

CH MEDIA

MILLIONEN-INVESTITION IN ZEITUNGSTECHNIK

CH Media baut in Aarau die nach eigenen Angaben »modernste und leistungsfähigste Zeitungsdruckerei der Schweiz«. Dazu investiert das Unternehmen einen zweistelligen Millionen-Betrag.



Am Hauptstandort in Aarau investiert CH Media einen niedrigen zweistelligen Millionenbetrag in die Druckinfrastruktur.

Zusammen mit der Druckerei am Standort St. Gallen soll bis 2027 ein Verbund entstehen, der in Technologie, Automatisierung und Servicequalität »neue Maßstäbe im Schweizer Zeitungsdruck« setzt, heißt es.

Kern der Investition sind ein zusätzlicher Hochleistungsfalzapparat von Koenig & Bauer sowie der Ersatz der Versandlinie durch eine flexible Lösung von Ferag. Ergänzt werden diese Investitionen durch weitere Modernisierungen entlang der gesamten Produktionskette. Dazu zählen die Optimierung der Drucklinien, Robotik-Lösungen in der Logistik sowie neue, durchgängig vernetzte Prozesse von der Vorstufe bis zur Distribution.

»Diese Großinvestition ist ein Leistungsversprechen an unsere Kundinnen und Kunden: Wir bieten höchste Kapazität, Qualitätssicherheit und Liefertreue. So sichern wir die Produktion für unsere eigenen Titel sowie für Drittkunden auf Jahre hinaus«, erklärt STEFAN WABEL, als COO von CH Media verantwortlich für den Geschäftsbereich Zeitungsdruck.

Die Investition erfolgt zum einen vor dem Hintergrund einer fortschreitenden Konsolidierung im Printmarkt. Nach der Schließung verschiedener Schweizer Druckzentren will CH Media zusätzliche Verantwortung für die Versorgungssicherheit und Planbarkeit im nationalen Zeitungsdruck übernehmen.

Zum anderen unterstützt die Investition eine konsequente Wachstumsstrategie: Bereits

seit Anfang 2025 druckt CH Media die Luzerner Zeitung mit ihren Regionalausgaben und den Boten der Urschweiz zusätzlich zu den bisherigen Publikationen in Aarau.

2026 kommt das Bieler Tagblatt von Gassmann Media hinzu. Damit druckt CH Media in ihren Druckereien in Aarau und St. Gallen insgesamt 25 Tageszeitungen, die Wochenendpublikation Schweiz am Wochenende sowie 27 Gratisanzeiger und eine Vielzahl an weiteren Publikationen, darunter das Migros-Magazin, die Coop-zeitung und das Touring-Magazin.

»Der Zeitungsdruckmarkt in der Schweiz verändert sich gerade fundamental, und diese Chance wollen wir nutzen. Denn unsere Vision ist klar: Wir sind das führende Kompetenzzentrum für die gedruckte Zeitung in der Schweiz. Mit modernen, effizienten Anlagen, hoher Automatisierung und klaren Qualitätsstandards sind wir für unsere Kunden ein verlässlicher Partner. Aus diesem Grund ist die neueste Investition für uns von zentraler Bedeutung«, sagt MICHAEL WANNER, CEO von CH Media.

Mit dem Kundenwachstum und der Großinvestition in Aarau verfolgt CH Media konsequent ihre Strategie im Druckmarkt. Zusammen mit dem Standort St. Gallen will das Medienunternehmen bis 2027 zum führenden Zeitungsdrucker in der Schweiz werden.

INSOLVENZEN

Weitere Pleiten bei Print, Höchststand bei Agenturen

Das Sterben von Druckereien hat inzwischen ein Maß angenommen, dass einem die Tränen kommen müssen. Und es scheint kein Ende nehmen zu wollen. Im November 2025 bewerteten die vom ifo Institut befragten Entscheider der Druck- und Medienunternehmen ihre aktuelle Geschäftslage schlechter als im Vormonat. Die Bewertungen des aktuellen Auftragsbestandes im BVDM-Konjunkturtelegramm fallen weiterhin überwiegend negativ aus. Lediglich 7% der befragten Unternehmen beurteilen den Auftragsbestand positiv, während 53% eine neutrale Bewertung und 40% eine negative Einschätzung abgeben.

Ungewohnt sind jedoch die Meldungen aus der Agenturszene. Hier hat sich die Zahl der Agenturinsolvenzen in Deutschland verdoppelt. Das ergibt eine iBusiness-Auswertung des Insolvenzregisters.

Nach den Insolvenzbekanntmachungen des Justizportals des Bundes und der Länder hat die Zahl der Insolvenzen von Agenturen in Deutschland 2025 einen Höhepunkt erreicht. Stand November haben sich 183 Agenturen insolvent gemeldet. Das sind aktuell doppelt so viele wie im Vorjahr, doch lässt sich davon ausgehen, dass die Zahl für das Jahr 2025 den Wert von 200 Agenturinsolvenzen überschreitet.

In den vergangenen zwei Jahren hätten sich damit rund 3% der Agenturen aus dem Markt verabschiedet.

Bis 2018 wuchs die Zahl der deutschen Agenturen noch kontinuierlich. Doch nach den Zahlen des Statistischen Bundesamtes schrumpft die Zahl seither.

Die Zahl der Agenturen in Deutschland hatte 2020 den niedrigsten Wert seit 2011 erreicht. Die bislang letzte Zählung nennt 9.670 Unternehmen, 2017 zählte Destatis knapp 13.000 Agentur-Unternehmen ohne Einzelgesellschaften. Zusammen mit Einzelgesellschaften waren im Jahr 2020 insgesamt 27.846 Agenturen aktiv – nach knapp 32.000 im Jahr 2018.