



Regional denken, schweizweit wachsen

Galledia entwickelt sich geschickt durch strategische Akquisitionen



Galledia

eSpecial paid
April 2025

Paid Content - Eine Dienstleistung von FH SCHWEIZ

«Unsere DNA ist und bleibt regional»

Wie ist man heute in der Medien- und Printbranche erfolgreich? Daniel Ettliger müsste die Antwort dazu kennen. Er ist CEO der Galledia Group und steht operativ hinter dem bemerkenswerten Wachstum des Unternehmens in den letzten Jahren.



Er kennt das Mediengeschäft von der Pike auf. Ursprünglich Offset-Drucker, hielt es Daniel Ettliger nicht allzu lange in dem Beruf. Er absolvierte die Handelsschule, lebte eine Zeit im Ausland, kam zurück und wurde Journalist beim St. Galler Tagblatt, mit zwischenzeitlichem Abstecher in den Inserateverkauf bei der damaligen Publicitas. Später ging es weiter zur Allgemeinen Plakatgesellschaft (APG). Neben der beruflichen Laufbahn holte er die Matura nach, besuchte die Höhere Fachschule, absolvierte unter anderem einen EMBA an der HSG.

2005 kam Ettliger wieder zurück in die Ostschweiz zur Buchs Medien AG. 2008 folgte erneut der Auszug, als er Geschäftsführer der Multicolor Print AG in Baar (heute Teil von Galledia) wurde. Er kam in die Geschäftsleitung der Luzerner Zeitung und wurde in der Folge des Zusammenschlusses mehrerer Regionaltitel unter dem Dach der NZZ-Gruppe 2016 Geschäftsführer der NZZ Mediaservices AG.

2018 schliesslich folgte abermals der Wechsel zurück in die Ostschweiz, in seine heutige Position als CEO der Galledia Group. Unter Ettliger machte das Unternehmen gleich mehrere Sprünge und verdoppelte bis 2024 nahezu den Umsatz auf 80 Millionen Franken. Wie so etwas geht, erklärt Daniel Ettliger hier im Interview.

Galledia bezeichnet sich als grösstes unabhängiges Medienhaus der Ostschweiz. Wie können wir «unabhängig» verstehen?

Daniel Ettliger: Unabhängig definieren wir auf zwei Arten: Zum einen ist da die Finanzierungsstruktur mit 800 Aktionären, 250–300 erscheinen jeweils an der GV. Unser grösster Einzelaktionär hält 20 Prozent. Und etwa 40 Prozent unseres Kapitals sind über den Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung abgedeckt – fast alle sind hier persönlich investiert. Diese Struktur gibt uns viel Freiheit. Zum anderen gehören wir keinem grossen Medienverbund an. Wir beziehen zwar den Mantelteil unserer Regionalzeitungen bei CH-Media, das ist allerdings eine rein partnerschaftliche Geschäftsbeziehung. Unser publizistisches Kerngeschäft ist das Regionale.

Euer Schwerpunkt ist die Ostschweiz. Allerdings ist der Wirkungsbereich von Galledia schon viel grösser. Was die Fachmedien betrifft, decken wir tatsächlich die gesamte Deutschschweiz ab und haben einzelne franzö-

sichsprachige Titel.

Auch beim Druckgeschäft haben wir nebst Flawil auch den Standort in Baar. Doch

unsere DNA ist und bleibt

regional. Unsere Zeitungen, der «Rheintaler»

und der «Werdenberger & Obertoggenburger» beschränken sich auf das obere Rheintal, wobei wir mit der Grossauflage beachtliche 90 000 Leserinnen und Leser erreichen. Mit unserem neuen Portal «Business Class Ost» decken wir wiederum die gesamte Ostschweiz ab.

Wie schafft man, ausgehend von einem Regionalzeitungsverlag, ein solches Wachstum?

2018 haben wir uns die strategische Frage gestellt, wo wir hin möchten. Als Folge legten wir den Fokus konsequent auf unsere drei Sparten Print, Online und Events und haben deren Ausrichtung geschärft. Dieser Strategie sind wir konsequent gefolgt und hatten auch das Glück, dass wir passende Akquisitionen tätigen konnten. Mit dem «Werdenberger und Obertoggenburger» konnten wir im Print erweitern. Dazu kam die Professionalisierung des Verkaufs im Fachmedienbereich durch die Zürichsee Werbe AG. Der Eventbereich wiederum dient unter anderem als regionale Verstärkung mit unseren Wirtschaftsforen, ohne die anderen Geschäftsbereiche zu konkurrenzieren.

Ihre Vernetzung spielte bei den Zukäufen sicher eine Rolle, sie kennen das Medienbusiness ja bestens.

Ja das ist ein Vorteil, ich bin relativ gut vernetzt in der Landschaft und kenne die Player der verschiedenen Medienhäuser aus früheren Tätigkeiten. Zudem wird diese Branche ja nicht grösser sondern eher kleiner. Man hat immer wieder mit denselben Leuten zu tun.

Der Eventbereich sticht aus dem Portfolio hervor. Was ist die Strategie dahinter?

Unsere Events sind ein gutes Beispiel dafür, wie ein KMU in verschiedenen Sparten unkompliziert Leistungen thematisch verbinden und anbieten kann. Das WiFo im Rheintal nutzen wir als interessantes Wechsel-

spiel mit unseren Medien. Wir können thematische Schwerpunkte entsprechend unseren Fachtiteln setzen, die regionale Vor- und Nachbereitung findet ebenfalls bei uns statt. Zudem bespielen wir damit nicht dieselben Märkte wie mit unseren Medien. Beim Thurgauer Wirtschaftsforum bildet «Business Class Ost» (siehe Beitrag unten) die mediale Verlängerung.

Bemerkenswert ist auch Ihr starkes Bekenntnis zum Print. Was macht Galledia hier richtig?

Mit unseren Kompetenzen im Verlags- und Druckgeschäft können wir kleineren Unternehmen alles anbieten was sie benötigen. Ein Verband ohne verlegerische Kompetenz zum Beispiel kann sich für Publikationen an uns wenden, natürlich auch digital und online. Wir sind ein umfassender Partner für alle, die Inhalte heraus-

geben möchten, und übernehmen den gesamten Publizistischen Teil in Auftrag. Nur Kreativkonzepte machen wir nicht, wir sind keine Werbeagentur.

Wie sehen Sie die mittelfristige Zukunft im Print?

Der Druckmarkt ist nach wie vor in der Konsolidierung. Doch irgendwann ist diese vorüber, und wir glauben daran, dass die Margen und Konditionen dann wieder besser sind. Derzeit aber herrscht ein Verdrängungskampf, und die Frage lautet: Wer hält durch? Wir wollen konsolidieren, nicht konsolidiert werden. Ich nenne es eine «Last Man Standing»-Haltung, die wir im Moment leben. Wir sind gut aufgestellt und bereit, werden aber künftig auch hier nicht um weitere Optimierungen herumkommen, wenn wir erfolgreich bleiben wollen.

gus

Neue Plattform für die Ostschweizer Wirtschaft

«Business Class Ost» – die zentrale Anlaufstelle für aktuelle Wirtschaftsnews, Personalwechsel und wichtige Veranstaltungen in der Ostschweiz. Mit täglichem Newsletter für KMU, Führungskräfte und Wirtschaftsinteressierte.

Galledia verfügt bereits über ein breites Portfolio an wirtschaftsnahen Publikationen und bekannten Wirtschafts-Events. Dazu gehören Titel wie «M&K», «Organisator» und «Immobilien Business» sowie Veranstaltungen wie das Rheintaler und das Thurgauer Wirtschaftsforum, der Ostschweizer Personaltag und der Greenovation Summit. Mit der neuen Wirtschaftsplattform «Business Class Ost» werden diese Inhalte und Veranstaltungen gebündelt. Die Plattform nutzt Scope, eine SaaS-Lösung für digitale Kommunikation.

Investition in den Journalismus

KMU und Gewerbebetriebe beklagen sich regelmässig, dass sie von den Medien kaum noch beachtet werden. «Diese Lücke wollen wir schliessen», sagt Martin Oswald, Leiter der Galledia Regionalmedien und verantwortlich für «Business Class Ost». Das neue Angebot sei ein Experiment, betont er: «Die Medienbranche steckt in der Krise, also müssen wir innovativ sein und Neues ausprobieren. Ein Angebot im Bereich Wirtschaft erscheint uns dabei sehr vielversprechend.»

Mit rund 86 000 Unternehmen und 1,15 Millionen Einwohnern zählt die Ostschweiz zu den dynamischsten Wirtschaftsregionen. «Business Class Ost» richtet sich an Führungskräfte dieser Region, die sich für Personal- und Unternehmensnachrichten interessieren.

Zahlende Mitglieder können sich ein Paket aus Tickets für Events, Abos für Magazine und Einladungen



Exklusiver Zugang zu Wirtschaftsforen in der Ostschweiz.

zu exklusiven CEO-Talks sichern. Dazu plant «Business Class Ost» auch eine praxisnahe Weiterbildungsreihe zu lancieren.

Ein Netzwerk für die Regionale Wirtschaft

Mit «Business Class Ost» zeigt die Galledia Group, wie traditionelle Wirtschaftsformate erfolgreich mit digitalen Lösungen verknüpft werden können. Ziel des Projektes ist es, ein starkes Netzwerk für KMU in der Region zu schaffen und die Sichtbarkeit der Unternehmen zu erhöhen.

www.businessclassost.ch



Nachhaltigkeit und Innovation in der Drucktechnologie

Moderne Prozesse, schonender Umgang mit den Ressourcen, erneuerbare Energie – in Sachen Nachhaltigkeit setzt Galledia beim Druck Massstäbe.

Die Galledia Group AG hat sich in den letzten Jahren konsequent dem Thema Nachhaltigkeit verschrieben und verfolgt eine klare Strategie, die ökologische als auch soziale Aspekte berücksichtigt. Der hohen Anspruch hinsichtlich Umweltverantwortung und Ressourcenschonung spiegelt sich in verschiedenen Zertifizierungen, die das Engagement des Unternehmens für nachhaltige Produktionsprozesse unterstreichen. Dazu gehören unter anderem die ISO-14001:2015 und FSC®-CoC-Zertifikate, die den verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen und die Einhaltung strenger Umweltstandards belegen.

Mit moderner Technologie für mehr Effizienz

Ein strategisch zentraler Schritt in Richtung Effizienz und Nachhaltigkeit war zuletzt die Bündelung der Produktionskapazitäten in zwei hochmodernen Technologiezentren in Flawil SG und Baar ZG. Das «Druckzentrum Schweiz», das seit Herbst 2024 gemeinsam von der Mattenbach-Gruppe und der Galledia Print AG betrieben wird, setzt auf modernste Offsetdrucktechnologie für kürzere Produktionszeiten und hohe Qualität.

Bei der Wahl und Beschaffung der Ressourcen wird auf einen kleinstmöglichen ökologischen Fussabdruck geachtet. Die Galledia-Gruppe verwendet überwiegend FSC®-zertifizierte Papiere und bezieht Energie aus erneuerbaren Quellen. Durch die hauseigene Photovoltaikanlage am Standort Flawil mit einer Leistung von 400 000 Kilowattstunden wird ein grosser Teil des örtlichen Energiebedarfs abgedeckt. Am Hauptsitz in Bern-egg kann sogar der gesamte Strombedarf mittels Photovoltaik «im Haus» erzeugt werden. Darüber hinaus wird darauf geachtet, Strom aus transparenten Quellen, namentlich Schweizer Wasserkraft, zu beziehen.

Die Galledia Group setzt ausserdem auf innovative Technologien wie prozesslose Druckplatten, die den

Galledia Group AG

Als grösstes unabhängiges Medienunternehmen der Ostschweiz ist die Galledia-Gruppe an zehn Standorten in der Schweiz vertreten. Neben zahlreichen Fach- und Verbandspublikationen zählen drei lokale Tageszeitungen, mehrere Onlinepublikationen, grafische Produktionsbetriebe und eine Digital- und Softwareagentur sowie zwei Event- und Veranstaltungsagenturen zum Medienunternehmen. Derzeit beschäftigt die Galledia-Gruppe über 400 Mitarbeitende.

Energieverbrauch sowie den Einsatz von Chemikalien und Wasser reduzieren und somit direkt zur Verringerung der CO₂-Emissionen beitragen. Auch der Einsatz von VOC-haltigen Produkten wird auf ein Minimum reduziert, was zur Verringerung der Umweltbelastung beiträgt.

Recycling wo immer möglich

Darüber hinaus leistet das Unternehmen einen aktiven Beitrag zur Kreislaufwirtschaft. Hierzu gehört das Recycling von Aluminiumdruckplatten ebenso wie die Wiederverwertung von Papier und anderen Materialien. Im Transportbereich werden durch vorausschauende Planung und Koordination Leerfahrten vermieden und CO₂-Emissionen reduziert.

Mit dieser ganzheitlichen Ausrichtung auf Nachhaltigkeit setzt die Galledia Group klare Akzente in der Branche und leistet einen wichtigen Beitrag zur Erreichung der globalen Klimaziele und zur Förderung einer verantwortungsvollen Unternehmensführung.