

---

# Der Aufstieg

Die Geschichte der heutigen TX Group beginnt 1893 mit dem «Tages-Anzeiger». Gerade mal drei Verleger später ist der Verlag zum mächtigsten Schweizer Medienkonzern aufgestiegen, der seine Besitzer mit dem Börsengang noch reicher machte – und wohl einige Mitarbeiter ärmer. Tamedia Papers, Kapitel 3.

Von Marc Guéniat (Text) und Andreas Bredenfeld (Übersetzung), 11.12.2020

«Was wir wollen.» Mit diesen drei verblüffend einfachen Worten, gedruckt in Frakturlettern, begann am 2. März 1893 die Saga des «Tages-Anzeigers für Stadt und Kanton Zürich». Die drei Worte bildeten die Überschrift des Leitartikels auf der ersten Titelseite der Zeitung, die Wilhelm Girardet an diesem Tag aus der Taufe hob.

Wilhelm Girardet war Deutscher und hatte in Essen, wo er sich 1865 niedergelassen hatte, bereits Zeitschriften und Zeitungen herausgegeben. Als er 470 Kilometer weiter südlich in Zürich seine Firma gründete, investierte er im grossen Stil, baute eine eigene Druckerei und stellte 15 Beschäftigte ein.

Die freiheitlich gesinnte Stadt war damals gerade dabei, sich als wichtigster Finanzplatz der Schweiz zu etablieren, und befand sich in einem industriellen Aufschwung: Elektrifizierung, Telefonie und Eisenbahn entwickelten sich in atemberaubend rasantem Tempo. Diese Umwälzungen führten aber auch zu sozialem Unfrieden zwischen Bürgertum und Arbeitergewerkschaften.

In diesen bewegten Zeiten verstand der «Tages-Anzeiger» sich als «neutral, ohne Bindung an eine politische Partei». Und es sollte ihm gelingen, diesem Selbstverständnis gerecht zu werden. Die Zeitung startete mit sechzehn Seiten und einer Auflage von 40'000 Exemplaren und überlebte alle anderen 41 Zeitungen, die damals im Kanton erschienen und eine nach der anderen in der Versenkung verschwanden.

---

## Zur Serie: Tamedia Papers – eine Familie, Geld, Macht und Medien

Wem gehört die Zeitung, die Sie morgens zum Kaffee lesen? Das Onlineportal, das Sie in der Mittagspause anklicken? Die Geschichte einer reichen und mächtigen Verlegerfamilie. Und was sie mit ihren Medien macht. [Zum Auftakt der Serie.](#)

Was war das Erfolgsgeheimnis des «Tages-Anzeigers»? Er erschien sechs-mal in der Woche; das Monatsabonnement kostete 50 Rappen. Vor allem die Idee, eine Zeitung zu gründen, die für sich in Anspruch nahm, unpolitisch zu sein, war zur damaligen Zeit ein Novum.

Zwölf Jahre später verheiratete Wilhelm Girardet seine Tochter Bertha mit dem deutschen Bergbauingenieur Otto Coninx, der einer Industriellen-

familie im Ruhrgebiet entstammte. Im Jahr darauf, 1906, legte Girardet die Leitung der Zeitung in die Hände seines 34-jährigen Schwiegersohns.

Damit bewies Girardet einen guten Riecher, denn die Familie Coninx, erfüllt von einem aussergewöhnlichen Dynastiebewusstsein, führte in der Folge die Geschäfte des Vorzeigeunternehmens mit unglaublicher Beständigkeit.

Bis heute standen an der Spitze der Firma, deren dominierende Stellung in der Schweizer Medienlandschaft heute erdrückende Ausmasse annimmt, nacheinander nur vier Verlagschefs, die alle demselben Familienzweig entstammten.

## **Verleger Nr. 1: Otto Coninx-Girardet, der Steuermann**

Schwiegersohn Otto Coninx-Girardet führte fünfzig Jahre lang das Regiment und steuerte das Unternehmen durch zwei Weltkriege. Im Zweiten Weltkrieg durchbrach die Zeitung die magische Grenze von 100'000-Abonnenten. Otto Coninx-Girardet wandelte das Unternehmen in eine Aktiengesellschaft um und vollzog die erste Übernahme: 1933 kaufte er die «Schweizer Familie».

In den hochgradig politisierten 1930er-Jahren schlug im «Tages-Anzeiger» die Stunde seiner berühmtesten Gastautoren: Benito Mussolini, Herbert Hoover, Winston Churchill und – Adolf Hitler.

13 Monate vor seiner Ernennung zum Reichskanzler veröffentlichte der spätere «Führer» einen Leitartikel, dessen Titel unglücklich gewählt erscheint, weil er an die Gründungsworte der Zeitung erinnerte: «Was wollen wir Nationalsozialisten?» Fast ein Jahrhundert später griff die Redaktion diese Episode auf und widmete ihr 2018 und 2019 eine Artikelserie.

Nach Otto Coninx-Girardets Tod übernahm 1956 sein Sohn das Ruder. Er trug denselben Vornamen wie der Vater, führte aber einen feudaleren Stil ein.

Mit rechteckiger Brille und im perfekt sitzenden Anzug führte Otto Coninx-Wettstein den «Tages-Anzeiger» durch die ausgesprochen prosperierenden Zeiten der Schweizer Presse – von deren glorreichen Dreissigerjahren bis zu den ersten Fusionen und Übernahmen der 1980er-Jahre.

## **Verleger Nr. 2: Otto Coninx-Wettstein, der Patriarch**

In den 1970er-Jahren erreichte die Zeitung eine Auflage von 250'000 Exemplaren. Wie die gesamte Schweizer Presse lebte das Familienunternehmen vom doppelten Monopol auf Information und auf Kleininserate. Dank des «Werbe-Eldorado», von dem der Historiker Alain Clavien in seinem Buch «La presse romande» schreibt, brach ein goldenes Zeitalter an. Damals machte die Werbung bis zu 80 Prozent der Einnahmen der Zeitungen aus – heute ist es kaum mehr ein Drittel.

Wer das Jubiläumsbuch «Medien zwischen Geld und Geist» liest, das die ersten einhundert Jahre der Unternehmensgeschichte Revue passieren lässt, gewinnt vom dritten Verlagschef den Eindruck eines echten Patriarchen.

Als Otto Coninx-Wettstein 1978 seinen Chefposten räumte und nur noch den Vorsitz im Verwaltungsrat behielt, lud er zum Abschied 1100 Mitarbeiter zu einer Schiffstour zwischen Neapel und Genua ein. Zehn Flüge wur-

den für den hohen Anlass gechartert. Zum Auftakt des Galadiners wurde an Bord des Passagierdampfers SS Britanis russischer Kaviar gereicht. Stattliche acht Orchester spielten auf, während das Schiff Kurs auf Genua nahm. Das war die Familie dem Mann, der sie so reich gemacht hatte, schuldig.

Sein Prestige stand im proportionalen Verhältnis zu seiner Allmacht. In dem erwähnten Jubiläumsbuch sagt sein Neffe Severin Coninx über ihn: «Die anderen Verwaltungsratsmitglieder nach ihrer Meinung zu fragen, wäre ihm nicht in den Sinn gekommen.» Otto Coninx-Wettstein bestätigte diese Aussage einige Jahre später: «Die Entscheidungen habe immer ich getroffen, und das muss dem Verwaltungsrat klar sein.»

Dementsprechend traf Otto der Zweite auch im Alleingang eine Entscheidung, die der Redaktion des «Tages-Anzeiger-Magazins» (des Vorfahren von «Das Magazin», kurz TAM genannt), das wegen ausführlicher Reportagen geschätzt wurde, noch lange prägend in Erinnerung bleiben sollte: Im Spätsommer 1976 erteilte er Niklaus Meienberg, einer Instanz des Schweizer Journalismus, Schreibverbot, ausgedrückt nur in einem Wort: «Fertig!»

Im August 1976 hatte der Journalist sich der Majestätsbeleidigung schuldig gemacht, als er zum 70. Geburtstag des liechtensteinischen Prinzen Franz Joseph II. im «Magazin» ein Pamphlet über die Aristokratie des Fürstentums veröffentlicht hatte: «Einen schön durchlauchten Geburtstag für S.-Durchlaucht!»

Schon der erste Absatz gab den Ton vor: «Manche sind in diesem Alter etwas tatrig, andre etwas flattrig. Der Fürst von Liechtenstein jedoch, in bemerkenswerter geistiger Frische und umgeben von seinen Kunstschatzen und auch seinem Volk, ist beneidenswert gut erhalten. (...) Der Fürst blieb im Zustand von 1938 erhalten wie tiefgefroren, Schnauz, Lächeln, Ehefrau: Alles ist noch da.»

Zuvor hatte Niklaus Meienberg rund dreissig engagierte und packende Reportagen geschrieben – zum Beispiel über den General Ulrich Wille oder über Ernst S., der 1942 als «Vaterlandsverräter» hingerichtet wurde.

Der Rauswurf des Journalisten rief harsche Kritik hervor und wurde sogar von einem freisinnigen Regierungsrat beklagt, nachdem die Redaktion sich seit den Ereignissen vom Mai 1968 eindeutig im linken politischen Spektrum positionierte.

Peter Frey, ein Redaktor des «Tages-Anzeiger-Magazins», ging sogar so weit, Otto Coninx-Wettstein mit Ludwig XVI. zu vergleichen: «Ein wenig liberal, ein wenig absolutistisch.» Den Patriarchen focht das nicht an: Noch 17 Jahre später bezeichnete er Meienbergs Journalismus als «pseudo-historisch» und «süffig».

Was hatte so viel Groll hervorgerufen? Die Antwort: Meienberg hatte sich mit seinem durch und durch ironischen Pamphlet implizit an der Verlegerfamilie vergriffen und dadurch den Zorn des Patriarchen auf sich gezogen.

In einer Sammlung später veröffentlichter Reportagen schickte Meienberg dem schicksalhaften Artikel ein erläuterndes Postskriptum hinterher: «Da die Schwester des Verlegers Coninx (Irmgard Ellermann-Coninx, d. Red.) in Vaduz wohnt und periodisch zum Tee ins Schloss (des Fürsten; d. Red.) geladen wird, aber nicht mehr nach diesem Artikel (...).»

Das vertraute Verhältnis zwischen der Familie Coninx und dem Adel im Fürstentum hat bis heute Bestand. Die Erbin Antje Landshoff-Ellermann war bis 2016 Präsidentin des dortigen PEN-Clubs, der Schriftsteller un-

terstützt und dem auch Prinz Stefan von und zu Liechtenstein angehört, ausserordentlicher und bevollmächtigter Botschafter beim Heiligen Stuhl – es geht also seriös zu.

Die Verbannung des brillanten Meienberg war nicht die einzige Absolutismusbekundung des Otto Coninx-Wettstein. Bereits zwei Jahre zuvor, 1974, hatte er rot gesehen, als sein Sohn Hans Heinrich sich zum vierten Mal scheiden liess, und entzog ihm alle Zuständigkeiten im Familienkonzern.

Der Zustand der Ungnade währte vier Jahre und wurde nur teilweise aufgehoben. Hans Heinrich Coninx musste sich damit begnügen, Teil einer vierköpfigen Direktion zu sein. Der umgängliche Mann, ein «Vorbild in Sachen gutes Benehmen», wie jemand aus seinem nahen Umfeld sagt, musste sich gedulden, bis sein Vater 1987 endgültig in den Ruhestand ging – erst dann konnte er den Vorsitz im Verwaltungsrat übernehmen.

«Man hat nicht gedacht, dass er den Laden einmal übernehmen wird», sagte der langjährige Tagi-Redaktor Hans Kurt Studer, der im Buch zum 100-Jahr-Jubiläum zitiert wird. Auch Hans Heinrich gestand seine Verwunderung: «Zu meiner grossen Überraschung trug er mir die Nachfolge an.»

### **Verleger Nr. 3: Hans Heinrich Coninx, der Fliegenträger**

Zu diesem Zeitpunkt vermeldete der TA-Konzern mit seinen zehn Presstiteln einen Umsatz von 510 Millionen Franken und beschäftigte 2100 Mitarbeitende. Die 1980er-Jahre waren eine glanzvolle Dekade: Zwischen 1982 und 1987 verdoppelten sich die Einnahmen. Der Kuchen wurde also immer grösser, liess sich aber immer schwerer aufteilen, weil auch die Familie wuchs. Zu den drei Angehörigen der dritten Generation hatten sich inzwischen neun Kinder gesellt. An der Einführung von Familienkonferenzen führte kein Weg mehr vorbei.

Eines der Kinder probte den Aufstand: der Arzt Severin Coninx. Auch wenn er regelmässig überstimmt wurde, äusserte er seine abweichenden Meinungen. Er hielt zwar 18 Prozent der Konzernanteile, zog sich aber 1991 aus dem Verwaltungsrat zurück, als die Unternehmensleitung den allzu unabhängigen «Tages-Anzeiger»-Chefredaktor Viktor Schlumpf knallhart vor die Tür setzte und damit für viel Wirbel sorgte. In der NZZ erschien eine ganzseitige Anzeige zu den Vorgängen, unterzeichnet von Nationalrätinnen und Völkerrechtlern, Historikerinnen und Schriftstellern. Die Anzeige trug den Titel: «Pressefreiheit in Gefahr».

Der Konzern konsolidierte sich indessen ebenso wie die Schweizer Presse insgesamt. 1982 übernahm er die Frauenzeitschrift «Annabelle» und das «Tagblatt der Stadt Zürich». Zudem zog er lukrative Druckaufträge an Land. Kurz danach kaufte die Tamedia in einem Spannungsfeld, das schon einen Vorgeschmack auf den späteren Krieg der Gratiszeitungen zu Beginn des 21. Jahrhunderts vermittelt, den kostenlos verteilten «Züri Leu» auf. Mit Geld wollte sie den grössten Konkurrenten des «Tagblatts» ausschalten. Auch diesmal meldete sich die NZZ zu Wort und empörte sich am 28. April 1982 über einen «kannibalischen Vorgang» in der Presselandschaft.

Die Sache endete im Debakel. Denn das Team hinter dem «Züri Leu» gab nicht auf, sondern gründete mit der Unterstützung des Autoimporteurs Walter Frey innert weniger Wochen mit der «Züri Woche» ein fast identisches Blatt. Tamedia hatte vergeblich Geld versenkt.

Trotz dieses Fehlschlags ging es mit Volldampf weiter. 1986 und 1987 führte Hans Heinrich Coninx den Konzern in einen Krieg der Sonntagszeitungen, aus dem er als Sieger hervorging. Die beiden Kontrahenten waren der «Tages-Anzeiger» und die «Berner Zeitung». Die BZ wurde damals vom Anwalt Charles von Graffenried im Auftrag der überaus wohlhabenden Berner Familie Reinhardt-Scherz geleitet, die ihr Vermögen mit Papierherstellung verdient hatte.

Beide Verlage brachten jeweils eine eigene Sonntagszeitung an den Start, aber der «Tages-Anzeiger» machte mit der «Sonntagszeitung» das Rennen. In Wahrheit war es allerdings nur ein Teilsieg: Allem Anschein nach wusste Charles von Graffenried, als er sich auf das Wagnis einliess, ganz genau, dass der Markt für zwei neue Titel zu klein war. Er verhandelte, und als 1987-der Waffenstillstand unterzeichnet wurde, bekam er 15 Prozent Anteile der «Sonntagszeitung». Von Graffenried – der Einzige, der nicht zur Familie Coninx gehörte und fortan doch untrennbar mit ihr verbunden bleiben sollte – wird uns noch beschäftigen.

## Feindliche Übernahme

Die Waffenruhe währte nicht lange. Als Charles von Graffenried an einem Februarmorgen im Jahr 1990 in seinem Wengener Chalet auf Urlaub weilte, läutete das Telefon. Ein ranghoher Verantwortlicher des «Tages-Anzeiger» bat dringend um ein Treffen. Tags darauf verkündete er ihm, dass der TA im Stillen 61 Prozent des Kapitals der «Berner Zeitung» erworben hatte. Charles von Graffenried war entsetzt, wie Martin Haslebacher in seinem Buch über die Geschichte des Berner Blattes berichtet.

Die Protagonisten dieser feindlichen Übernahme hatten allerdings wohl eine Kleinigkeit übersehen: Für den Fall, dass einer der Aktionäre seine Beteiligung veräussern wollte, hatte Charles von Graffenried ein Vorkaufsrecht. Dieses Detail machte den Zürchern einen Strich durch die Rechnung und brachte ihre Operation zum Scheitern. Die Botschaft war gleichwohl eindeutig: Der «Tages-Anzeiger» rüstete zur territorialen Expansion und strebte weit über sein angestammtes Zürcher Revier hinaus.

Charles von Graffenried verstand die Botschaft. Er vermied es, die Familie Coninx zu demütigen, und trat ihr 49 Prozent der BZ ab. Die Allianz schuf die Möglichkeit für Synergien auf dem Werbemarkt und eröffnete Charles von Graffenried 1991 den Weg in den Verwaltungsrat des «Tages-Anzeiger».

Der 66-jährige Rechtsanwalt, Bankier und Verleger aus Bern war 1991 nicht der einzige Neuzugang im Verwaltungsrat. Auf einem der Ledersessel im obersten Stockwerk in der Werdstrasse nahm in demselben Jahr ein um 40 Jahre jüngerer Mann Platz. Ein Jurist, der noch viel von sich reden machen sollte und auf den wir noch ausführlich zurückkommen werden: Pietro Supino. Auch wenn sein italienischer Familienname es nicht vermuten lässt, ist er der Grossneffe des Patriarchen Otto Coninx-Wettstein.

## Geist? Eher Geld

Die Geschäftszahlen blieben exzellent. 1989, das Jahr des Berliner Mauerfalls, wurde für den «Tages-Anzeiger» zum Rekordjahr, wie im Buch «Medien zwischen Geld und Geist» vorgerechnet wird: Mit über 10'000 Seiten allein beim «Stellen-Anzeiger», dazu kamen fast 14'000 Seiten kommerzielle Inserateseiten. Zum Titel der Jubiläumsschrift sagt einer der Autoren, Werner Catrina, gegenüber Republik und Heidi.news: «Der Titel suggeriert,

der Konzern stehe in der Mitte zwischen Geld und Geist, aber in erster Linie handelt die Geschichte von Geld.»

Besagtes Geld strömte in den 1990er-Jahren weiterhin reichlich in die Kassen des Unternehmens, das 1993 auf Anregung von Charles von Graffenried den Namen Tamedia erhielt (als Akronym für «Tages-Anzeiger Media»).

«Ich empfand mich als Glückskind», erinnert sich Michel Favre, CEO während der 1990er-Jahre. «60 Prozent der Gewinne wurden an die Familie ausgeschüttet, 40 Prozent wurden investiert.» Favre war auch derjenige, der am 2. Oktober 2000 den Börsengang des Konzerns über die Bühne brachte – auf Geheiss der Familie und unter Pietro Supinos Aufsicht, der damit seine erste wichtige Mission erfüllte. Euphorisiert von der Internetblase glaubte man damals noch, die Presse würde zu den Profiteuren der technologischen Revolution gehören.

Als Emissionspreis der Tamedia-Aktie wurden 260 Franken festgelegt – nach Meinung des Finanzchefs das «perfekte Pricing». Die Unternehmensleitung ermunterte die Beschäftigten, sich Aktien zum Vorzugspreis zuzulegen. Zigarrenliebhaber Michel Favre ging eine Wette ein, die das Wirtschaftsmagazin «Bilanz» zu spöttischen Kommentaren veranlasste: Wenn der Kurs nicht binnen Jahresfrist 310 Franken erreiche, werde er mit dem Rauchen aufhören.

Ein Jahr später war der Kurs auf 82 Franken abgestürzt. Zwar erholte die Aktie sich in den folgenden Jahren wieder, aber den Emissionskurs erreichte sie nie wieder auch nur annähernd. Favre hielt Wort und wurde Nichtraucher. «Zur grossen Freude meiner Frau», wie er heute witzelt.

Von dem Umstand, dass die Familie Coninx sich vor dem Börsengang mit einer Sonderdividende von 250 Millionen Franken aus den Reserven des Unternehmens bediente, zeigte die Belegschaft sich mit Recht enttäuscht.

Zur Rechtfertigung sagte Favre gegenüber der WOZ: «Wir sind zwar nicht so spritzig wie eine Flasche Champagner, sondern eher vergleichbar mit einem feinen Weisswein, den man später einmal still geniessen kann.» Ein schwacher Trost für die Beschäftigten und besonders für die Arbeiter in den Druckereien, die sich Geld geliehen hatten, um Tamedia-Aktien zu kaufen.

Wenig später erwiesen Tamedias audiovisuelle Projekte sich als Schlag ins Wasser. Sein Fernsehsender TV3 stellte den Sendebetrieb nach nicht einmal zwei Jahren ein und strahlte als Abschiedsfilm am 22. Dezember 2001 den Streifen «Titanic» aus. Ebenfalls 2001 kaufte der Zürcher Konzern Radio 24 und TeleZüri. Im Rahmen dieser Transaktion übernahm Tamedia auch Tele 24 und machte es umgehend dicht. Finanziell entwickelte das Geschäft sich rasch zu einem Fass ohne Boden, verschlang neunstellige Beträge und belastete das Geschäftsergebnis so sehr, dass der Konzern 2003-erstmals in seiner Geschichte auf die Ausschüttung einer Dividende verzichtete.

Als wahrer Wachstumsmotor erwies sich das Kerngeschäft: die Presse. 2002 folgte auf Michel Favre als CEO der Deutsche Martin Kall, der vermehrt auf Übernahmen setzte.

## Die Ära Martin Kall

Der CVP-Politiker und Kommunikationsberater Iwan Rickenbacher, der von 1996 bis 2018 dem Verwaltungsrat angehörte, erzählt: «Als ich anfang, gab es praktisch nur «Tages-Anzeiger», «Annabelle» und «Schweizer Familie».

Dann ging alles sehr schnell.» Binnen sechs Jahren übernahm Martin Kall für dreistellige Millionenbeträge «20 Minuten» (2003), die Berner Espace Media Groupe (2007) und die Westschweizer Edipresse (2009).

Damit avancierte Tamedia zum führenden Pressekonzern der Schweiz. Heute beträgt sein Marktanteil in der Romandie 69 Prozent und in der Deutschschweiz 42 Prozent.

---

## Zur Chronologie der Schweizer Medienkonzentration

Von den ersten Fusionen am Ende des goldenen Zeitalters bis zur Corona-Krise: Die letzten drei Jahrzehnte im Überblick – regelmässig auf dem neuesten Stand.

Dieser unglaubliche Eroberungsfeldzug durch die Schweiz ging allerdings nicht ganz reibungslos über die Bühne.

Die Aktivitäten in Bern gerieten zu einer «blutigen» Angelegenheit. Die Übernahme der Espace Media Groupe, die insbesondere den «Bund» herausgab, führte zu einer Umstrukturierung, die als «Mai-Massaker» bekannt wurde. Im Frühjahr 2009 fielen den angestrebten Synergieeffekten 77 Stellen in Bern und Zürich zum Opfer.

«Für manche in der Branche war Kall wegen seiner Kompromisslosigkeit eine Art Teufel in Menschengestalt. Doch er war ein brillanter Rechner und wusste, wie man Medien finanziert», sagt Markus Dütschler, Präsident der Personalkommission beim «Bund».

Etwa um die gleiche Zeit entliess Edipresse in der Westschweiz 100 Beschäftigte, um sozusagen die Braut vor der Vermählung mit dem Zürcher Konzern etwas zu verschlanken. Mit diesen Übernahmen gingen auch die Druckereien in Bern und Lausanne sowie die Beteiligungen an Online-Werbeunternehmen wie Jobcloud und Homegate, die sich in der Folge zu Wachstumsträgern entwickelten, in den Besitz von Tamedia über.

Martin Kall drückte dem Unternehmen als CEO so sehr seinen Stempel auf, dass sich die Übergabe des Verwaltungsratsvorsitzes von Hans Heinrich Coninx an Pietro Supino im Mai 2007 fast unbemerkt vollzog.

Pietro Supino schaute sich erst einmal als Beobachter alles in Ruhe an, bevor er sich daranmachte, seine eigene Strategie festzulegen. Diese Strategie ist glasklar und wird in weiteren Episoden dieser Serie noch ausführlich thematisiert. Supino erkannte sehr schnell, dass die digitale Wende die Welt verändert und sich das Geschäftsmodell der Presse überlebt hat. Die Inserate laufen den Zeitungen davon – ebenso wie die Werbung, deren Markt erodiert. Hinzu kommt, dass die Leserinnen sich an die Gratiskultur im Internet gewöhnen: Wer will schon für eine Information zahlen, die sich auch kostenlos abrufen lässt? Mit dieser komplexen Gleichung müssen sich alle Konkurrenten von Tamedia auseinandersetzen.

Um diese Gleichung zu lösen, setzt auch Pietro Supino auf Übernahmen und Investitionen im Digitalbereich. Diesmal hat er allerdings nicht in erster Linie die Presse im Blick, von der ausser ein paar versprengten Überresten nicht mehr viel bleibt. Tamedia kauft Online-Handelsplattformen wie Ricardo, Tutti.ch, Car for You und etliche weitere. Der Konkurrent Ringier fährt exakt dieselbe Strategie.

Der Tamedia-Konzern steckt in einem so tiefen Umbruch, dass Pietro Supino vor kurzem anlässlich der Umwandlung zur TX Group erklärte: «Der aktuelle Umsatz resultiert zu 80 Prozent aus Aktivitäten, in die wir erst nach der Jahrtausendwende eingestiegen sind.»

Die «alte Tamedia» hat sich überlebt – und das ist Supinos Werk.