



Tamedia
Unternehmenskommunikation

Medienmitteilung

Digital Hub: Tamedia beschleunigt den Ausbau der digitalen Geschäftsmodelle

Tamedia plant die Einführung eines Digital Hubs, um die Marken und Redaktionen bei der digitalen Transformation zu unterstützen und diese zu beschleunigen. Als digitales Rückgrat des Unternehmens bündelt der Hub Leistungen zu Product Management, Experience, Reach, AI, Data und Technologie. Patrick Rexroth wird als Chief Digital Officer zusammen mit Regula Marti (Chief Product Officer) und Franz Bürgi (Chief Information Officer) den Aufbau gestalten und verantworten.

Zürich, 16. April 2024 - Tamedia plant die Einführung eines Digital Hubs, um die digitale Transformation des Unternehmens voranzutreiben. Der Digital Hub wird die Transformation der Wertschöpfungs- und Geschäftsprozesse des Unternehmens massgeblich beschleunigen. Als leistungsstarkes Kompetenzzentrum wird der Digital Hub gemeinsam mit den Marken, Redaktionen und Funktionen die digitale Transformation umsetzen. Der Hub bündelt Leistungen zu Product Management, Experience, Reach, AI, Data und Technologie. In einem ersten Schritt soll der Digital Hub die Reichweite der digitalen Angebote und das Engagement der Nutzerinnen und Nutzer steigern - unter Beibehaltung des hohen journalistischen Qualitätsanspruchs von Tamedia.

Durch die Etablierung des Digital Hubs als zentrale Stelle im Unternehmen für Product Management, Experience, Reach, AI, Data und Technologie setzt Tamedia ein klares Signal, dass starke Marken mit einzigartigen digitalen Angeboten die Zukunft des Unternehmens sind. Das unterstreicht auch die Verpflichtung von Patrick Rexroth als Chief Digital Officer, der zum 1. Mai 2024 in der neu geschaffenen Rolle startet.

In seiner langjährigen Erfahrung im Digitalbereich hat Patrick Rexroth bei verschiedenen Stationen digitales Wachstum mit Hilfe von Datenanalyse und Technologie verantwortet. Nach Stationen bei Yahoo! Germany und dem Start-Up PAKX baute er zuletzt bei Condé Nast Germany das Audience Development Team auf und leitete ab 2021 als Executive Director das globale Innovation & Partnerships Team. Patrick Rexroth wird als Chief Digital Officer zusammen mit Regula Marti (Chief Product Officer) und Franz Bürgi (Chief Information Officer) den Aufbau gestalten und verantworten.

Patrick Rexroth: «Ich bin sehr gespannt darauf, die digitale Zukunft von Tamedia mitzugestalten. Richtig angewendet bieten die verfügbaren Daten und die Leistungsfähigkeit der Technologie grosses Potenzial, neue Zielgruppen mit den exzellenten publizistischen Produkten von Tamedia zu erreichen.»

Jessica Peppel-Schulz, CEO Tamedia: Der Digital Hub ist ein Meilenstein auf dem Weg der Digitalisierung. Ich freue mich sehr, dass wir mit Patrick Rexroth einen ausgewiesenen Experten für digitales Wachstum von starken Medienmarken gewinnen konnten. Als Chief Digital Officer wird er in allen Bereichen zur Beschleunigung unserer digitalen Transformation beitragen.»

Kontakt

Philip Kuhn, Leiter Kommunikation, +41 76 224 97 09, philip.kuhn@tamedia.ch

Über Tamedia

Tamedia geht auf den 1893 gegründeten Tages-Anzeiger zurück. Heute beschäftigt das nationale Medienhaus 1400 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. Darüber hinaus gehören drei Zeitungsdruckereien zum Portfolio. Tamedia ist ein Unternehmen der TX Group. www.tamedia.ch

Im Newsroom stehen frei verfügbare aktuelle Bilder rund um Tamedia zum Herunterladen zur Verfügung: www.tamedia.ch/de/unternehmen/newsroom/bilddatenbank