
A) Verwaltungsrat

Der Verwaltungsrat traf sich im Jahre 2020 zu drei Sitzungen. Im Vordergrund standen neben der Zukunft der Seniorweb AG auch die der Stiftung Pro Seniorweb. Ziel des Verwaltungsrates war es, den bis jetzt erreichten Status der Plattform seniorweb.ch nachhaltig zu sichern und vor allem weiterzuentwickeln. Dazu erarbeitete er zuhanden des Stiftungsrates Optionen, wie die Gesellschaft weitergeführt werden kann: Ob in der bisherigen Form, neustrukturiert, aber auch, ob und wie sie nachhaltig zum Erfolg geführt werden kann. Nach Kenntnisnahme des Berichtes hat der Stiftungsrat den Verwaltungsrat beauftragt, eine neue, vereinfachte Organisationsstruktur vorzuschlagen, einschliesslich der Optionen, die Gesellschaft neu zu formieren, die Zusammenarbeit mit Partnern zu suchen. Hauptgrund: Die Finanzzahlen der Seniorweb AG zeigten auch im Berichtsjahr, dass sie nur dank projektbezogenen Beiträgen für die Website und massiven Kostenreduktionen wirtschaftlich überleben konnte. Die finanzielle Situation verschärfte sich durch die Corona-Krise, welche die Werbeeinnahmen stark beeinträchtigte. Die Ertragseinbussen in der Werbung konnten durch einen „Corona-Beitrag“ des Lotteriefonds des Kantons Zürich von 30'000 CHF kompensiert werden. Zudem gewährte uns die Vermieterin (Swisslife AG) einen dreimonatigen Mieterlass.

Im Geschäftsjahr ging es auf der einen Seite auch darum, die Angebote in den Bereichen der Publizistik, des Lerncenters und der Präsenz der Partnerschaften auf der Website laufend zu optimieren, die Nutzerzahlen zu erhöhen, die Website in der Öffentlichkeit bekannter zu machen. Auf der anderen Seite stellten sich für den VR die Fragen: Kann der Stiftungszweck der Stiftung verändert, das Verhältnis zwischen der Stiftung und der AG neu geregelt, soll die Stiftung allenfalls gar aufgelöst, die AG verselbständigt werden? Das Fazit war: Für die bestehenden Aufgaben ist die juristische Struktur zu komplex und sollte vereinfacht, nach Möglichkeit verkleinert werden. An seiner Sitzung vom 13.Mai stimmte der Stiftungsrat dem entsprechend

formulierten Antrag des Verwaltungsrates an die eidgenössische Stiftungsaufsicht zu. Dieser sah vor, dass einerseits Beteiligungen an Investoren hätten abgegeben werden können, andererseits sichergestellt wäre, dass die „Pro Seniorweb Stiftung“ kapital- oder stimmenmässig in der Minderheit verbleibt und im Verwaltungsrat vertreten ist. Der Stiftungszweck hätte von den neuen Investoren übernommen werden müssen. Im Weiteren wäre der Passus zu streichen gewesen, wonach der Stiftung die Domain nicht veräussern darf. Die eidgenössische Stiftungsaufsicht lehnte die Anträge ab. Die Begründung: «Eine Stiftung, welche ihren Zweck über eine AG ausübt, kann diesen Zweck nur dann sinnvoll ausüben, wenn sie selbständig über diese Tätigkeit entscheiden kann, was eine Mehrheit im Aktionariat bedingt.» An seiner Sitzung vom 31.08. 2021 nahm der Stiftungsrat vom Entscheid der Stiftungsaufsicht Stellung und folgte den Anträgen des Verwaltungsrates:

- Der Status quo mit Stiftung und AG wird vorerst beibehalten. Die Stiftung selber konzentriert sich weiterhin auf ihre Rolle als Alleinaktionärin der AG und wird operativ nicht tätig.
- Um die Verbindung zwischen Stiftung, der AG und Redaktion enger zu gestalten, wird mit Linus Baur ein Vertreter der Redaktion in den Stiftungsrat gewählt. Bei Rücktritten im Stiftungsrat wird der VR primär Seniorweb-Mitarbeitende dem Stiftungsrat zur Wahl vorschlagen.

Als VR-Präsident habe ich die Aufgabe übernommen, neue Lösungen zu evaluieren, allenfalls ein Beteiligungsmodell zu erarbeiten. Wenn sich realistische Umsetzungsmöglichkeiten ergeben, werde ich diese dem VR zur Diskussion unterbreiten, allenfalls später dem Stiftungsrat beantragen.

Ganz erfreulich entwickelte sich die neue Form der Partnerschaften, die auf die Initiative von Corina Preiswerk eingeführt und umgesetzt werden konnte. Es entstand so im Berichtsjahr eine dritte „Säule“ auf der Einnahmenseite. Im Geschäftsjahr sind auch alle Vorbereitungen getroffen worden, um die Website zu erneuern, die Angebote zu verdichten, für NutzerInnen die Partnerschaften und die Werbewirtschaft attraktiver zu gestalten.

(Anton Schaller CEO ai)

B) Marketing

Im Berichtsjahr 2020 wurden in Zusammenarbeit mit Webmaster Roman Lobmaier verschiedenste Anstrengungen unternommen, um neue, interessierte Nutzer zu akquirieren und insgesamt auch zusätzlichen Nutzenden unsere Angebote näher zu bringen (Inhalte, Newsletter, Werbeangebote, Partnerschaften). Natürlich stand das Jahr im Zeichen der Corona-Pandemie, so dass verschiedene Aktivitäten aufgeschoben werden mussten. Insgesamt sind die Werbeeinnahmen eingebrochen, aber einzelne Geschäfte konnten trotzdem getätigt werden.

Online-Werbung, Soziale Medien, klassische Werbung

Auf Google Ads, Facebook Ads, Twitter Ads und 20min.ch wurde gezielt Geld investiert. Ein Twitter-Konto wurde extra neu aufgebaut, es verfügt bereits über 164 Followers. Google-Werbung erwies sich vor allem beim Suchmaschinen-Marketing als sehr interessant und wurde als wichtigste Werbepattform genutzt.

Zusätzliche Nutzer wurden auch durch Facebook "Kosten-per-Klick"-Angebote generiert, gezielt nach Inhalten und Zugehörigkeit. Werbung auf 20min.ch wurde auch zielgerichtet eingesetzt, ist leider aber auch kostenintensiv. Alle diese Werbemaassnahmen haben dafür gesorgt, dass sich die Benutzerzahlen insgesamt erfreulich entwickelt haben.

Zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades wurden in verschiedenen Lokalzeitungen rund um den Zürichsee zu günstigen Preisen Inserate geschaltet, welche massgeblich zur Steigerung der Anzahl Kursteilnehmer im Lerncenter und der Newsletter-Bezüger beigetragen haben. Mittels eines Pop-up-Fensters wurde während mehreren Wochen auf den Newsletter aufmerksam gemacht.

Vermarktung, Partnerschaften und Kooperationen

Im Corona-Jahr 2020 konnte trotz intensiven Bemühungen unseres Vermarkters von Werbeflächen, Stutz Medien AG, nur ein geringer Ertrag erwirtschaftet werden.

Positiv wirkte sich allerdings die engere Zusammenarbeit mit Seniorweb aus, sodass Kontakte beiderseits besser genutzt werden konnten. Für das kommende Jahr ist eine intensivere Zusammenarbeit mit der Redaktion geplant, ein gemeinsames Content-Engineering, welches einen

zielgerichteten und reibungslosen Ablauf von Jahreskampagnen garantiert.

Es ist weiterhin im Sinne einer nachhaltigen Finanzierung gelungen, weitere Institutionen als Partner zu gewinnen. Tendenziell interessiert in erster Linie eine redaktionelle Zusammenarbeit, welche im Sinne eines Branded Content spannende und für unser Publikum relevante Inhalte vermittelt. Gelegentlich werden auch unsere Partnerplätze gebucht. Schwierig gestaltet sich die Zusammenarbeit mit Versicherungen und Krankenkassen, da diese Firmen nicht primär an Kundschaft 65+ interessiert sind. Vereinbarungen wurden unterzeichnet mit: Age-Stiftung, Schweizer Berghilfe, Citizen Science (Projekte, welche zum Teilnehmen einladen), seniors@work (Arbeitsvermittlung 55+), Stiftung Schweiz (Dachverband der Schweizer Stiftungen), Levato (wie bisher, aber auch mit neuen Online-Kursen). In Bearbeitung sind Kooperationen mit: Impressum (Standesorganisation der Schweizer Journalisten), Curaviva, Stadt Zürich (Abteilung Alter), die Mobiliar, die Post, Hotelcard, Linguista, SGG, Media-Touristik, Ernährungszentrum Zürich. Weitere Kontakte wie SWISS u.a. sind aufgeschoben, bis sich die wirtschaftliche Blockade durch Corona wieder entspannt. Nach wie vor gehören die Aargauische Kantonalbank und die Universitätsklinik Balgrist zu unseren bewährten Partnern. Zu erwähnen ist auch die Kooperation mit dem Printmagazin "seniorin", welches bei jeder Ausgabe zwei Seiten für Seniorweb zur Verfügung stellt und somit einen wertvollen Beitrag zur Bekanntmachung der Vierkanal-Strategie leistet.

(Corina Preiswerk, Verantwortliche Marketing und Partnerschaften)

C) Lerncenter - seniorlearn

Das vergangene Geschäftsjahr war gerade für das Lerncenter äusserst anspruchsvoll. Corona bedingt wurden Kurse mit einer geringeren Teilnehmerzahl als sonst möglich durchgeführt oder mussten aufgrund von Bundesvorschriften gar kurzfristig abgesagt werden. Das schmerzte, da sich die Teilnehmenden-Zahlen gerade in den neuen Kursen z. T. sehr erfreulich entwickelt hatten. Die mit diesen widrigen Umständen verbundene Planungsunsicherheit erschwerte somit das Ausschreiben von Kursen als auch die Akquisition neuer Dozierenden. Insgesamt konnten etwas weniger Kurse als im Vorjahr ausgeschrieben werden (45 statt 59). Davon fanden 24 Kurse auch statt (mit 155 Teilnehmenden).21

mussten Corona bedingt und/oder mangels Teilnehmenden abgesagt werden. Oder weil sich Teilnehmende wegen Corona wieder abmeldeten.

Die erstmals in den Präsenzkursen verwendeten Feedbackformulare zeigten, dass die Teilnehmenden mit dem Angebot grossmehrheitlich sehr zufrieden sind. Erfreulich war die Ausweitung der inhaltlichen Angebote. Das zeigte, dass viele Kursleitende nötig sind, die jeweils auf ihrem Spezialgebiet unterrichten können. Daneben wurden vereinzelt individuelle Schulungen bzw. Unterstützung bei der Programminstallation oder -handhabung angeboten. Die niederschweligen Angebote zur Nutzung von GoTo-Meeting oder Zoom stiessen zwar auf ein geringes Interesse – die darauf aufbauenden Anwendungskurse noch gar nicht. Trotzdem werden wir die Onlinestrategie im kommenden Jahr umsetzen, da sie Corona bedingt und aufgrund der sich entwickelnden technischen Möglichkeiten als zukunftssträftig erscheint. Bei den niederschweligen Angeboten zur Nutzung von GoTo-Meeting oder Zoom hatten zahlreiche Personen mit dem Login Mühe. Es scheiterte vermutlich am Vorwissen der potenziellen Nutzerschaft. So gab es zahlreiche Rückfragen ans Sekretariat unter anderem auch deshalb, weil NutzerInnen nicht mit dem Link zu Rande kamen.

(Jürg Studer, Leiter Lerncenter und Eugen Rieser, Administration)

D) Finanzen

Die Jahresrechnung 2020 wurde per 31.12.2020 abgeschlossen. Die Erfolgsrechnung weist einen Einnahmenüberschuss von CHF aus, welcher auf neue Rechnung vorgetragen wird. Die Revision wurde durch die OBT AG, Zürich durchgeführt.

Der Ertrag aus der Werbung ist nach wie vor rückläufig und ist durch die Pandemie noch zusätzlich beeinträchtigt worden. Im 2020 konnte ein Teil der Mindereinnahmen durch Kooperationen/ Partnerschaften kompensiert werden. Die Einnahmen aus Lerncenter konnten Corona bedingt leider nicht auf dem Level des Vorjahres gehalten werden. Entlastung brachte der Beitrag von 35`000 CHF des Lotteriefonds des Kantons, welcher ausnahmsweise wegen Corona für den Betrieb eingesetzt werden konnte

. Übersicht Ertrag Internet Werbung (aktuelle Zahlen folgen)

2009	CHF	124'478	100 %
2010	CHF	109'760	88 %
2011	CHF	79'403	64 %
2012	CHF	83'690	67 %
2013	CHF	51'073	41 %
2014	CHF	28'528	23 %
2015	CHF	31'132	25 %
2016	CHF	30'178	24 %
2017	CHF	26'109	21 %
2018	CHF	20'986	17 %
2019	CHF	15'968	13 %
2020			

Eckdaten Seniorweb AG per 31.12.2020

Erfolgsrechnung

Betriebsertrag	CHF	72'409
Betriebsaufwand	CHF	68'063
Betriebsergebnis	CHF	4'346

Bilanz

Aktiven	CHF	151'974
Passiven	CHF	151'974
davon Fremdkapital	CHF	
		71'225
davon Eigenkapital	CHF	80'749

(Barbara Kobel Pfister, Finanzchefin)

E) Redaktion

2020 war ein Jahr, das unserer Seniorweb-Redaktion viel abverlangt hat. Es brauchte Sonderanstrengungen, um den speziellen Herausforderungen im Corona-Jahr gerecht zu werden. Die Themenwahl musste der Krise angepasst werden, die monatliche Redaktionssitzungen wurden per Zoom durchgeführt, der Bewegungsspielraum der Redaktion

war infolge Alter und Risikogruppe eingeschränkt, das kulturelle Leben (unser bevorzugtes Arbeitsfeld) weitestgehend abgesagt.

Die Redaktion hat das Corona-Jahr mit Bravour gemeistert. 820 Artikel (Beiträge und Kolumnen) hat sie trotz Erschwernissen veröffentlicht. Das entspricht einer markanten Steigerung gegenüber den Vorjahren (600 – 700 Artikel). Erfreulich entwickelten sich auch die Besucherzahlen im Corona-Jahr, die ebenfalls markant gesteigert werden konnten. Die Redaktion arbeitete 2020 in gleicher Zusammensetzung wie im Vorjahr. Auf Ende Jahr verliess unser langjähriges Redaktionsmitglied Fritz Vollenweider aus gesundheitlichen Gründen die Redaktion. Sein profundes Mitwirken sei an dieser Stelle nochmals herzlich verdankt. Zwei neue Redaktionsmitglieder ergänzen ab 2021 unsere Redaktion: Jürg Bachmann und Beat Steiger. Auch der Mitarbeiterstab konnte mit einigen neuen Zugängen aufgestockt werden, so dass die Berichterstattung künftig noch vielfältiger und umfangreicher gestaltet werden kann.

Der von der Redaktion herausgegebene wöchentliche Newsletter seniornews fand im Corona-Jahr ebenfalls wachsenden Zuspruch. Gegenwärtig verfügt seniornews gegen 11 000 Abonnenten (Vorjahr: 9500 Abonnenten). Die Öffnungsrate lag konstant bei rund 50 Prozent. Wiederum bestätigt hat sich seniornews als wichtiges Instrument zur Steuerung der Besucherzahlen auf seniorweb.ch.

(Linus Baur, Chefredaktor)

F) Nutzerzahlen

Gemäss Traffic-Daten von Net-Matrix konnten die Seniorweb-Nutzerzahlen 2020 trotz Corona-Erschwernisse gegenüber 2019 merklich gesteigert werden. Betrug 2019 der Anteil der monatlichen Besucher zwischen 15 000 und 26 000, lag deren Anteil 2020 zwischen 29 000 und 41 000. Das entspricht einer markanten Steigerung von weit über 50 Prozent.

Zusammenfassend kann im 2020 von einem weiteren erfreulichen Aufwärtstrend der Nutzerzahlen gesprochen werden, der sich 2021, wie erste Zahlen 2021 zeigen, fortsetzt.

Nutzerzahlen ganzes Jahr 2020 (Net-Matrix-Audit)

Visits	Page Impressions
410 972	795 653

Nutzerzahlen im Monatsdurchschnitt 2020

Visits	Page Impressions
34 248	66 304

(Linus Baur, Chefredaktor)

G) Administration

Die Arbeiten im Sekretariat von Seniorweb konnte im Berichtsjahr mit drei Mitarbeitenden (Rita Näf, Christine Weidmann und Liliane Zimmermann) sehr gut bewältigt werden. Leider hat die Coronakrise den Einsatz im Büro mehrmals behindert – durch Unterbrüche und Lockdown. Die Betreuung der Kursteilnehmenden wurde aufwändiger, weil verschiedene Kurse online stattgefunden haben und die Leute auch über Telefon usw. angeleitet und informiert werden mussten.

Durch die Werbung im Herbst meldeten sich viele Interessierte zu Kursen an und/oder wollten sich als AbonnentInnen/Mitglieder registrieren lassen. Dadurch hatten die Präsenzkurse wieder einen leichten Aufschwung erfahren und beschäftigten die Sekretariats-Mitarbeitenden vermehrt aktiv. Die Evaluationen in Bezug auf den Versand der Jahresrechnungen machten einen besonderen Einsatz des Sekretariats notwendig. Auch eine erste Einführung in die neue Software Webling wurde vollzogen.

(Eugen Rieser, Leiter Administration)

H) Ausblick

Im Geschäftsjahr 2021 werden wir die Website überarbeiten. Ziel ist es, sie kompakter, für die NutzerInnen, die Partner und die Werbewirtschaft attraktiver auszugestalten, sie so zu konzipieren, dass sie schneller gefunden werden kann und damit eine neue, breitere Nutzerschaft erreichen kann. Das Lerncenter werden wir auf die Zeit nach Corona ausrichten, die Kurse mit Online-Angeboten anreichern. Ein zentrales Ziel 2021 ist es weiter, die angestrebte nachhaltige Finanzierung sicherzustellen. Neben den Einnahmen aus der Mitgliedschaft, der Werbung werden wir die Anstrengungen zum Ausbau der dritten Quelle, Mittel aus Partnerschaften, verstärken; wir wollen neue Partner an uns binden. Die Vermarktung der Website wollen wir weiter professionalisieren, den Medienverbund „seniorweb-seniorlearn-seniornews-seniorin“ mit Marketing-Massnahmen einer breiten Öffentlichkeit bekannter machen. Die sogenannten Mitglieder bei seniorweb werden wir zu Abonnenten umbenennen, um die Voraussetzungen für künftige Bundesbeiträge zu schaffen. Auch weiterhin verfolgen wir das Ziel einer vereinfachten Organisation, um agiler auf die stetigen Veränderungen in der Medienlandschaft Schweiz reagieren zu können

Die Geschäftsleitung und das Führungsteam haben im Berichtjahr, im schwierigen Coronajahr, die Voraussetzungen dafür geschaffen, dass die gesteckten Ziele 2021 erreicht werden können. Diese Leistungen sind an dieser Stelle hervorzuheben und zu verdanken.

(Anton Schaller, Präsident VR)