



20 Minuten  
Unternehmenskommunikation

# 20 Minuten richtet sich auf das Digitalgeschäft aus und stellt sich neu auf

**20 Minuten macht einen konsequenten Schritt in die digitale Zukunft: Die tägliche Printausgabe wird per Ende 2025 eingestellt. Gleichzeitig investiert das Unternehmen substanzielle Mittel in die Weiterentwicklung von Digitalprodukt, Marke und Wertschöpfung sowie in neue kommerzielle Angebote. Aufgrund der Neuausrichtung werden auch strukturelle Anpassungen vorgenommen, die – vorbehältlich der Ergebnisse des Konsultationsverfahrens – zu einem Abbau von bis zu 80 Vollzeitstellen führen. Im Zentrum der neuen Organisation von 20 Minuten steht eine nationale Redaktion für die Deutsch- und Westschweiz.**

Zürich, 17. Juni 2025 – Nach dem deutlichen Ausbau der Führungsposition im digitalen Nutzermarkt in den vergangenen zwei Jahren und dem Aufbau einer kompletten Eigenvermarktung per 1. Januar 2025 unternimmt 20 Minuten einen nächsten wichtigen Schritt in eine unternehmerisch nachhaltige Zukunft. Aufgrund der sich rasch wandelnden Mediennutzung und sinkender Erträge im Printgeschäft plant das Unternehmen, die täglich erscheinende Printausgabe per Ende 2025 schweizweit einzustellen. 20 Minuten prüft derzeit die weiterführende Nutzung des einzigartigen Boxen-Distributionsnetzes mit einer möglichen Print-Innovation mit neuem Erscheinungsrhythmus, die sich an der modernen Mediennutzung der Pendlerinnen und Pendler orientiert.

Um im Digitalgeschäft die Führungsposition im Nutzermarkt weiter zu stärken und das Potenzial im anspruchsvollen digitalen Werbemarkt auszuschöpfen, werden substanzielle Mittel in die Weiterentwicklung des Produkts, der Marken der 20 Minuten Gruppe sowie in innovative kommerzielle Angebote und Umfeld der investiert. Diese Neuerungen werden ab dem vierten Quartal 2025 laufend kommuniziert und eingeführt. Zudem erfolgen wesentliche Investitionen in Anwendungen der künstlichen Intelligenz und in die Weiterentwicklung der Wertschöpfung.

Im Zuge der Neuausrichtung stellt sich 20 Minuten organisatorisch neu auf: Die aktuell separat geführten Redaktionen in der Deutsch- und Westschweiz werden zu einer nationalen Redaktion mit den Standorten Lausanne, Bern und Zürich zusammengeführt. Die Auflösung der Regionalbüros in Basel, Genf, Luzern und St. Gallen ist per Ende 2025 geplant. Regionale News bleiben weiterhin ein zentraler Bestandteil der Berichterstattung und werden durch ein agiles Korrespondentennetz abgedeckt. Die publizistische Gesamtleitung von 20 Minuten und 20 minutes übernimmt per 1. September 2025 Chefredaktorin Désirée Pomper, die aktuell die Publizistik in der Deutschschweiz verantwortet. Philippe Favre, seit der Gründung 2006 Chefredaktor von 20 minutes, wird Directeur Romandie. In dieser Funktion verantwortet er fortan die Leitung des Standorts Lausanne, Geschäftsaktivitäten in der Westschweiz sowie die operative Zusammenarbeit mit dem Joint Venture L'essentiel in Luxemburg. Zudem wird künftig die Romandie in der nationalen Chefredaktion vertreten sein.

Die geplante Einstellung der täglichen Printausgabe und die Anpassungen der Organisation führen voraussichtlich zu einem Abbau von bis zu 80 Vollzeitstellen in Redaktion und Verlag – vorbehaltlich der Ergebnisse des Konsultationsverfahrens. Die betroffenen Mitarbeitenden werden durch einen Sozialplan unterstützt.

Auch die Tageszeitung 20 minuti im Tessin, die vom Joint Venture 20 minuti Ticino SA herausgegeben wird, soll per Ende 2025 eingestellt werden. Die Aktivitäten im Tessin konzentrieren sich auf das Newsportal Tio/20 minuti. Die Auslandsbeteiligung L'essentiel in Luxemburg führt ihr Print- und Onlineangebot unverändert weiter.

Bernhard Brechbühl, CEO der 20 Minuten Gruppe: «Wir starten aus der Pole Position in die digitale Zukunft und richten dafür unsere Angebote und unsere Organisation komplett neu aus. Gleichzeitig bedauern wir den damit verbundenen Stellenabbau ausserordentlich. Wir werden unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter während dieser Veränderungen eng begleiten.»

Désirée Pomper, Chefredaktorin 20 Minuten, ergänzt: «Die neue nationale Redaktion erlaubt uns eine intensivere Zusammenarbeit zwischen Deutsch- und Westschweiz und ein inhaltliches Digitalprodukt aus einem Guss, das den Bedürfnissen beider Landesteile weiterhin gerecht wird.»

## **Kontakt**

Eliane Loum, Leiterin Kommunikation 20 Minuten,  
+41 44 248 41 34 , [eliane.loum@20minuten.ch](mailto:eliane.loum@20minuten.ch)

## **Über die 20 Minuten Gruppe**

Ende 1999 für eine junge und urbane Zielgruppe lanciert, hat sich die Pendlerzeitung 20 Minuten zur reichweitenstärksten Schweizer Medienmarke mit Präsenz in der Deutschschweiz, der Westschweiz und im Tessin entwickelt. News aus der Schweiz und der Welt, Unterhaltung und Inspiration: 20 Minuten erzählt Geschichten, die für Gesprächsstoff sorgen. Der Journalismus von 20 Minuten ist verlässlich, kompakt, verantwortungsvoll, neutral und kostenlos überall verfügbar. Auf den digitalen Kanälen sowie auf Social Media bietet 20 Minuten eine breite Palette

multimedialer Inhalte.

Die 20 Minuten Gruppe ist Teil der TX Group und umfasst die News-Medien 20 Minuten, 20 minutes, 20 minuti und lematin.ch, das Digitalradio GOAT Radio sowie die Beteiligung L'essentiel in Luxemburg.

[www.20minuten.ch](http://www.20minuten.ch)