

Interimsleitung der Vermarktung von 20 Minuten ist geregelt

Neuaufstellung in der Vermarktungsleitung von 20 Minuten: Chief Revenue Officer Giovanni Cauterucci verlässt auf eigenen Wunsch das Unternehmen. Martin Lütgenau übernimmt als Interimsmanager per sofort operative Führungsaufgaben und stellt gemeinsam mit CEO Bernhard Brechbühl die Weichen für die nächste Etappe der Eigenvermarktung.

Zürich, 7. Januar 2026 – Martin Lütgenau übernimmt per sofort die interimistische operative Führung des Leitungsteams Vermarktung der 20 Minuten Gruppe.

Martin Lütgenau war von 2002 bis 2024 in Geschäftsführerfunktionen für die digitale Vermarktung bei Burda tätig. Von 2015 bis 2024 war er Co-Geschäftsführer von BurdaForward und verantwortete das digitale Publishing von FOCUS Online, CHIP, bunte.de und weiteren Marken. Er ist heute als Berater und Interimsmanager tätig und hat bereits Projekte von 20 Minuten begleitet.

Giovanni Cauterucci hat sich entschieden, das Unternehmen zu verlassen und eine neue Herausforderung ausserhalb des Unternehmens zu suchen. Cauterucci hat zusammen mit Mehmet Inan, der das Unternehmen wie bereits mitgeteilt ebenfalls verlässt, die Eigenvermarktung von 20 Minuten aufgebaut und diese seit Anfang 2025 in einer Co-Leitung geführt. Giovanni Cauterucci war im September 2023 als Chief Revenue Officer zu 20 Minuten gestossen.

Um die Steuerung der Vermarktung übergreifend zu optimieren, soll der gesamte Bereich künftig von einer Person über die jeweiligen Teamleads geleitet werden. Die Gespräche für die definitive Besetzung dieser Position in der Geschäftsleitung laufen.

Bernhard Brechbühl, CEO 20 Minuten Gruppe: «Wir bedanken uns herzlich bei Giovanni Cauterucci für die Aufbauarbeit und den starken Markteintritt unserer Eigenvermarktung. Für die Zukunft wünschen wir ihm viel Erfolg. Gleichzeitig freuen

wir uns, mit Martin Lütgenau einen erfahrenen Kollegen im Team zu begrüßen, der als Interimsmanager für Kontinuität sorgt und uns bei wichtigen Weichenstellungen für die Zukunft unterstützt.»

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