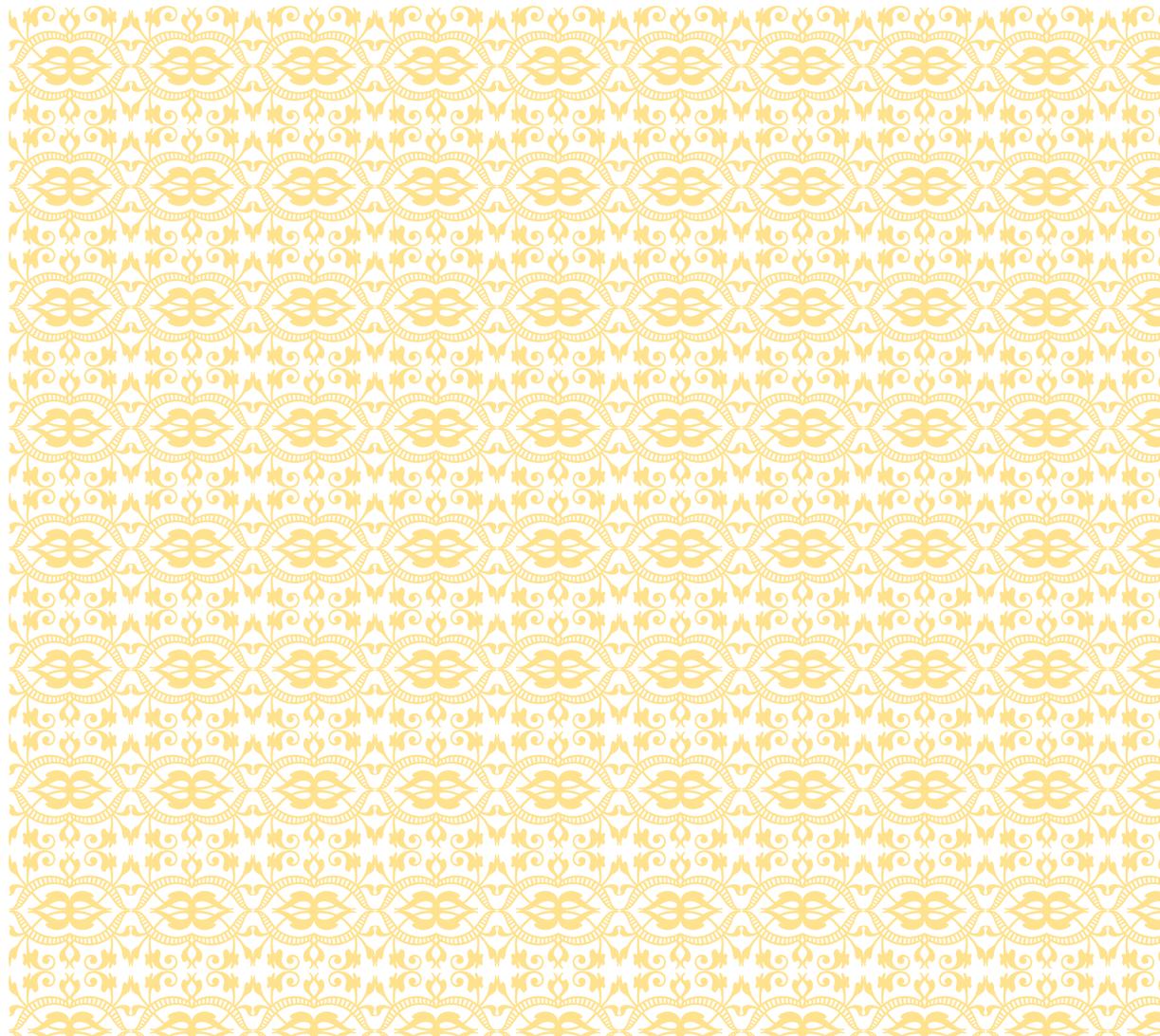




Ringier AG  
Kommunikation  
Dufourstrasse 23  
CH-8008 Zürich  
Telefon +41 1 259 62 92  
Telefax +41 1 259 86 35  
info@ringier.ch  
www.ringier.ch

**OOO Ringier**

Inhalt	
Der Verleger	4
Der Künstler	8
Ringier in Zahlen	11
Ringier Schweiz	16
Ringier Europa	24
Ringier Asien	30
Ringier Print	32
Human Resources	34
Organisation	36
Beteiligungen	38
Schlusswort	42
Produkte und Auflagen, Standorte	44



1.063 Milliarden Franken Umsatz, 121 Millionen Franken Cash flow und 34.8 Millionen Franken Gewinn. Was gibt es dazu noch zu sagen ausser der üblichen Floskel vom akzeptablen Ergebnis in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld? Als Erstes muss ich heutzutage wohl betonen, dass die Zahlen wirklich korrekt sind. Das ist keine Proforma-Rechnung, die Zahlen sind nicht adjustiert, der Gewinn weder geglättet noch normalisiert, es sind keine Ausgaben kapitalisiert und keine Verpflichtungen in Gesellschaften bilanziert, die nicht konsolidierungspflichtig sind. Und es gibt auch keine Pensionszusagen in abenteuerlicher Höhe für die Führungskräfte.

Wenn die Managementverantwortlichen vieler Firmen so viel Kreativität in die unternehmerische Zukunft ihres Unternehmens investiert hätten wie in die Erfindung neuer Selbstbereicherungsmöglichkeiten, stünden viele Firmen heute wesentlich besser da. Nun ja, Geld verdirbt nicht den Charakter, es bringt ihn zum Vorschein!

Wieso spricht man bei solchen Machenschaften eigentlich immer nur über börsenkotierte Unternehmen und nie über Familiengesellschaften. Es ist wegen des Systems des letzten Trottel. Das ist nämlich in der Regel der Aktionär. Er bezahlt am Schluss die Rechnung für alle unternehmerischen Fehlentscheidungen, und er berappt das Manna für das Management, vor allem wenn es nicht durch Leistung, sondern durch heisse Luft in der Bilanz zustande kommt.

In meiner Familiengesellschaft gibt es drei potentielle letzte Trottel. Meine beiden Schwestern und ich. Wir können keine anonymen Aktieninvestoren hinters Licht führen. Wir sitzen immer selbst im Dunkeln. Wir behaupten nicht, bessere Menschen zu sein. Aber bei uns funktioniert das Prinzip der Familiengesellschaft und damit der Verantwortlichkeit. Denn wer betrügt sich schon gern selber. Das wär dann wirklich der allerletzte Trottel.

Also versuchen wir es mit ganz altmodischen Dingen. Erstens: mit Ehrlichkeit. Die Zahlen zeigen das, was sie sind. Zweitens: mit Bescheidenheit. Die Dividende bleibt im unteren Bereich der Möglichkeiten und ist einstellig. Auch in Rekordjahren wie dem vorletzten. Drittens: mit Gerechtigkeit. Wir zahlen gewisse Boni an die Mitarbeiter auch dieses Jahr, selbst wenn wir die Ziele dafür nicht erreicht haben. Weil sich die Menschen bei Ringier 2001 trotzdem schwer ins Zeug gelegt haben und die Firma trotz dem wirtschaftlichen Umfeld sehr gesund dasteht. Und viertens mit Langfristigkeit: Wir investieren jedes Jahr in unternehmerische Aktivitäten, die möglicherweise viel Zeit brauchen. Das haben wir zum Beispiel in Mittel- und Osteuropa bewiesen, wo wir nach über zehnjähriger Aufbauarbeit in vier Ländern in Top-Positionen sind und damit in dieser Region zu den führenden europäischen Verlagen gehören.

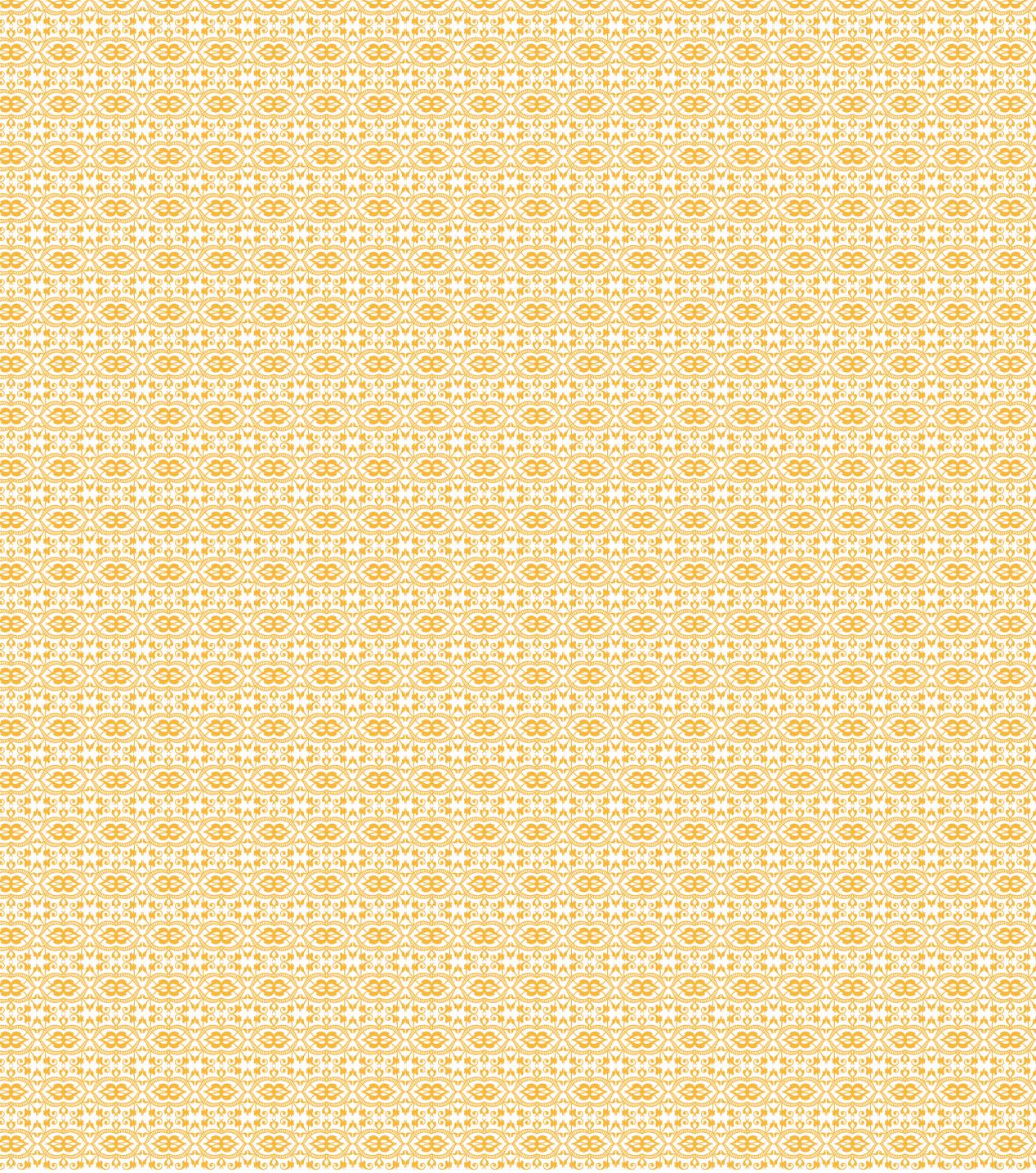
Das Ergebnis des letzten Jahres zeigt ein Bild, das wir schon aus der Vergangenheit kennen. In guten Zeiten geht es Ringier nicht so gut wie den einheimischen Konkurrenten mit starkem Regionalzeitungsgeschäft – in schlechten Zeiten geht es uns dafür weniger schlecht. Der Grund dafür ist einfach. Wir leben mehr als jeder andere Verlag in diesem Land von den Lesern und weniger von den Anzeigen. Rund 53 Prozent unserer Zeitungs- und Zeitschriftenerlöse stammen vom Vertrieb, etwa 47 Prozent

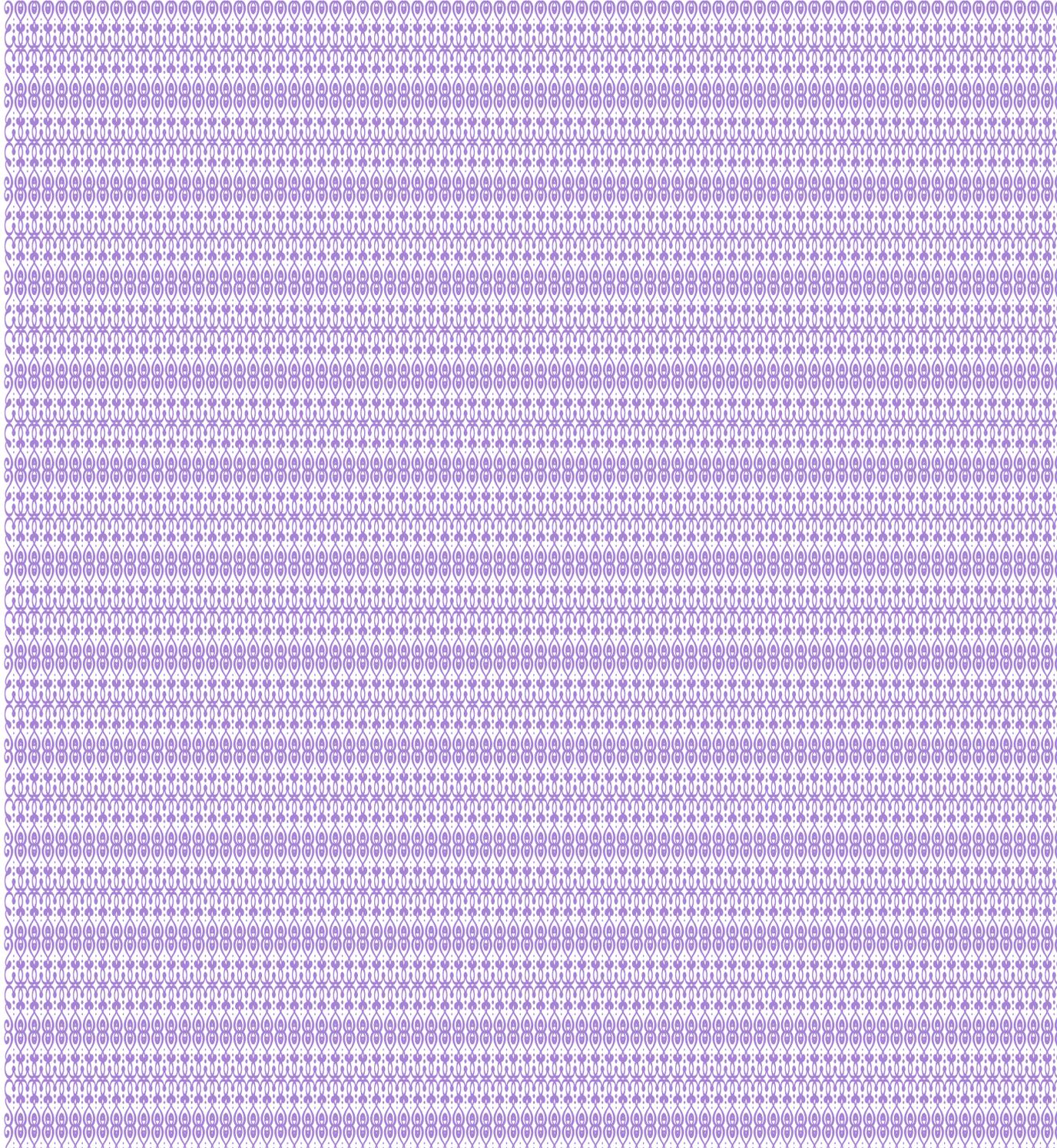
von den Anzeigen. Wir verkaufen am Kiosk fast so viele Zeitschriften und Zeitungen wie alle anderen Schweizer Verlage zusammen. Wir leben ganz stark vom Leser. Und der ist – auch in schlechten Zeiten – treuer und stabiler als der Anzeigenkunde.

Aus diesem Grund müssen wir uns auch in der Führungsspitze in erster Linie mit dem Leser beschäftigen. Er sorgt für die Substanz dieses Unternehmens. Wir verkaufen ihm Inhalte und Emotionen. Das ist unser Geschäft. Deshalb gibt es bei Ringier neben der Konzernleitung auch den publizistischen Ausschuss. Dieses Gremium sorgt dafür, dass das journalistische Wissen in unserem Hause vernetzt wird und dass der Dialog der Chefredakteure mit dem Management regelmässig und intensiv stattfindet.

Die Unabhängigkeit und Handlungsfreiheit der Chefredakteure bleibt dabei unbestritten. Die operative Verantwortung ist ausschliesslich an die Redaktionen delegiert, das Nachdenken über den Leser allerdings nicht. Er ist unser wichtigster Kunde. Und Journalismus ist unser wichtigstes Produkt. Deshalb verdienen die Leser und die Journalisten unsere grösste Aufmerksamkeit. «Blick ist dabei» heisst der uralte Slogan unseres Boulevardblattes. Dass dies für Ringier ebenfalls gilt, zeigen die Auflagenzahlen und die Ergebnisse des letzten Jahres.

Michael Ringier



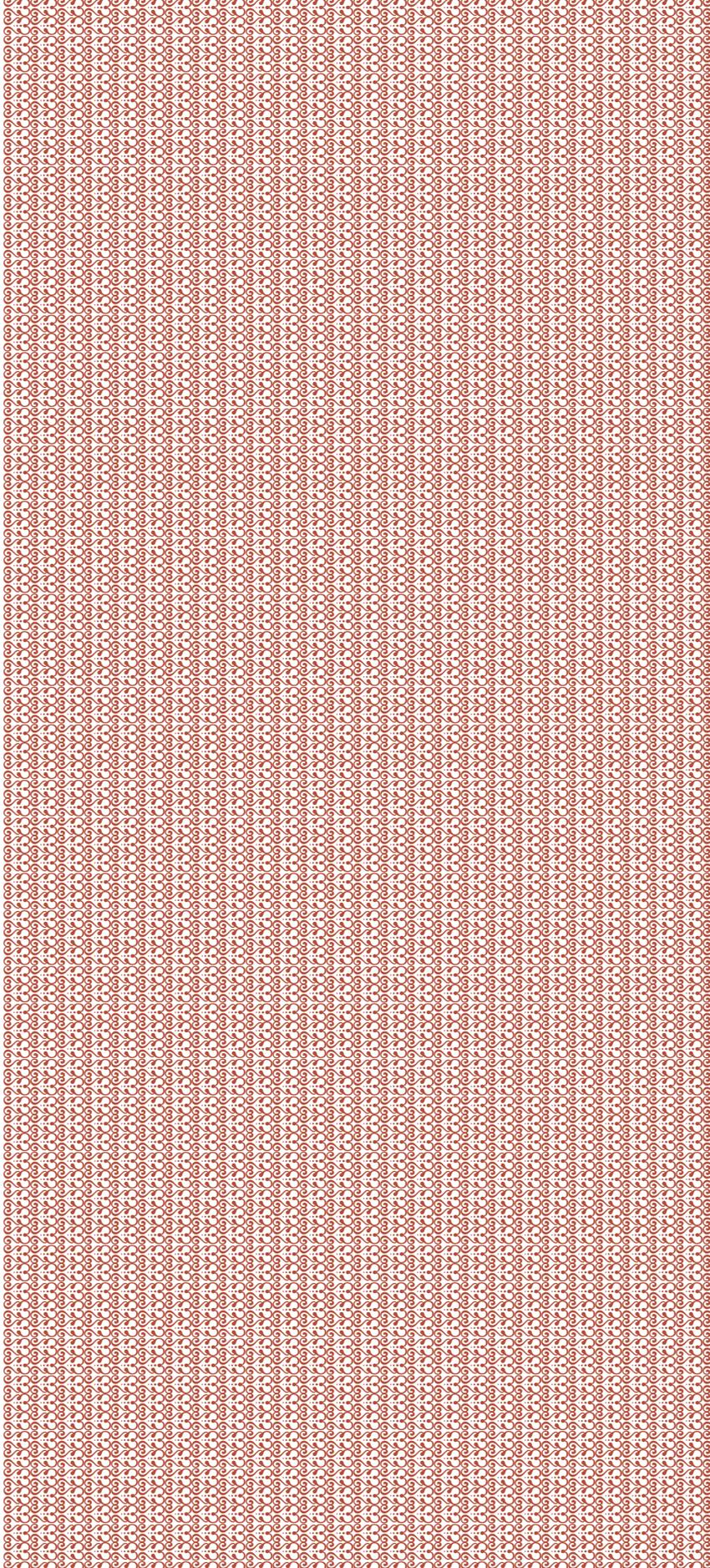


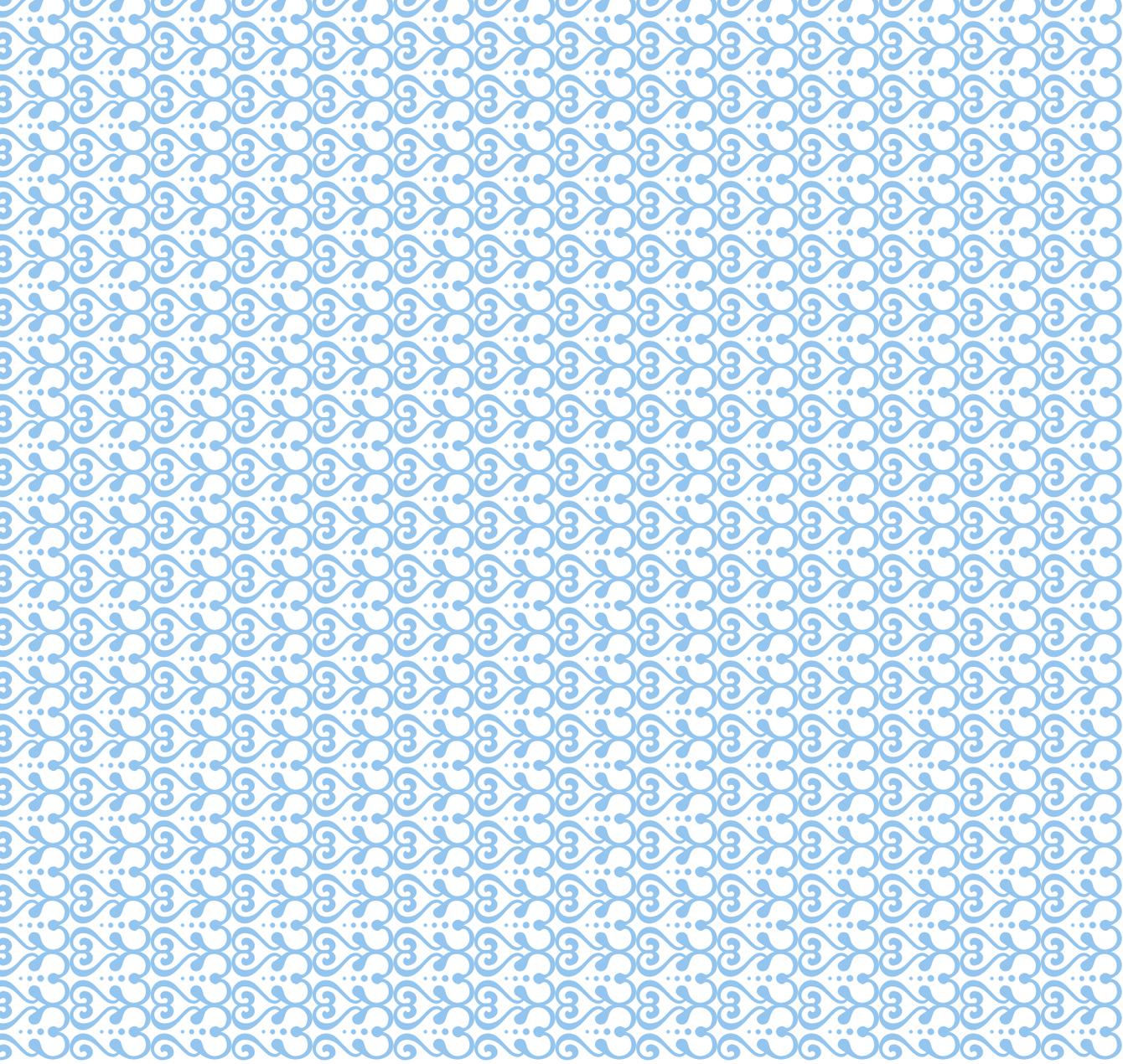
Die Arbeiten des englischen Künstlers Liam Gillick (geb. 1964) setzen die materiellen wie geistigen Konstruktionen unserer Wirklichkeit einer Befragung aus. Sein Werk umfasst eine grosse Breite an Formen und Tätigkeitsfeldern: Plattformen und Raumteiler, die an Designobjekte und Architekturen in Plexiglas und Aluminium erinnern, Vorschläge zu Gebrauchsmobiliar und Gestaltungen von räumlichen Situationen, Videos, Wandmalereien, die Texte, Farben und Formen als Ornamente einsetzen, sind gestalterische Konkretisierungen, die er in Beziehung zu seiner parallelen Produktion von Fiktionen und Analysen als Schriftsteller und Theoretiker setzt. Als Künstler nimmt er so unterschiedliche gesellschaftliche Identitäten und Betätigungsfelder ein und untersucht damit sowohl die Konstruktion eines zeitgenössischen Individuums, das viele Rollenzuschreibungen erfüllen muss, wie auch unser Verhältnis zu dem, was wir als Rolle der Kunst gesellschaftlich formuliert haben. Sowohl formal wie inhaltlich enthüllen seine Werke diese gesellschaftlichen, ökonomischen oder auch politischen Realitäten als Fiktionen und Utopien und lassen sie provisorisch oder schwebend werden: Was erkennen wir, wenn wir etwas als Kunst anschauen? Welche Konventionen, Erfahrungen und Vorstellungen beeinflussen unsere Wahrnehmung? Welche und wessen Interessen prägen die Formen und das Verhältnis von Kunst und Gesellschaft? Und wie beeinflussen die Formulierungen der Vergangenheit unsere gegenwärtige Realität und prägen damit unsere Entwürfe für eine Zukunft?

Mit der Reduktion auf Grundprinzipien von Gestaltung präsentiert sich Liam Gillick als Künstler des Jahresberichtes 2001. Für die farbliche Gestaltung verwendet er reine Pantone-Farben. Er wählt zwar aus, überträgt aber zugleich künstlerische Gestaltung und Geschmack an normierte Instrumente der Druckmedien und damit an bereits durch andere getroffene Entscheidungen über Farbstimmungen und Farbverhältnisse.

Von einer parallelen Recherche des Künstlers für seine zukünftige Ausstellung in der renommierten Whitechapel Gallery in London fliessen Ornamente in den Jahresbericht ein, die er in einer Bibliothek über die wichtige hugenottische Spitzentradition in diesem Stadtteil gefunden hat und die ganz «zufällig» eine Beziehung zur Namensgeschichte der Firma herstellen. Diese Ornamente verwendet Liam Gillick als «Buchstaben» seiner künstlerischen Verzierung und als Hinweis auf das Verhältnis des eigentlich bedeutungsleeren Schmuckstücks Ornament und der Bedeutungsfülle, die künstlerischer Gestaltung zugeschrieben wird. Mit seinen Texten aus Ornamenten strukturiert Gillick den Ablauf des Jahresberichtes, schafft perspektivische Verhältnisse und Beziehungen und einen Raum für die Informationen als Abfolge von Verdichtung und Auflockerung – im ganz konventionellen Sinne der grafischen Gestaltung. Er kreiert eine dekorative Architektur, die der Lesbarkeit von Texten und Statistiken dienen soll und dies auch will. Eine Architektur, die an die aus Plexiglas und Aluminium gearbeiteten Raumelemente, Kuben und Flächen erinnert, mit denen Liam Gillick in Ausstellungen Räume anbietet, die zu Diskussionen über Realität und Utopie anregen. Als Künstler in der Rolle des Gestalters stellt er so Fragen an die Funktion von Design und Kunst als Verzierung von Realität und auch an die Zuschreibungen, die wir an Kunst als ästhetischen Mehrwert anlegen.

Beatrix Ruf, Kuratorin





## Ergebnisse 2001

Die nach den Grundsätzen von FER/IAS erstellte Rechnungslegung ist gegenüber den Vorjahren unverändert geblieben. Alle Gesellschaften im In- und Ausland, an denen Ringier eine direkte oder indirekte Beteiligung von mehr als 50 Prozent hält, werden nach der Methode der Vollkonsolidierung erfasst. Quotenkonsolidiert sind unsere 50-prozentigen Beteiligungen an Times Ringier, Hongkong (bis 30. September 2001), SC Editura Bauer-Ringier SRL, Bukarest, und Sat.1 (Schweiz) AG, Zug. Die Periodenergebnisse wesentlicher Minderheitsbeteiligungen sind anteilmässig erfasst. Nicht enthalten sind die Ergebnisse der Verlagsaktivitäten in Vietnam und China.

Der Gesamtumsatz des Konzerns stieg im Berichtsjahr um CHF 44.1 Mio. resp. 4,3 Prozent. Ausschlaggebend für dieses Wachstum war die Steigerung bei den Druckerlösen, bedingt durch die Übernahme der beiden Betriebe Druckerei Winterthur dw AG und ColorServ AG per Mitte des Jahres. Das schwächere Konjunkturmilieu und damit rückläufige Werbeausgaben beeinträchtigten die Verlagsaktivitäten vor allem in der Schweiz, die ihre Umsätze nur unwesentlich steigern konnten. Dieselben Gründe führten auch in Osteuropa zu einer deutlichen Verlangsamung des Umsatzwachstums.

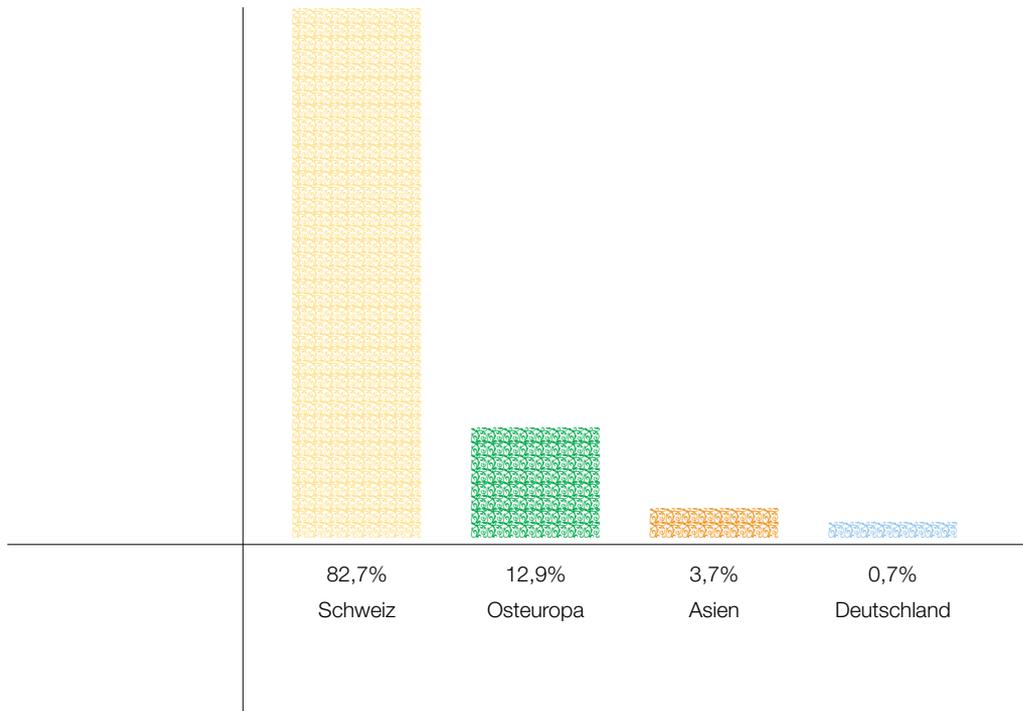
Gestiegene Rohstoffpreise, die beiden übernommenen Druckbetriebe in der Schweiz, höhere Personalbestände und der marktbedingte Druck auf Löhne und Gehälter hatten zur Folge, dass die Aufwendungen um CHF 42.3 Mio. oder 4,7 Prozent stiegen. Die Betriebe in Winterthur sowie Goodwill-Positionen aus weiteren Akquisitionen führten zu einem deutlich höheren Abschreibungsbedarf. Der Gewinn nach Steuern ging um 31 Prozent auf CHF 34.8 Mio. zurück. Der Cash flow erhöhte sich dagegen leicht um 1,5 Prozent auf CHF 121.1 Mio. Die Gewinnmarge blieb mit 3,3 Prozent deutlich hinter dem Vorjahreswert von 5 Prozent zurück. Die Cash flow-Rate gab lediglich leicht von 11,7 Prozent im Vorjahr auf 11,4 Prozent im abgelaufenen Geschäftsjahr nach.

Die Investitionen lagen mit CHF 102.2 Mio. massiv unter dem Vorjahreswert von CHF 157 Mio. Grösste Einzelinvestition war die Übernahme des Anlagevermögens der Zeitungsdruckerei Ceska Typografie in Prag, Tschechien. Die Investitionen konnten vollumfänglich eigenfinanziert werden. Investitionen in neue Produkte oder Märkte wurden nicht aktiviert.

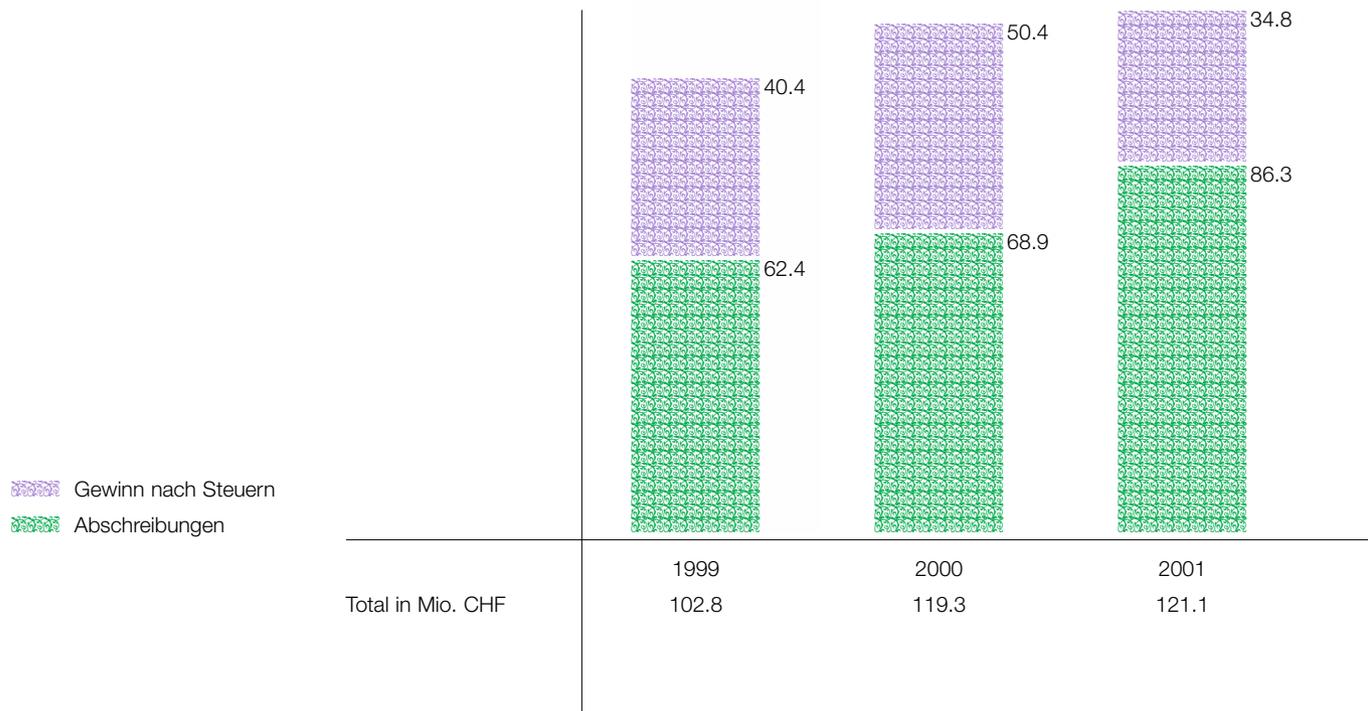
	Mio. CHF 2001	Mio. Euro 2001	Mio. CHF 2000	Veränderung in %
Umsatz Verlag Schweiz	635.3	435.1	625.0	1,6
Umsatz Verlag Europa	145.0	99.3	139.7	3,8
Umsatz Asien	39.2	26.9	45.6	-14,0
Umsatz Print Schweiz	243.4	166.7	208.5	16,7
<hr/>				
Total	1062.9	728.0	1018.8	4,3
Cash flow	121.1	82.9	119.3	1,5
Cash flow in % des Umsatzes	11,4		11,7	
Jahresgewinn nach Steuern	34.8	23.8	50.4	-31,0
Jahresgewinn nach Steuern in % des Umsatzes	3,3		5,0	
Investitionen	102.2	70.0	157.0	-34,9
<hr/>				
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	6079		5184	17,3

Erfolgsrechnung  2001

	Mio. CHF 2001	Mio. Euro 2001	Mio. CHF 2000	Veränderung in %
<b>ERLÖSE</b>				
Gesamterlöse	1062.9	728.0	1018.8	4,3
Zeitschriften/Zeitungen	602.7	412.8	605.8	-0,5
Kundendruck	269.7	184.7	239.5	12,6
Elektronische Medien	30.4	20.8	29.2	4,1
Betty Bossi	68.1	46.7	62.9	8,3
Diverses	92.0	63.0	81.4	13,0
<hr/>				
<b>AUFWENDUNGEN</b>				
Personal	360.1	246.6	334.3	7,7
Löhne	301.0	206.2	281.3	7,0
Sozialleistungen	44.3	30.3	38.5	15,1
Personalnebenkosten	14.8	10.1	14.5	2,1
Material und Fremdleistungen	290.0	198.6	259.8	11,6
Papier	149.0	102.1	129.7	14,9
Farbe	17.0	11.6	15.6	9,0
Übriges Material	15.3	10.5	20.5	-25,4
Fremdleistungen	95.7	65.5	83.5	14,6
Sonstiger Marktaufwand	13.0	8.9	10.5	23,8
Redaktionen, Verlage, Transport und Werbung	198.4	136.0	201.6	-1,6
Redaktionshonorare	39.5	27.1	37.9	4,2
Transporte	77.6	53.2	86.6	-10,4
Werbung	65.2	44.7	61.5	6,0
Diverser Verlagsaufwand	16.1	11.0	15.6	3,2
Allgemeiner Aufwand	93.3	63.9	103.8	-10,1
Fremdmieten, Energie, Reparaturen, Unterhalt	29.2	20.0	24.8	17,7
Allgemeine Verwaltung	52.6	36.0	60.2	-12,6
Steuern, Zinsen	11.5	7.9	18.8	-38,8
Aufwendungen total	941.8	645.1	899.5	4,7
Cash flow	121.1	82.9	119.3	1,5
Abschreibungen	86.3	59.1	68.9	25,3
Gewinn nach Steuern	34.8	23.8	50.4	-31,0



Cash flow  2001



Der Umsatz des Ringier Verlags Schweiz (inkl. nicht konsolidierte Umsätze) stieg letztes Jahr um zehn Mio. CHF auf 639 Mio. – aus unserer Sicht ein erfreuliches Resultat angesichts der im Laufe des Jahres rasch zunehmenden Anzeigenprobleme in allen Märkten. Vor allem die Blick-Gruppe hielt sich hervorragend – und zwar sowohl im Leser- wie im Inseratemarkt. Einen Rückschlag musste die Wirtschaftszeitung Cash hinnehmen, die am meisten unter der Anzeigenflaute litt.

Eine markante Umsatzzunahme verzeichnete Betty Bossi. Mit der im Dezember besiegelten Partnerschaft mit dem Detailhandelsunternehmen Coop wird Betty Bossi zweifellos zu neuen Höhenflügen starten. Coop erwarb von Ringier 50 Prozent des Kapitals an dem führenden Anbieter von Büchern und Produkten rund um die Küche in der Schweiz.

Wichtige organisatorische Veränderungen im Jahr 2001 waren die Schaffung des neuen Konzernbereichs Wirtschaftsmedien, in den die Zeitung Cash und die Online-Plattform Borsalino überführt wurden, die Auflösung des Konzernbereichs Neue Medien mit der Eingliederung von Blick Online in die Blick-Gruppe und die Ernennung von drei neuen Mitgliedern der Konzernleitung.

-  Zeitschriften
-  Zeitungen
-  Wirtschaftsmedien
-  Betty Bossi
-  Neue Medien\*
-  Fernsehen
-  Diverses

\* inkl. nicht konsolidierte Umsätze



Der Umsatz des Bereichs Zeitungen, ohne die Wirtschaftszeitung Cash, die 2001 in den neuen Bereich Wirtschaftsmedien eingegliedert wurde, blieb praktisch stabil.

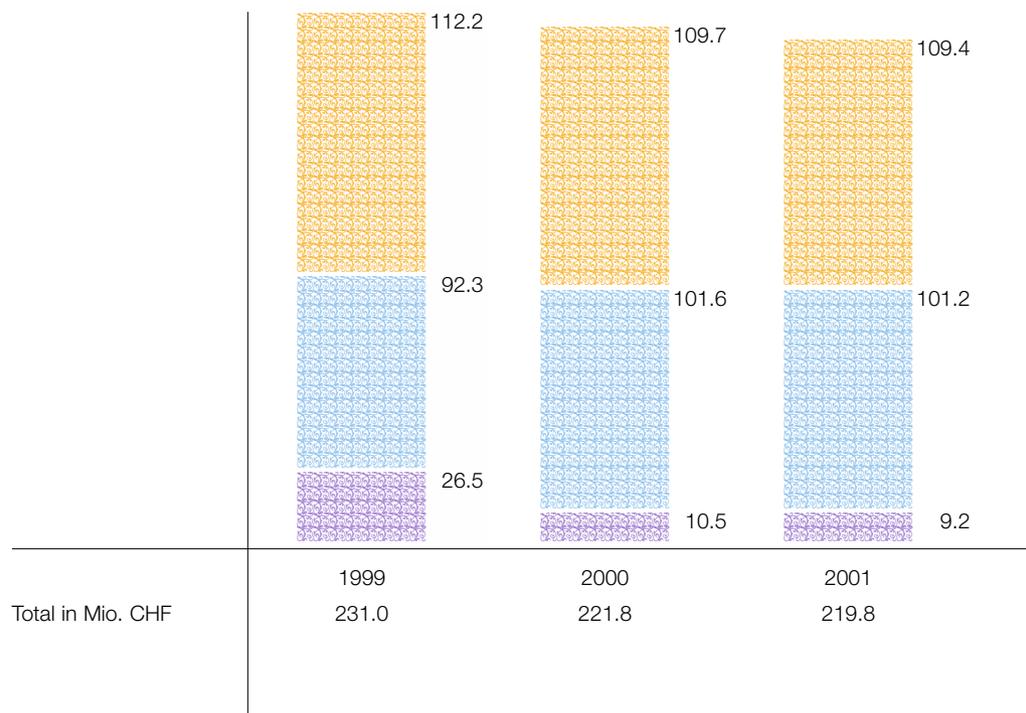
Der ausgewiesene Rückgang von CHF 2.1 Mio. ist zum grössten Teil darauf zurückzuführen, dass der Umsatz von Blick Online letztes Jahr nicht mehr im Bereich Zeitungen aufgeführt wurde. Mit der Auflösung des Bereichs Neue Medien per Ende 2001 wurde Blick Online ab Januar 2002 wieder in den Zeitungsbereich überführt.

2001 war für Blick und SonntagsBlick trotz der wirtschaftlich schwierigen Lage auf dem Schweizer Markt ein sehr erfolgreiches Jahr. Das Gesamtbudget wurde leicht übertroffen. Bei den Auflagen blieb Blick stabil, bei den Leserzahlen (MACH-Studie) baute er seine Führungsposition gegenüber den wichtigsten Konkurrenten aus. Der SonntagsBlick konnte erneut Auflage und Leserzahl steigern.

Im Anzeigenbereich mussten beide Titel geringere Verluste als die Wettbewerber hinnehmen und gewannen dadurch Marktanteile.

Umsatz  Zeitungen

-  Verkaufserlöse
-  Anzeigenerlöse
-  Diverses



Die nationalen und internationalen Geschehnisse im Jahr 2001 hatten auch auf den Zeitschriftenbereich erheblichen Einfluss. Der Umsatz ging dennoch nur leicht zurück; der Rückgang war ausschliesslich auf das bröckelnde Anzeigengeschäft zurückzuführen.

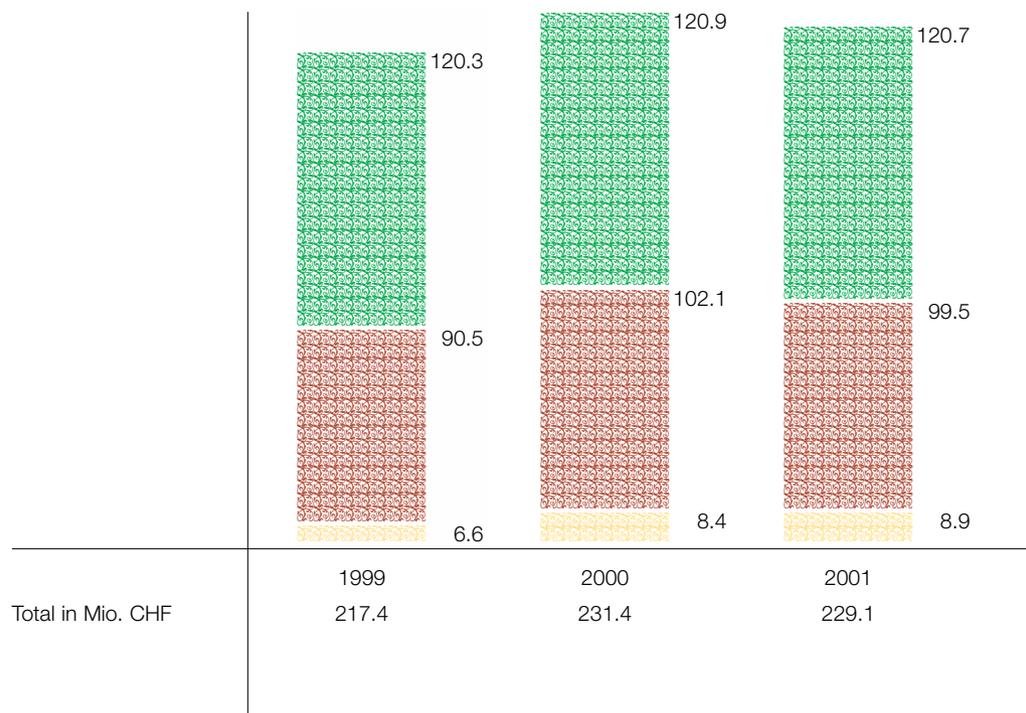
Um der Aktualität gerecht zu werden, wurde flexibel mit Sonderpositionen reagiert. Themen-Beilagen stabilisierten nicht nur die verkaufte Auflage, sondern auch die Umsätze im hart umkämpften Werbemarkt.

Die Schweizer Illustrierte konnte durch eine fortlaufende Optimierung ihres Konzeptes ihre Million Leser weiterhin halten und die verkaufte Auflage zudem ausbauen. In der Romandie wurde der Relaunch der Illustré sowohl durch Leser als auch durch Anzeigenkunden sehr gut aufgenommen.

Das Medienmagazin Tele führte die zwei neuen Rubriken Finance und Science ein. Das Magazin Gesundheit SprechStunde hat seinen Auftritt visuell verjüngt und erhöhte damit erfolgreich die Leserschaftszahl auf fast eine halbe Million (MACH Studie). In sanften Schritten modernisierte die GlücksPost ihr Layout und erzielte dadurch am Kiosk überdurchschnittliche Verkaufserfolge.

Umsatz  Zeitschriften

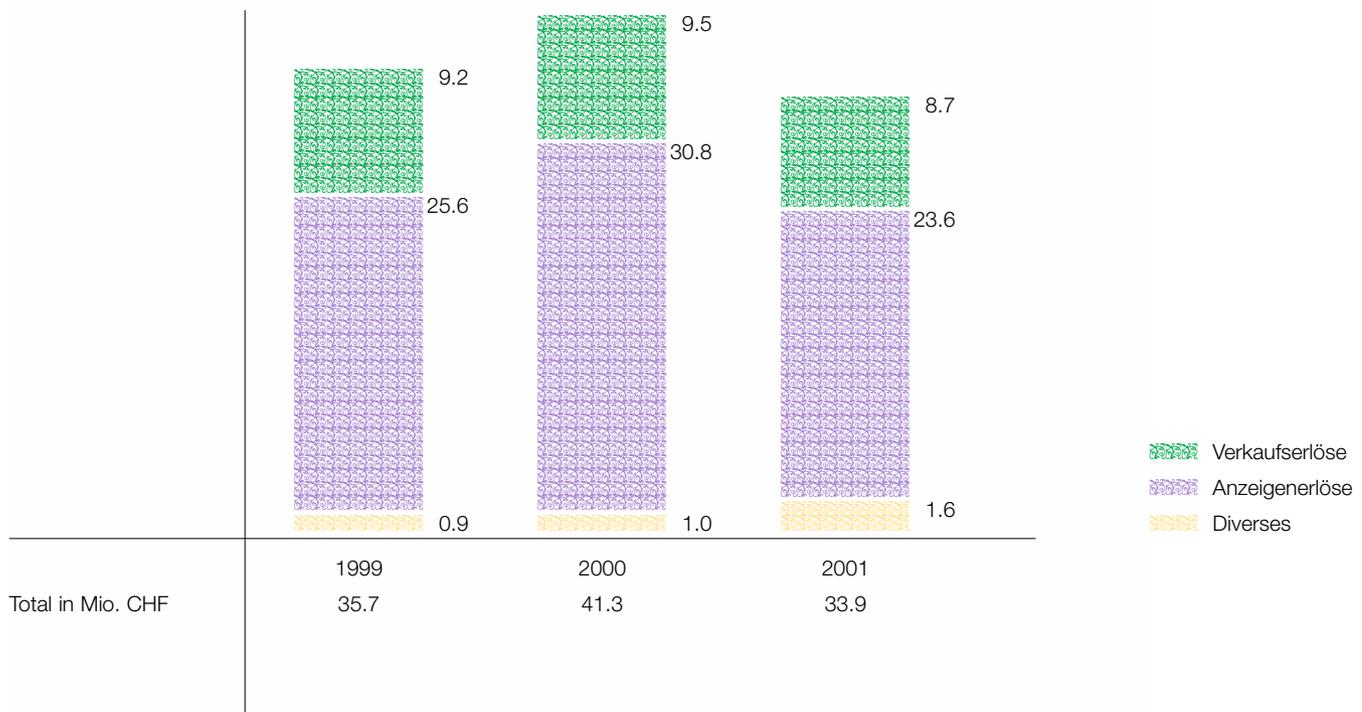
-  Verkaufserlöse
-  Anzeigenerlöse
-  Diverses



Cash, Cash-TV und Borsalino wurden im Frühling im neuen Konzernleitungs-Bereich Wirtschaftsmedien zusammengefasst. Damit sollen die Kompetenzen gebündelt werden.

Die Börsen- und Wirtschaftsflaute hat auch Cash zu spüren bekommen. Bei den Lesern und Anzeigen mussten Rückgänge in Kauf genommen werden. Trotzdem bleibt Cash die mit Abstand grösste Wirtschaftszeitung der Schweiz. Erfreulich entwickelte sich dafür Cash-TV, das seine Zuschauerzahlen um 17 Prozent steigern konnte und nun im Schnitt jeden Sonntag 87 000 Wirtschaftsinteressierte vor den Bildschirm lockt. Das Gleiche gilt für Borsalino: die Nutzerzahlen und Einnahmen erzielten erfreuliche Wachstumsszahlen.

Umsatz  Wirtschaftsmedien



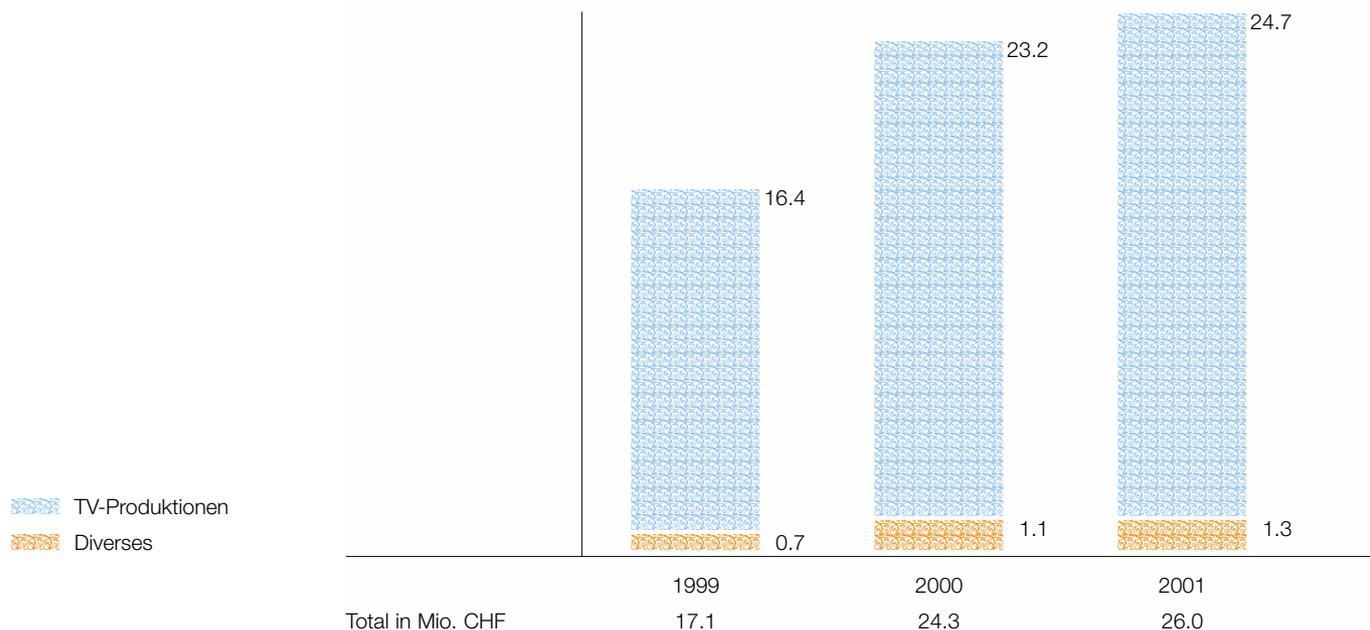
## RingierTV 2001

Ringiers vorsichtige Fernsehstrategie erwies sich als richtig: Während die beiden Sender TV3 von Tamedia und Roger Schawinskis Tele24 ihren Betrieb wegen aussichtslosen Erfolgschancen einstellen mussten, konnte RingierTV seine breitabgestützten Aktivitäten weiter ausbauen. Zusätzlich zu den aufgeführten externen Umsätzen erbringt RingierTV interne Leistungen in der Höhe von CHF 9.1 Mio.

Am 1. November 2001 bezog der Geschäftsbereich Fernsehen in unmittelbarer Nähe von SF DRS neue Räumlichkeiten mit eigenem Studio und erweiterten Infrastrukturen. RingierTV produzierte neben dem Wirtschaftsmagazin Cash-TV und dem Automagazin MotorShow tcs die drei erfolgreichsten regelmässigen Sendungen ausserhalb des Sports auf SF2: Gesundheit SprechStunde, konsum.tv und neu das Kochquiz al dente mit Betty Bossi. Die Fussballübertragungen von RingierTV auf Sat.1 erreichen an den Wochenenden von Saison zu Saison mehr Zuschauer.

RingierTV produziert und entwickelt neben Programmen für die klassischen TV-Kanäle Inhalte und Botschaften für alle Medienplattformen auf DVD und CD-ROM, für das Internet und Intranet. Rinco-vision, der Bereich für kommerzielle Produktionen bei RingierTV, realisiert Konzepte im Auftrag vor allem in der Unternehmenskommunikation.

## Umsatz RingierTV



Im Jahr 2001 konnte Ringier Europa seine Marktpositionen in Tschechien, der Slowakei und Ungarn durch Akquisitionen wesentlich verstärken. Ringier verkauft heute annähernd 1,2 Millionen Tageszeitungen in seinen vier Auslandsmärkten. Die Schliessung des Verlages in Deutschland erlaubt die volle Konzentration auf die vier wichtigen Märkte in Mittel- und Osteuropa.

In Tschechien steigerte der Verlag das Ergebnis erneut. Blesk behauptete sich trotz eines neuen Konkurrenten sehr gut. Zudem verbesserte sich unsere Position im Zeitungsmarkt durch den Erwerb der Mehrheit an der einzigen Sporttageszeitung Ceskoslovensky Sport und im Markt der TV-Titel durch den Kauf der TV Revue. In diesem Segment besitzt Ringier jetzt drei Wochenzeitschriften und zwei Supplements. Im Druckbereich steigerte Ringier Print a.s. in Ostrava das Ergebnis; mit dem Kauf einer grossen Zeitungsdruckerei in Prag, die ab März 2002 den Druck der böhmischen Ausgabe von Blesk sicherstellen wird, erhöhen wir die Konkurrenzfähigkeit von Blesk weiter.

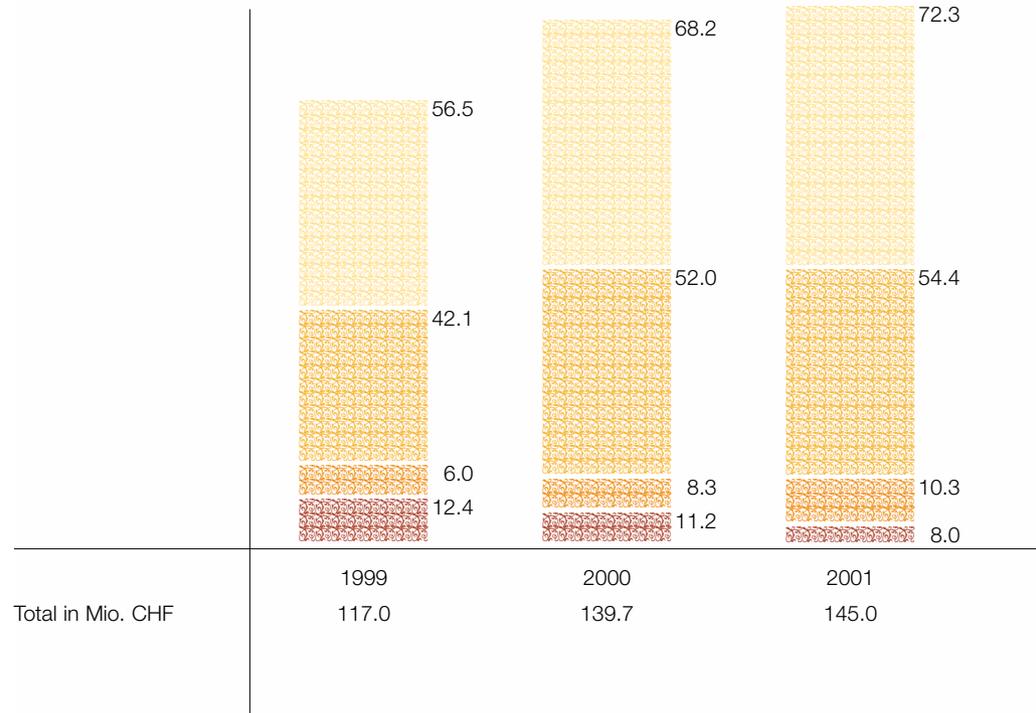
In der Slowakei stellte die Beteiligung (49 Prozent) an der grössten slowakischen Zeitung Novy Cas (über eine Million Leser) und die Vereinbarung über eine Fusion der Verlagsaktivitäten zwischen Ringier und Gruner + Jahr einen Meilenstein dar.

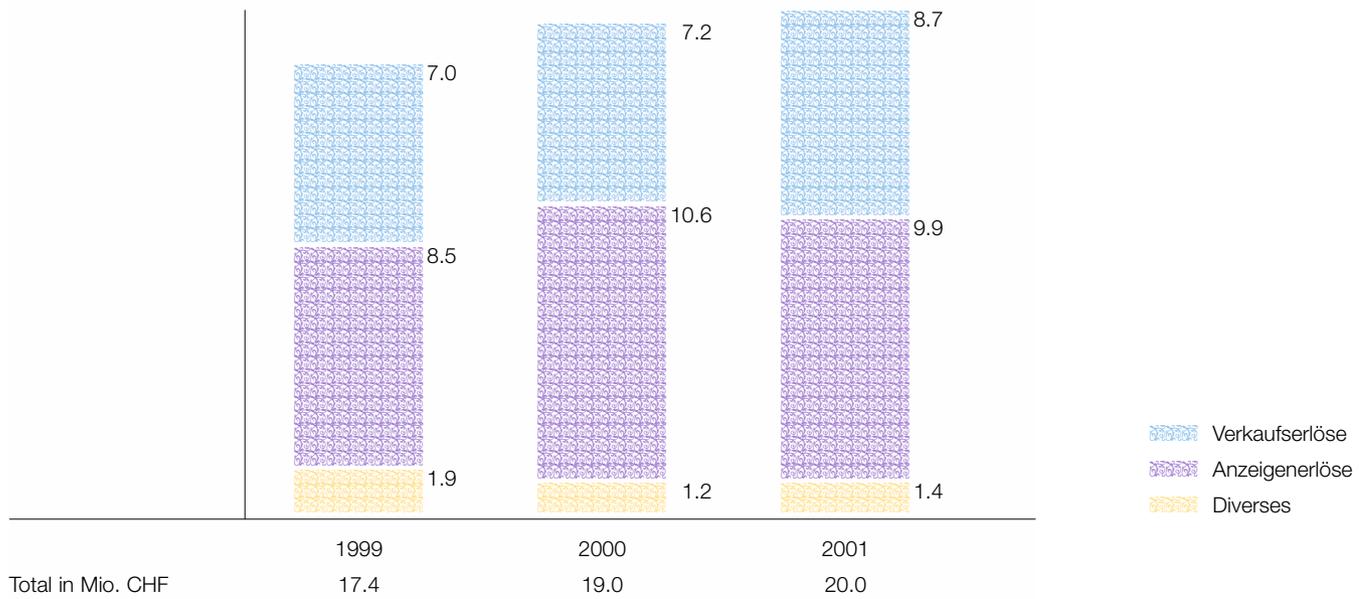
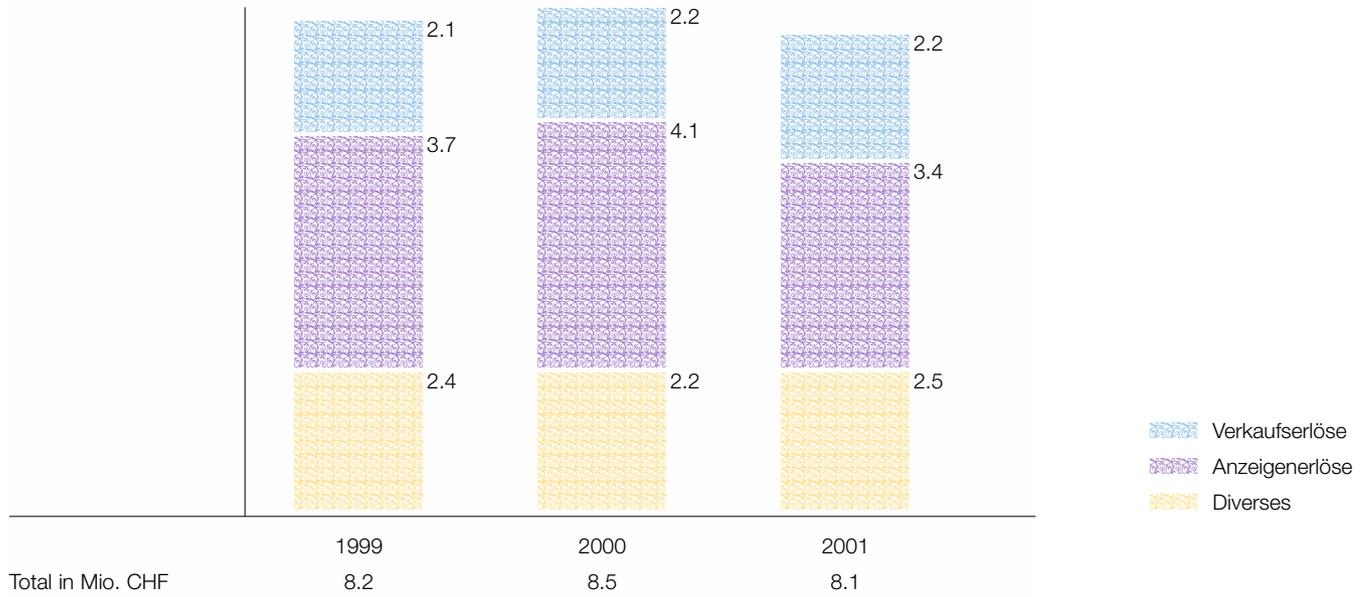
Die geglückte Fusion von Blikk und Mai Nap in Ungarn führte zu einer Auflagesteigerung im Jahresmittel um 75 Prozent, Blikk wurde mit über 760 000 Lesern der leserstärkste Zeitungstitel des Landes. Die Fusion läuft schneller und wirtschaftlich besser als erwartet. Der markanteste Schritt des Jahres war im Dezember die Übernahme von 49,9 Prozent an Nepszabadsag von Gruner + Jahr, dem führenden Qualitätstitel Ungarns mit einer Auflage von ca. 200 000 Exemplaren.

In Rumänien erzielte Ringier das beste Ergebnis seit Bestehen. Libertatea steigerte die verkaufte Auflage im Jahresmittel um 58 Prozent und ist bereits die Nr. 2 unter den rumänischen Tageszeitungen.

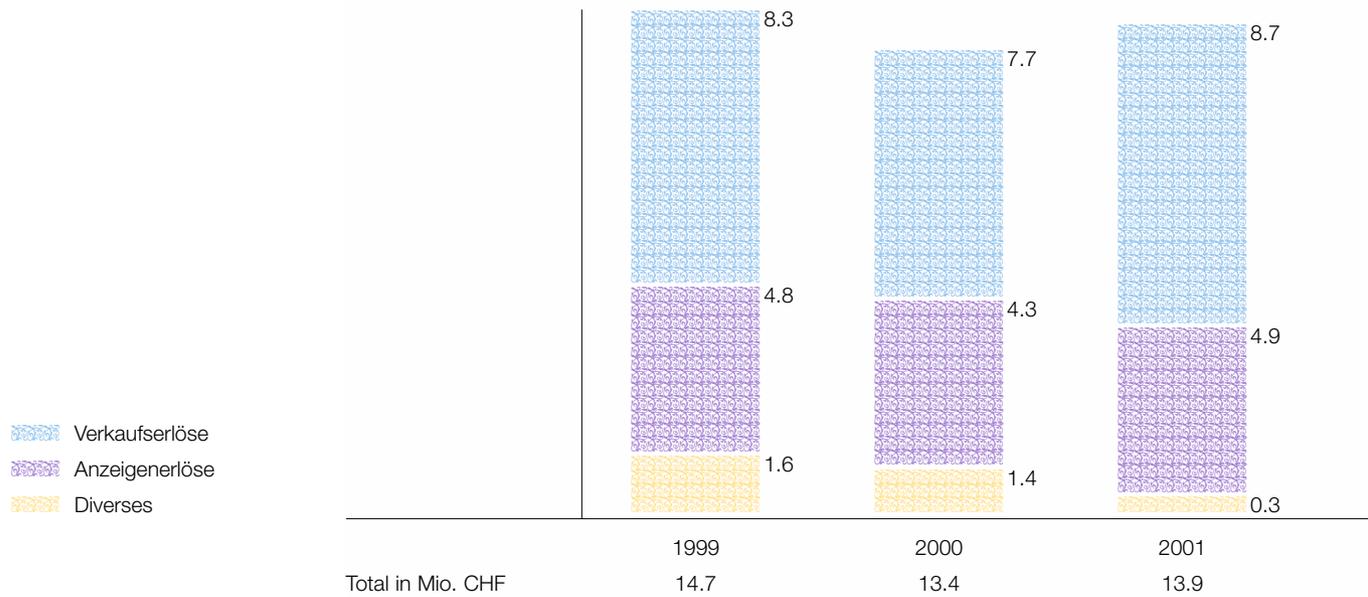
Umsatz  Europa

- Verkaufserlöse
- Anzeigenerlöse
- Druckerlöse
- Diverses

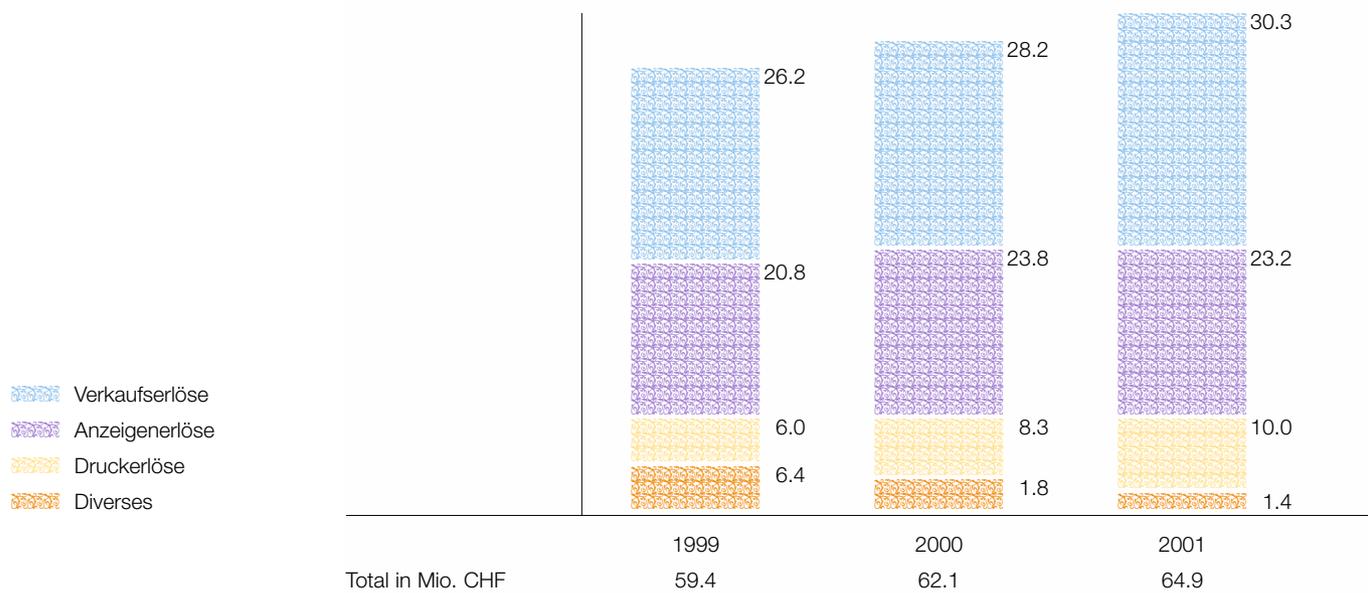


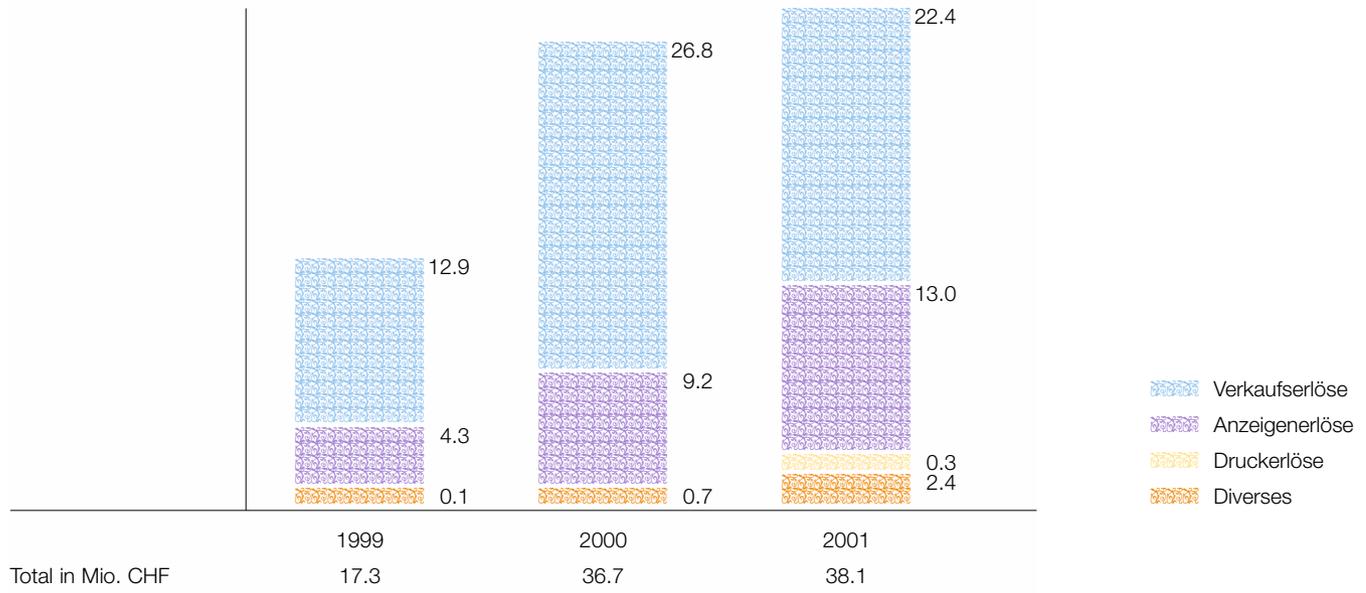


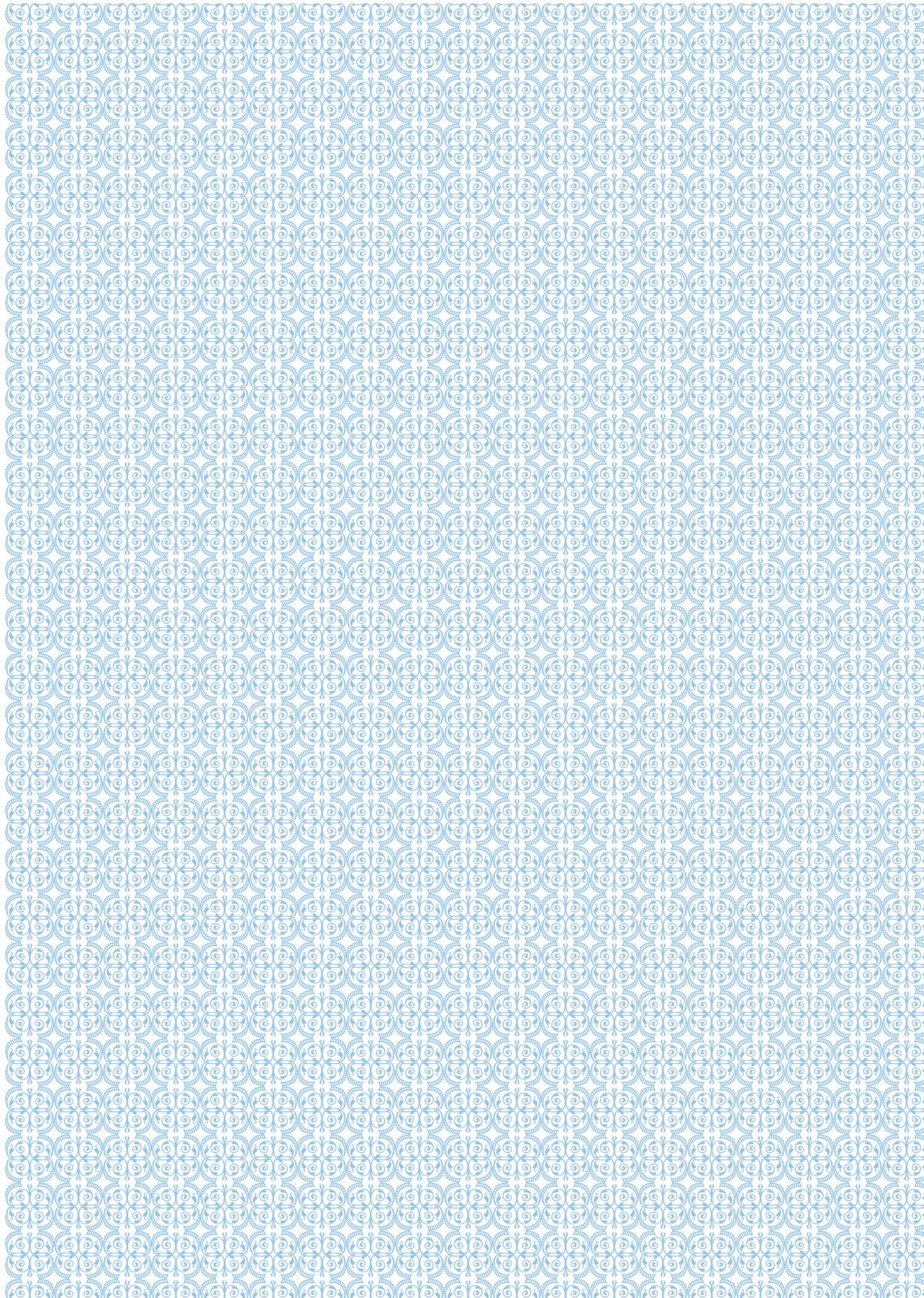
Umsatz  Slowakei



Umsatz  Tschechien







Unbeeindruckt von den häufigen Anzeichen einer allgemeinen Rezession in praktisch allen Weltteilen zeigte sich China, das auch 2001 ein Wirtschaftswachstum von 7,3 Prozent hinlegte. Dementsprechend zufrieden sind wir mit der Entwicklung unserer publizistischen Aktivitäten in China.

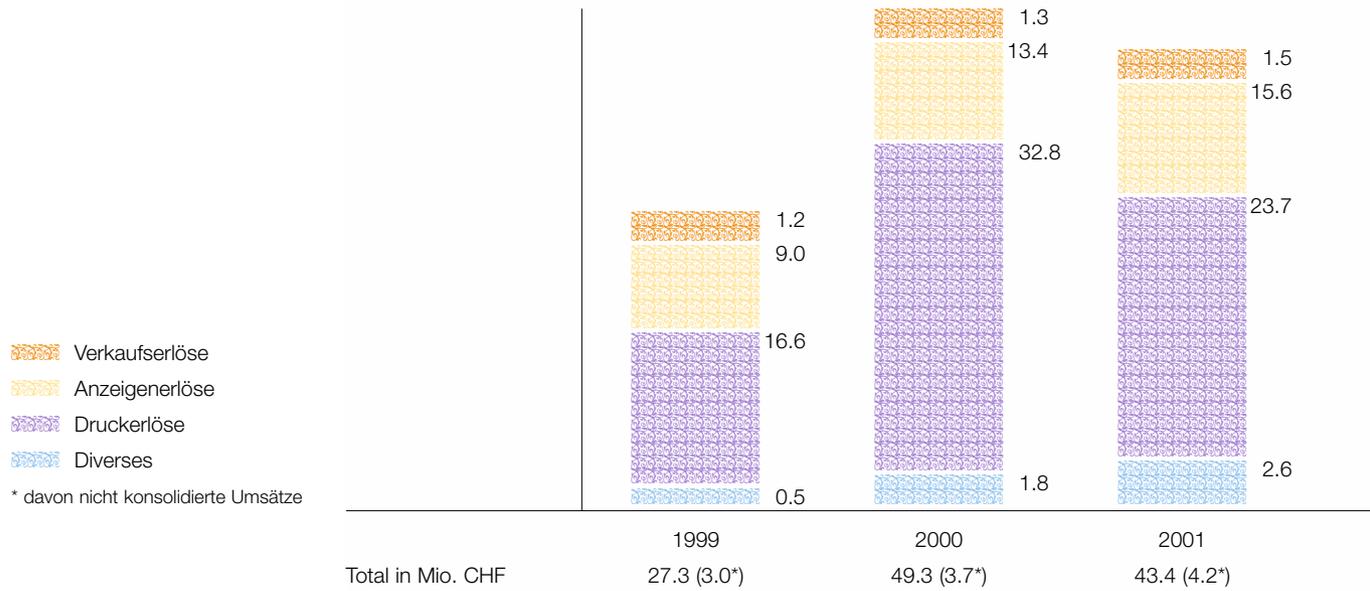
Die im letzten Jahr von neun auf elf Titel angewachsene Gruppe Fachzeitschriften erhöhte ihre Einnahmen um über 40 Prozent. Das Gleiche gilt für Asia Inflight, das im Auftrag der chinesischen Luftfahrtbehörden ein Bord-Magazin für 16 chinesische Fluggesellschaften herausgibt. Asia Inflight erzielte erneut ein Rekordergebnis. Gar um über 80 Prozent konnte China International Business seine Anzeigenerlöse erhöhen. Damit hat der in englischer Sprache erscheinende Titel break even erreicht und sieht einer hoffnungsvollen Zukunft entgegen.

Ringier hat letztes Jahr seine Anteile an der Hongkonger Druckerei Times Ringier von 50 Prozent auf 100 Prozent erhöht. Nach erfolgreich durchgeführter Restrukturierung wird Times Ringier wieder gute Ergebnisse zum Asien-Geschäft beisteuern.

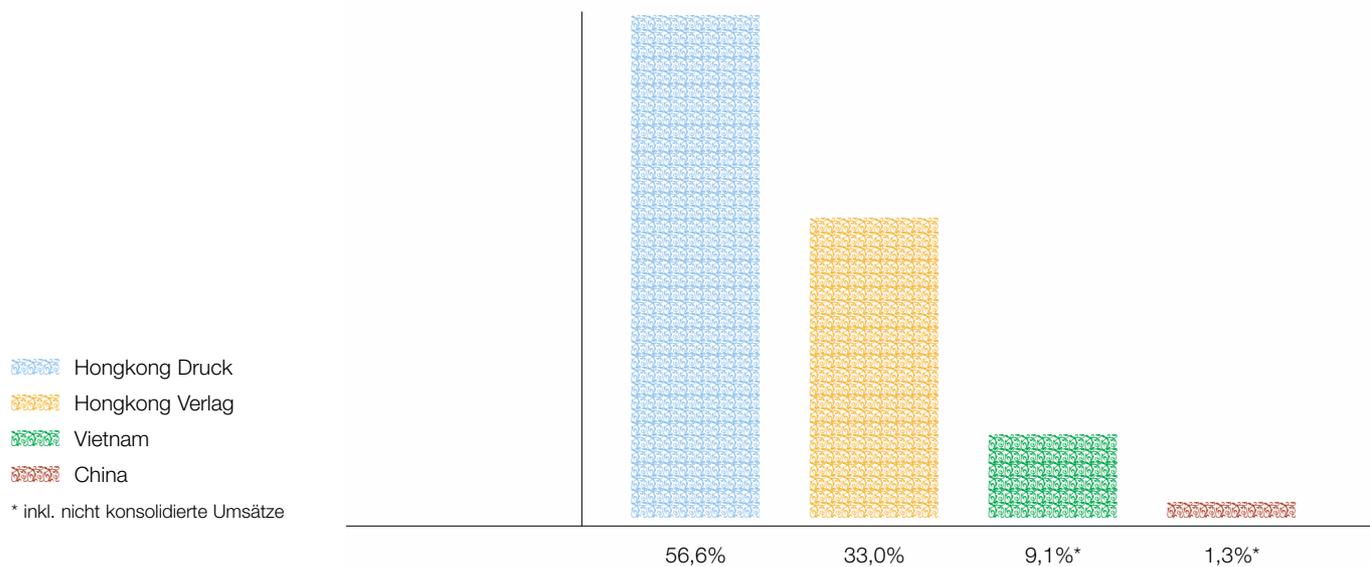
Vietnam gelingt es nach wie vor nicht, wieder vermehrt ausländische Investoren anzuziehen. Dennoch konnten unsere Aktivitäten einen positiven Cash flow erzielen. Ringier kooperiert mit zwei vietnamesischen Verlegern bei der Herausgabe von fünf Titeln.

Unser Hauptaugenmerk im Jahr 2002 gilt in verstärktem Masse China, wo nun die ersten Schritte zur Öffnung des Medienmarktes für ausländische Investoren zu erkennen sind. Dabei wollen wir unser in den letzten Jahren erworbenes Know-how umsetzen und unsere Aktivitäten Schritt für Schritt weiterentwickeln.

## Umsatz Asien



## Umsatzanteile Asien



Für den Printbereich Schweiz war das Jahr 2001 aussergewöhnlich intensiv. Drei Schwerpunkte prägten die Aktivitäten: Erstens erfolgte per Mitte Jahr die Übernahme der Druckerei Winterthur dw AG mit über 300 Arbeitsplätzen und einem Umsatzvolumen von ca. CHF 60 Mio. pro Jahr. Der Betrieb wird bis im Herbst 2003 weitergeführt und anschliessend in die Aktivitäten von Ringier Print Zofingen integriert.

Zweiter Markstein war die Inbetriebnahme der neuen 48-Seiten-Rollen-Offsetmaschine der Koenig & Bauer im September. Damit setzte das Zofinger Unternehmen bewusst auch ein Zeichen, dass es sich als absolut führendes Druckzentrum der Schweiz auch im Offsetverfahren deutlich verstärken will.

Als dritter Schwerpunkt dürfen im Zeitungsdruck in Adligenswil die erfolgreichen Anstrengungen erwähnt werden, die Tageskapazitäten mit Fremdprodukten praktisch zu 100 Prozent auszulasten.

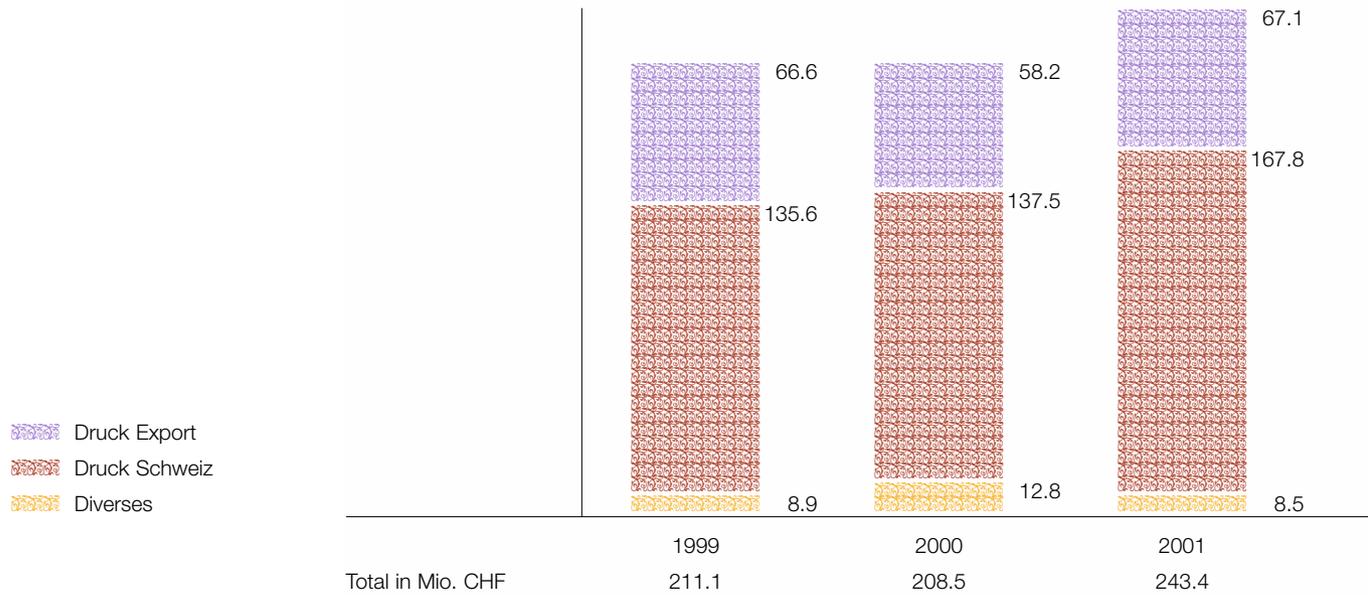
Dass der Gesamtumsatz gegenüber dem Vorjahr von CHF 365.6 Mio. auf CHF 396.9 Mio. oder um knapp 9 Prozent zugenommen hat, ist auf die Integration des Winterthurer Betriebes zurückzuführen. Die externen Erlöse im Kundendruck nahmen von CHF 208.5 Mio. um 17 Prozent auf CHF 243.4 Mio. zu. Im Zofinger Betrieb beträgt der Anteil der eigenen Verlage mit rund CHF 74 Mio. noch 32 Prozent (im Vorjahr 34 Prozent). Im Zeitungsbetrieb Adligenswil liegt der entsprechende Wert bei knapp 60 Prozent.

Die Vorjahresergebnisse konnten dagegen nicht gehalten werden. Die schwierigen organisatorischen und technischen Herausforderungen in der zweiten Jahreshälfte hinterliessen negative Spuren. Um 3 Prozent höhere Lohnkosten in den Stammbetrieben bei praktisch gleichem Mitarbeiterbestand, die Zusatzkosten im Winterthurer Betrieb sowie die ungünstige Preisentwicklung als Folge hoher Überkapazitäten insbesondere im nahen Ausland sind die Gründe. Dazu kam eine aussergewöhnlich schwache Nachfrage im vierten Quartal als Folge der generell lahmdenden Konjunktur und der tragischen Ereignisse in den USA.

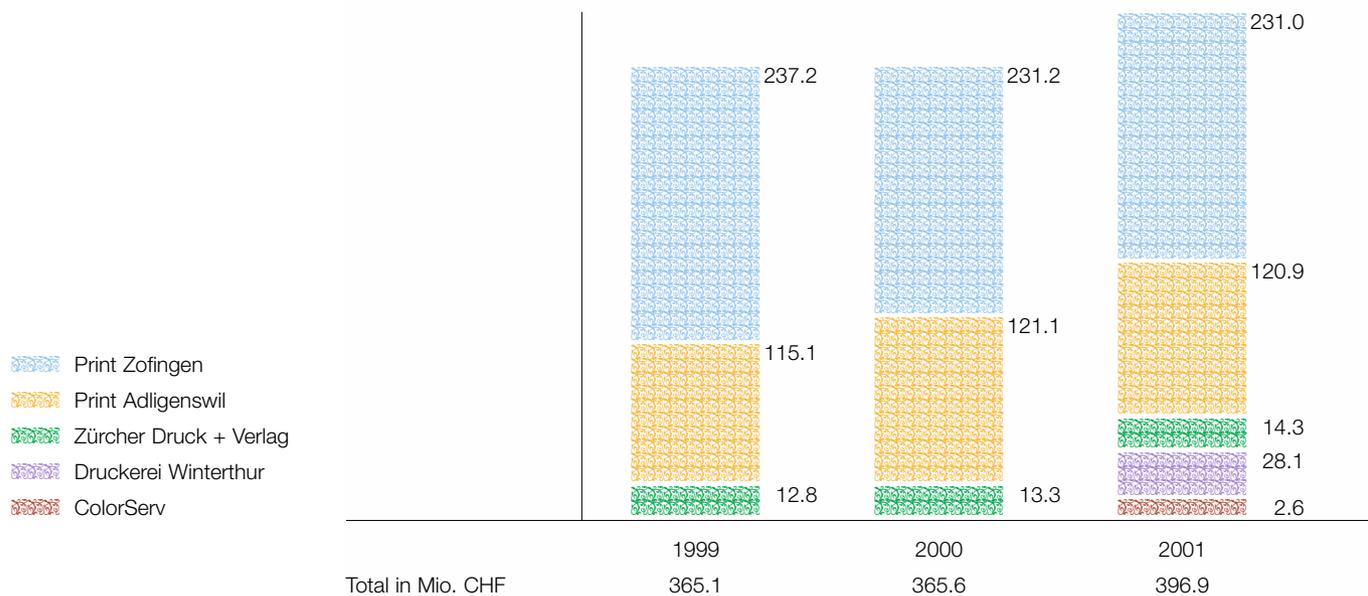
Das Jahr 2002 steht ganz im Zeichen des Übergangs bis zur Inbetriebnahme der zweiten Grossanlage in Zofingen im Jahre 2003 und der Integration des Winterthurer Betriebes. Im Zeitungsbetrieb Adligenswil werden die Vorarbeiten für die langfristige Positionierung an die Hand genommen.

Produktionsleistung	Mio. CHF 1999	Mio. CHF 2000	Mio. CHF 2001
Umsatz	365.1	365.6	396.9
davon Drittkunden	211.1	208.5	243.4
davon eigene Verlage	154.0	157.1	153.5
Wertschöpfung	202.5	198.6	213.6
Personalkosten	122.8	123.8	139.7

Drittkundenumsatz  Print



Gesamtumsatz  pro Standort



Die Übernahme der Druckerei Winterthur dw AG und der ColorServ AG durch Ringier Print bedeutete für das Human Resources Management eine neue, umfassende Herausforderung: Integration von rund 300 Mitarbeitenden und Erarbeiten von langfristig tragfähigen Lösungen für alle mit dem Ziel, die Produktion in Winterthur bis Ende 2003 aufrechtzuerhalten. In vielen Einzelgesprächen und Gruppen-Informationen wurden alle relevanten Themen aufgenommen: die Erwartungen und Befindlichkeiten der einzelnen Mitarbeiter, die Perspektiven und Chancen, die Möglichkeiten und Risiken. Die Ausarbeitung eines Sozialkonzeptes hatte oberste Priorität. Bei den Verhandlungen mit den Sozialpartnern galt es vor allem, menschliche und wirtschaftliche Härten zu vermeiden oder zu mildern und für alle Mitarbeitenden einen ihren Eignungen und Neigungen entsprechenden Arbeitsplatz zu finden.

Sämtliche Verhandlungs- und Informationsschritte wurden im Kernteam des «Projekt Winterthur» koordiniert, in Zusammenarbeit mit den Vorgesetzten, der Betriebskommission und den Behörden der Stadt Winterthur erarbeitet. Als Nächstes werden nun die Themen Aus- und Weiterbildung, vorzeitige Pensionierung, Stellenwechsel in ein anderes Ringier Unternehmen und Weiterbeschäftigung in Winterthur in einen zeitlich richtigen Ablauf gebracht und konkretisiert. Dies im Bewusstsein, dass nur bei guter Mitarbeiterzufriedenheit die hohen Kundenanforderungen an die Druckerei Winterthur zu erfüllen sind.

Grössere Schwankungen der Mitarbeiterzahlen zeigt die Struktur ausserhalb der Schweiz. In Tschechien konnten durch die Übernahme einer Druckerei und der Sportzeitung neue Mitarbeiter dazu gewonnen werden. Der Anstieg der Mitarbeiterzahl in Ungarn ist auf die Übernahme der Zeitung Nepszabadsag zurückzuführen.

Mitarbeiterstruktur  2001

	2001	2000	1999
Ringier Verlag	1936	1856	1754
Ringier Print Adligenswil	503	533	509
Ringier Print Zofingen	967	968	959
Zürcher Druck + Verlag	67	68	66
Betty Bossi Verlag	70	60	51
Druckerei Winterthur	328	–	–
ColorServ	42	–	–
<hr/>			
Ringier Schweiz	3913	3485	3339
Asien	416	305	224
Deutschland	20	20	19
Rumänien	230	230	513
Schweiz	3913	3485	3339
Slowakei	100	104	152
Tschechien	650	450	531
Ungarn	750	590	238
<hr/>			
Ringier AG	6079	5184	5016

Ringier AG Eigentümer	Ringier AG Verwaltungsrat	Ringier AG Konzernleitung
Evelyn Lingg-Ringier	Dr. Uli Sigg Präsident	Michael Ringier Vorsitzender
Annette Ringier	Dr. Gustav E. Grisard Vizepräsident	Martin Werfeli Stv. Vorsitzender, COO Finanzen, Verlagsservice Technik & Informatik
Michael Ringier	Michael Ringier Delegierter	Gérard Geiger Zeitschriften
	Oscar Frei Mitglied	Silvia Lepiarczyk Europa
	Jan O. Frøshaug Mitglied	Thomas Trüb Wirtschaftsmedien Pacific
	Dr. Hans-Olaf Henkel Mitglied	Bernhard Weissberg Zeitungen
	Martin Werfeli Sekretär	Fridolin Luchsinger Generalsekretär

Ringier AG Stabsstellen	Ringier Print Holding AG Verwaltungsrat	Ringier Print Holding AG Geschäftsleitung
<p>Caterina Ammann Recht</p> <p>Myrta Bugini Kommunikation</p> <p>Jean-Luc Mauron Human Resources</p> <p>Frank A. Meyer Publizistische Projekte</p> <p>Jacques Pilet Medienentwicklung</p>	<p>Michael Ringier Präsident</p> <p>Peter Karlen Mitglied</p> <p>Martin Werfeli Mitglied</p>	<p>Dr. Hans Jakob Strickler Ringier Print Holding AG und Ringier Print Zofingen AG</p> <p>Karl Lehmann Ringier Print Adligenswil AG</p> <p>Urban Möll Zürcher Druck + Verlag AG</p>
<p>Hans Jürg Deutsch Fernsehen</p>		

Betty Bossi und Coop begründeten im Herbst 2001 eine strategische Partnerschaft; damit verbunden übernahm der Detailhandelskonzern 50 Prozent an der Betty Bossi Verlag AG, Zürich, nachdem Ringier vorgängig im Frühjahr 2001 die restlichen Minderheitsanteile von 20 Prozent erworben hatte.

Im Rahmen der Bereinigung des Portfolio von New Economy-Aktivitäten übernahm Ringier die Anteile des Partners an der ad pepper media Switzerland AG, Zürich, stockte seine Anteile an der Spielberg Institut AG, Solothurn – Provider von Börseninformationen für Schweizer Privatanleger unter [www.borsalino.ch](http://www.borsalino.ch) –, auf neu 98,66 Prozent auf und verstärkte seine Position bei der SMI Schule für Medienintegration AG, Zofingen, auf 85 Prozent. Die Human Line AG, Rickenbach – eine elektronische Stellenbörse im Web – fusionierte zum Ende des Jahres mit weiteren Internet-Service-Anbietern zur TopJobsScout24 Schweiz AG, Uitikon; Ringier hält 30,23 Prozent an diesem Unternehmen.

Mit der Übernahme der Druckerei Winterthur dw AG und der ColorServ AG, beide Winterthur, verstärkte Ringier seine Position im hart umkämpften Akzidenzdruckmarkt in der Schweiz entscheidend. Zu Beginn des Jahres 2001 erwarb Ringier zudem die Specter GmbH, Zürich, ein Unternehmen mit Aktivitäten im Druckvorstufenbereich.

Addictive Productions AG, Zürich	100%
Druckerei Winterthur AG, Winterthur	100%
ColorServ AG, Winterthur	100%
Fastnet SA, St-Sulpice	100%
Investhaus AG, Zürich	100%
Mediamat AG, Zürich	100%
Rincovision AG, Zürich	100%
Ringier Print Adligenswil AG, Adligenswil	100%
Ringier Print Holding AG, Zürich	100%
Ringier Print Zofingen AG, Zofingen	100%
Zürcher Druck + Verlag AG, Zug	100%
Spielberg Institut AG, Solothurn (Borsalino)	98,66%
Prevision AG, Zofingen	85%
SMI Schule für Medienintegration AG, Zofingen	85%
Betty Bossi Verlag AG, Zürich	50%
Sat.1 (Schweiz) AG, Zürich	50%
Neue Luzerner Zeitung AG, Luzern	49%
2R Media SA, Locarno	45%
Pressevertriebs GmbH, Luzern	33%
SMD Schweizer Mediendatenbank AG, Zürich	33%
TopJobsScout24 Schweiz AG, Uitikon	30,23%
PresseTV AG, Zürich	30%
Netpooler AG, Mollis	25%
PrintOnline AG, Schlieren	25%
EPS Programm Service AG, Zürich	20%
Le Nouveau Quotidien ERL SA, Lausanne	20%
Schober Direct Media AG, Bachenbülach	20%
Teleclub AG, Zürich	20%
Radio Pilatus AG, Luzern	18%
Good News Productions AG, Zürich	5%

Ringier und Gruner + Jahr AG & Co., Hamburg, vereinbarten Ende 2001, in Tschechien und der Slowakei im Rahmen einer Partnerschaft eng zusammenzuarbeiten. Gruner + Jahr beteiligte sich mit 23,44 Prozent an der Ringier Nederland B.V., Amsterdam, in der die Aktivitäten Ringiers in diesen Ländern zusammengefasst sind. Im Gegenzug übernahm Ringier 49,9 Prozent an der Nepszabadsag RT, Budapest, dem Verlag der gleichnamigen führenden nationalen Tageszeitung Ungarns. Mit der Akquisition von 51 Prozent an der Ceskoslovensky Sport s.r.o., Prag, dem Verlag der einzigen täglichen Sportzeitung Tschechiens, verstärkte Ringier seine Marktposition weiter.

Im Sommer 2001 trennte sich Ringier von seiner Minderheitsbeteiligung von 20 Prozent an der Communicate Ltd., Hongkong, einem Contractpublishing-Verlag. Nach der Übernahme unseres langjährigen Partners Times Publishing Singapore durch einen branchenfremden Investor entschied sich Ringier zur Ausübung der in solchen Fällen vorgesehenen Rechte und erwarb 50 Prozent an der Druckerei Times Ringier (HK) Ltd., Hongkong.

Beteiligungen Europa und Asien 41

B.V. Tabora, Amsterdam	100%
Halvidar B.V., Amsterdam*	100%
Ringier France SA, Paris	100%
Ringier Pacific Ltd., Hongkong**	100%
Ringier Publishing GmbH, München	100%
Times Ringier (HK) Ltd., Hongkong	100%
Ringier (Nederland) B.V., Amsterdam***	76,56%

\* Verlagsaktivitäten in Ungarn und Rumänien

\*\* Verlagsaktivitäten in Asien

\*\*\* Verlagsaktivitäten in Tschechien und der Slowakei

Die Medien bestimmen die Gesellschaft. Medienpräsenz ist Menschenwert. Wer Öffentlichkeit hat, hat Rang. Die Medien sind omnipräsent. Deshalb erscheinen sie omnipotent. Und all dies ohne Auftrag. Ausgestattet mit welcher Legitimation?

Gibt es einen Auftrag der Gesellschaft an die Medien, der hinausgeht über die Vernetzung von Information? Wäre der Auftrag nicht das Dienen an der Freiheit? Aber Freiheit ist ja sowieso, frei sind wir ohnehin. Ist dieser Auftrag also überflüssig geworden?

Der Freiheitsdiskurs ist immer noch der erste Auftrag an die Medien. Zwar ist der kommunistische Totalitarismus Vergangenheit. Die verbliebenen Diktaturen wirken durch ihren Terror gefährlich, doch ebenso wirken sie exotisch – isolierte Inseln. Und die Staatsgewalten der demokratisch verfassten Nationen hüten sich, in die Freiheit der Medien, also der Journalisten, also der Bürgerinnen und Bürger einzugreifen.

In Italien hat sich jedoch mit Silvio Berlusconi ein Medienherrscher die Demokratie unterworfen. Wie funktioniert das? Die Medienmacht Berlusconis über private Fernsehstationen, über Zeitungen und Zeitschriften, über Buchverlage dient der politischen Macht Berlusconis. Mediale Macht verschmilzt mit politischer Macht. Und wird Übermacht.

Im Gegensatz zum klassisch autoritären Staat bleiben in Italien die demokratischen Strukturen bestehen. Nur die Trennung der Mediengewalt als Vierte Gewalt einerseits und der Staatsgewalt andererseits ist aufgehoben. Verfassungsmässig ist gegen diese fatale Symbiose kein Kraut gewachsen, denn die mediale Vierte Gewalt ist keine Verfassungsgewalt.

Die Medien wurzeln, frei wie sie sein sollen, in der Zivilgesellschaft. Sie gehören nicht zu den Verfassungsinstitutionen des demokratischen Rechtsstaates. Eigentlich gehören sie den Bürgerinnen und Bürgern, treuhänderisch von Verlegern und Journalisten verwaltet. Auch das Risiko des Missbrauchs der Medien ist dadurch Teil der Medienfreiheit.

Wer wehrt sich gegen Missbrauch, gegen Manipulation, gegen Machtanmassung durch den Medienmogul, der die Macht im Staate will? In Italien spielen Berlusconis Journalisten das Machtspiel ihres Herrn mit. Zu Tausenden: in Zeitungen wie in Zeitschriften, im Fernsehen wie auf Internet-Seiten, in der Berichterstattung wie in Reportagen, in Nachrichtensendungen wie in Fernsehspielen. Ganz besonders die Unterhaltung dient der politischen Vergottung des Meisters.

In den Neunzigerjahren ist vielen, offenbar allzu vielen Medienschaffenden das Gefühl für den Freiheitsdiskurs abhanden gekommen. Womöglich machte die Implosion des kommunistischen Totalitarismus die Journalisten übermütig. Freiheit war plötzlich im Überfluss vorhanden, ungefährdet schien das höchste Gut journalistischer Arbeit: Um nichts musste mehr gekämpft werden.

Auch erfasst durch mediale Weltvernetzung, durch impertinente Präsenz der Medien rund um den Globus und rund um die Uhr Machtrausch viele Medienschaffende. Waren nicht sie – sind nicht sie! – die wahren Masters of the Universe? Das Scheinwerferlicht des Fernsehens ein neues Sonnenlicht? Die einen im Licht, die anderen im Dunkeln? Und die im Dunkeln sieht man nicht. Also liegt im Licht der Medien die verbindliche Wirklichkeit.

Die Entwicklung der freien Medien geht zurück auf den Kampf gegen Herrschaftswissen, gegen Obskurantismus, gegen autoritäre Macht. Die freien Medien legitimierten sich stets durch ihr Engagement für die offene Gesellschaft, auch für eine gerechte Gesellschaft als Voraussetzung der modernen freien Gesellschaft. Das war, das wäre ihre raison d'être.

Jetzt verwalten die Medien eigenes Herrschaftswissen. Sie haben plötzlich Macht über die Wirklichkeit. Einst musste die Bastille gestürmt werden und das Winterpalais, um die Macht zu erlangen. Heute richtet sich Machtbegierde auf Verlage und Fernsehstationen.

Das Geschäft des klassischen Verlegers: Die Gratwanderung zwischen Kommerz und Kultur, wird mehr und mehr zum Geschäft im Dienste von Magnaten. Ein Berufsstand verschwindet: der des gesellschaftlich verantwortungsbewussten Verlegers. Ein Berufsstand ist gefährdet: der des freiheitsengagierten Journalisten. Ist Italien das Modell für die autoritäre Mediokratie?

Frank A. Meyer

Schweiz  2002

	*Auflage
Betty Bossi	920 000
Blick	309 309
Cash	71 771
dimanche.ch	45 033
edelweiss	25 200
Gesundheit SprechStunde	76 131
GlücksPost	170 028
il Caffè (gratis)	43 587
L'Hebdo	55 890
L'Illustré	98 210
Montres Passion/Uhrenwelt	90 000
Schweizer Illustrierte	253 265
SonntagsBlick	335 777
Tele	227 539
TV täglich	**1 362 289
TV8	56 324

\* WEMF 2001

\*\* nicht WEMF-beglaubigt

Asien  2002

	Auflage
China	
CAAC Inflight Magazine	400 000
China International Business	30 000
Ringier Trade Publishing Ltd: 11 Fachzeitschriften	
Vietnam	
The Guide	30 500
Thời báo Kinh tế Vietnam	38 000
Tu vấn tiêu Dùng	35 000
Thời Trang Trẻ New Fashion	45 000
Vietnam Economic Times	20 000

Osteuropa  2002

	Auflage
Rumänien	
Bravo	77 000
Capital	40 000
Libertatea	123 556
Libertatea Weekend	236 500
Lumea Femeilor	97 000
TVmania	105 000
Unica	72 000
Slowakei	
Euro Televizia	165 000
Eva	60 000
Novy Cas	159 000
TeleMagazin	250 000
Rodina	75 000
Zivot	133 000
Tschechien	
abc	71 700
Blesk	325 000
Blesk Magazin	415 000
Nedelni Blesk	220 000
Ceskoslovensky Sport	62 612
Volno-Sport	62 612
Reflex	67 000
tv plus	182 000
Tydenik Televize	211 000
tv revue	140 000
Ungarn	
Magyar Hirlap	35 267
Blikk	205 000
Nemzeti Sport	92 098
Nepszabadsag	198 559
Tele Super	–
Vasarnapi Blikk	170 000

Standorte 🌐 45

Schweiz 🇨🇭 2002

Ringier AG  
Dufourstrasse 23  
CH-8008 Zürich  
Telefon +41 1 259 61 11  
Telefax +41 1 259 86 35  
info@ringier.ch  
www.ringier.ch

Ringier Print Adligenswil AG  
Postfach 2469  
CH-6002 Luzern  
Telefon +41 41 375 12 53  
Telefax +41 41 375 16 68  
marketingservice@ringier.ch  
www.ringierprint.ch

Ringier Print Zofingen AG  
Brühlstrasse 5  
CH-4800 Zofingen  
Telefon +41 62 746 31 11  
Telefax +41 62 746 36 16  
print.mkt@ringier.ch  
www.ringierprint.ch

Zürcher Druck + Verlag AG  
Riedstrasse 1  
CH-6343 Rotkreuz  
Telefon +41 41 798 31 50  
Telefax +41 41 798 31 55  
can@ringier.ch  
www.ringierprint.ch

Druckerei Winterthur dw AG  
Industriestrasse 8  
CH-8401 Winterthur  
Telefon +41 52 235 71 71  
Telefax +41 52 235 73 46  
info@dwag.ch  
www.dwag.ch

RingierTV  
Hagenholzstrasse 83b  
CH-8050 Zürich  
Telefon +41 1 308 54 54  
Telefax +41 1 308 54 50  
info@ringiertv.ch  
www.ringier.tv

Osteuropa 🇪🇺 2002

Kontakt in der Schweiz:  
Telefon +41 1 259 63 38  
Telefax +41 1 259 68 40  
suzanne.witschi@ringier.ch

Rumänien  
Ringier Romania S.R.L.  
Fabrica de Glucoza nr. 5  
Sector 2, RO-Bucuresti  
Telefon +40 1 20 30 800  
Telefax +40 1 20 35 621

Slowakei  
Euroskop-Ringier a.s.  
Pribinova 25  
SK-81937 Bratislava  
Telefon +421 2 52 925 390  
Telefax +421 2 52 964 995

Tschechien  
Ringier CR a.s.  
Zerotinova 32  
CZ-130 00 Praha 3  
Telefon +420 2 67 097 111  
Telefax +420 2 67 097 718  
www.ringier.cz

Druckereien:  
Ringier Print s.r.o.  
Novinarska 1254/7  
CZ-709 70 Ostrava  
Telefon +420 69 666 81 11  
Telefax +420 69 662 66 06  
ringierprint@ringierprint.cz

Image CR a.s.  
Cernokostelecka 145  
CZ-108 00 Praha 10  
Telefon +420 2 57 223 299  
Telefax +420 2 67 223 288

Ungarn  
Ringier Kiado Kft.  
Szuglo utca 83-85  
HU-1141 Budapest  
Telefon +36 1 460 24 00  
Telefax +36 1 460 24 01  
kiado@ringier.hu

Asien 🌏 2002

Kontakt in der Schweiz:  
Telefon +41 1 259 64 26  
Telefax +41 1 259 86 86  
annemarie.dubs@ringier.ch

China  
Ringier Pacific Ltd.  
10C, Right Emperor  
Commercial Bldg.  
122-124 Wellington Street  
Central, Hongkong  
Telefon +852 2854 4266  
Telefax +852 2854 4009  
contact@ringierpacific.com

Ringier Pacific Ltd. Beijing  
Representative Office  
10/F., Suite 1017, Tower 1  
Sun Dong An Plaza  
No. 138 Wangfujing Dajie  
Beijing, 100006, P.R.C  
Telefon +86 10 6528 1841  
Telefax +86 10 6528 0152  
xlqin@public.bta.net.cn

Vietnam  
Ringier Representative Office  
Unit 002, Van Phuc Bldg.  
No. 2 Nui Truc Street  
Ba Dinh District  
Hanoi, Vietnam  
Telefon +84 4 846 53 71  
Telefax +84 4 846 53 71  
ringier.sh@hn.vnn.vn

## Impressum

Herausgeberin  Kommunikation, Ringier AG

Projektleitung  Myrta Bugini, Kommunikation, Ringier AG

Projektleitung Kunst  Beatrix Ruf, Kuratorin, Ringier AG

Kunst  Liam Gillick, London und New York

Visuelles Konzept, Layout  Liam Gillick, Ines Häny, Schlumpf & Sigerist AG, Zürich

Lektorat  Arthur Stöckli, Ringier Print Adligenswil AG

Druck  Zürcher Druck + Verlag AG, Rotkreuz

Buchbinderei  Burkhardt AG, Mönchaltorf

Der Ringier Jahresbericht erscheint in den Sprachen Deutsch, Französisch und Englisch

Weitere Exemplare können angefordert werden bei:

Ringier AG, Kommunikation, Dufourstrasse 23, CH-8008 Zürich

Telefon +41 1 259 62 92, Telefax +41 1 259 86 35

info@ringier.ch, www.ringier.ch

Papier:

Ziegler-Papier Z-Offset

Zürich, April 2002

