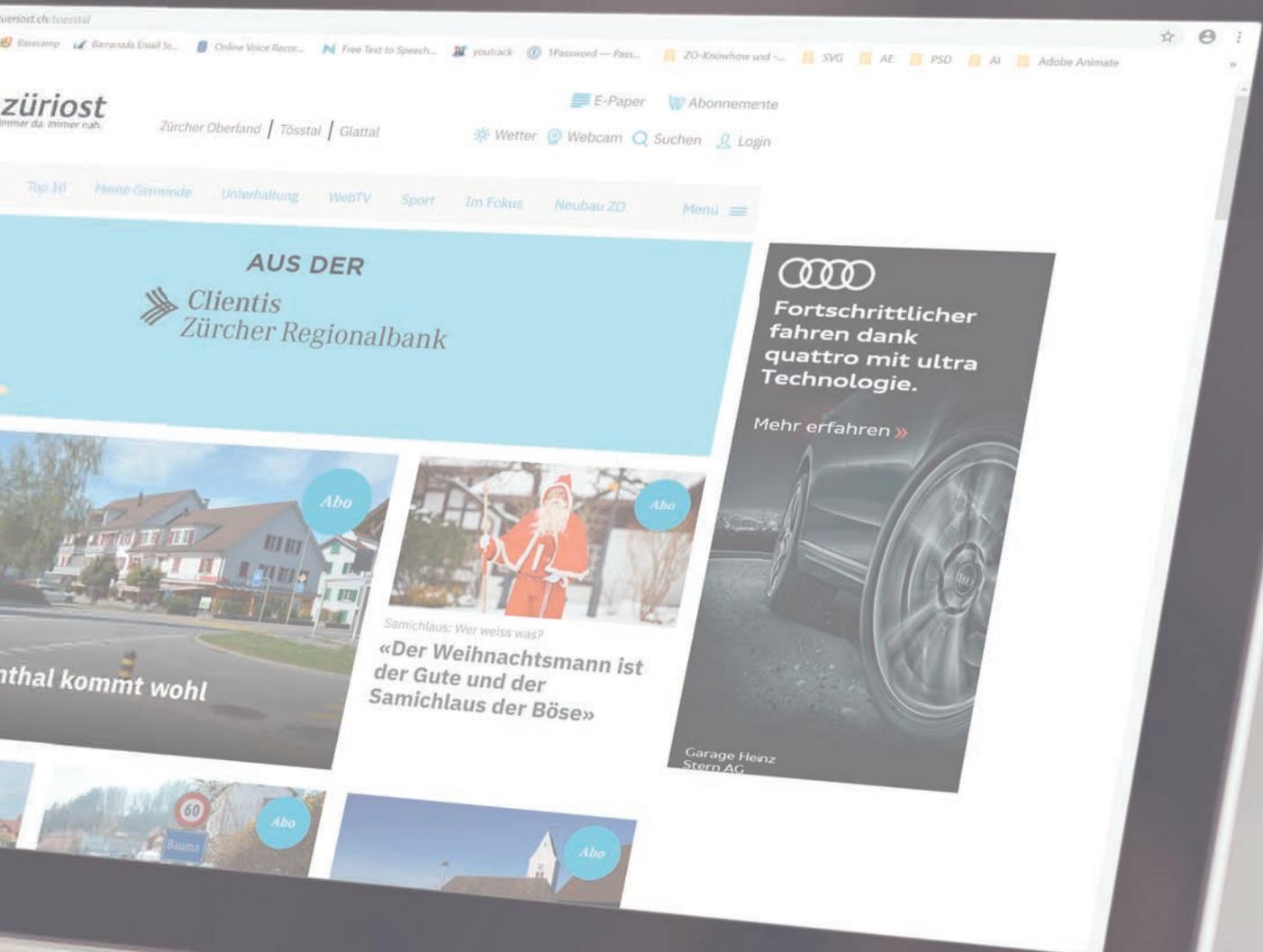


# GESCHÄFTSBERICHT 2020



Zürcher Oberland Medien

Naheliegend.

### **Wichtige Mitteilung**

Wir gehen mit der Zeit und wollen unseren Beitrag zur Umwelt leisten. Deshalb haben wir letztes Jahr anlässlich des 150. Geschäftsberichts dieser Aktiengesellschaft beschlossen, dass der Geschäftsbericht nur noch digital als pdf auf unserer Webseite [www.zo-medien.ch/finanzdaten/geschäftsberichte](http://www.zo-medien.ch/finanzdaten/geschäftsberichte) veröffentlicht wird.

**Download unter**

[www.zo-medien.ch/finanzdaten/geschäftsberichte](http://www.zo-medien.ch/finanzdaten/geschäftsberichte)

# INHALT

2	VORWORT
4	UNSER JAHR 2020
5/6	INTERVIEW MIT DER REDAKTION
8	INTERVIEW MIT DER POLIZEI
10	DIE VZO GEBEN AUSKUNFT
12	INTERVIEW MIT DEM GEMEINDESCHREIBER
15	ORGANE UND MANAGEMENT
16	GESCHÄFTSFELDER IM ÜBERBLICK
17	HANDELSRECHTLICHER EINZELABSCHLUSS
19	ANHANG

Sehr geehrte Aktionärin,  
sehr geehrter Aktionär

Der diesjährige Geschäftsbericht ist in jeder Beziehung bemerkenswert: Wie bereits angekündigt, steht er nur noch in digitaler Form zur Verfügung.

Er berichtet zudem über ein Jahr, in dem wir vieles vermisst und vieles gelernt haben und mit einem blauen Auge davongekommen sind. Vermisst haben wir den persönlichen Kontakt im Büro, auf den Strassen, in den Restaurants oder den Kultur- und Sportstätten, vor allem aber auch zu unseren Aktionärinnen und Aktionären, mussten doch alle Veranstaltungen abgesagt werden.

Gelernt haben wir, wie man über Video kommuniziert und zusammenarbeitet, und das quasi über Nacht, nachdem der Bundesrat den ersten Lockdown am 14. März 2020 beschlossen hatte. Die Zürcher Oberland Medien AG hat dies dank dem Willen des Teams und den guten Grundlagen ausgezeichnet umgesetzt.

In diesem Bericht wird denn auch das Schwerpunktthema «Informationsquellen» aufgenommen.

Gelernt haben wir insbesondere auch, mit der hohen Unsicherheit umzugehen und uns den laufend starken Veränderungen, die uns und unseren Inserenten und Lesern auferlegt worden sind, möglichst geschickt anzupassen. Dafür musste das Kader, aber auch der Verwaltungsrat den Rhythmus der Sitzungen jedoch markant erhöhen. Also nichts mit «relaxtem» Homeoffice.

Obwohl wir seit einem Jahr mit Kurzarbeit leben müssen, ist an keinem Tag die Tagespresse ausgefallen. Wir haben zudem mit grossem Elan unsere zahlreichen Projekte

vorangetrieben, wie die Erneuerung der Systeme, die Digitalisierung der Verwaltung und der Produktionsprozesse, die Entwicklung neuer Arbeitsmethoden, die wir zuerst im Provisorium testen wollen, die Vorbereitung des Umzugs ins Provisorium, die «Unternehmensstrategie 2025», die Neuorganisation der Redaktion und natürlich unser tolles Neubauprojekt.

Da muss man dem Team und der Leitung zum grossen Einsatz gratulieren.

Wir sind mit einem blauen Auge davongekommen, denn vor einem Jahr hatten wir leider Szenarien entwickeln müssen, die sehr schwierig ausgesehen haben für das Jahr 2020.

Der Schweizer Werbemarkt (Quelle Media Focus) ist 2020 gegenüber Vorjahr bei der Tages- und Wochenpresse um 18.8 Prozent eingebrochen. Wir haben bei beiden Gattungen besser abgeschnitten: Tagespresse -12.8 Prozent, Wochenpresse -16.6 Prozent. Bei der Internetwerbung liegen wir mit einem Minus von 16.6 Prozent leicht über dem Schnitt von 16.1 Prozent (vergl. Sparteninfos Seite 16). Dank dem grossen und geschickten Einsatz des Teams konnte ein positiver EBIT ausgewiesen werden.

Das Betriebsergebnis (EBIT) von 0,32 Millionen Franken beziehungsweise 1,6 % des Umsatzes liegt jedoch rund 670 000 Franken unter dem Ergebnis von 2019. Aufgrund des Sonderabschreibers von rund 481 000 Franken für unsere alte Liegenschaft in Wetzikon, die bald abgerissen wird, resultiert für das Jahr 2020 ein Ergebnis für die Zürcher Oberland Medien AG von -171 000 Franken.

Im Vergleich zum Vorjahr muss hier neben dem Sonderabschreiber auch berücksichtigt werden, dass noch ein grosser Finanzerlös ausgewiesen werden konnte.

Der operative Gesamtumsatz sank Corona-bedingt um 14.3 %. Die EBITDA-Marge beträgt 3.6 % und liegt damit rund 770 000 Franken unter dem Vorjahreswert. Wir sind jedoch froh, dass wir dies geschafft haben.

Weil wir ohne Neubau zirka 520 000 Franken investiert haben, ergibt sich ein negativer Free Cashflow (Unternehmensergebnis + Abschreibungen – Investitionen) und infolgedessen muss sowohl auf Erfolgsprämien, wie auch auf eine Dividende verzichtet werden. Im Ergebnis enthalten sind zudem diverse kleinere staatliche Unterstützungen und ein sechsstelliger Betrag für die Entschädigung der Kurzarbeit. Ein Covid-Kredit musste nicht beansprucht werden.

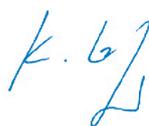
Der Verwaltungsrat hat sich im vergangenen Jahr in fünf Sitzungen und zahlreichen Krisen-Updates, mit folgenden Schwerpunkten befasst:

- **Neubau:** Eingabe Baugesuch, Unterzeichnung Mietvertrag Provisorium
- **Projekte:** Outsourcing Druckvorstufe, Reorganisation Redaktion
- **Strategie:** Ausarbeitung «Unternehmensstrategie 2025»
- **Finanzen:** laufende Überprüfung von Massnahmen wegen Corona-Pandemie
- **Organisation:** Online-Abwicklung von Sitzungen und der Generalversammlung, Neubesetzung des Stiftungsrats der Personalfürsorgestiftung

Die Hoffnung, dass mit dem neuen Jahr 2021 die Herausforderungen der Pandemie hinter uns gelassen werden können, hat sich leider nicht erfüllt. Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Textes (März 2021) ist noch kein Ende des Lockdowns, behüte denn eine Normalisierung der Wirtschaftstätigkeit abzusehen. Das trübt leider die Aussichten auf Erholung im Jahr 2021 deutlich.

Wir bleiben jedoch mit Elan dran, nämlich an der flexiblen Bewältigung des Alltags, aber auch an unseren erfreulichen Projekten: Neubau, Entstehung unserer neuen Arbeitswelt im Provisorium in Hinwil und auch diversen Digitalisierungsprojekten, um unseren Leser- und Werbemarkt noch besser kennenzulernen.

Im Namen des Verwaltungsrats und der Geschäftsleitung der Zürcher Oberland Medien AG ein herzliches Dankeschön an alle Mitarbeitenden, Kunden, Geschäftspartner und vor allem unsere Risikokapitalgeber, die Aktionärinnen und Aktionäre.

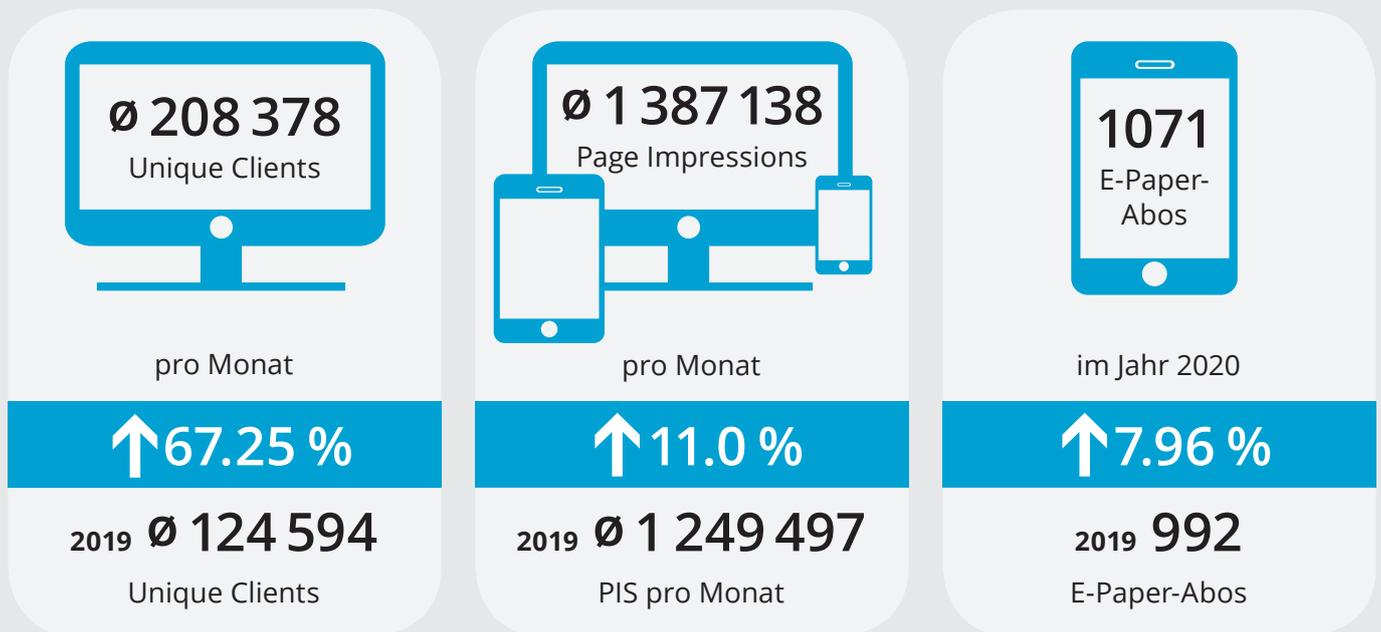


Dr. Karin Lenzlinger  
Verwaltungsratspräsidentin



Dani Sigel  
CEO

## Zugriffszahlen auf unsere Website züriost.ch



## Verbreitete Auflage



### **So schützen wir uns vor Falschnachrichten**

Wir Journalistinnen und Journalisten sind der Wahrheit verpflichtet. Einer umfassenden Wahrheit, auf die sich die Gesellschaft am Ende des Tages als Wirklichkeit einigt – oder geeinigt hat.

In der Tageszeitung ist diese Wahrheit Tag für Tag verewigt. Wer wissen will, was heute vor 50 Jahren in Wetzikon oder Uster geschehen ist, liest die Zeitung von damals.

Wie adäquat dieses Bild der damaligen Wirklichkeit tatsächlich ist, dürften nur Historiker mit grosser Quellenvielfalt wirklich einschätzen können: Je mehr vertrauenswürdige Quellen eine Information belegen, desto objektiver oder wahrer ist sie.

### **Verschwörungstheorien und Medien**

Bis in die 1990er-Jahre hinein war die Zeitung das einzige Informationsmedium. Dennoch waren Verschwörungstheorien und Falschnachrichten nachweislich über Jahrhunderte hinweg weit verbreitet. Sie schafften es auch in seriöse Nachrichtenmedien und in die Politik. Sie waren Teil des Alltags der Menschen. Im Nachgang zum Zweiten Weltkrieg wurden Antisemitismus und Verschwörungstheorien im öffentlichen Diskurs stärker stigmatisiert. Dadurch sind sie an den Rand der Gesellschaft gewandert und hatten Schwierigkeiten, ihr Publikum zu finden.

Mit der Verbreitung des Internets ändert das, weil es nun möglich ist, an traditionellen Nachrichtenmedien vorbei zu kommunizieren: Jeder kann heutzutage einfach eine Website aufziehen, die aussieht wie eine seriöse Nachrichtenseite, seine Ansichten auf Facebook oder Twitter teilen oder nach bestimmten Themen googeln. Diese Entwicklung hat die Verbreitung von Verschwörungstheorien und Falschnachrichten extrem beschleunigt.

Diese «Nachrichten» funktionieren deshalb so gut, weil sie stark emotionalisiert sind und polarisieren. Die Empfehlungsalgorithmen verbreiten, was viel Aufmerksamkeit generiert. Und da

sind emotionale Themen und polarisierende Meinungen im Vorteil. Als journalistisches Nachrichtenmedium hat man es schwer, wenn man nur trockene, dafür aber objektive Fakten entgegensetzt.

Eine Untersuchung amerikanischer Forscher hat ergeben, dass sich Falschnachrichten über Social Media sechsmal (!) schneller verbreiten als richtige Nachrichten. Haben Sie auch schon eine Whatsapp-Nachricht weitergeleitet? Ziemlich sicher. Schliesslich kam sie von einem Freund. Und Freunden kann man vertrauen, oder? Dasselbe Weltbild, dieselbe Wirklichkeit.

Als journalistisches Nachrichtenmedium versuchen wir nach wie vor, die Wirklichkeit so darzustellen, wie sie ist. Dass das nicht immer gelingt, zeigt die Corona-Krise eindrücklich. Zeitweise schien es kein anderes Thema mehr zu geben. Ist das die Wirklichkeit? Gibt es keine positiven Nachrichten in dieser dunklen Zeit? Vermutlich schon.

Wir von der Regionalredaktion versuchen weiterhin das Leben in der Region so abzubilden, wie es ist. Dazu sprechen wir – wenn immer möglich – mit Direktbetroffenen aus der Region. Und dabei machen wir unsere Quellen transparent. Das liegt auch im Interesse des Publikums. Wir wägen dabei allerdings öffentliches Interesse und Quellentransparenz gegen Privatsphäre und das Redaktionsgeheimnis ab.

In unserer Redaktion herrscht der Grundsatz des Zwei-Quellen-Prinzips: Jede nicht offiziell bestätigte Information muss von zwei Quellen – unabhängig voneinander – bestätigt worden sein, wobei eine der Quellen auch ein Dokument sein kann.

### **Der Fall Bubikon**

Besonders heikel wird es, wenn es um schwerwiegende Vorwürfe geht. Das zeigt ein aktuelles Beispiel aus der Praxis: die neuerliche Kritik am Bubiker Gemeindeschreiber.

Bereits 2018 hatte der letzte Gemeindeschreiber nach Mobbingvorwürfen den Hut genommen

und die Gemeindepräsidentin kurz darauf ihren Rücktritt angekündigt. Zwei Jahre später klangen die Vorwürfe gegen das aktuelle Duo ähnlich: Die Gemeindepräsidentin sei überfordert, der Gemeindeschreiber tyrannisch, narzisstisch und kritikunfähig. Die Vorwürfe kamen nicht von einer einzelnen Person, sondern von einem Dutzend Bubikern, sowohl von Bürgern als auch von Verwaltungsangestellten – einige äusserten sich mit ihrem Namen, andere anonym.

In diesem Fall fragt sich der Journalist als Erstes: Liegt ein überwiegendes öffentliches Interesse vor?

Der Journalist beginnt also mit der Recherche und prüft die Vorwürfe. Diese werden von verschiedenen Quellen in persönlichen Gesprächen bestätigt. Zusätzlich werden die Informationen mit objektiv belegbaren Zahlen untermauert: Innert zweier Jahre haben von 40 Mitarbeitenden mindestens 17 die Verwaltung verlassen. Weitere personelle Verschiebungen und Krankenschreibungen lassen sich nachvollziehen. Nach und nach wird ein möglichst objektivierbares Bild der Wirklichkeit gezeichnet.

Dabei werden Quellen möglichst klar bezeichnet: Wenn immer möglich, sollen die Personen mit dem eigenen Namen hinstehen – ausser es entstehen ihnen daraus Nachteile. Um diese Quellen davor zu schützen, stützen sich Journalisten auf das Redaktionsgeheimnis und den Quellenschutz. Dennoch versuchen wir unsere Quellen so transparent wie möglich zu bezeichnen, etwa mit der sogenannten beschränkten Zuschrei-

bung, beispielsweise mit der Formulierung: «Wie aus dem Umfeld des Gemeinderats zu erfahren war.» So können Sie als mündiger Leser besser abschätzen, wie verlässlich die Information ist. Selbstverständlich werden die Betroffenen mit schweren Vorwürfen konfrontiert, das gebietet die Fairness und macht das gezeichnete Bild der Wirklichkeit objektiv.

### **Neue Möglichkeiten**

Die Digitalisierung stellt uns als Nachrichtenmedium ausserdem vor neue Herausforderungen, gleichzeitig bietet sie uns eine Vielzahl neuer Möglichkeiten, an Informationen zu kommen. Von uns Journalisten verlangt sie neue Recherchefähigkeiten. Wir überprüfen bei unklarer Herkunft, wer hinter einer Website steht, indem wir IP-Adressen und Domain-Registration überprüfen, oder recherchieren bereits gelöschte Informationen mithilfe von Web-Archiven.

Werden uns Bilder oder Informationen zugeschickt, überprüfen wir diese mit Online-Recherche-Tools genau. Welche Metadaten enthalten Dokumente? Kann dieses Bild überhaupt vom besagten Ort sein? Stimmt das Wetter? Passt der Kontext? Wurde das Bild bereits einmal an einem anderen Ort verwendet?

All diese Möglichkeiten – jahrzehntelange Vorgehensweisen wie digitale Helfer – unterstützen uns Journalisten dabei, keine Falschnachrichten zu verbreiten und Wirklichkeit möglichst wahr abzubilden. Wir verstehen uns dabei als neugierige Forscher im Dienste der Gesellschaft.



**Florian Bolli und Malte Aeberli,**  
**CO-Chefredaktoren ad interim** *Foto: Christian Merz*

### **Polizei nutzt Instagram – die Jugend freut es**

Nadia Placereani vertritt die Stadtpolizei Uster auf Instagram. Sie und Dienstchef Enis Feratovic sind dankbar für die Zusammenarbeit mit der Zürcher Oberland Medien AG, die gerade im Lockdown von grosser Bedeutung war.

Nadia Placereani arbeitet im Jugenddienst und ist daher die ideale Besetzung für die Aufgabe des «lCoP». Das Ziel des Instagram-Auftritts ist, die Jugendlichen zu erreichen. «Die Generation Z ist schon lange nicht mehr auf Facebook und war nie wirklich auf Twitter aktiv. Darum ist Nadia als nahbare Polizistin auf einem Informationskanal, der frisch und jung ist», sagt Nadia Placereanis Vorgesetzter Enis Feratovic. «Ausserdem bin ich noch nicht so alt», ergänzt Placereani und lacht. «Ich bin selbst mit den sozialen Medien gross geworden.»

Regelmässig steht die Polizistin in Kontakt mit einigen Jugendlichen aus Uster und Greifensee. «Wir sprechen über ihre Sorgen und Probleme. Bei manchen geht es zum Beispiel um den Konsum von Betäubungsmitteln.»

### **Verbreitung von Botschaften**

Die Zusammenarbeit mit der Zürcher Oberland Medien AG erlebe sie sehr positiv. «Als ich neu online war, war die Redaktion präsent und hat Interesse an der Arbeit von mir und der Stadtpolizei gezeigt.» Die Publikationen der Zürcher Oberland Medien AG helfen beim Transportieren von Botschaften, meint Dienstchef Enis Feratovic. Die Zusammenarbeit sei für beide Seiten sinnvoll. «Wir sind dankbar für die mediale Begleitung und binden das Medienhaus aktiv ein, wenn wir eine Mitteilung verbreiten wollen.»

So ging die Redaktion im Frühling 2020 mit der Stadtpolizei Uster auf Corona-Patrouille.

«Gerade wenn es darum geht, die Massnahmen einzuhalten und diese Botschaft möglichst breit zu streuen, sind solche Reportagen zielführend und die Zusammenarbeit konstruktiv», sagt Feratovic. Dadurch könne man letztlich noch mehr Leute erreichen, als das über die Instagram-Abonnenten sowie die Nutzer der Twitter- und der Facebook-Kanäle der Stadtpolizei Uster der Fall sei meint Nadia Placereani.

### **Authentisch und sympathisch**

Stark verändert habe sich der Alltag der Polizistin nicht, seit sie auf Instagram aktiv sei. «Ich bin aber schnell darin geworden, ein Thema aufzugreifen und auf den sozialen Medien zu verbreiten», sagt Placereani. Die Aktivität auf Instagram ist nicht gleichbedeutend mit einem überdurchschnittlich höheren Aufwand. «Ich habe Spass daran», so die Polizistin. Gerade deshalb sei Nadia Placereani die passende Person, meint Enis Feratovic. «Es ist wichtig, dass ein Selbstmotivator hinter der Aufgabe steckt. Dadurch wird auch der Inhalt echt und sympathisch ausgespielt.»

Über Instagram erhält Nadia Placereani viel positives Feedback. «Zum einen bekomme ich Rückmeldungen über Beiträge von mir.» Manche würden sich für ihre Hinweise bedanken, andere stellten auch Fragen, bei denen sie beratend zur Seite stehe und Tipps geben könne. «Speziell gefreut hat mich, als mir ein junger Mann geschrieben hat, dass die Polizei durch mein Instagram-Profil für ihn nahbarer werde und er die Vorurteile über die Polizei verliere.» Genau das sei auch ein Hauptziel des Projekts «lCoP», erklärt Enis Feratovic. Die Hemmschwelle, sich bei der Polizei zu melden, solle gesenkt werden. «Die Kontaktaufnahme erfolgt so einfach und zeitgemäss wie möglich.»

*Melina Aeschbach*



**Nadia Placereani** informiert auf Instagram über die Arbeit der Stadtpolizei Uster. *Foto: PD*

### Eine Kommunikation nach Fahrplan

*Mindestens einmal pro Monat erreicht die Redaktion eine Medienmitteilung der Verkehrsbetriebe Zürichsee und Oberland. Eine jahrzehntelange Partnerschaft, die attraktive Artikel ermöglicht und geschätzt wird.*

«Wenn Busse wie Arztpraxen desinfiziert werden», so lautete die Schlagzeile auf dem Onlineportal zürüst.ch am 13. Mai 2020. Redaktor Rico Steinemann berichtete darüber, wie sich der Alltag der Verkehrsbetriebe Zürichsee und Oberland (VZO) nach dem Lockdown wieder normalisierte. Alle 100 VZO-Busse wurden schon vor der Corona-Krise jede Nacht gründlich gereinigt. Neu wird der gesamte Innenraum des Busses desinfiziert.

Joe Schmid, VZO-Mediensprecher und Leiter Angebot und Markt, erinnert sich zurück. «Es gab viel Informationsbedarf bei unseren Fahrgästen», sagt er. Der Ticketverkauf im Bus wurde eingestellt, und die Fahrgäste mussten sich die Tickets über digitale Kanäle beschaffen. Im Auftrag des Bundes musste der öffentliche Verkehr schweizweit den Fahrplan reduzieren und ihn sechs Wochen später wieder hochfahren. «Die Zürcher Oberland Medien AG war in dieser Phase eine wichtige Partnerin, welche unsere Botschaften schnell und zuverlässig transportierte.»

### Wie ein Uhrwerk

Schmid ist seit 16 Jahren für die VZO tätig. Die Faszination für den öffentlichen Verkehr prägt seinen Berufsalltag. Das ÖV-Netz sei eine Schweizer Erfolgsgeschichte. «Es ist für mich eine grosse Genugtuung, bei den VZO einen Beitrag für einen qualitativ hochstehenden ÖV zu leisten.» Die VZO zeichnen mit ihren 340 Mitarbeitenden als Partner im Zürcher Verkehrsverbund (ZVV) für die rund 250 Quadratkilometer im Zürcher Oberland, am rechten Zürichseeufer und in Rapperswil-Jona verantwortlich. Als Uhrwerk mit Hunderten von Zahnrädern beschreibt Schmid den Betrieb. «Praktisch rund um die Uhr sorgen wir dafür, dass täglich gegen 70 000 Fahrgäste pünktlich zur S-Bahn und wieder nach Hause gelangen.»

Damit die ÖV-Nutzer auch bestens informiert sind, legen die VZO Wert auf eine transparente und regelmässige Öffentlichkeitsarbeit. Die Medienarbeit geschieht proaktiv und wird proaktiv geplant. Pro Monat wird mindestens eine geplante Medienmitteilung versendet, die das Medienhaus in Wetzikon erreicht. Hinzu kom-

«Die VZO pflegen seit Jahrzehnten eine Partnerschaft mit der Zürcher Oberland Medien AG. Wir schätzen die direkte und unkomplizierte Zusammenarbeit sehr.»

men spontane Themen. «Die VZO pflegen seit Jahrzehnten eine Partnerschaft mit der Zürcher Oberland Medien AG», sagt Schmid. Geschätzt werde die direkte und unkomplizierte Zusammenarbeit.

### Berichte mit Tiefgang

Ein Vorteil ist aus Sicht von Schmid, dass viele Mitarbeitende auf der Redaktion die Geschichte der VZO kennen und diese seit einigen Jahren begleiten. Das führe dazu, dass gute Berichte mit Tiefgang entstünden. Kritisch beurteilt er manchmal die thematische Gewichtung: «Enttäuscht sind wir darüber, wenn eine aus unserer Sicht positive VZO-Botschaft lediglich als Randnotiz einen Platz findet.» Stattdessen werde ein defekter Bus zur Titelstory auf dem Onlineportal.

«Fahrgäste sind mit den VZO sehr zufrieden»«: Das ist eine Schlagzeile, die Schmid im Jahr 2021 gerne lesen würde. Sie würde zusammenfassend dafür stehen, wie sich die 340 VZO-Mitarbeitenden täglich für einen reibungslosen Busbetrieb einsetzen.



**Joe Schmid, VZO-Mediensprecher und  
Leiter Angebot und Markt** *Foto: PD*

### **«Mit der Redaktion pflegen wir einen vertrauensvollen Kontakt»**

*Als Gemeindeschreiber von Pfäffikon nutzt Hanspeter Thoma den «Zürcher Oberländer» als amtliches Publikationsorgan. Die Zusammenarbeit hält mittlerweile seit über 27 Jahren.*

### **Welche Schlagzeile möchten Sie 2021 über die Gemeinde Pfäffikon auf den Kanälen der ZO Medien AG lesen?**

*Hanspeter Thoma:* Die Gemeinde Pfäffikon kämpft erfolgreich gegen die wirtschaftlichen Folgen der Covid-19-Pandemie an.

### **Inwiefern war die ZO Medien AG während der Corona-Krise eine wichtige Partnerin?**

Die Bevölkerung wurde zeitnah umfassend und sachlich über kommunale sowie regionale Anliegen, Probleme und Verhaltensmassnahmen informiert. Gerade in Krisensituationen ist es für die Gemeinden wichtig, rasch und verlässlich über alle Kanäle mit der Bevölkerung kommunizieren zu können.

### **Sie erleben die Zusammenarbeit demnach als angenehm.**

Mit Redaktorin Lea Chiapolini und ihrem Team (Ressort Bezirk Pfäffikon) pflegen wir einen vertrauensvollen, offenen und professionellen Kontakt. Wir fühlen uns auch bei «Bad News» für die Gemeinde fair behandelt. Manchmal korrespondieren reisserische Headlines leider wenig mit dem Inhalt eines Berichts, vor allem bei der Onlineausgabe.

### **Die Redaktion erhält beinahe wöchentlich eine Medienmitteilung von Ihnen. Weshalb legen Sie Wert auf eine aktive Kommunikation?**

Die Information der Bevölkerung und die Transparenz in der Verwaltungstätigkeit sind mir sehr wichtig. Das weckt Interesse und schafft Vertrauen. Der «Zürcher Oberländer» ist unser amtliches Publikationsorgan, daneben nutzen wir konsequent die sozialen Medien.

### **Seit Herbst 2020 setzt die Gemeinde Pfäffikon auf Livestreams über den eigenen YouTube-Kanal. Warum ist diese Plattform für die Informationsvermittlung wichtig?**

Die Covid-19-Pandemie lehrt uns, neue Wege zu gehen und die elektronischen Medien noch stärker zu nutzen. Der Gemeinderat will die Mitwirkung der Bevölkerung bei wichtigen Projekten und Themen stärker fördern und die Menschen in die Lösungsfindung miteinbinden. Dieses Ziel zu erreichen, ist anspruchsvoll und aufwendig. Die Leute können das Video auch später noch anschauen, und wir erreichen mit diesem Medium bestimmt auch ein jüngeres Publikum.

### **Apropos jüngeres Publikum: Wie würden Sie Pfäffikon für Neuzuzüger bewerben?**

Pfäffikon bietet die umfassende Infrastruktur einer Kleinstadt und ist doch ländlich. Die geografische Lage, die Nähe zu Zürich und zu den Regionalzentren sind weitere Trümpfe. Viele Vereine und Organisationen sorgen für ein vielfältiges, gesellschaftliches Leben. Vor allem für Familien ist die Gemeinde sehr attraktiv.

### **Sie sind seit mehr als 27 Jahren als Gemeindeschreiber in Pfäffikon tätig. Was fasziniert Sie nach wie vor an Ihrer täglichen Arbeit?**

Gemeinden und Gesellschaft entwickeln sich dynamisch. Zusammen mit allen Verwaltungsmitarbeitenden dürfen wir im Auftrag der Steuerzahlenden das öffentliche Leben organisieren und die gewünschten Dienstleistungen erbringen. Das ist eine sinnstiftende Tätigkeit. Daneben unterstütze und berate ich den Gemeinderat dabei, Lösungsmöglichkeiten für künftige Herausforderungen zu entwickeln und die Gemeinde aktiv zu gestalten. Diese Aufgabe begeistert mich auch nach vielen Jahren noch.

**Hanspeter Thoma, Gemeindeschreiber Pfäffikon** *Foto: PD*





**Verlagshaus von 1931 bis 2021 und Neues Verlags- und Wohnhaus «Newsstreet One» ab 2023**



## ORGANE UND MANAGEMENT

---

### Verwaltungsrat



Karin  
Lenzlinger



Ueli Eckstein



Marcel  
Tappeiner



Theo Schaub



Sandro Walder



Stefan Lenz

### Verwaltungsrat

		im Amt seit	gewählt bis
Präsidentin	Dr. Karin Lenzlinger, Wermatswil	2015	2022
Vizepräsident	Ueli Eckstein, Uster	2013	2021
Mitglieder	Marcel Tappeiner, Zürich	2014	2022
	Theo Schaub, Zumikon	2017	2021
	Sandro Walder, Uster	2018	2022
	Stefan Lenz, Wetzikon	2019	2021

### Geschäftsleitung

CEO	Dani Sigel
Chefredaktor	Christian Brändli Rücktritt als Chefredaktor per 31.12.2020



Geschäftsleitung  
v.l. Dani Sigel,  
Christian Brändli

## GESCHÄFTSFELDER IM KURZÜBERBLICK

Aufgrund der Corona-Pandemie hatten im Jahr 2020 alle unsere Publikationen mit massiven Umsatzeinbussen zu kämpfen. Dies zusätzlich zum bereits sonst sehr herausfordernden Umfeld in der Medienbranche. Daher sind die Ergebnisse über alle Publikationen auf einem deutlich tieferen Niveau wie noch im Vorjahr.

### Print Tageszeitungen

Die Tageszeitungen konnten trotz dem strukturellen Wandel, der unbeeindruckt von der Corona-Pandemie weiterhin zügig voranschreitet, ein positives Ergebnis erwirtschaften. Dies ist in erster Linie auf die ausserordentliche Bereitschaft unserer Mitarbeiter zu Sonderleistungen, wie auch auf die schnellen und unbürokratischen finanziellen Hilfen des Bundes im Bereich der Nachrichtenbeschaffung, des Vertriebs und auch der Kurzarbeitsentschädigung zurückzuführen.

### Print Wochenzeitungen

Der «Glattaler» weist zum zweiten Mal in Folge ein negatives Ergebnis aus. Die prozentuale Abnahme des Umsatzes hält sich mit -12.9% in Grenzen. Durch die durchgeführte Submission des «Glattalers» zeigt sich die Zukunft der Gratiszeitung noch ungewiss. Durch sehr hohe Einnahmen bei den freiwilligen Sympathiebeiträgen konnte das «Regio» trotz hohen Einbussen bei den Inserateerlösen ein positives Ergebnis erzielen. Dies führt im Profitcenter der Gratiszeitungen zu einem positiven Deckungsbeitrag und zeigt deutlich die Beliebtheit des «Regios» auf.

Die Wochenzeitungsergebnisse im Einzelnen:

«Regio»: 2020 69 TCHF; 2019 172 TCHF,

DB-Marge 2020: 3.3%

«Glattaler»: 2020 -18 TCHF; 2019 -118 TCHF,

DB-Marge 2020: -1.7%

### «Töbthaler»

Auch im dritten Jahr nach der Übernahme des «Töbthalers» liefert dieser einen ansehnlichen Deckungsbeitrag zum Unternehmensergebnis. Die Umsatzeinbussen konnten zum Grossteil durch die erhaltenen Subventionen wettgemacht werden, sodass sogar ein marginal besseres Ergebnis als im Vorjahr erzielt werden konnte. Einmal mehr zeigt sich der Mikrokosmos Tösstal als krisenresistent und verdeutlicht die breite Akzeptanz des Blattes in seinem Verbreitungsgebiet.

### Digitale Medien/Shop

Auch das Profitcenter Digital wurde hart von der Pandemie getroffen. Die Erlösentwicklung geriet durch die Einschränkungen ins Stocken. Viele nationale und regionale Grossanlässe, vor allem fürs jüngere Zielpublikum, führten zu massivsten Umsatzeinbussen.

Durch die Einführung von neuen Technologien und der Verstärkung des Marketings sowie des Digitalverkaufs soll das Profitcenter Digital noch dynamischer und effizienter werden. Die Entwicklungen des Profitcenters kann man erst nach einer Normalisierung der ausserordentlichen Situation erneut beurteilen.

Für das Jahr 2021 ist eine Umsatz- bzw. Margensteigerung budgetiert.

Print TZ	2020	2019	Abweichung	
(Zürcher Oberländer, Anzeiger von Uster)	TCHF	TCHF	TCHF	%
Nettoerlös	17 671	20 265	-2 594	-12.8 %
Aufwand inkl. Umlagen	17 292	19 250	-1 958	-10.2 %
<b>Deckungsbeitrag 3 (= Gewinn/Verlust)</b>	<b>379</b>	<b>1 015</b>	<b>-636</b>	<b>-62.7 %</b>
in % des Nettoerlöses	2.1 %	5.0 %		

Print WZ	2020	2019	Abweichung	
(Regio/Glattaler/)	TCHF	TCHF	TCHF	%
Nettoerlös	3 134	3 760	-626	-16.6 %
Aufwand inkl. Umlagen	3 083	3 741	-658	-17.6 %
<b>Deckungsbeitrag 3 (= Gewinn/Verlust)</b>	<b>51</b>	<b>19</b>	<b>32</b>	
in % des Nettoerlöses	1.6 %	0.5 %		

Töbthaler	2020	2019	Abweichung	
Töbthaler	TCHF	TCHF	TCHF	%
Nettoerlös	762	872	-110	-12.6 %
Aufwand inkl. Umlagen	577	691	-114	-16.5 %
<b>Deckungsbeitrag 3 (= Gewinn/Verlust)</b>	<b>185</b>	<b>181</b>	<b>4</b>	<b>2.2 %</b>
in % der Nettoerlöse	24.3 %	20.8 %		

Digitale Medien/Shop	2020	2019	Abweichung	
(Züriost, Social Media)	TCHF	TCHF	TCHF	%
Nettoerlös	1 512	1 814	-302	-16.6 %
Aufwand inkl. Umlagen	2 366	2 400	-34	-1.4 %
<b>Deckungsbeitrag 3 (= Gewinn/Verlust)</b>	<b>-854</b>	<b>-586</b>	<b>-268</b>	<b>-45.7 %</b>
in % der Nettoerlöse	-56.5 %	-32.3 %		

## BILANZ PER 31. DEZEMBER

Handelsrechtlicher Einzelabschluss

<b>Aktiven</b>	Anhang	<b>2020</b> TCHF	<b>2019</b> TCHF
Flüssige Mittel		13 410	16 038
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gegenüber Dritten		2 506	2 841
gegenüber Beteiligten und Organen		114	396
Delkredere		-306	-312
Übrige kurzfristige Forderungen gegenüber Dritten		202	113
Vorräte	2.1	58	64
Aktive Rechnungsabgrenzungsposten		181	53
<b>Total Umlaufvermögen</b>		<b>16 165</b>	<b>19 193</b>
Finanzanlagen	2.2	216	216
Sachanlagen	2.3		
Land und Gebäude		350	926
Anlagen und Einrichtungen		122	155
Anlagen im Bau (Neubau)		2 675	681
Immaterielle Werte	2.4		
Software		385	185
Anlagen im Bau (Software)		278	323
Verlagsrechte		-	-
<b>Total Anlagevermögen</b>		<b>4 027</b>	<b>2 486</b>
<b>Total Aktiven</b>		<b>20 192</b>	<b>21 679</b>
<b>Passiven</b>			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen gegenüber Dritten		841	944
gegenüber Beteiligten und Organen		417	872
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Dritten		344	304
gegenüber Beteiligten und Organen		33	46
Abonnementsvorauszahlungen		5 750	5 964
Kurzfristige Rückstellungen		31	173
Passive Rechnungsabgrenzungsposten		100	180
<b>Total Fremdkapital</b>		<b>7 516</b>	<b>8 483</b>
Aktienkapital		1 800	1 800
Eigene Aktien	2.5	-10	-10
Allgemeine gesetzliche Gewinnreserven		900	900
Freiwillige Gewinnreserven		3 610	3 598
Bilanzgewinn:			
Gewinnvortrag 1. Januar		6 547	5 625
Jahresergebnis		-171	1 283
(Bilanzgewinn)		(6 376)	(6 908)
<b>Total Eigenkapital</b>		<b>12 676</b>	<b>13 196</b>
<b>Total Passiven</b>		<b>20 192</b>	<b>21 679</b>

**ERFOLGSRECHNUNG**  
Handelsrechtlicher Einzelabschluss

	Anhang	2020 TCHF	2019 TCHF
<b>Betriebliche Erträge</b>			
Tageszeitungen			
Abonnements		9 343	9 571
Inserate		9 556	12 404
Übrige Erlöse		1 267	1 549
Erlösminderungen		-174	-195
<b>Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen</b>		<b>19 992</b>	<b>23 329</b>
<b>Betriebliche Aufwendungen</b>			
Materialaufwand		8 534	9 717
Personalaufwand		8 885	9 854
Übriger betrieblicher Aufwand		1 859	2 273
<b>Total betriebliche Aufwendungen</b>		<b>19 278</b>	<b>21 844</b>
<b>Betriebsergebnis EBITDA</b>		<b>714</b>	<b>1 485</b>
Abschreibungen und Wertberichtigungen auf Positionen des Anlagevermögens		-396	-496
<b>Betriebsergebnis EBIT</b>		<b>318</b>	<b>989</b>
Finanzertrag	2.6	10	659
Finanzaufwand	2.6	-28	-66
Betriebsfremder Ertrag		-	26
Betriebsfremder Aufwand		-	-2
Ausserordentlicher, einmaliger oder periodenfremder Ertrag	2.7.2	34	58
Ausserordentlicher, einmaliger oder periodenfremder Aufwand	2.7.1	-484	-104
<b>Ergebnis vor Steuern</b>		<b>-150</b>	<b>1 560</b>
Direkte Steuern		-21	-277
<b>Jahresergebnis</b>		<b>-171</b>	<b>1 283</b>

# ANHANG ZUR JAHRESRECHNUNG

## Handelsrechtlicher Einzelabschluss

---

### 1. Grundsätze

#### 1.1 Allgemein

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

#### 1.2 Forderungen aus Lieferung und Leistungen

Forderungen werden bei der Ersterfassung sowie der Folgebewertung zum Nennwert bilanziert. Pauschale Wertberichtigungen auf den Forderungsbestand werden auf den durchschnittlichen Prozentwert der uneinbringlichen Forderungen der vergangenen 5 Jahre wertberichtigt. Zusätzlich werden Einzelwertberichtigungen auf besonders gefährdeten Forderungen vorgenommen.

#### 1.3 Vorräte

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

#### 1.4 Finanzanlagen

Die Finanzanlagen beinhalten Aktien und Anteilsscheine, welche mit langfristigen Absichten gehalten werden. Sie werden nicht an einer Börse gehandelt und sind somit in der Fungibilität eingeschränkt.

#### 1.5 Sachanlagen

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

#### 1.6 Immaterielle Werte

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

#### 1.7 Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen

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

# ANHANG ZUR JAHRESRECHNUNG

## Handelsrechtlicher Einzelabschluss

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

2.1 Vorräte	31. 12. 2020	31. 12. 2019
Bücher und CDs	28	34
Leidzirkulare	30	30
ZO-Shop	0	0
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>64</b>

2.2 Finanzanlagen	31. 12. 2020	31. 12. 2019
Aktien Inland	15	15
Alternative/übrige Anlagen	201	201
<b>Total</b>	<b>216</b>	<b>216</b>

2.3 Sachanlagen	31. 12. 2020	31. 12. 2019
Maschinen/Apparate	1	2
Mobiliar/Einrichtungen/Telefonzentrale	52	122
Hardware	44	28
Fahrzeuge	25	2
Anlagen im Bau	2 675	681
Grundstücke/Geschäftsliegenschaften	350	926
<b>Total</b>	<b>3 147</b>	<b>1 762</b>

2.4 Immaterielle Anlagen	31. 12. 2020	31. 12. 2019
Software	385	185
Verlagsrechte	0	0
Anlagen im Bau	278	323
<b>Total</b>	<b>663</b>	<b>508</b>

2.5 Eigenkapital/Eigene Aktien	31. 12. 2020	31. 12. 2019
	<b>10</b>	<b>10</b>

4 Stück à Fr. 795.-; Total Fr. 3 180.-  
10 Stück à Fr. 700.-; Total Fr. 7 000.-

Sämtliche eigene Aktien wurden 2019 erworben.

## ANHANG ZUR JAHRESRECHNUNG

### Handelsrechtlicher Einzelabschluss

<b>2.6 Finanzerträge und Finanzaufwendungen</b>	<b>2020</b>	<b>2019</b>
Realisierte Finanzerträge	10	74
Kursgewinne	0	585
Kursverluste	0	-10
Vermögensverwaltungskosten	0	-28
Transaktions- und Depotgebühren, Bank- und PC-Spesen	-28	-28
<b>Finanzerfolg</b>	<b>-18</b>	<b>-593</b>

### 2.7 Ausserordentlicher, einmaliger oder periodenfremder Aufwand und Ertrag

#### 2.7.1 Ausserordentlicher, einmaliger und periodenfremder Aufwand

Der ausserordentliche Aufwand beinhaltet eine Nachzahlung von AHV-Beiträgen aufgrund der AHV-Revision (TCHF 3), die einmalige Abschreibung des Hauptgebäudes (TCHF 447) und die einmalige Abschreibung der ersetzten Telefonanlage (TCHF 33).

#### 2.7.2 Ausserordentlicher, einmaliger und periodenfremder Ertrag

Der ausserordentliche Ertrag besteht aus der Rückverteilung der CO<sub>2</sub>-Abgaben der Agrapi (TCHF 5) und der Auflösung von Steuerrückstellungen (TCHF 26).

### 3. Weitere Angaben (in TCHF)

#### 3.1 Vollzeitstellen

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

#### 3.2 Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen 31. 12. 2020 31. 12. 2019

Gesamtbetrag der Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	<b>96</b>	<b>15</b>
--	-----------	-----------

### 5. Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Es gab keine, für den Leser der Jahresrechnung, relevanten Ereignisse nach dem Bilanzstichtag.

## ANTRAG ÜBER DIE VERWENDUNG DES BILANZGEWINNS

---

	<b>2020</b>
	TCHF
Gewinnvortrag	6 547
Jahresergebnis	-171
Der verfügbare Bilanzgewinn beträgt	6 376
Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung folgende Gewinnverwendung:	
Zuweisung an die allgemeinen Reserven <sup>1</sup>	0
Vortrag auf neue Rechnung	6 376
	<b>6 376</b>

<sup>1</sup> Da die gesetzliche Gewinn- und Kapitalreserve 50 Prozent des Aktienkapitals erreicht hat, wird auf eine weitere Zuweisung verzichtet.

# BERICHT DER REVISIONSSTELLE

an die Generalversammlung

---

## **Bericht der Revisionsstelle zur Jahresrechnung**

Als Revisionsstelle haben wir die auf den Seiten 17 bis 21 wiedergegebene Jahresrechnung der Zürcher Oberland Medien AG, bestehend aus Bilanz, Erfolgsrechnung, und Anhang, für das am 31. Dezember 2020 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

### *Verantwortung des Verwaltungsrates*

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

### *Verantwortung der Revisionsstelle*

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

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

### *Prüfungsurteil*

Nach unserer Beurteilung entspricht die Jahresrechnung für das am 31. Dezember 2020 abgeschlossene Geschäftsjahr dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.

### *Sonstiger Sachverhalt*

Die Jahresrechnung der Zürcher Oberland Medien AG für das am 31. Dezember 2019 abgeschlossene Geschäftsjahr wurde von einer anderen Revisionsstelle geprüft, die am 18. März 2020 ein nicht modifiziertes Prüfungsurteil zu diesem Abschluss abgegeben hat.

## **Berichterstattung aufgrund weiterer gesetzlicher Vorschriften**

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

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

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

BDO AG

Urs Schmidheiny  
Zugelassener Revisionsexperte  
Leitender Revisor

Roger Biber  
Zugelassener Revisionsexperte

Wetzikon, 11. März 2021

## INFORMATIONEN FÜR INVESTOREN

---

<b>Aktienkurs</b>	<b>2020</b> CHF	<b>2019</b> CHF
Höchst	840	840
Tiefst	680	750
Jahresende	730	820

<b>Kennzahlen pro Aktie</b>		
Ergebnis pro Aktie	-9.50	71.27
EBIT pro Aktie	1.07	54.93
EBITDA pro Aktie	39.66	82.50
Eigenkapital pro Aktie	740.22	733.06
Dividende pro Aktie <sup>1)</sup>	0.00	30.00
Ausschüttungsgrad <sup>2)</sup>	0.0 %	42.09 %
Dividenden-Rendite <sup>3)</sup>	0.0 %	3.66 %
Kurs-Gewinn-Verhältnis <sup>3)</sup>	-76.85	11.51
Kurs-Umsatz-Verhältnis <sup>3)</sup>	0.66	0.63
Kurs-Eigenkapital-Verhältnis <sup>3)</sup>	1.04	1.12

<sup>1)</sup> Antrag des Verwaltungsrats

<sup>2)</sup> Basierend auf Ergebnis (nach OR)

<sup>3)</sup> Basierend auf Jahresendkurs

## IMPRESSUM

**Herausgeberin:** Zürcher Oberland Medien AG, Rapperswilerstrasse 1, 8620 Wetzikon; aktueller Standort: Zürcherstrasse 74, Areal Ferag AG, 8340 Hinwil | **Konzept:** Dr. Tarja Zingg, Lumina, 8032 Zürich | **Fotos:** Christian Merz, Mano Reichling und PD, Zürcher Oberland Medien AG | **Gestaltung:** Sandra Baur, Zürcher Oberland Medien AG



Wegen Beschwerde  
**Kreisel in Turbern  
frühestens 2022**