

Michel Mariani wird neuer Chief Commercial Officer von 20 Minuten

Michel Mariani übernimmt am 1. August 2026 die Funktion als Chief Commercial Officer von 20 Minuten und nimmt Einsitz in die Geschäftsleitung der 20 Minuten Gruppe.

Zürich, 30. März 2025 – Michel Mariani, derzeit Chief Commercial Officer und Partner bei cptr, übernimmt auf den 1. August 2026 als Chief Commercial Officer und Mitglied der Geschäftsleitung die Leitung der gesamten Vermarktung der 20 Minuten Gruppe. Er folgt auf Martin Lütgenau, der die Abteilung seit Anfang Jahr und bis zur Übergabe an Michel Mariani ad interim führt.

Michel Mariani verfügt über langjährige Erfahrung im Key Account Management in der Medienbranche sowie über grosses Know-how in der Digitalvermarktung und in der digitalen Produktinnovation. Michel Mariani hat bereits die KV-Lehre in der Medienbranche bei der Jean Frey AG absolviert. Danach zog es ihn 2005 in den Sales-Bereich und zu Tamedia, wo er für verschiedene Titel wie Annabelle oder Das Magazin im Einsatz stand, bevor er die Betreuung der Agenturen übernahm und zum Head of Agency Relations bei Tamedia Advertising befördert wurde. 2018 wechselte er zum Marketing-Technologie-Unternehmen cptr, wo er die Geschäftsaktivitäten mitentwickelte und die Vermarktung des Unternehmens wesentlich prägte. In den vergangenen Jahren trug er als Chief Commercial Officer und Partner bei cptr die kommerzielle Gesamtverantwortung der cptr Gruppe und leitete unter anderem den erfolgreichen Aufbau des Österreich-Geschäfts.

Bernhard Brechbühl, CEO 20 Minuten Gruppe: «Wir freuen uns, dass wir Michel Mariani als neuen Chief Commercial Officer gewinnen konnten. Er verfügt über ein umfangreiches Netzwerk und ein herausragendes Standing im Markt und bringt tiefes Verständnis für digitale Produkte mit. Mit seiner Affinität für Publizistik und seiner Leidenschaft für Innovation wird er unsere Vermarktung in die Zukunft führen.»

Kontakt

Eliane Loum, Leiterin Kommunikation 20 Minuten,
+41 44 248 41 34, eliane.loum@20minuten.ch

Über die 20 Minuten Gruppe

20 Minuten wurde Ende 1999 als Pendlerzeitung für eine junge und urbane Zielgruppe lanciert und hat sich rasch zur reichweitenstärksten digitalen Medienmarke in der Deutschschweiz, der Westschweiz und im Tessin entwickelt. 20 Minuten macht Journalismus, der Menschen zusammenbringt, und bietet – kompakt auf einer Plattform – den perfekten Content-Mix mit allem, was die Menschen in der Schweiz bewegt, betrifft und bereichert. 20 Minuten bietet News aus der Schweiz und der Welt, Sport, Unterhaltung und Inspiration sowie einen rege genutzten Community-Bereich. Der Journalismus von 20 Minuten ist verlässlich, kompakt, verantwortungsvoll und ausgewogen, damit sich die Leserinnen und Leser ihre eigene Meinung bilden können.

Die 20 Minuten Gruppe ist Teil der TX Group und umfasst die News-Medien 20 Minuten, 20 Minutes und lematin.ch, das Digitalradio GOAT Radio sowie die Beteiligungen Tio/20 Minuti im Tessin und L'essentiel in Luxemburg. www.20minuten.ch