



## Medienmitteilung

# Tamedia treibt Transformation weiter voran: Starke Publizistik, zwei Geschäftsbereiche und AI als zentrale Einheit

**Tamedia strukturiert sich neu: Qualitätsjournalismus mit einer starken Publizistik bleibt zentraler Pfeiler des Unternehmens und wird gestärkt. Bei der Basler Zeitung kommt es zu einem Wechsel in der Chefredaktion. Per 1. März 2026 wird das Medienunternehmen neu in den Bereichen Premium Digital und Premium Print & E-Paper geführt mit dem Anspruch, die besten Bezahlprodukte der Schweiz zu liefern. Es kommt zu einem Personalabbau von 25 bis 30 Vollzeitstellen. Die Organisation der Redaktionen bleibt unverändert und die Kernmarken sind vom Abbau nicht betroffen. Die neuen Möglichkeiten der technologischen Entwicklung und der Künstliche Intelligenz (AI) werden unternehmensweit eingesetzt.**

Zürich, 27. Januar 2026 – Die Medienbranche befindet sich in einem tiefgreifenden strukturellen Wandel: veränderte Erwartungen, rückläufiger Printmarkt und massive Verschiebung der Schweizer Werbegelder zu globalen Plattformen zwingen zu fortlaufenden, raschen Anpassungen von Strategie und Organisation. Tamedia hat deshalb im August 2024 einen umfassenden Transformationsprozess angestoßen, mit dem Ziel, auch in Zukunft das führende Medienunternehmen der Schweiz zu sein und weiterhin für verlässlichen, hochwertigen Qualitätsjournalismus zu stehen.

Seither wurde eine solide Basis geschaffen: die journalistische Arbeit wurde unternehmensweit kanal- und nutzerorientiert neu organisiert, der Fokus auf die vier digitalen Kernmarken gelegt, die Werbevermarktung gebündelt und der Zeitungsdruck auf ein zentrales Druckzentrum in Bern konsolidiert. Nun folgt der nächste Schritt.

### **Neue Chefredaktorin bei Basler Zeitung**

Bei der Basler Zeitung (BaZ) kommt es zu einem Wechsel in der Chefredaktion: Die heutige stellvertretende Chefredaktorin, Nina Jecker, übernimmt per 1. Februar 2026 von Marcel Rohr, der die Zeitung während sieben Jahren leitete. Nina Jecker bringt eine langjährige journalistische Erfahrung innerhalb der TX Group mit, überzeugt mit ihrer journalistischen Vielseitigkeit, ihrem Gespür für relevante Themen, ihren Blick für digitale Entwicklungen und die Expertise im Bereich der Künstlichen Intelligenz (siehe separate Medienmitteilung).

## **Strategische Trennung von Print und Digital – AI & Data als zentrale Einheit**

Per 1. März 2026 werden die Marktaktivitäten von Tamedia noch konsequenter auf Leser- und Kundschaft ausgerichtet. Print und Digital werden organisatorisch voneinander getrennt und in zwei eigenständigen Geschäftsbereichen geführt: **Premium Digital** sowie **Premium Print & E-Paper**. Das Digitalgeschäft soll so massiv vorangetrieben werden. Ziel ist es, das attraktivste digitale Bezahlangebot der Schweiz zu schaffen und Reichweite, Relevanz und Ertragskraft der journalistischen Angebote nachhaltig zu stärken. Qualitativ hochwertige Printprodukte bleiben zentraler Bestandteil des Portfolios und mit dem modernen E-Paper wird Print weiter gestärkt. Die Neuorganisation bringt einen Stellenabbau von 25 bis 30 Vollzeitstellen mit sich. Für die betroffenen Mitarbeitenden kommt ein Sozialplan zur Anwendung.

Tamedia wird künftig noch konsequenter auf den Einsatz neuer Möglichkeiten der technischen Entwicklung und der künstlichen Intelligenz (AI) setzen: die entsprechenden Bereiche werden zur Einheit **AI & Data** unter der Leitung von Nadia Kohler zusammengefasst. Der Bereich ist direkt der CEO unterstellt und wird wesentlich zur Weiterentwicklung von Produkten, zur Steigerung von Effizienz und Produktivität in Prozessen und der Organisation beitragen.

## **Transformation mit Weitblick – organisatorisch, technologisch und publizistisch**

Die neue Organisationsstruktur umfasst somit den Bereich Publizistik (Leitung Simon Bärtschi), die beiden Geschäftsbereiche Premium Digital (Leitung Marc Isler) und Premium Print & E-Paper (Leitung Jürg Mosimann) sowie Technology (Leitung Marcel Holdener). Die Organisation der Redaktionen bleibt unverändert und die Kernmarken sind vom Personalabbau nicht betroffen.

Tamedia-CEO Jessica Peppel-Schulz: «Die Mediennutzung und der Werbemarkt haben sich grundlegend verändert. Diese Realität gilt es zu akzeptieren und sich danach auszurichten, damit Tamedia auch morgen für Qualitätsjournalismus steht. Mit der organisatorischen Trennung der Geschäftsbereiche Print und Digital verbessern wir die Nutzerorientierung unserer Produkte weiter. Gleichzeitig nutzen wir AI und Data gezielt, um differenzierend Journalismus zu ermöglichen, der wirtschaftlich nachhaltig ist. Das sichert unsere Unabhängigkeit und ermöglicht es uns, das attraktivste journalistische Bezahlangebot der Schweiz anzubieten. Der damit verbundene Stellenabbau schmerzt, jede verlorene Kollegin schmerzt, jeder verlorene Kollege schmerzt. Besonders belastend ist es natürlich für die Betroffenen selbst, aber auch für die Teams und für das gesamte Tamedia Management ist das sehr schwierig. Wir müssen diese Verantwortung aber übernehmen, um Journalismus und Tamedia eine Zukunft zu geben. Umso wichtiger ist es, diese Schritte verantwortungsvoll, mit Respekt und Würde umzusetzen, und mit einem Sozialplan, der die Betroffenen bei den nächsten Schritten unterstützt.»

## **Ein klares Zielbild**

Mit einer starken Publizistik, dem Fokus auf Qualitätsjournalismus, einer schlanken, fokussierten und modernen Organisation sowie AI & Data als zentrale Einheit und Schwunggrad der Veränderungen, wird Tamedia weiterhin und längerfristig für die besten Premium-Produkte in Print und Digital stehen.

## **Kontakt**

Edi Estermann, Kommunikation Tamedia  
[kommunikation@tamedia.ch](mailto:kommunikation@tamedia.ch)

## **Über Tamedia**

Tamedia geht auf den 1893 gegründeten Tages-Anzeiger zurück. Heute beschäftigt das nationale Medienhaus 1.300 Mitarbeitende in der Deutschschweiz und der Romandie und umfasst das führende Redaktionsnetzwerk. Die Tages- und Wochenzeitungen, Zeitschriften und Newsplattformen von Tamedia sind lokal verankert und international vernetzt. Sie schaffen Öffentlichkeit und bieten Orientierung sowie Unterhaltung. Zu den namhaften Medienmarken von Tamedia zählen unter anderem 24 heures, Basler Zeitung, Bilan, BZ Berner Zeitung, Das Magazin, Der Bund, Finanz und Wirtschaft, Le Matin Dimanche, Schweizer Familie, SonntagsZeitung, Tages-Anzeiger, Tribune de Genève sowie die Zürcher Regionalzeitungen (ZRZ). Darüber hinaus gehören auch Zeitungsdruckereien und eine eigene Vermarktungseinheit zum Portfolio. Tamedia ist ein Unternehmen der TX Group.

[www.tamedia.ch](http://www.tamedia.ch)