mai 2004). Die AZ ist damit die erste Regionalzeitung in der Schweiz, die diesen Schritt wagt. Unser Motto: «Wir bekennen Farbe und zeigen Format.»

Verschiedene Beispiele der vernetzten Kommunikation sind als «File rouge» in den Geschäftsbericht eingestreut. Eines der Sujets betrifft

das Kantonsjubiläum «200 Jahre Aargau». Die AZ Medien Gruppe hat bei diesem Grossereignis als offizieller Medienpartner ein starkes Bekenntnis zum Kanton Aargau abgegeben und mit ihrer Kommunikationsarbeit und der gastronomischen Präsenz am grossen Fest in Aarburg zum Gelingen des Jubiläums beigetragen. Vergleichbare Aargauer Engagements waren das Sponsoring für das neue Aargauer Kunsthaus sowie die Vergabe des sechsten Aargauer Kulturpreises an den international bekannten Lenzburger Künstler Ruedi Häusermann.

Die AZ Medien Gruppe hat 2003 das bisher schwierigste Jahr ihrer jungen Geschichte bewältigt, gleichzeitig aber auch mit Anpassungen und Innovationen die Voraussetzungen geschaffen, um bei besseren konjunkturellen Rahmenbedingungen wieder erfolgreich zu sein. Sie ist damit ihrer Vision «Leading in communication» einen weiteren wichtigen Schritt näher gekommen.

■ Dr. Jürg Schärer
Präsident des Verwaltungsrates

■ Peter Wanner
Delegierter des Verwaltungsrates



Innovationen trotz wirtschaftlicher Turbulenzen

Die Aargauer Zeitung als Flaggschiff der AZ Medien Gruppe hat sich trotz heftigen Marktturbulenzen auf Erfolgskurs halten können: In den Stammländern mit unangefochtener Reichweite, im Rahmen der Mittelland Zeitung (MZ) in der Spitzengruppe der Deutschschweizer Tageszeitungen. Verantwortlich für den überregionalen redaktionellen Mantel hat die AZ ihren Part zur Festigung der MZ-Position geleistet. Die MZ hat sich angesichts des Rückgangs der kommerziellen Werbung um rund 7 Prozent im Vergleich mit anderen grösseren Schweizer Tageszeitungen achtbar aus der Affäre gezogen.

Die AZ-Redaktion sah sich vor die Herausforderung gestellt, selbst mit

geringeren Ressourcen täglich eine gleich gute Qualitätszeitung herzustellen. Der Umbau der Redaktionsleitung hat sich bewährt: Seit Februar 2003 wird die AZ von einer Doppelchefredaktion geführt. Die neue Struktur erleichtert eine noch präzisere Fokussierung der beiden wichtigsten Redaktions-teile – Mantelressorts mit nationalen und internationalen News und Aargau/Regionen – auf die Bedürfnisse ihrer Zielgruppen. Der Erfolg von gestern stellt gerade im Zeitungsgeschäft keine hinreichende Basis für den Erfolg von morgen dar. Apropos Erfolg: Der Verein Qualität im Journalismus hat das AZ-interne interaktive Blattbesprechungssystem mit dem «Medien-Award 2003» ausgezeichnet.

Zu den Innovationen im überregionalen Bereich gehört die stärkere Profilierung der Themenseiten als Schaufenster. Das Montagsinterview gilt weiterhin als Eckpfeiler. Grosse Beachtung fand die Einführung von zwei Meinungsseiten jeweils am Mittwoch und am Samstag als Forum für externe und interne Kommentatoren. Die Weekend-Beilage wurde überarbeitet und spricht seither ein jüngeres Publikum stärker an. Auch mit der zweimal pro Woche erscheinenden Seite «Café Argovia» wurde eine lesernahe Neuerung geschaffen. Im laufenden Jahr wird das Layout sanft modernisiert. Den Bereichen Kultur, Gesellschaft, Lifestyle, People und Unterhaltung wird im Rahmen der Blattarchitektur ein fester Platz zugewiesen. Im Bereich Aargau/Regionen wurde im zweiten Halbjahr die wichtigste Innovation der letzten Jahre vorbereitet: Der Weiterausbau des fünften Bundes zu vierfarbigen Regionalzeitungen im handlichen (Tabloid-)Kleinformat.

Top 10 der Schweizer Tageszeitungen (Auflage)

Blick	292 292
Tages-Anzeiger	234 518
Mittelland Zeitung ¹	193 665
Neue Zürcher Zeitung	166 291
Berner Zeitung	163 000
Südostschweiz	138 117
Neue Luzerner Zeitung	133 304
Aargauer Zeitung ²	131 841
St. Galler Tagblatt	110 209
Basler Zeitung	103 649

Quelle: WEMF-Beglaubigung 2003

¹ Mittelland Zeitung: (Aargauer Zeitung, Solothurner Zeitung, Oltnen Tagblatt, Zofinger Tagblatt, Limmattaler Tagblatt)

² Aargauer Zeitung: (inkl. Limmattaler Tagblatt, mit Zofinger Tagblatt)



Position im Lesermarkt gehalten

Nach dem bereits massiven Inseraterückgang im Vorjahr sah sich die einheimische Zeitungsbranche im ersten Halbjahr 2003 mit einem, was Tempo und Ausmass betraf, noch nie erlebten Ertragseinbruch konfrontiert. Bei den Stellenanzeigen und Immobilieninseraten musste auch die Aargauer Zeitung (AZ) härtere Einbussen verkraften. Erstmals in der jungen AZ-Geschichte waren Einschnitte in Redaktion, Produktion und Verlag notwendig, um den Aderlass einzudämmen. Trotz

widrigem Wirtschaftsumfeld und aggressiver Konkurrenz aus Zürich vermochte die AZ ihre Position im Lesermarkt und ihre Auflage knapp zu halten. Dank grosser Anstrengungen erreichte auch das Limmattaler Tagblatt eine Stabilisierung der lokalen Umsätze und der Auflage. Die Weiss Medien AG (Anzeiger von Affoltern) hat sich trotz Rückgang im Kundendruck gut behauptet.

Die Wochenzeitungen der AZ Medien Gruppe haben sich

auf einem Ertragsniveau über dem Branchendurchschnitt halten können. Erfreulicherweise gilt dies auch mit Blick auf die Nutzungswerte. Die Kosten wurden erneut gestrafft, ertragsschwächere Produkte neu gestaltet oder eingestellt. Die im Vorjahr vorgenommene Zentralisierung unter dem Dach der AZ Wochenzeitungen AG in Lenzburg hat sich als richtig erwiesen. Die Entwicklung der LIZ/Limmat Zeitung beweist, dass mit guter journalistischer Leistung und einer gezielten Verkaufsstrategie auch Gratiszeitungen rentabel gestaltet werden können.

Mit dem Ausbau des Zeitungsdrucks in Aarau wird die Voraussetzung geschaffen, um all unsere Zeitungen noch farbiger und leserfreundlicher gestalten zu können. Gleichzeitig soll die Attraktivität der Titel als Werbeplattform gesteigert werden. Die neue Verlagsführung will die regionalen Verkaufsanstrengungen markant erhöhen. Auch die Position im nationalen Markt soll aus eigener Kraft gefestigt werden.

Wichtige Gratis-Wochenzeitungen im Vergleich

Titel	Auflage	Leser	*LpE
Aargauer Woche gesamt	124 223	181 000	1,5
Anzeiger Luzern	113 395	139 000	1,2
Anzeiger St.Gallen gesamt	167 305	104 000	0,6
Berner Bär gesamt	136 232	124 000	0,9
LIZ-Limmat Zeitung	34 111	40 000	1,2

* Leser pro Exemplar



In schwierigem Umfeld behauptet

Monatszeitschriften reagieren weniger anfällig auf die wirtschaftliche Grosswetterlage als Tageszeitungen. Trotzdem blieb auch der Zeitschriftenverlag vom kommerziellen Einbruch in der Medienbranche nicht verschont. Während im Lesermarkt die Ziele auf hohem Niveau erreicht wurden, blieb man im Anzeigenmarkt konjunkturell bedingt bei einzelnen Titeln hinter Budget.

KOCHEN entwickelt sich weiterhin ausgezeichnet. Die Auftritte von Chefredaktorin und Meisterköchin Annemarie Wildeisen in den regionalen TV-Stationen Tele M1, TeleTell sowie Tele Ostschweiz und Tele Züri stellen eine ideale Plattform dar, um die bereits erreichte gute Marktposition als grösste unabhängige Kochzeitschrift der Schweiz weiter zu stärken und auszubauen. Auf dem Lesermarkt schlägt sich dieser Ausbau in einer deutlich steigenden Auflage nieder. Marmite, die noble Schwester von KOCHEN, wurde im Markt neu positioniert, was die treue Leserschaft positiv honorierte. FIT for LIFE hält sich konstant

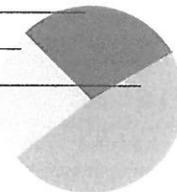
gut. Dies ist sicherlich auch auf einen anhaltend positiven Trend im Bereich Ausdauersport zurückzuführen. Zum anderen jedoch überzeugt FIT for LIFE mit seinem Redaktionskonzept in einem auch von deutscher Konkurrenz umkämpften Markt. Das SPORTmagazin hat im vierten Jahr seines Erscheinens nochmals an Leserschaft zugelegt. Die Situation auf dem Inseratemarkt, aber auch die unbefriedigende Abonnentenentwicklung haben uns jedoch dazu bewogen, einen starken und im sportlichen Bereich marktführenden Partner zu suchen. Mit Ringier wurde der Wunschpartner gefunden. Die Zeitschrift Natürlich hat ein neues Outfit erhalten. Die Zusammenarbeit mit der EGK Gesundheitskasse hat sich sehr bewährt.

MegaLink erhielt einen neuen Chefredaktor und zusätzlich ein neues Kleid. Kommerziell schnitt das Blatt im zweiten Halbjahr deutlich besser ab als im ersten. Elektrotechnik tritt neu mit veränderter Frontseite und neuem Logo auf, das Ergebnis blieb auf dem guten Niveau des Vorjahres.

Die Fusion der Zeitschriften HeizungKlimaKälte sowie Gebäudetechnik mit der Verbandszeitschrift «suissetec» zur neuen zweisprachigen HK-Gebäudetechnik war ein bahnbrechender Schritt und hat in der Branche grosses Aufsehen erregt. Die neue Zeitschrift kommt im Markt sehr gut an und entwickelt sich erfreulich.

Umsatzanteile am Zeitschriften-Portfolio

Fachzeitschriften	29%
Sport total	23%
Leben & Geniessen	48%



Zeitungen

Die Zeitungen der AZ Medien Gruppe entsprechen den vielschichtigen und unterschiedlichen Leserbedürfnissen. Die Aargauer Zeitung mit ihren acht Regionalausgaben und dem Kopfblatt Limmattaler Tagblatt gehört zum Verbund der Mittelland Zeitung (MZ), der drittgrössten Tageszeitung der Schweiz. Die populären Wochenzeitungen sind serviceorientiert und berichten über das Alltagsleben ihrer Region.



Zeitschriften

Die Fachzeitschriften im Gebiet der Haus- und Gebäudetechnik, Elektronik und Automation, die Special-Interest-Zeitschriften aus den Trendbereichen Gesundheit und Sport sowie Ess- und Trinkkultur verfügen über hohe journalistische Kompetenz und sind führend in ihren Themengebieten.



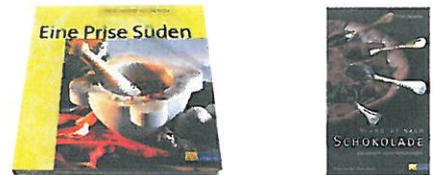
Druck

AZ Print kann ihren Kunden umfassende Lösungen in den Bereichen Prepress, Print und Logistik anbieten. Neben einer leistungsfähigen Zeitungsproduktion werden anspruchsvolle Werbedrucksachen mit unterschiedlicher Auflage auf Bogen- und Rollenoffsetmaschinen produziert.



Bücher

Der AT Verlag publiziert Bücher in den Kerngebieten Kochen, Heilkunde, Orte der Kraft, Bauen und Werken, psychoaktive Pflanzen und Schweiz. Der Atmosphären Verlag in München, Tochter des AT Verlags, gibt in Deutschland ein eigenes Buchprogramm heraus. Meissner Bücher in Aarau, Brugg und Baden ist eine der führenden Buchhandlungen der Schweiz mit umfassendem Sortiment an Büchern und Multimedia-Produkten.

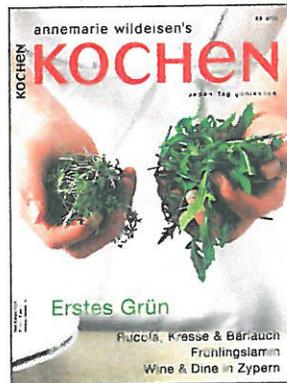


Fernsehen Radio Online/Crossmedia

Die Regionalsender Tele M1 und TeleTell sind führend im Mittelland und in der Zentralschweiz. Radio Argovia gehört zu den grössten Privatradios der Schweiz. azonline.ch ist das regionale Internetportal Nr. 1 mit stark wachsenden Zugriffszahlen. Kunden mit umfassenden Kommunikationsbedürfnissen bietet die AZ Medien Gruppe massgeschneiderte Crossmedia-Produkte an.







annemarie wildeisen's
KOCHEN
Jeden Tag genießen.



Annemarie Wildeisen hat auf ihrem gut gedeckten KOCHEN-Tisch multimedial angerichtet: Die Meisterköchin der AZ Medien Gruppe serviert zur Zeitschrift KOCHEN zahlreiche attraktive und bekömmliche Beilagen. Auf dem crossmedialen Menüplan stehen das gut assortierte Internetportal www.wildeisen.ch, Wildeisen-Rezepte in den AZ-Printmedien, von mehreren Regionalfernsehsendern ausgestrahlte KOCHEN-Tipps, Radiosendungen und eine ganze Palette von KOCHEN-Büchern im AT Verlag. Bei KOCHEN können Leserschaft und Werbekunden multimedial aus dem Vollen schöpfen.





Ergebnis trotz Umsatzrückgang gesteigert

Die AZ Grafische Betriebe AG konnte sich im Geschäftsjahr 2003 den schwierigen wirtschaftlichen Bedingungen nicht entziehen. Im bisher wohl schlechtesten Jahr der Branche litt der Kundendruck unter einer weiteren Verschärfung der Konkurrenzsituation und anhaltendem Rückgang der Nachfrage. Als Folge der bereits im Jahr 2002 getroffenen Restrukturierungsmaßnahmen konnte das Ergebnis jedoch trotz Umsatzrückgang verbessert werden. Ertragsniveau und Auftragslage lassen allerdings noch zu wünschen übrig.

Der Kundendruck wurde im Erdgeschoss des AZ-Gebäudes in der Aarauer Telli zusammengefasst. Damit wurden die technischen Abläufe und die betriebsinterne Kommunikation optimiert. Zudem wurde der Umzug des Verlags und eines Teils der AZ-Redaktion in die Telli möglich. Weiter wurde die Führung des Kundendrucks namhaft verstärkt. Die langfristige Ausrichtung dieses Unternehmens-

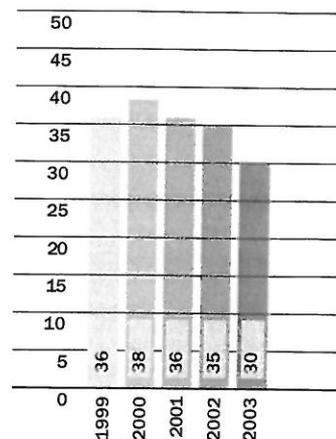
bereichs wird forciert, zumal einiges dafür spricht, dass die konjunkturelle Talsohle endlich erreicht ist.

Auch der Zeitungsdruck der AZ Grafische Betriebe AG war der allgemein ungünstigen Wirtschaftslage unterworfen. Der Personalbestand musste erneut dem unbefriedigenden Auftrags-eingang angepasst werden; dies erfolgte mehrheitlich über die normale Fluktuation.

Von Juli bis September wurde ein zweiter Rotationsturm ohne Probleme installiert. Diese Investition in der Höhe von 8 Mio. Franken verbessert die Produktionsmöglichkeiten substanziell und eröffnet dem Zeitungsdruck zusätzliche Marktchancen.

Im neuen Jahr setzt die AZ Grafische Betriebe AG auf das Logo «AZ Print». Sowohl für den Kundendruck als auch für den Zeitungsdruck ersetzt diese Bildmarke das bisherige Logo «AZ Grafische Betriebe».

Wertschöpfung
in Mio. CHF





Zuwachsraten trotz wachsender Konkurrenz

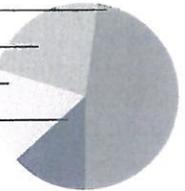
Die Meissner-Buchhandlungen haben die Ertragslage trotz wirtschaftlich schwierigerem Umfeld leicht verbessert. Die Umsätze begannen sich erst in der zweiten Jahreshälfte zögerlich zu erholen. Dem Fachhandel erwächst vor allem im Geschäft mit Bestsellern wie «Harry Potter» Konkurrenz auf Nebenmärkten wie Kiosken, Post- und Tankstellenshops, Warenhäusern und Grossverteilern. Zudem nimmt die Bedeutung des Internethandels spürbar zu. Das Buchangebot in den drei Meissner-

Filialen umfasst derzeit 85 000 Exemplare. Insgesamt gingen in Aarau, Brugg und Baden 473 000 Bücher an 270 000 Kunden über die Ladentheken. Der Verkaufserlös sank um knapp 3 Prozent. In Aarau musste vorübergehend eine deutliche Einbusse bei Kundenfrequenzen und Umsatz hingenommen werden. Dies als Folge des umbaubedingten Umzugs des Verkaufsgeschäfts – ohne Schliessung – an eine frequenzärmere Lage. Im Oktober 2005 wird Meissner Bücher im neuen

AZ Medien Haus eine massiv erweiterte Verkaufsfläche bewirtschaften können. Die im Herbst 2001 eröffnete Filiale im Langhaus Baden entwickelte sich im Berichtsjahr mit Zuwachsraten von 15 Prozent erfreulich.

Umsatzanteile der Meissner-Filialen

Aarau	48%
Brugg	22%
Baden	17%
Versand	13%



AT Verlag: Nischenanbieter mit starker Position

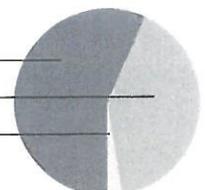
Der AT Verlag hat sein Umsatzbudget klar übertroffen und den anvisierten Ertrag erreicht. Noch Ende Sommer 2003 war das Unternehmen nicht gut unterwegs. Doch das Weihnachtsgeschäft hat die Erwartungen mehr als erfüllt. Im weitgehend gesättigten Schweizer Markt hat der Umsatz stagniert. Demgegenüber hat der AT Verlag in Deutschland massiv und in Österreich leicht zugelegt. Die Aktivitäten in München mit der Gründung der Atmosphären Verlag GmbH im September haben gegrif-

fen. Der neue Geschäftsführer, der über hervorragende Beziehungen zu Autoren und Vertriebspartnern im deutschsprachigen Raum verfügt, stellte seine Kompetenz dem AT Verlag bereits im Vorfeld der Verlagsgründung zur Verfügung. Im hart umkämpften Markt, in dem Grossanbieter vorrücken und Individualität mehr und mehr verloren geht, behauptet sich der AT-Buchverlag als erfolgreicher Nischenanbieter mit einem profilierten Programm. Der AT Verlag, einer der bedeutenden Schweizer

Sachbuchverlage, pflegt die Kerngebiete Kochen, Heilkunde, psychoaktive Pflanzen, Bauen und Werken, Orte der Kraft und Schweiz.

Umsatzanteile des AT Verlags in der Schweiz, Deutschland und Österreich

Schweiz	56,7%
Deutschland	40,7%
Österreich	2,6%





Die Vernetzung konnte weiter verdichtet werden

Das regionale Internetportal azonline.ch ist das jüngste Medium der AZ Medien Gruppe. Es hat sich seit der Lancierung im November 2000 als feste Grösse in seinem Marktgebiet etabliert. Im dritten vollen Betriebsjahr ist azonline.ch endgültig den «Kinderschuhentwachsen» – publizistisch, organisatorisch, strukturell und kommerziell. Erfreulicherweise konnte auch 2003 erneut eine markante Steigerung der Besucherfrequenzen verzeichnet werden: Mit durchschnittlich 2,85 Millionen Seitenimpressionen und 325 000 Anwendersitzungen pro Monat ist azonline.ch klar das Aargauer Newsportal Nr. 1. Wie die Statistiken der Onlineredaktion zeigen, sind vor allem aktuelle regionale und kantonale Inhalte gefragt; sie weisen einen Anteil von über 50 Prozent auf. Daneben bescherten vor allem nationale und internationale Grossereignisse wie Eidgenössische Wahlen, Bundesratswahlen oder Irakkrieg azonline.ch hohe Zugriffszahlen.

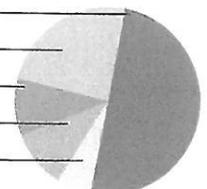
Erfreulich ist auch das Geschäftsergebnis ausgefallen: azonline.ch erwirtschaftete erstmals einen positiven Betriebs-Cashflow. Dazu trugen vor allem auch die grossen Onlinepartnerschaften mit renommierten Aargauer Unternehmen sowie Verbänden und Institutionen bei.

So konzipierte azonline.ch im Auftrag des Kantons Aargau die offiziellen Internetauftritte des Kantonsjubiläums «200 Jahre Aargau» (www.200jahreaargau.ch) sowie für den Aargauischen Gewerbeverband «aargau kmu» die Webseite der Aargauischen Berufsschau AB'03 (www.ab03.ch). Bei diesen Partnerschaften konnten die Synergien zwischen den einzelnen Medien der AZ Medien Gruppe beispielhaft genutzt werden: Ein Grosserfolg war in dieser Beziehung der interaktive Jubiläumswettbewerb «200 Jahre Aargau – 200 Fragen zum Kanton Aargau» von azonline.ch und der Aargauer Zeitung; er verzeichnete über 170 000 Teilnahmen. Die wachsende Bedeutung der Onlinepartnerschaften führte 2003 zu einer umfassenden Restrukturierung des Onlinebereichs. Damit konnte die Effizienz gesteigert werden, während die Kosten gesenkt wurden. In der AZ Medien Gruppe wurde 2003 auch ein eng mit dem Onlinebereich verknüpftes Projekt «Crossmedia» lanciert, um der zunehmenden Nachfrage nach vernetzten Kommunikationslösungen Rechnung zu tragen: Hauptaufgaben sind die Entwicklung von neuen Crossmediaprodukten sowie die Akquisition und Betreuung von Medienpartnerschaften. Die Vernetzung von verschiedenen

Produkten zu neuen crossmedialen Angeboten hat im Bereich Immobilien bereits stattgefunden: Der von azonline.ch zusammen mit dem Onlinepartner Aargauische Kantonalbank betriebene immochannel.ch ist das Aargauer Immobilienportal Nr. 1. Es weist das grösste Angebot an Miet- und Kaufobjekten auf; im immochannel.ch sind sowohl Onlineinserate als auch Zeitungsannoncen zu finden. Ein weiteres Beispiel für die sinnvolle Nutzung von multimedialen Synergien stellt die Onlinezusammenarbeit mit der Vogt-Schild/Habegger Gruppe (Solothurner Zeitung) dar: azonline.ch hat 2003 die Betreuung von sämtlichen Zeitungsauftritten und Onlineportalen des Mittelland-Zeitungs-Partners übernommen.

Zugriffe auf News-Meldungen azonline.ch und limmattalonline.ch

Regional	50%
Überregional	24%
Sport	10%
Vermischtes	10%
Dossiers	6%





Spitzenplatz verteidigt

Radio Argovia hat Platz vier unter den privaten Deutschschweizer Radiostationen verteidigt. Den anhaltend guten Nutzungszahlen im Argovia-Stammgebiet standen leichte Hörerverluste im überregionalen Raum gegenüber. Der budgetierte kommerzielle Erfolg konnte trotz schwieriger Grosswetterlage und leichtem Umsatzdruck erreicht werden. Mit einem Verkaufseffort im regionalen Markt und dank Kosteneinsparungen konnte der Rückgang des Geschäfts mit nationalen Kunden teilweise

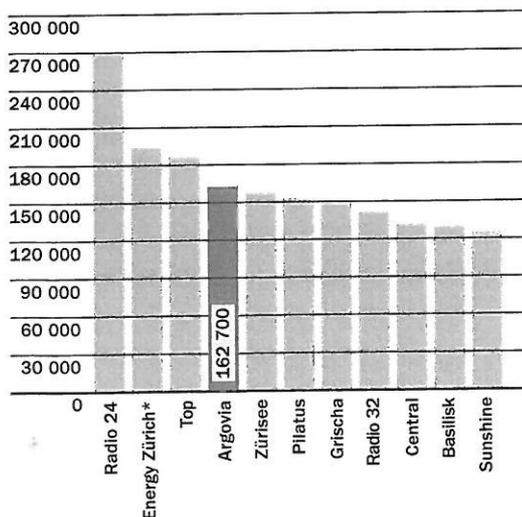
abgedefert werden. Letztes Jahr lag der regionale Anteil am Argovia-Umsatz bei rund zwei Dritteln.

Das ambitiös gestaltete Ertragsbudget 2004 sieht eine Verbesserung des Ertrags im nationalen Werbemarkt vor. Die Zahl der Hörerinnen und Hörer soll wieder auf 180 000 pro Tag gesteigert werden. Eine Standortbestimmung hat gezeigt, dass Radio Argovia auf dem richtigen Weg ist. Gleichzeitig wurde deutlich, dass die Programmausrichtung noch konsequenter umgesetzt werden

muss. Einen hohen Stellenwert neben dem Service- und Unterhaltungsausbau hat die Musik: Sie macht knapp 70 Prozent eines Radioprogramms aus. Grund genug für Radiomacher, ihren Hörerinnen und Hörern regelmässig den (Geschmacks-)Puls zu fühlen. Im Dezember 2003 liess Radio Argovia im Rahmen eines repräsentativen Musiktests 1200 Songs beurteilen. Der Wunsch der Hörerinnen und Hörer nach «mehr Musik – mehr Abwechslung» wurde bereits beim «Relaunch» Anfang März 2004 erfüllt.

Mit zwei zusätzlichen Sendestandorten wird die UKW-Versorgung – speziell im Limmattal – verbessert. Damit sollen künftig auch die rund 40 000 täglichen Zürich-Pendler von Radio Argovia besser bedient werden.

Tagesreichweite
Jahresstudie 2003



Quelle: Publica Data AG «Radiocontrol» D-CH, Mo-Fr, 15+, 24h
* Energy Zürich: Sept.-Dez. 2003



Rekordhohe Senderatings

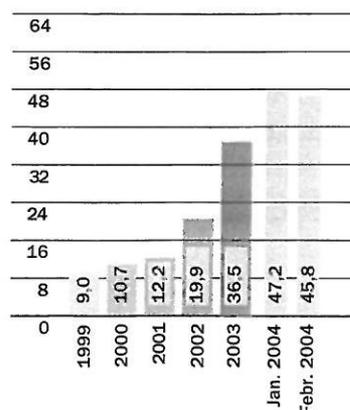
Die führenden Regional-TV-Sender im Mittelland beziehungsweise in der Zentralschweiz haben ihre qualitativen Zielvorgaben, die Einschaltquoten auf hohem Niveau zu halten, im Jahr 2003 erreicht. Tele M1 hat mit seinem regionalbezogenen Informationsgefäß «Aktuell» ein rekordhohes Durchschnittsrating (ganze Sendung gesehen) von 57 000 Zuschauerinnen und Zuschauern erreicht. Dies entspricht einer Steigerung von mehr als einem Fünftel. Im Dezember setzte Tele M1 mit einer Tagesreichweite von 190 000 Personen eine neue Topmarke. Der Schwestersender TeleTell erreichte nach redaktionellen Korrekturen Ende 2002 mit seiner «Aktuell»-Regionaltageschau im Jahresdurchschnitt 37 000 Personen; damit kletterte das Rating innert Jahresfrist um über 80 Prozent. Die Fernsehmacher führen diesen Publikumserfolg auf die verbesserte journalistische Qualität und das steigende Bedürfnis nach regionalen TV-Nachrichten zurück. Der angestrebte Betriebs-

ertrag wurde deutlich verpasst. Zwar haben beide Sender ihren Aufwand nochmals kräftig gesenkt, und Tele M1 vermochte das Betriebsergebnis erneut zu verbessern. TeleTell hingegen musste eine beträchtliche Abweichung zum budgetierten Ertrag verbuchen. Hier sollte sich der Wechsel in der Geschäftsführung per Anfang Juni 2003 im laufenden Jahr verstärkt niederschlagen. Die Positionierung im nationalen Werbemarkt bleibt eine stetige Herausforderung. Im laufenden Jahr peilen beide Sender weitere Resultatverbesserungen an.

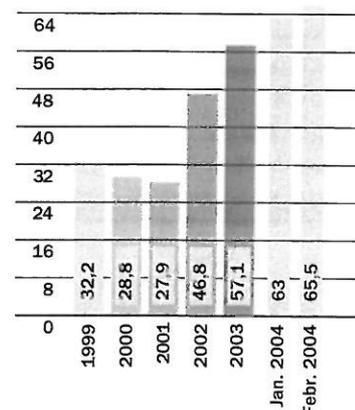
Der Verwaltungsrat von TeleTell hat sich angesichts des Umsatzpotenzials und möglicher Synergieeffekte mit Tele M1 für eine Vorwärtsstrategie entschieden: Redaktion und Verkauf wurden personell verstärkt. Die Zusammenarbeit mit den übrigen fünf Regionalsendern des Tele News Combi wird im Programmbereich ausgebaut. Mit einer Kostenentlastung dank Anteilen aus dem nationalen Konzessionsgebührentopf darf angesichts der Verzögerung des neuen Radio- und Fernsehgesetzes nicht vor 2006 gerechnet werden.

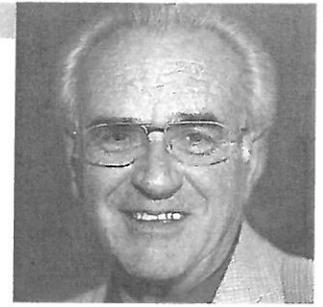
Quelle Publica Data AG «Telecontrol»

Senderatings «Aktuell»
TeleTell in Tsd. Zuschauern



Senderatings «Aktuell»
Tele M1 in Tsd. Zuschauern





Arbeit zwischen Medienfreiheit und Medienfrechheit

Das in der Zeitung Freiheit nicht in Frechheit entarte!», forderte vor rund 200 Jahren der aargauische Medienpionier Heinrich Zschokke. Und fügte dann gleich bei: «Manche Leute halten zwar die Wahrheit schon für Grobheit.» Nicht selten hatte sich der Ombudsmann bei der Behandlung von rund 30 Beschwerden in diesem von Zschokke so treffend festgehaltenen Spannungsfeld zu bewegen. Einige Stichworte zum Inhalt einzelner Anliegen:

- Persönliche Betroffenheit durch Berichte über Straf- und Gerichtsverfahren.
- Mangelndes Gehör bei den Medienschaffenden für Themenanträge aus der Leserschaft.
- Klagen über «Einseitigkeiten in der Berichterstattung».
- Unverständnis für Titelgebungen, für Karikaturen sowie für Satire ganz allgemein.
- Unzufriedenheit über einzelne Kulturrezensionen bei Künstlern oder ihren Anhängern.

Nach wie vor fordern Verletzungen durch Identitätsandeutungen im Zusammenhang mit Prozessberichten den Ombudsmann am stärksten heraus. In Extremfällen kann es dabei nicht nur zur Androhung rechtlicher Schritte, sondern sogar zu Aggressionsäusserungen kom-

men: Ein Grund mehr, diesen Gesprächen viel Zeit einzuräumen.

Das Wahljahr 2003 veranlasste scharfe Politbeobachter zum gelegentlichen Vorwurf, die eine Partei und ihre Leitfiguren genössen mehr mediale Aufmerksamkeit als Persönlichkeiten anderer Parteien und umgekehrt. Meist erklärten sich die Kläger nach längeren Diskussionen als befriedigt und ersuchten den Ombudsmann gar darum, ihre Beschwerde «vorerst nicht an die Redaktionen weiterzuleiten»; man werde aber «die Entwicklung aufmerksam weiterverfolgen». Eindringlich wurde der Ombudsmann darum gebeten, «das Monopolmedium AZ an seine Pflicht zur politischen Fairness gegenüber allen Seiten» zu erinnern.

Konflikte entstehen auch dann, wenn «unterschiedliche Kommunikationskulturen» aufeinander prallen. Ein konkretes Beispiel rund um Gewalt- und Sexualdelikte unter Kindern: Die Redaktion stellt das öffentliche Interesse an Jugendproblemen unserer Zeit in den Vordergrund, die Schulleitung den Schutzanspruch der Jugendlichen vor öffentlichem Gerede. Im vermittelnden Gespräch – durch den Ombudsmann angeregt – kommt es zur Annäherung der

divergierenden Auffassungen. Oft hängt es von (scheinbaren) Kleinigkeiten ab, ob es mit Lesern, Zuschauern oder Hörern zu einem Zerwürfnis kommt, zum Beispiel von einem ob der Hetze des Alltags oder der Flut der Papiere unbeantwortet gebliebenen Beschwerdebrief an die Redaktion. Um solchen und ähnlichen Konfliktherden vorzubeugen, ist geplant, dass der Ombudsmann gemeinsam mit der Redaktionsleitung im neuen Jahr ein kurzes, aber verpflichtendes «Beschwerdekonzert» ausarbeitet.

■ Josef Rennhard
Ombudsmann der AZ Medien Gruppe

Verwaltungsrat

Präsident

Dr. Jürg Schärer, Aarau

Vizepräsident und Delegierter

Peter Wanner, Würenlos

Mitglieder

Frank Boller, Ennetbaden

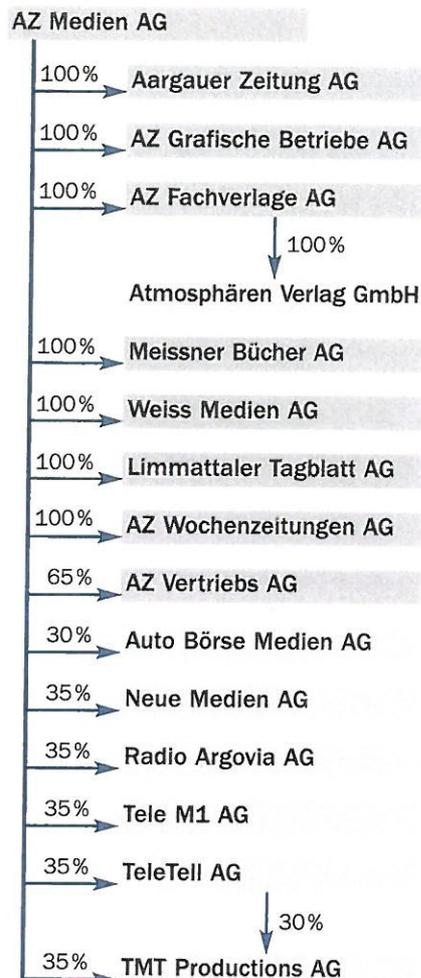
Dr. Philip Funk, Dättwil

Dr. Jan Kocher, Baden

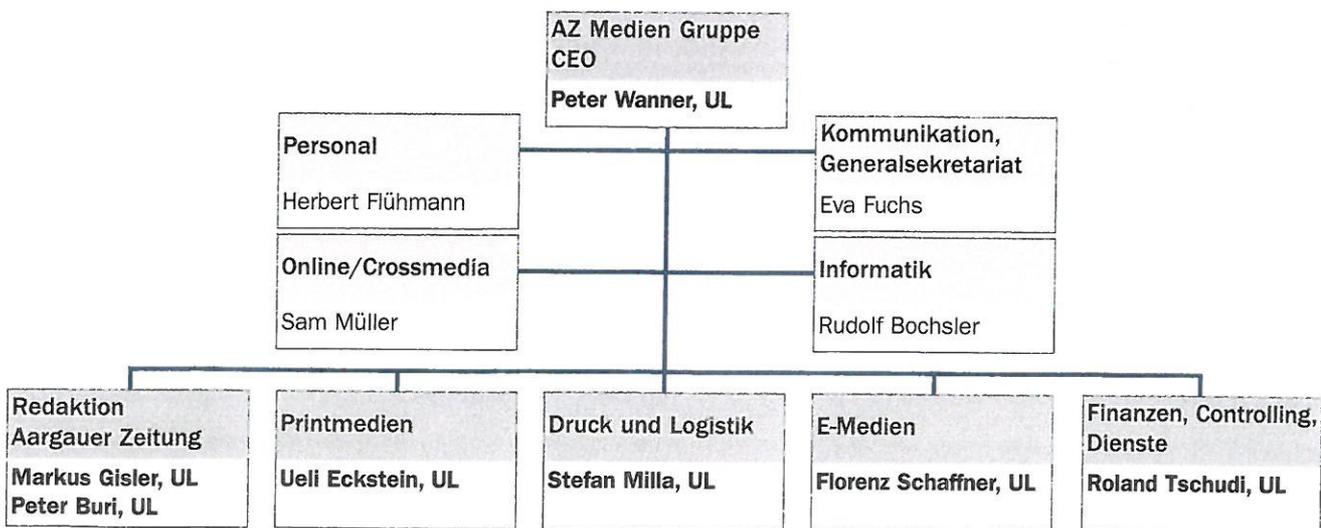
Prof. Dr. Georg Müller, Erlinsbach

Dr. Hans-Peter Zehnder, Meisterschwanden

Beteiligungen



Führungsstruktur



UL = Unternehmensleitung der AZ Medien Gruppe

Zeitung

Aargauer Zeitung
Zentralredaktion
 5401 Baden
 Stadtturmstrasse 19
 T 058 200 5858
 F 058 200 5859
 azredaktion@azag.ch
 www.aargauerzeitung.ch
 5001 Aarau
 Neumattstrasse 1

Regionalredaktionen
 5200 Brugg
 Schulthess-Allee 7
 T 058 200 5200
 F 058 200 5201
 brugg@azag.ch

5070 Frick
 Hauptstrasse 69
 T 058 200 5220
 F 058 200 5221
 fricktal@azag.ch

5610 Wohlen
 Bahnhofweg 17
 T 058 200 5333
 F 058 200 5334
 freiamt@azag.ch

Verlag
 5001 Aarau
 Neumattstrasse 1
 T 058 200 5858
 F 058 200 5859
 az.verlag@azag.ch
 www.aargauerzeitung.ch

Anzeigenmarketing
 5001 Aarau
 Neumattstrasse 1
 T 058 200 5444
 F 058 200 5432
 inserate@azag.ch

Aboservice
 5001 Aarau
 Neumattstrasse 1
 T 058 200 5555
 F 058 200 5556
 aboservice@azag.ch
 www.aargauerzeitung.ch

AZ Vertrieb
 5001 Aarau
 Neumattstrasse 1
 T 058 200 4500
 F 058 200 4501
 vertrieb@azag.ch

AZ Shop
 5001 Aarau
 Bahnhofstrasse 67
 T 058 200 5403
 F 058 200 5404

5401 Baden
 Stadtturmstrasse 19
 T 058 200 5406
 F 058 200 5407

Limmattaler Tagblatt
Redaktion
 8953 Dietikon
 Kirchstrasse 21
 T 058 200 5757
 F 058 200 5758
 lt@azag.ch

Verlag
 8953 Dietikon
 Kirchstrasse 21
 T 058 200 5777
 F 058 200 5779
 limmat.media@azag.ch
 www.limmattalonline.ch

LIZ Limmat Zeitung
Redaktion
 8953 Dietikon
 Kirchstrasse 21
 T 058 200 5737
 F 058 200 5738
 liz@azag.ch

Verlag
 8953 Dietikon
 Kirchstrasse 21
 T 058 200 5777
 F 058 200 5779

AZ Wochenzeitungen
 5600 Lenzburg
 Kronenplatz 12
 T 058 200 5820
 F 058 200 5821
 agwoche@azag.ch
 www.wochenzeitungen.ch

Anzeiger aus dem Bezirk Affoltern
 8910 Affoltern
 Obere Bahnhofstrasse 5
 T 058 200 5700
 F 058 200 5701
 redaktion@affolteranzeiger.ch
 www.affolteranzeiger.ch
 www.affolternonline.ch

Zeitschriften

AZ Fachverlage
 5001 Aarau
 Neumattstrasse 1
 T 058 200 5650
 F 058 200 5651
 fachverlag@azag.ch
 www.az-verlag.ch
 www.natuerlich-online.ch
 www.wildeisen.ch
 www.marmite.ch
 www.fitforlife.ch
 www.sport-magazin.ch
 www.hk-gebaeudetechnik.ch
 www.megalink.ch
 www.e-guide.ch
 www.batitech.ch
 www.elektrotechnik.ch

Druck

AZ Print
AZ Grafische Betriebe
 5001 Aarau
 Neumattstrasse 1
 Kundendruck
 T 058 200 4200
 F 058 200 4201
 Zeitungsdruk
 T 058 200 4270
 F 058 200 4271
 info@azprint.ch
 www.azprint.ch

Online/Crossmedia

azonline.ch
 5401 Baden
 Stadtturmstrasse 19
 T 058 200 5353
 F 058 200 5354
 azonline@azonline.ch
 www.azonline.ch

Bücher

AT Verlag
 5401 Baden
 Stadtturmstrasse 19
 T 058 200 4400
 F 058 200 4401
 at-verlag@azag.ch
 www.at-verlag.ch

Atmosphären Verlag
 Gotzinger Strasse 52a
 D-81371 München
 T +49 89 767 567 0
 F +49 89 767 567 11
 info@atmosphaeren-verlag.de
 www.atmosphaeren-verlag.de

Meissner Bücher

5001 Aarau
 Kasinostrasse 19
 T 058 200 4444
 F 058 200 4445
 info@meissner.ch
 www.meissner.ch

5200 Brugg
 Neumarkt 2
 T 058 200 4466
 F 058 200 4467
 brugg@meissner.ch

5401 Baden
 Langhaus 4
 T 058 200 4477
 F 058 200 4478
 baden@meissner.ch

Radio

Radio Argovia
 5201 Brugg
 Im Steiger/Badstrasse 48
 T 056 460 86 86
 F 056 460 86 90
 sekretariat@argovia.ch
 www.argovia.ch

Redaktion
 T 056 460 86 00
 F 056 460 86 01
 redaktion@argovia.ch

Fernsehen

Tele M1

5001 Aarau
 Neumattstrasse 1
 T 062 832 88 88
 F 062 832 88 90
 sekretariat@telem1.ch
 www.telem1.ch

Redaktion
 T 062 832 88 00
 F 062 832 88 01
 redaktion@telem1.ch

TeleTell

6002 Luzern
 Maihofstrasse 76
 T 041 429 54 44
 F 041 429 54 66
 sekretariat@teletell.ch
 www.teletell.ch

Redaktion
 T 041 429 54 39
 F 041 429 54 41
 redaktion@teletell.ch

AZ Medien Gruppe

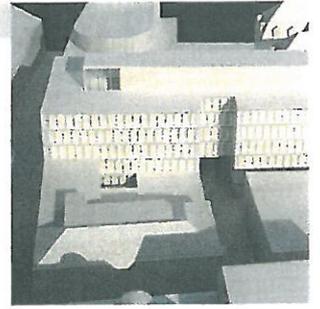
5401 Baden, Stadtturmstrasse 19
 5001 Aarau, Neumattstrasse 1

T 058 200 5858

Impressum

Redaktion AZ Medien Gruppe
 Peter Buri, Ruedi Mäder, Hubert Keller
Projektleitung Brigitte Steiner
Fotos André Albrecht, Rolf Jenny, HO
Gestaltung Thomas Pfann, Erik Scholz
Litho/Druck AZ Print, Aarau

AZ MEDIENHAUS



Markanter städtebaulicher Akzent in der Kantonshauptstadt

Ein neuer Blickfang und ein markanter städtebaulicher Akzent in der Kantonshauptstadt: Die AZ Medienhaus AG realisiert als Bauherrin an der Aarauer Bahnhofstrasse ein neues Wohn- und Geschäftshaus. Und zwar an dem Ort, wo der Altbau des ehemaligen «Aargauer Tagblattes» mit der Buchhandlung Meissner stand.

Der Bezug des Neubaus, den das renommierte Badener Architekturbüro Burkard, Meyer Architekten entworfen hat, ist auf Herbst 2005 geplant. Die Buchhandlung Meissner wird wieder

an ihren angestammten Ort zurückkehren, im nördlichen Teil des Gebäudes ist ein Restaurant vorgesehen.

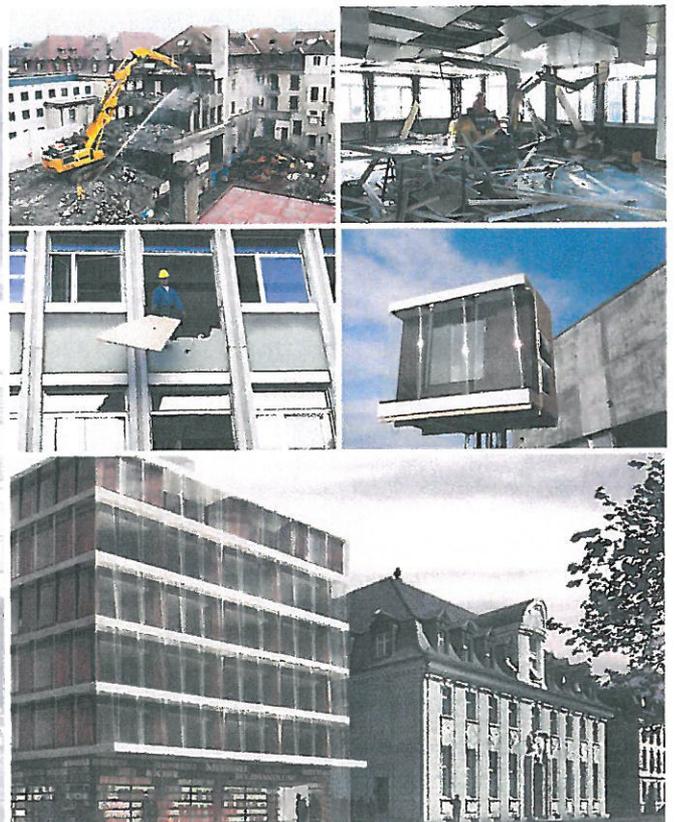
Die Ansprüche an den Neubau sind hoch: Das Wohn- und Geschäftshaus soll mehr als bloss ein beliebiges Bürohaus an der Aarauer Bankemeile sein. Das Haus fügt sich, der prominenten Lage bewusst, mit einer modernen Glasfassade gleichsam selbstverständlich in die inner-

städtische Situation ein. Mehr noch: Mit neuen Ladenpassagen und Durchgängen, welche die Bahnhofstrasse mit der Kasinostrasse verbinden, sucht der Neubau ganz bewusst Anknüpfung an die vorhandene urbane Struktur. Aarau erhält so einen neuen Häuserblock, dessen räumliche Durchlässigkeit nicht nur der Aufwertung der Bahnhofstrasse dient, sondern auch die Verbindung zwischen City und Altstadt fördert.



Abbrucharbeiten am «Aargauer Tagblatt»-Gebäude. Unverwechselbares Erkennungsmerkmal des AZ Medien Hauses wird die äussere Fassade sein – ein Glasvorhang.

Mit den Spiegelungseffekten wird auch die Umgebung des AZ Medien Hauses spannungsvoll in die Architektur einbezogen.



Geschäftsbericht 2003

Finanzielle Berichterstattung

Kommentar zur finanziellen Berichterstattung

Erfolgsrechnung

Das Jahresergebnis 2003 kann bei der bestehenden schlechten Wirtschaftslage knapp befriedigen. Das **Betriebsergebnis** vor a. o. Einflüssen von **4,4 Mio. Fr.** ist genügend, der **Konzern-Cashflow** von **17,7 Mio. Fr. oder 10,6 %** konnte zumindest relativ auf dem Niveau des Vorjahres gehalten werden. Im Kerngeschäft mussten sowohl bei den Zeitungen als auch im Kundendruck massive Umsatzrückgänge verkraftet werden. Die Abnahme des **Betriebsertrages** von 182,2 Mio. Fr. auf **166,0 Mio. Fr.** konnte trotz mehrstufiger Reduktion der Kapazitäten nur teilweise durch Einsparungen aufgefangen werden. Der Betriebsaufwand wurde um hohe 14,2 Mio. Fr. gesenkt. Trotzdem reduzierte sich das **Betriebsergebnis** von 6,4 auf **4,4 Mio. Fr.** Positiv zu erwähnen sind die Entwicklungen im Zeitschriftenverlag und bei Meissner Bücher. In diesen Sparten konnten die Ergebnisse verbessert werden. Ebenso ist es gelungen, im Vorjahr noch defizitäre Bereiche in die Gewinnzone zu führen. Im ausserordentlichen Ergebnis belasten Sanierungsbeiträge an einzelne Zeitschriften und die Finanzierung der Sozialpläne das Ergebnis negativ. Aber auch der Verkauf der Liegenschaft Bahnhofstrasse und der stillgelegten Rollenoffsetmaschine wirkten sich stark durch a. o. Erträge, Rückstellungen und Abschreibungen aus. Das Finanzergebnis konnte dank weiterem Schuldenabbau und Erträgen aus dem Devisengeschäft erneut deutlich verbessert werden. Das bescheidene **Konzernergebnis** von **1,0 Mio. Fr.** widerspiegelt die weiterhin angespannte Ertragslage in der Medienbranche.

Konzernbilanz und Mittelflussrechnung

Die **Investitionen** von **11,1 Mio. Fr.** konnten vollständig aus dem **Cashflow finanziert** werden. Neben der neuen Zeitungsrotationsmaschine wurde vor allem in den Umbau der Liegenschaft Telli, Aarau investiert. Dies führt zukünftig zu einer Einsparung bei den Fremdmieten in Baden. Die wichtigsten Desinvestitionen waren das Grundstück inkl. Neubauprojekt AZ Medien Haus an der Bahnhofstrasse in Aarau und der Verkauf der Rollenoffsetmaschine nach Spanien. Das verzinsbare Fremdkapital wurde um rund 1,8 Mio. Fr. abgebaut. Die **Abschreibungen** konnten von 21,2 Mio. Fr. auf **16,7 Mio. Fr. reduziert** werden. Das **Eigenkapital** von **55 Mio. Fr. beträgt neu 44 %** der etwas tieferen Bilanzsumme. Bewertungen und Rückstellungen wurden erneut vorsichtig vorgenommen. Der Goodwill aus Akquisitionen wird linear über 5 Jahre abgeschrieben. Der Einfluss der nach Equity-Methode konsolidierten Gesellschaften ist weiterhin gering.

Gewinn, Eigenkapital und Dividende pro Aktie

Das konsolidierte **Jahresergebnis 2003 pro Aktie** beträgt **93.20 Fr.** Das ausgewiesene **Eigenkapital** beläuft sich auf **5127 Fr. pro Aktie**, ein Plus von 37 Fr. gegenüber dem Vorjahr. Der Generalversammlung wird eine gleich bleibende Dividende von **50 Fr. pro Aktie** bzw. **5 %** des Aktienkapitals vorgeschlagen. Den Reserven sollen 0,5 Mio. Fr. zugewiesen werden.

Aarau/Baden, im April 2004

AZ Medien Gruppe



Roland Tschudi
Leiter Konzernfinanzen

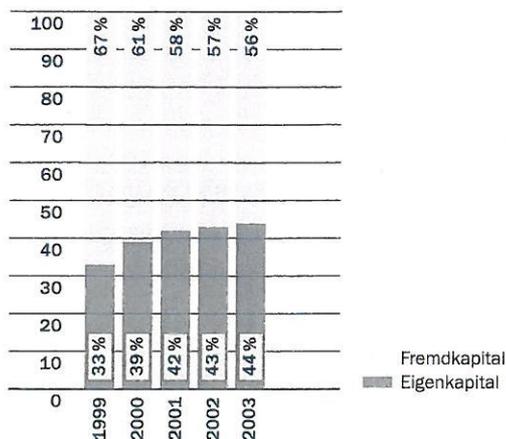
Konsolidierte Bilanz per 31. Dezember

	Erläuterungen Ziffer	2003		2002	
		in Tsd. Fr.	%	in Tsd. Fr.	%
AKTIVEN					
Umlaufvermögen					
Flüssige Mittel und Wertschriften	2.01	22 254		12 521	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.02	13 169		14 472	
Andere Forderungen	2.03	9 230		7 440	
Vorräte	2.04	5 114		6 234	
Aktive Rechnungsabgrenzungen		1 355		1 210	
Umlaufvermögen		51 121	41%	41 878	33%
Anlagevermögen					
Sachanlagen	2.05/5	59 848		65 447	
Finanzanlagen	2.06	2 166		2 184	
Immaterielle Anlagen	2.07/5	11 546		17 500	
Anlagevermögen		73 560	59%	85 131	67%
Total AKTIVEN		124 681	100%	127 008	100%
PASSIVEN					
Kurzfristiges Fremdkapital					
Bankverbindlichkeiten		0		164	
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.08	10 676		10 597	
Andere Verbindlichkeiten	2.09	2 657		4 840	
Passive Rechnungsabgrenzungen	2.10	21 857		21 013	
Rückstellungen	2.11	3 979		3 607	
Kurzfristiges Fremdkapital		39 169	31%	40 221	32%
Langfristiges Fremdkapital					
Leasingverbindlichkeiten	2.12	5 250		1 947	
Darlehen	2.13	350		5 250	
Hypotheken	2.14	17 600		17 800	
Andere Verbindlichkeiten	2.15	0		100	
Rückstellungen	2.16	6 894		6 714	
Langfristiges Fremdkapital		30 094	24%	31 811	25%
Fremdkapital		69 263	56%	72 032	57%
Eigenkapital					
	6				
Grundkapital		10 800		10 800	
Kapitalreserven		10 541		10 541	
Neubewertungsreserven		0		3 085	
Reserve für eigene Aktien		422		383	
Gewinnreserven		33 605		30 090	
Konzerneigenkapital		55 367	44%	54 899	43%
Minderheitsanteile		50		78	
Eigenkapital		55 417	44%	54 977	43%
Total PASSIVEN		124 681	100%	127 008	100%

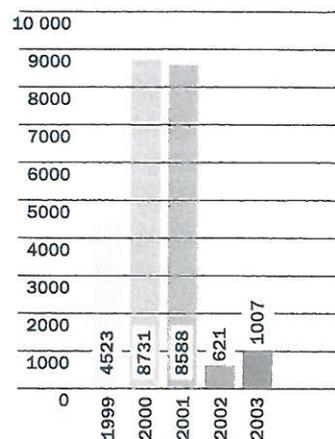
Konsolidierte Erfolgsrechnung

	Erläuterungen Ziffer	2003		2002	
		in Tsd. Fr.	%	in Tsd. Fr.	%
Betriebsertrag					
Ertrag Zeitungsverlage		97 427	59%	107 713	59%
Ertrag Fachverlage		37 951	23%	37 051	20%
Ertrag Druck und Vertrieb		28 789	17%	35 675	20%
Übriger Ertrag		1 798	1%	1 734	1%
Total Betriebsertrag		165 964	100%	182 173	100%
Betriebsaufwand					
Materialaufwand		- 26 815	- 16%	- 32 219	- 18%
Fremdleistungen		- 13 752	- 8%	- 14 579	- 8%
Personalaufwand		- 79 569	- 48%	- 86 303	- 47%
Übriger Betriebsaufwand		- 25 115	- 15%	- 26 548	- 15%
Abschreibungen	3.01	- 16 300	- 10%	- 16 126	- 9%
Total Betriebsaufwand		- 161 550	- 97%	- 175 775	- 96%
Betriebsergebnis vor Finanzerfolg		4 414	3%	6 398	4%
Finanzergebnis	3.02	- 632		- 976	
Ordentliches Ergebnis vor Steuern		3 782	2%	5 422	3%
Ausserordentliches Ergebnis	3.03	- 1 289		- 3 352	
Ergebnis vor Steuern		2 493	2%	2 070	1%
Steueraufwand	3.04	- 1 472		- 1 446	
Jahresergebnis		1 021	1%	624	0%
Minderheitsanteile		- 14		- 3	
Konzernergebnis		1 007	1%	621	0%

Entwicklung Anteile Eigen-/Fremdkapital



Konzernergebnis in Tsd. Fr.



Konsolidierte Mittelflussrechnung

	2003	2002
	in Tsd. Fr.	in Tsd. Fr.
Konzernergebnis	1 007	621
Minderheitsanteile	14	3
Abschreibungen	16 721	21 208
Gewinn/Verlust aus Anlagenabgängen	- 629	- 2 125
Veränderung Rückstellungen	556	- 1 277
Übriger nicht fondswirksamer Aufwand/Ertrag	1	- 70
Konzern-Cashflow	17 670	18 360
Veränderung Forderungen	- 1 021	- 2 263
Veränderung Vorräte	1 120	- 61
Veränderung Aktive Rechnungsabgrenzungen	- 175	- 645
Veränderung kurzfristige Verbindlichkeiten	- 1 619	- 3 167
Veränderung Passive Rechnungsabgrenzungen	886	2 507
Mittelfluss aus Geschäftstätigkeit	16 861	14 732
Nettoinvestitionen Sachanlagen	- 4 492	- 530
Nettoinvestitionen Finanzanlagen	18	- 894
Nettoinvestitionen Immaterielle Anlagen	- 91	- 9 542
Nettomittelfluss aus Änderung Konsolidierungskreis	- 65	- 498
<i>Mittelfluss aus Investitionstätigkeit</i>	<i>- 4 630</i>	<i>- 11 463</i>
Mittelfluss nach Investitionstätigkeit	12 231	3 269
Zunahme Leasingverbindlichkeiten	3 303	1 947
Aufnahme/Rückzahlung Darlehen	- 4 800	- 6 550
Aufnahme/Rückzahlung Hypotheken	- 200	2 200
Aufnahme/Rückzahlung andere Verbindlichkeiten	- 100	- 100
Kapitaleinlagen von Minderheiten	0	35
Gewinnausschüttungen	- 537	- 1 614
<i>Mittelfluss aus Finanzierungstätigkeit</i>	<i>- 2 334</i>	<i>- 4 082</i>
Veränderung Netto-Flüssige Mittel¹⁾	9 897	- 813
Liquiditätsnachweis		
Netto-Flüssige Mittel per 1. 1.	12 358	13 171
Netto-Flüssige Mittel per 31. 12.	22 254	12 358
Veränderung Netto-Flüssige Mittel¹⁾	9 897	- 813

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 (Swiss GAAP 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.

Sinkt, durch Veräusserung von Beteiligungen, der Stimmrechtsanteil an einer Gesellschaft unter 50%, wird diese Gesellschaft ab dem Zeitpunkt der Veräusserung nicht mehr konsolidiert.

A.3 Kapitalkonsolidierung

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt nach der 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 Erfolgsrechnungspositionen 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.

Die Liegenschaft an der Bahnhofstrasse Aarau wurde anlässlich der Übertragung in die Aargauer Zeitung AG (1996) mit einem vorsichtigen Verkehrswert (Neubewertungsreserve) eingesetzt. Mit dem Verkauf dieser Liegenschaft Ende 2003 ist der Restwert der Neubewertungsreserve aufgelöst worden. 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.

Grundstücke	unbeschränkt
Gebäude	25 Jahre
Installationen	10–15 Jahre
Technische Anlagen und Maschinen	5–15 Jahre
Informatikanlagen	3– 5 Jahre
Mobiliar	5–10 Jahre
Fahrzeuge	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.

Anhang zur Konzernrechnung

2. Erläuterungen zur konsolidierten Bilanz

	31.12.2003	31.12.2002
	in Tsd. Fr.	in Tsd. Fr.
2.01 Flüssige Mittel und Wertschriften		
Flüssige Mittel	21 733	12 038
Wertschriften	99	100
Eigene Aktien	422	383
	22 254	12 521
2.02 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		
Gegenüber Dritten	14 093	15 420
Gegenüber Assoziierten	24	34
Gegenüber Nahestehenden	8	0
%. Delkredere	-957	-982
	13 169	14 472
2.03 Andere Forderungen		
Gegenüber Dritten	711	7 159
Gegenüber Nahestehenden <i>Forderung aus Verkauf Liegenschaft Bahnhofstrasse Aarau</i>	7 975	0
Gegenüber Personalvorsorgeeinrichtungen	544	282
	9 230	7 440
2.04 Vorräte		
Rohmaterial	1 806	2 415
Halb- und Fertigfabrikate	671	1 273
Handelswaren	3 518	3 603
Übrige Vorräte	96	46
%. Wertberichtigung	-976	-1 103
	5 114	6 234
2.05 Sachanlagen		
Immobilien	27 055	32 287
<i>davon verpfändete Grundstücke und Gebäude für Hypothekar- und Darlehensschulden</i>	25 638	26 425
Mobile Sachanlagen	32 493	29 970
<i>davon geleast</i>	6 505	0
Anlagen im Bau	300	3 190
<i>davon geleast</i>	0	1 980
	59 848	65 447
2.06 Finanzanlagen		
Darlehen an Dritte	485	533
Darlehen an Assoziierte	1 000	1 000
Beteiligungen Dritte	483	483
Beteiligungen Assoziierte	298	268
%. Wertberichtigung	-100	-100
	2 166	2 184

Anhang zur Konzernrechnung

2. Erläuterungen zur konsolidierten Bilanz (Fortsetzung)

	31. 12. 2003	31. 12. 2002
	in Tsd. Fr.	in Tsd. Fr.
2.07 Immaterielle Anlagen		
Goodwill	8 292	12 747
Übrige Immaterielle Anlagen	3 254	4 752
	11 546	17 500
2.08 Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		
Gegenüber Dritten	10 676	10 577
Gegenüber Assoziierten	0	20
	10 676	10 597
2.09 Andere kurzfristige Verbindlichkeiten		
Gegenüber Dritten	2 544	3 230
Gegenüber Assoziierten	0	413
Gegenüber Personalvorsorgeeinrichtungen	113	1 198
	2 657	4 840
2.10 Passive Rechnungsabgrenzungen		
Abgrenzung Abo-Zahlungen	18 572	17 634
Übrige Abgrenzungen	3 285	3 379
	21 857	21 013
2.11 Rückstellungen kurzfristig		
Steuerrückstellungen	1 346	2 065
Übrige Rückstellungen	2 633	1 543
	3 979	3 607
2.12 Leasingverbindlichkeiten		
<i>Fällig im Jahr 2004 Tsd. Fr. 1 254, fällig ab Jahr 2005 Tsd. Fr. 3 996</i>	5 250	1 947
2.13 Darlehen		
Von Dritten	350	450
Von Nahestehenden	0	4 800
	350	5 250
2.14 Hypotheken		
Von Banken	17 600	17 800
	17 600	17 800
2.15 Andere langfristige Verbindlichkeiten		
Gegenüber Dritten	0	100
	0	100
2.16 Rückstellungen langfristig		
Rückstellungen für Latente Steuern	6 894	6 714
	6 894	6 714

Anhang zur Konzernrechnung

3. Erläuterungen zur konsolidierten Erfolgsrechnung

	2003	2002
	in Tsd. Fr.	in Tsd. Fr.
3.01 Abschreibungen		
Sachanlagen	-10 697	-10 218
Immaterielle Anlagen	-5 602	-5 908
	-16 300	-16 126
3.02 Finanzergebnis		
Zinsertrag aus Forderungen gegenüber nicht konsolidierten Beteiligungen und Nahestehenden	102	34
Übriger Finanzertrag	573	607
Ergebnis aus nicht konsolidierten Beteiligungen	0	70
Zinsaufwand aus Verbindlichkeiten gegenüber nicht konsolidierten Beteiligungen und Nahestehenden <i>Das Darlehen von Nahestehenden über Tsd. Fr. 4 800 (Ziffer 2.13) wurde zu marktüblichen Konditionen verzinst und im Laufe des Jahres 2003 zurückbezahlt.</i>	-179	-329
Zinsaufwand Dritte	-705	-1 018
Übriger Finanzaufwand	-424	-340
	-632	-976
3.03 Ausserordentliches Ergebnis		
Gewinn aus Anlagenabgängen <i>2003: Aus Verkauf Rollenoffsetmaschine</i>	896	2 301
Auflösung von Rückstellungen	0	100
Übriger ausserordentlicher Ertrag <i>zur Hauptsache Zurwendungen aus Pensionsfonds</i>	1 490	804
Verlust aus Anlagenabgängen	-268	-176
Bildung von Rückstellungen <i>2003: Im Wesentlichen Mietzinsgarantie an die AZ Medienhaus AG</i>	-950	-320
Ausserordentliche Abschreibungen <i>2003: Goodwill Auto Börse Medien AG und diverse Abschreibungen</i>	-421	-5 082
Übriger ausserordentlicher Aufwand <i>2003: Beibaltend Sanierungsbeitrag an Assoziierte über Tsd. Fr. 180, Restrukturierungskosten Zeitungsverlage, Kundendruck und Zeitschriften sowie diverse kleinere Ereignisse</i>	-2 037	-979
	-1 289	-3 352
3.04 Steueraufwand		
Steueraufwand	-1 291	-1 301
Latente Steuern	-180	-144
	-1 472	-1 446
3.05 Transaktionen mit nahe stehenden Personen		
An nahe stehende Personen erbrachte Lieferungen und Leistungen:		
- Drucksachen	225	3
- Miete und Dienstleistungen	1 248	1 247
Verkauf Liegenschaft Bahnhofstrasse Aarau an AZ Medienhaus AG	10 900	
Von nahe stehenden Personen bezogene Lieferungen und Leistungen:		
- Dienstleistungen	57	138

Anhang zur Konzernrechnung

4. Angaben zum Konsolidierungskreis

Beteiligungsgesellschaft	Sitz	Grundkapital Stand 31.12.2003 in Tsd. Fr.	Stimmenanteil/ Kapitalanteil in %		Konsolidierungsart		Kom- mentar
			2003	2002	2003	2002	

Konzern-Beteiligungen

Aargauer Zeitung AG	Baden	700	100%	100%	Voll	Voll	
AZ Grafische Betriebe AG	Aarau	11 500	100%	100%	Voll	Voll	
AZ Fachverlage AG	Aarau	1 000	100%	100%	Voll	Voll	
Meissner Bücher AG	Aarau	250	100%	100%	Voll	Voll	¹⁾
Weiss Medien AG	Affoltern am Albis	400	100%	100%	Voll	Voll	
Limmattaler Tagblatt AG	Dietikon	200	100%	100%	Voll	Voll	
AZ Wochenzeitungen AG	Lenzburg	200	100%	100%	Voll	Voll	
AZ Vertriebs AG	Aarau	100	65%	65%	Voll	Voll	
Atmosphären Verlag GmbH	München	Tsd. € 25	100%	–	Voll	–	²⁾

Equity-Beteiligungen

Auto Börse Medien AG	Glarus	100	30,0%	60,0%	Equity	Voll	³⁾
Neue Medien AG	Brugg	100	35,0%	35,0%	Equity	Equity	
Radio Argovia AG	Brugg	1 000	35,0%	35,0%	Equity	Equity	
Tele M1 AG	Aarau	100	35,0%	35,0%	Equity	Equity	
TeleTell AG	Luzern	550	35,0%	35,0%	Equity	Equity	
TMT Productions AG	Aarau	1 000	45,5%	45,5%	Equity	Equity	

Veränderung Konsolidierungskreis: ¹⁾ Mit Eintrag im Handelsregister vom 28.7.2003 hat die Buchhandlung Meissner AG ihren Namen auf Meissner Bücher AG geändert.

²⁾ Mit Datum vom 5. September 2003 wurde die Atmosphären Verlag GmbH mit Sitz in München gegründet. Die AZ Fachverlage AG hält 100% des Kapitals. Die Atmosphären Verlag GmbH betreibt einen Buchverlag und baut ein eigenes Programm auf. Im Weiteren ist die Gesellschaft auch für die Verkaufsförderung der AT-Titel auf dem deutschen Markt verantwortlich.

³⁾ Per 1. Juli 2003 hat die AZ Medien AG 30% der Aktien der Auto Börse Medien AG verkauft. Für die Zeit vom 1.1. – 30.6.2003 ist die Auto Börse Medien AG als vollkonsolidierte Gesellschaft behandelt worden.

Anhang zur Konzernrechnung

5. Anlagespiegel

Angaben in Tsd. Fr.	Grundstücke	Gebäude und Installationen	Technische Anlagen und Maschinen	Informatik-Anlagen	Mobilien	Fahrzeuge	Anlagen im Bau	Total Sachanlagen	Immaterielle Anlagen	Sach- und Immaterielle Anlagen
Anschaffungswert 31. 12. 2002	4 502	56 020	82 082	13 082	4 453	527	3 190	163 854	33 379	197 233
Änderung Konsolidierungskreis ¹⁾	0	0	0	-24	-16	0	0	-40	-28	-67
Zugänge	0	2 246	6 971	798	531	0	300	10 846	287	11 133
Abgänge	-2 149	-7 140	-9 651	-2 685	-594	-156	-1 201	-23 575	-2 597	-26 172
Veränderungen Anlagen im Bau	0	-19	2 008	0	0	0	-1 989	0	0	0
Anschaffungswert 31.12.2003	2 353	51 107	81 410	11 171	4 374	372	300	151 086	31 040	182 126
Kumulierte Abschreibungen 31. 12. 2002	0	-28 235	-55 837	-10 926	-2 983	-427	0	-98 408	-15 879	-114 286
Änderung Konsolidierungskreis ¹⁾	0	0	0	13	4	0	0	17	6	23
Abschreibungen Berichtsperiode ²⁾	0	-3 106	-6 095	-1 206	-251	-40	0	-10 697	-6 024	-16 721
Abgänge	0	4 936	9 606	2 633	528	147	0	17 850	2 402	20 252
Kumulierte Abschreibungen 31. 12. 2003	0	-26 404	-52 326	-9 487	-2 702	-320	0	-91 238	-19 494	-110 732
Nettowert Anlagen 31. 12. 2002	4 502	27 785	26 245	2 155	1 470	101	3 190	65 447	17 500	82 947
Nettowert Anlagen 31. 12. 2003	2 353	24 703	29 084	1 685	1 672	52	300	59 848	11 546	71 394

¹⁾ Änderung Konsolidierungskreis aus Teilabgang Beteiligung Auto Börse Medien AG (Beteiligung neu 30%).

²⁾ Vgl. Ziffer 3.01 «Abschreibungen» bzw. 3.03 «Ausserordentliche Abschreibungen».

6. Veränderung des Eigenkapitals

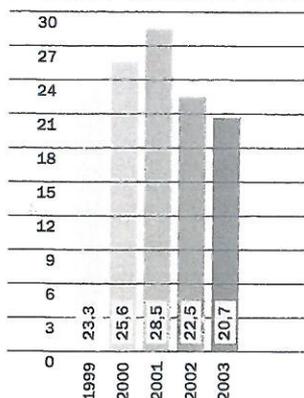
Angaben in Tsd. Fr.	Aktienkapital ¹⁾	Kapitalreserven	Neubewertungsreserven	Reserve für eigene Aktien	Gewinnreserven	Konzern-Eigenkapital	Minderheitsanteile	Eigenkapital
Eigenkapital 31. 12. 2002	10 800	10 541	3 085	383	30 090	54 899	78	54 977
Konzernergebnis					1 007	1 007	14	1 021
Gewinnausschüttung					-537	-537		-537
Umrechnungsdifferenz					1	1		1
Verkauf/Kauf eigene Aktien				38	-38	0		0
Auflösung Neubewertungsreserve ²⁾			-3 085		3 085	0		0
Änderung Konsolidierungskreis ³⁾					-2	-2	-41	-44
Eigenkapital 31. 12. 2003	10 800	10 541	0	422	33 605	55 367	50	55 417

¹⁾ 10 800 Namenaktien zum Nominalwert von Fr. 1000.

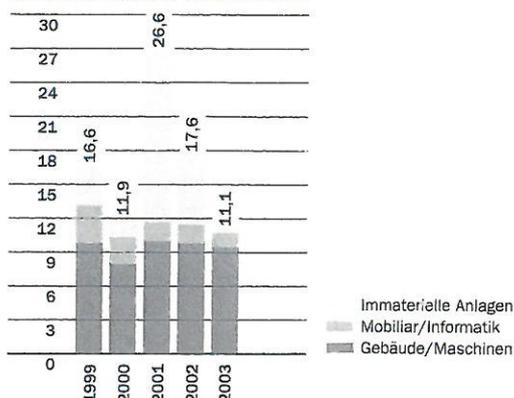
²⁾ Vgl. Bewertungsgrundsätze Ziffer B.5

³⁾ Änderung Konsolidierungskreis aus Teilabgang Beteiligung Auto Börse Medien AG (Beteiligung neu 30%).

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. 2003 776 Personen, davon 102 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 so genannte 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. 2003	in Tsd. Fr. per 31. 12. 2002
In Stiftungen separiertes Vorsorgevermögen	86 074	78 098
<i>davon Arbeitgeber-Beitragsreserve</i>	<i>-205</i>	<i>-116</i>
Vorsorgeverpflichtungen	-77 897	-73 009
Überdeckung	8 177	5 089
Vom Arbeitgeber nicht nutzbare Überdeckung	-4 599	-2 793
Total aktiver Betrag (nicht bilanziert)	3 578	2 296
2. Aufwand aus Vorsorgeverpflichtungen	Jahr 2003	Jahr 2002
Veränderung der Vorsorgeverpflichtungen	-7 465	-7 252
Zinsaufwand	-2 920	-3 076
Angenommener Vermögensertrag	3 905	4 159
Erfasster Nettoaufwand aus Vorsorgeverpflichtungen	-6 480	-6 169
Arbeitnehmerbeiträge	3 717	3 612
Erfasster Nettoaufwand des Arbeitgebers	-2 763	-2 557
Arbeitgeberbeiträge	3 603	3 640
Vorausbezahlte Vorsorgekosten (nicht bilanziert)	840	1 083

8. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Nach dem Bilanzstichtag sind keine wesentlichen Ereignisse eingetreten.

Bericht des Konzernprüfers

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 2003 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.

ERNST & YOUNG AG



Thomas Stenz
dipl. Wirtschaftsprüfer
(Mandatsleiter)



Peter Dauwalder
dipl. Wirtschaftsprüfer

Zürich, 12. März 2004

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

	2003		2002	
	in Fr.	%	in Fr.	%
AKTIVEN				
Umlaufvermögen				
Flüssige Mittel und Wertschriften	2 314 081		1 806 637	
Forderungen	39 517		88 368	
Gegenüber Dritten	36 614		47 107	
Gegenüber Konzerngesellschaften	2 903		17 340	
Gegenüber Aktionären	0		641	
Gegenüber Personalvorsorgeeinrichtungen	0		23 279	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	57 796		44 625	
Umlaufvermögen	2 411 393	3%	1 939 630	2%
Anlagevermögen				
Sachanlagen	47 680		78 600	
Finanzanlagen	73 652 988		79 687 988	
Darlehen an Konzerngesellschaften	14 850 000		18 615 000	
Beteiligungen	58 802 988		61 072 988	
Immaterielle Anlagen	1 830 600		2 447 000	
Anlagevermögen	75 531 268	97%	82 213 588	98%
Total AKTIVEN	77 942 661	100%	84 153 218	100%
PASSIVEN				
Fremdkapital				
Verbindlichkeiten	751 028		1 277 620	
Gegenüber Dritten	653 263		751 114	
Gegenüber Konzerngesellschaften	95 767		522 022	
Gegenüber Aktionären	0		4 485	
Gegenüber Personalvorsorgeeinrichtungen	1 998		0	
Passive Rechnungsabgrenzungen	659 702		494 100	
Rückstellungen	64 200		197 076	
Darlehen	3 695 000		9 707 000	
Darlehen von Konzerngesellschaften	3 695 000		4 907 000	
Darlehen von Aktionären	0		4 800 000	
Hypotheken	17 600 000		17 800 000	
Fremdkapital	22 769 930	29%	29 475 796	35%
Eigenkapital				
Aktienkapital	10 800 000		10 800 000	
Gesetzliche Reserven	13 682 402		13 644 038	
Allgemeine Reserve	2 720 000		2 720 000	
Agio-Reserven	10 540 800		10 540 800	
Reserve für eigene Aktien	421 602		383 238	
Andere Reserven	25 282 086		19 820 450	
Bilanzgewinn	5 408 243		10 412 934	
Eigenkapital	55 172 731	71%	54 677 422	65%
Total PASSIVEN	77 942 661	100%	84 153 218	100%

Erfolgsrechnung

	2003		2002	
	in Fr.	%	in Fr.	%
Ertrag				
Beteiligungsertrag	3 100 000	34%	10 000 000	62%
Finanzertrag	972 531	11%	1 339 005	8%
Dienstleistungs- und übriger Ertrag	5 173 492	56%	4 778 713	30%
Total Ertrag	9 246 023	100%	16 117 718	100%
Aufwand				
Beteiligungsaufwand	-2 045 000	-22%	-1 000 000	-6%
Finanzaufwand	-1 187 645	-13%	-1 221 707	-8%
Personalaufwand	-2 573 526	-28%	-2 736 916	-17%
Übriger Aufwand	-2 069 943	-22%	-2 095 767	-13%
Total Aufwand	-7 876 114	-85%	-7 054 390	-44%
Ordentliches Ergebnis vor Steuern	1 369 909	15%	9 063 327	56%
Ausserordentliches Ergebnis	-386 540	-4%	-417 910	-3%
Ausserordentlicher Aufwand	-386 540		-417 910	
Steuern	49 240	1%	122 422	1%
Jahresgewinn	1 032 609	11%	8 767 840	54%

Anhang zur Jahresrechnung

31. 12. 2003 **31. 12. 2002**

in Fr.

in Fr.

Anhang gemäss Art. 663b OR

		31. 12. 2003	31. 12. 2002
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 über gesamt	115 062 380	116 074 000
5	Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	1 998	keine
6	Wesentliche Beteiligungen		
	Aargauer Zeitung AG, Baden	Grundkapital Fr. 700 000 Kapitalanteil in % 100%	700 000 100%
	AZ Grafische Betriebe AG, Aarau	Grundkapital Fr. 11 500 000 Kapitalanteil in % 100%	11 500 000 100%
	AZ Fachverlage AG, Aarau	Grundkapital Fr. 1 000 000 Kapitalanteil in % 100%	1 000 000 100%
	Meissner Bücher 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%	200 000 100%
	AZ Wochenzeitungen AG, Lenzburg	Grundkapital Fr. 200 000 Kapitalanteil in % 100%	200 000 100%
	AZ Vertriebs AG, Aarau	Grundkapital Fr. 100 000 Kapitalanteil in % 65%	100 000 65%
	Auto Börse Medien AG, Glarus	Grundkapital Fr. 100 000 Kapitalanteil in % 30%	100 000 60%
	Neue Medien AG, Brugg	Grundkapital Fr. 100 000 Kapitalanteil in % 35%	100 000 35%
	Radio Argovia AG, Brugg	Grundkapital Fr. 1 000 000 Kapitalanteil in % 35%	1 000 000 35%

Anhang zur Jahresrechnung

		31. 12. 2003	31. 12. 2002
		in Fr.	in Fr.
Tele M1 AG, Aarau	Grundkapital Fr.	100 000	100 000
	Kapitalanteil in %	35%	35%
TeleToll AG, Luzern	Grundkapital Fr.	550 000	550 000
	Kapitalanteil in %	35%	35%
TMT Productions AG, Aarau	Grundkapital Fr.	1 000 000	1 000 000
	Kapitalanteil in %	35%	35%
7	Nettoauflösung stiller Reserven und Aufwertungen	keine	keine
8	Eigene Aktien	Stk.	Stk.
	Bestand 1. Januar	54	41
	Erwerb	5	16
	Verkauf	- 1	- 3
	Bestand 31. Dezember	58	54

Die eigenen Aktien sind zu Kursen zwischen Fr. 8750 und Fr. 9400 gekauft bzw. zum Kurs von Fr. 9000 verkauft worden.

Antrag zur Gewinnverwendung

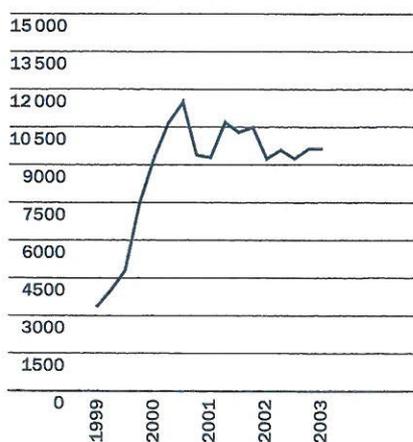
	2003 in Fr.	2002 in Fr.
1. Fortschreibung des Bilanzgewinnes		
Bilanzgewinn am Anfang des Geschäftsjahres	10 412 934	9 759 244
Gewinnverwendung gemäss Beschluss der Generalversammlung:		
Bruttodividende auf Aktienkapital*	- 537 300	- 1 614 150
Zuweisung an die allgemeinen gesetzlichen Reserven	0	0
Zuweisung an die anderen Reserven	- 5 500 000	- 6 500 000
Gewinnvortrag	4 375 634	1 645 094
Jahresergebnis	1 032 609	8 767 840
Bilanzgewinn zur Verfügung der Generalversammlung	5 408 243	10 412 934

2. Antrag des Verwaltungsrates zur Gewinnverwendung

		Antrag des Verwaltungsrates		Beschluss der Generalversammlung
Bruttodividende auf Aktienkapital	5 %	- 540 000	5 %	- 540 000
Zuweisung an die anderen Reserven		- 500 000		- 5 500 000
Vortrag auf neue Rechnung		4 368 243		

* 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 und Anhang) der AZ Medien AG für das am 31. Dezember 2003 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.

ERNST & YOUNG AG



Thomas Stenz
dipl. Wirtschaftsprüfer
(Mandatsleiter)



Peter Dauwalder
dipl. Wirtschaftsprüfer

Zürich, 12. März 2004

Beteiligungen AZ Medien Gruppe – 31.12.2003

