

Spezialausgabe zur letzten Print-Erscheinung – Digitale Ära startet

20 Minuten würdigt die heute zum letzten Mal erscheinende Print-Zeitung mit einer Sonderausgabe. Als reichweitenstärkste digitale Medienmarke der Schweiz begleitet 20 Minuten die Leserinnen und Leser mit einem umfassenden Angebot weiter.

Zürich, 23. Dezember 2025 – Heute liegt 20 Minuten in der gedruckten Version zum letzten Mal in den blauen Boxen. Die Print-Ära wird in einer Sonderausgabe ausgiebig gewürdigt. So erzählt Medienminister Albert Rösti in einem Interview, wie er 20 Minuten zum ersten Mal wahrgenommen und schätzen gelernt hat. SBB-Chef Vincent Ducrot äussert sich zur Partnerschaft mit 20 Minuten. Zudem hat die Redaktion zahlreiche Stimmen von CEOs, Sportlerinnen, Prominenten und dem Publikum eingefangen, die sich zu 20 Minuten Print und ihren Wünschen für die eingeläutete digitale Ära äussern. Ergänzt wird die Sonderausgabe mit:

- Berührenden Geschichten aus der Community, die nach einer Story entweder richtig durchgestartet sind oder eine Welle der Solidarität erfahren haben
- Essay zur Geschichte einer Medienrevolution
- Kultobjekt Boxen: Sie kommen unter anderem ins Landesmuseum sowie ins Museum für Kommunikation in Bern
- Boxenwettbewerb: Vorstellung der besten oder witzigsten Ideen, wie die Boxen weiterverwendet werden können
- Was seit dem Start im Dezember 1999 immer in der Zeitung war, darf auch jetzt nicht fehlen: die News des Tages

Die Zeitungsboxen werden nach der heutigen, letzten Ausgabe zeitnah zurückgebaut und weitergegeben oder rezykliert.

20 Minuten setzt künftig voll auf die digitalen Kanäle, die laufend um weitere Angebote erweitert werden. Seit Oktober 2025 bereits präsentieren sich App und Webversion in frischem Design und mit neuen Funktionalitäten. Der E-Mail-Newsletter «Start Smart» sorgt für einen kurzen Nachrichtenüberblick am Morgen. Die Pendlerinnen und Pendler begleitet 20 Minuten mit der Präsenz auf den grossen digitalen Screens an den Bahnhöfen und in mehreren Verkehrsbetrieben weiterhin auf dem Arbeitsweg. Und selbstverständlich ist 20 Minuten weiterhin auf den Sozialen Medien und WhatsApp präsent.

Bernhard Brechbühl, CEO 20 Minuten Gruppe: «Am Anfang unserer Erfolgsgeschichte stand unsere einzigartige Pendlerzeitung, die 1999 eine echte Medienrevolution in der Schweiz startete. Es gelang uns rasch, auch zur reichweitenstärksten digitalen Medienmarke in allen Landesteilen zu werden. Damit starten wir aus der Pole Position in die neue, digitale Ära. Nach der Erneuerung von Markenauftritt und App im Herbst arbeiten wir an weiteren Innovationen für unsere Nutzerinnen und Nutzer und für den Werbemarkt, die wir im 2026 lancieren werden. So weh der Abschied von unserer Pendlerzeitung nach 26 Jahren tut: Wir freuen uns auf die digitale Zukunft mit unserer Community und unseren Kunden.»

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