

Geschäftsbericht 2021

15.04.2022

Verwaltungsrat

Der Verwaltungsrat setzte sich im Berichtsjahr 2021 intensiv mit der strategischen und der organisatorischen Ausrichtung der Seniorweb AG auseinander. Im Zentrum standen sowohl die Zukunft der Seniorweb AG als auch die der Stiftung Pro Seniorweb. Im Sinne einer vereinfachten Struktur stellte sich die Frage, ob allenfalls das operative Geschäft auf die Stiftung konzentriert werden könnte. Da eine Schliessung der AG eine Änderung in den Statuten der Stiftung bedeutet, muss eine solche von der Stiftungsaufsicht genehmigt werden. Der Verwaltungsrat verschob die Entscheidung auf das Jahr 2022, weil sich im Berichtsjahr auch personelle Veränderungen im Stiftungsrat abzeichneten.

Die Verlagerung der operativen Tätigkeiten von der AG auf die Stiftung bedingt auch neue Zuständigkeiten unter den Mitgliedern. Oberstes Ziel des Verwaltungsrates war es auch 2021, den bis jetzt erreichten Status der Plattform seniorweb.ch nachhaltig zu sichern und vor allem weiterzuentwickeln, die Zusammenarbeit mit neuen Partnern zu suchen und zu etablieren. Hauptgrund: Die Finanzzahlen der Seniorweb AG zeigten auch im Berichtsjahr, dass die AG nur dank verbrieften Partnerschaften, projektbezogenen Beiträgen für die Website, massiven Kostenreduktionen und der Freiwilligen-Arbeit der Mitarbeitenden wirtschaftlich agieren kann. Die finanzielle Situation verschärfte sich durch die Corona-Krise, welche die Werbeeinnahmen beeinträchtigte. Die Ertragseinbussen in der Werbung konnten durch einen Betrag der Walder-Stiftung von 20'000 CHF - projektbezogen auf die erneuerte Website - aufgefangen werden.

Die neue Website funktionierte im Berichtsjahr noch nicht optimal. Deshalb zog die Geschäftsleitung der Seniorweb AG die Firma Zeix AG hinzu. Sie hat den Auftrag, den Webauftritt zu analysieren, die Benutzerfreundlichkeit zu überprüfen, Vorschläge zur Steigerung der Attraktivität zu unterbreiten. So bald die Arbeiten 2022 abgeschlossen sind, wird die neu gestaltete Website aufgeschaltet.

Die Hauptziele 2021 waren, 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.

Ganz erfreulich entwickelte sich auch im zweiten Jahr nach der Einführung die neue Form der Partnerschaften. Die auf Initiative von Corina Preiswerk entstandene dritte „Säule“ der Einnahmenseite etablierte sich. Die Nutzerzahlen entwickeln sich erfreulich. Sie zeigen, dass viele Nutzerinnen und Nutzer über Google auf die Website gelangen. Interessanterweise stammen etwa 40% der Leserinnen und Leser aus dem süddeutschen Raum. Der wöchentliche Newsletter erreicht mittlerweile 13'000 Abonnenten mit einer Öffnungsrate von 50%. Die Geschäftsleitung setzte alles dran, die Empfänger des Newsletters laufend zu Abonnenten umzuwandeln, was auch im Hinblick auf eine mögliche Subventionierung über das neue Online-Gesetz wichtig war. Leider wurde das Gesetz vom Schweizer Stimmvolk am 22. Februar 2022 abgelehnt.

Der VR entschied Ende 2021, das Lerncenter, das stark unter den Auswirkungen von Covid gelitten hat, im neuen Geschäftsjahr 2022 neu auf- und auszubauen. Mit dem Ausbau betreute er Christine Weidman. Zu diesem Zweck wählte sie der Verwaltungsrat in die GL der Seniorweb AG.

Zu einer Trennung kam es in Bezug auf die Herausgabe des Printmagazins „seniorin“. Der bisherige Mitherausgeber, der Zürcher Senioren- und Rentnerverband ZRV, wollte das Magazin in ein Verbandsorgan umwandeln und sich künftig nicht stärker finanziell an der Herausgabe des Magazins bei eSenioren GmbH, der Haupt-Herausgeberin des Magazins, zu beteiligen. Weil das die bis jetzt praktizierte „Vier-Kanal-Strategie“ der Seniorweb AG in Frage gestellt hätte, vollzogen wir die Trennung auf den 31.12. 2021 und gingen daran, ein neues Magazin unter der neuen Herausgeberin, der „Stiftung Pro Seniorweb“, zu planen, mit dem Ziel, es im Frühjahr 2022 zu lancieren.

(Anton Schaller, CEO ai)

B) Marketing

Im Berichtsjahr musste wiederum den speziellen Umständen der Corona-Pandemie Rechnung getragen werden. Erst recht wurde das Möglichste unternommen, um die Inhalte von seniorweb.ch den Nutzerinnen und Nutzern

in breiter Form näher zu bringen und in Sinne der multimedialen «Vierkanal-Strategie» zu handeln. Lediglich im Lerncenter wurde davon abgesehen, Werbung zu schalten, da es während mehreren Monaten umständehalber geschlossen blieb.

Im ersten Halbjahr schien die Vermarktung recht gut anzulaufen, Jahreskampagnen wurden in Zusammenarbeit mit Stutz Medien AG geplant und gebucht. Der Prozess wurde dann aber durch die Kündigung der Stutz Medien AG des Vermarktungsvertrages auf Ende 2021 stark beeinträchtigt.

Bei der Vermarktung sind die Partnerplätze an sich beliebt, tendenziell werden sie aber zu wenig oft von den NutzerInnen und Nutzer besucht. Das Resultat ist deshalb mässig. Die Erwartungshaltung der Partner geht aber dahin, dass ihre Website über uns möglichst oft besucht und angeklickt wird. Insgesamt betragen die Einnahmen bei den Partnerschaften im Berichtsjahr rund 50'000 CHF, die beim Verkauf von Werbeflächen lediglich bei rund 15'000 CHF.

In der zweiten Jahreshälfte konnten übergreifende Kampagnen noch nicht optimal angeboten werden, weil die Zukunft des Print-Magazins nicht klar und auch noch nicht genau definiert war.

Online-Werbung, Social Media und klassische Werbung

Die Benutzerzahlen 2021 haben sich um 23.85% von 345'442 (2020) auf 427'847 erhöht. Wir haben 941'994 Seitenansichten gehabt.

- 212 Twitter
- 427 Facebook
- Newsletter Abonnenten von 10800 auf 13'300, ein Plus von 1500 Abonnenten (Stand heute 13052 Abonnenten)

Die Benutzer kommen aus den folgenden Quellen:

- Google Suche: 65%
- Direkt: 17%
- Newsletter: 12%
- Links: 3%
- Soziale Medien: 2%
- Rest: 1%

In den Wochen 33 - 36 wurde erstmals ein Radio-Sponsoring auf Radio DRS 1 gebucht. Obwohl der Erfolg nicht genau messbar war, konnte in diesen Wochen eine Zunahme der Nutzerschaft verzeichnet werden.

Auf Google wurde für CHF 1'730.- Werbung geschaltet und damit 9119 Besucher auf die Seite gelockt. Kleinere Kampagnen sind auf Twitter und Facebook geführt worden. Die Benutzerzahlen haben sich um 23.85% von 345'442 auf 427'847 erhöht.

(Corina Preiswerk, Verantwortliche Marketing und Partnerschaften)

C) Lerncenter - seniorlearn

Auch das vergangene Geschäftsjahr war für das Lerncenter aufgrund der Covid Pandemie eine grosse Herausforderung. Gleich zu Beginn des Jahres mussten 4 Kurse abgesagt werden, da laut BAG keine Präsenzkurse mehr stattfinden durften. Ab Februar wurden dann online Kurse via Zoom angeboten. Von diesem Angebot wurde rege Gebrauch gemacht. Es fanden 14 online Kurse statt. Ab Juni konnten wieder Präsenzkurse angeboten werden. Insgesamt fanden 15 Kurse statt. Die Teilnehmerzahl war meistens sehr klein, einige Angebote wurden mangels TeilnehmerInnen und Teilnehmer abgesagt. In Anspruch genommen wurde dafür vermehrt das individuelle Beratungsangebot.

- Das Kursleitungsteam konnte mit zwei Frauen ergänzt werden: Mit Tanja Röder und Nadine Pacozzi, zwei erfahrenen IT-Fachfrauen; sie bereichern mit spezifischen Kursen unser Lernangebot.
- Das Angebot der Levato-Kurse (online) wurde 2021 vermehrt gebucht: 128 Teilnehmende machten davon Gebrauch.
- Weitere Kurse, die gut liefen, sind: QR-Codes verstehen und nutzen, Einführung in Zoom (online), Fotos verwalten, Passwortverwaltung und Frühlingsputz für den Mac.
- Das im letzten Jahr eingeführte Kurs-Feedbackformular zeigt erfreulicherweise überwiegend sehr positive Rückmeldungen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer auf. Auf die Kurse aufmerksam wurden sie durch die Webseite Seniorweb und den Newsletter.

In zwei Teamsitzungen im Sekretariat zusammen mit unseren vier Kursleitenden – Urs Ingold, Nadine Pacozzi, Tanja Röder und Jürg Studer – wurden neue Kurse geplant, das Kursprogramm diskutiert und koordiniert

(Christine Weidmann, Leiterin Lerncenter und Administration)

D) Finanzen

Die Jahresrechnung 2021 wurde per 31.12.2021 abgeschlossen. Die Erfolgsrechnung weist einen Einnahmenüberschuss von CHF 13'307.20 aus, welcher auf neue Rechnung vorgetragen wird. Die Revision wurde durch die OBT AG, Zürich durchgeführt.

Der Ertrag aus der Werbung ist im Jahr 2021 wieder zurückgegangen. Das zeigt deutlich, dass der Fokus für Einnahmen auf Kooperationen, redaktionellen Beiträgen etc. gerichtet muss. Die Einnahmen aus dem Lerncenter konnten, Corona bedingt, nicht auf das gewünschte Level gebracht werden. Im Ertrag enthalten ist auch der Beitrag vom Kanton Zürich für die «Dienstleistung in der Corona Prävention» (Eingang Ende 2020, erfolgswirksam 2021). Ausserdem hat die Walder Stiftung einen Beitrag von CHF 20'000 für das Projekt Relaunch Website gezahlt.

Übersicht Ertrag Internet Werbung

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	17'260	14 %
2020	CHF	20'066	16 %
2021	CHF	13'887	11 %

(Barbara Kobel Pfister, Leiterin Finanzen)

E) Redaktion

Auch im Geschäftsjahr 2021 bestimmte Corona weitestgehend die Redaktionsarbeit. Immer wieder Kontaktbeschränkungen und Einschränkungen aller Art schmälerten die Themenwahl und die Einsatzmöglichkeiten der Redaktion. Trotz der Erschwernisse ist es der Redaktion wiederum gelungen, ein vielfältiges und umfangreiches Leseangebot zu realisieren. Wie im Corona-Jahr 2020 hat die Redaktion im Geschäftsjahr 2021 über 800 Artikel (Beiträge und Kolumnen), also täglich zwei bis drei neue Artikel veröffentlicht. Ebenfalls konnte das Themenspektrum der Berichterstattung signifikant erweitert werden.

Die Redaktion arbeitete 2021 in gleicher Zusammensetzung wie im Vorjahr. Als neues Redaktionsmitglied konnte Sibylle Ehrismann, eine profunde Musikpublizistin, die für verschiedene Medien schreibt, gewonnen werden. Auch der Kreis der Autorinnen und Autoren erfuhr einige neue Zugänge, unter anderem durch die ehemalige Zürcher Stadträtin Monika Weber und Roman Weissen als neue regelmässige Kolumnisten.

Der von der Redaktion herausgegebene wöchentliche Newsletter seniornews erfreut sich wachsender Beliebtheit. So konnte die Abonnentenzahl im Geschäftsjahr 2021 erneut um 1500 auf 13000 gesteigert werden. Die Öffnungsrate lag konstant bei rund 50 Prozent, was in Fachkreisen als sehr hoch eingestuft wird. Wie in den Jahren zuvor erwies sich der Newsletter als wichtiges Instrument zur Steuerung der Besucherzahlen unserer Plattform seniorweb.ch.

(Linus Baur, Leiter Redaktion Seniorweb und Newsletter seniornews)

F) Administration

Die Arbeiten im Sekretariat von Seniorweb konnte im Berichtsjahr mit den zwei Mitarbeitenden (Rita Näf und Liliane Zimmermann) 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.

Die Software Webling ist nun installiert und wird für verschiedene administrative Bereiche erfolgreich eingesetzt. Unter anderem für das Rechnungswesen und die Mitgliederbewirtschaftung. Insgesamt sind 676 Mitglieder im Jahr 2021 bei Seniorweb registriert.

Regelmässig fanden jeweils am Dienstag Teamsitzungen mit dem Sekretariat statt. (Anton Schaller, Christine Weidmann, Rita Näf, Liliane Zimmermann)

(Christine Weidmann, Leiterin Lerncenter und Administration)

G) Ausblick

Im Geschäftsjahr 2022 werden wir das neue Print-Magazin „seniorweb.press“ herausgeben, die erneuerte Website aufschalten, das Lerncenter vermehrt aktivieren und einen Grundsatz-Entscheid über die Organisationsstruktur fällen. Die Website wird kompakter, für die Nutzerinnen und Nutzer, die Partner und die Werbewirtschaft attraktiver ausgestaltet. Sie wird so konzipiert, dass sie schneller gefunden werden 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 2022 wird es weiter sein, 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-seniorweb.press“ mit Marketing-Massnahmen einer breiten Öffentlichkeit bekannter machen. Die sogenannten Mitglieder der Seniorweb AG werden definitiv künftig Abonnenten, um bei einem neuen Mediengesetz vorbetreitet zu sein. 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, zweiten Coronajahr, die Voraussetzungen dafür geschaffen, dass die gesteckten Ziele 2022 erreicht werden können. Diese Leistungen sind an dieser Stelle hervorzuheben und zu verdanken.

(Anton Schaller, Präsident VR)