

ГОАППАРАТ

# RINGIER JAHRESBERICHT 2003

ОБЪЕКТИВ МС „ВОЛНА-ЗВ“  
ОБЪЕКТИВ С МНОГОСЛОЙНЫМ  
ПРОСВЕТЛЕНИЕМ

В-88

ooo Ringier

Schauen wir doch auf unsere Kinder, wie naiv ihre Zeichnungen sind, aber gleichzeitig welch grosse Kunst. Eisenstein erzählt eine interessante Geschichte von einem Kind, das zeichnete, wie Feuer im Ofen gemacht wird. Das Kind «stellte einen Haufen Feuerholz, einen Ofen und einen Kamin dar. Aber in der Mitte des Raums befand sich ... ein riesiges, mit Zickzacklinien bedecktes Rechteck. Was sollte das sein? Offensichtlich Streichhölzer. Das Kind zeichnete die Streichhölzer in einem Massstab, der ihrer entscheidenden Rolle bei der dargestellten Handlung entsprach.»

Vsevolod Emilevic Meyerhold

## Inhalt

6	Prolog
8	Der Künstler
10	Ergebnisse
14	Erfolgsrechnung
16	Ringier Schweiz
17	Farbtafel
23	Farbtafel
30	Ringier Europa
38	Ringier Asien
41	Farbtafel
44	Ringier Print
47	Farbtafel
50	Human Resources
52	Beteiligungen
54	Organisation
56	Epilog
58	Produkte und Auflagen
60	Standorte
62	Impressum

## Prolog

Ist das nun bloss ein etwas anderer Jahresbericht? Oder etwa ein richtiges Kunstwerk? Christopher Williams, der Kreateur dieses Werks, gehört in Kunstkreisen zu den bekannten und arrivierten Künstlern. Beweisen kann das allerdings niemand. Es ist ein Glaube oder vielleicht sogar eine Behauptung. In zwanzig Jahren wird das anders sein. Dann wissen wir es mit ziemlicher Sicherheit. Zu diesem Zeitpunkt wird die Kunstgeschichte diesen Künstler wohl endgültig eingeordnet haben, und seine Bedeutung wird sogar messbar sein. Nicht bloss an der Zahl der Ausstellungen, sondern auch am Preis seiner Werke.

Und was hat das, bitte schön, mit unserer Firma zu tun? Viel. Sehr viel sogar. «Der Glaube macht selig, die Hoffnung macht stark, und wenn du das glaubst, dann pump mir zehn Mark.» Was hier als schwäbisches Volkslied daherkommt, stand in der Hitparade der Firmenstrategiesongs jahrelang unangefochten an der Spitze. Das volkstümliche Deutsch wurde zwar in den neunziger Jahren durch die englische Businesslanguage ersetzt. Denn für «Visions», «Beliefs» und «Missions» war wesentlich leichter Geld zu bekommen als für Glaube und Hoffnung. Inzwischen sind einige Trillionen in sämtlichen Währungen der Welt verschwunden und die englischen Schlagwörter sind zu Schimpfwörtern mutiert. Das Schwäbische ist wieder in: «Hond verkaufe, selber belle» sagt man jenseits des Rheins. Und auf der ganzen Welt wird gespart – koste es, was es wolle.

Über die Zahlen dieses Jahres dürfen wir uns freuen. Sie sind ausschliesslich operativ erarbeitet, ohne ausserordentliche Erlöse. Und erst noch in einem wirtschaftlichen Umfeld, das für Medienunternehmen alles andere als freundlich war. Wären wir Schwaben, dürften wir jetzt fröhlich bellen. Haben wir uns das alles einfach zusammengespart? Ist deswegen Sparen die neue alleinseligmachende Strategie? Und gehören Glauben und Hoffen zum Strategiemüll der neunziger Jahre?

Wenn wir uns ansehen, woher die Cashflowmillionen dieses Jahr herkommen, erhalten wir die Antwort. Ohne Frage haben die Sparanstrengungen einen ordentlichen Anteil am Ergebnis. Rund 30 Millionen Franken weniger Kosten, welche in diesem Jahr voll wirksam werden, sind mehr als beachtlich. Doch die Suche nach tieferen Kosten und mehr Effizienz gehören zur Daueraufgabe jeder Konzernleitung. Aber für das Überleben einer Firma reicht das nicht. Man kann sich kein Unternehmen zusammensparen. Auch unser Haus lebt davon, dass wir immer wieder Neues erfinden, dass wir immer wieder an etwas glauben. Genauso wie Christopher Williams.

Ein Teil unserer Erlöse stammt immer noch aus Marktpositionen, an welche die damals Verantwortlichen in unserer Firma vor vielen Jahrzehnten geglaubt haben. Die Schweizer Illustrierte ist immerhin schon über 90 Jahre alt, der Blick wurde 1959 gegründet. Und

wir verdienen damit immer noch sehr gutes Geld. Weil es auch heute eine Generation gibt, die es immer wieder schafft, den alten Marken neues Leben einzuhauchen.

Aber wir haben nicht bloss Herkömmliches und Ererbtes neu belebt. Wir haben auch Neues geschaffen. Mit 50 000 Franken und einem 16-seitigen Blättchen in Prag hat unser Abenteuer in Mittel- und Osteuropa begonnen. In 13 Jahren sind einige hundert Millionen Franken an Investitionen dazugekommen und entstanden ist daraus eines der grössten Medienunternehmen in diesem Teil Europas. Die neuen Unternehmen im Osten waren im vergangenen Jahr mit zweistelligen Millionenbeträgen am Ergebnis beteiligt und werden dieses Jahr über 300 Millionen Franken Umsatz erwirtschaften. Dass wir auch in den härtesten Zeiten trotz Millionenverlusten immer daran geglaubt haben, hat uns zwar nicht die Seligkeit beschert – aber Genugtuung ist im irdischen Leben schon ein wunderbares Gefühl.

Und wir glauben noch an viel mehr. Dass es zum Beispiel in diesem Land Platz hat für eine grosse, wirtschaftlich erfolgreiche Zeitschriftendruckerei – selbst wenn dieses Vorhaben zehn oder fünfzehn Jahre dauert. Wir glauben auch daran, dass selbst in wirtschaftlich schwierigen Zeiten Anstand, Respekt und Verantwortung gegenüber den Mitarbeitern einen hohen Stellenwert haben. Und wir glauben immer noch fest daran, dass Glaubensfragen in einem Familienunternehmen besser aufgehoben sind als an der Börse. Analysten wollen Fakten – selbst wenn sich diese oft als pure Fiktion entpuppen. Aber wir glauben nicht nur, wir wissen auch. Wir wissen, dass wir uns irren. Wir haben an den Markt für eine zweite Sonntagszeitung in der Romandie geglaubt – und mussten zur Kenntnis nehmen, dass wir uns getäuscht haben. Wir hielten das Finanzportal Borsalino für eine tolle Sache – und mussten schmerzhaft erfahren, dass wir viel zu viel dafür bezahlt haben. Auch der Glaube hat seinen Preis.

Aber noch etwas wissen wir. Dass wir, wie Christopher Williams, hart weiterarbeiten müssen. Dass wir weiterhin an Dinge glauben müssen. Dass wir für unsere Überzeugungen Risiken eingehen müssen. Dass wir uns ins Ungewisse begeben müssen. Genauso wie ein Künstler. Christopher Williams wird in zwanzig Jahren noch bekannter und noch berühmter sein. Und wir werden hoffentlich ebenfalls grösser und noch viel erfolgreicher sein.

Michael Ringier  
Verleger, Präsident des Verwaltungsrates

Martin Werfeli  
Vorsitzender der Konzernleitung

## Der Künstler

Christopher Williams arbeitet mit Fotografie als Realisierungsmedium seiner konzeptuellen Kunstpraxis. Seit den achtziger Jahren setzt er sich mit den komplexen Bezügen fotografischer Darstellungen in Beziehung zu anthropologischen, politischen und ästhetischen Fragestellungen auseinander. In seinem Werk manifestiert sich dies folgerichtig in der Aneignung und Re-Interpretation, in der «Wiederholung» spezifischen visuellen Materials aus der Geschichte unserer kulturellen Bildproduktion. Williams' Bilder kreieren eine kritische und reflektierende Distanz zum Original und ein vertieftes Verständnis unserer Bildwelten.

So setzt er sich mit seiner Fotoserie «For Example: Die Welt ist schön» Mitte der neunziger Jahre mit dem Bildkompendium «Die Welt ist schön» des deutschen Fotografen Albert Renger-Patzsch auseinander oder re-interpretiert die pseudowissenschaftliche Darstellungsweise und die Ästhetik der Pflanzenwelt bei Karl Blossfeldt in der Serie «From Angola to Vietnam» (1989), indem er mit Verführungsformen der Schönheit des fotografischen Bildes genauso operiert wie mit kulturellen und wissenschaftlichen Kategorisierungsprinzipien.

Für seine Interpretation des Jahresberichts der Ringier AG hat sich Christopher Williams sowohl mit der inzwischen «künstlerischen» Geschichte des Jahresberichts als auch mit einer spezifischen Tätigkeit der Firma, nämlich ihren Filmproduktionen für das Fernsehen, beschäftigt. Er hat ein Paket geschnürt, das den Jahresbericht als komplexes Gebilde aus Informationen, Informationsbedingungen, Bildern und einem Film zum «Kunstobjekt» macht.

Wie Bilder produziert werden, welcher Blickwinkel in der Produktion von Bildern Bedeutung definiert und wie wir dem Blick des Bildes selbst begegnen sind Themen Christopher Williams' Kunst. So kann man eine Bildserie aus dem Jahr 1993 in direkter Linie sehen mit seinem Arbeitsansatz für diesen Jahresbericht: Er benutzte das Fotoshooting einer japanischen Agentur, die in Alltagssituationen auf der Strasse Frauen fotografierte, die sich für ein Haar- und Make-up-Styling zur Verfügung gestellt haben. Die sehr westlich gestylten Frauen sind aus leicht verrücktem Winkel in Williams' Bildern zu sehen. Man ist verwirrt über die Bildkomposition, die Richtung ihrer Blicke, die Vorstellungen von Repräsentation, kulturellem Hintergrund und Bildabsicht – und dennoch erfährt man Entscheidendes gerade über diese Aspekte. In ähnlicher Weise ist Williams für «seinen» hier vorliegenden Film vorgegangen: Er benutzte die Produktion einer Sendung von «al dente», um einen Film zu machen, der zeigt, was Zeit- und Produktionsbedingungen des Fernsehens ausschliessen müssen. Eine im Fernsehen 50 Minuten dauernde Kochsendung dauert bei Williams potentiell fünfeinhalb Stunden. Wir kennen diesen Moment der Belustigung und gleichzeitigen Desillusionierung alle: Ein Kuchenteig muss eine Stunde ziehen, im Fernsehen sind aber immer schon zwei Zustandsmomente vorhanden und

der perfekte Fernsehkoch zieht den fertigen Teig fix von hinten ins Bild... Williams bietet in seiner beinahe komödiantisch anmutenden «Kochsendung» grosszügig die ganze Zeit an, die Kochprozesse benötigen würden. Eine Reality-TV-Kochsendung sozusagen, die auch über die Qualität von Zeit, über die Beziehung zum Publikum und die Beziehung des Publikums zu den «Realitätsangeboten» des Fernsehens nachdenken lässt. Williams' Film ist aber auch ein eigenartig anmutendes Zwitterding von Avantgardefilm und mysteriös aufgeladenem Kino, Andy Warhol, Jean Rouch und Big Brother lassen gleichzeitig grüssen. Die Zeit, die uns das TV nicht zur Verfügung stellen kann, wird von Williams mit diesem Film als Kunstwerk dem Publikum zum Geschenk gemacht.

Der gedruckte Teil dieses Jahresberichtes kommt dagegen ganz «reduziert» daher. Die Zahlen und Informationen sind in strenger Typographie dargestellt, es gibt nur wenige Bilder. Diese aber sind in ihrer Auswahl ein weitverzweigtes Assoziations- und Bedeutungsfeld: Man sieht eine ukrainische Kamera (deren Originalverpackung auch die Vorlage für den Umschlag des Berichtes liefert) und für jede Sprachversion des Berichtes eine andere Kombination kulinarischer Fotografien, hergestellt im Betty-Bossi-Fotostudio... Die Kamera sieht aus wie eine Hasselblad, die Ikone der Fotografie, ist aber ein historisch «unreines» Objekt. Hergestellt in Russland durchlebte die Kamera in ihrer Geschichte viele Geschichten: Mit ihr wurde die Revolution dokumentiert, in den zwanziger Jahren diente sie den Avantgarde-Filmemachern Russlands und im Zweiten Weltkrieg wurde sie durch neue Objektive verbessert, die man in den Zeiss-Werken in Deutschland «mitgehen» liess... Mit der Abbildung der diversen Speisen schafft der Künstler dagegen ein Feld der Assoziation zur beigelegten DVD. Komplexe inhaltliche Bezüge, Wiederholung, Grosszügigkeit und absichtsvolle Irritationen unserer Wahrnehmung sind Themen des Künstlers für diesen Jahresbericht. Das gedruckte Informationsinstrument ist folgerichtig in dieses Spiel mit einbezogen und «doppelt» ein weiteres Thema auf. Der Jahresbericht ist physisch und strukturell verdoppelt mit leeren Seiten, in die der Platz für die DVD eingestanzt wurde. Stanzungen als gestalterisches Element ist eine Tradition, die man in der Schweizer Typographie- und Buchdruckkunst gepflegt hat – sie zeigt sich hier als Tradition, die neue Medien mit traditionellen zu verbinden mag und den diesjährigen Jahresbericht mit Buch, Bild und DVD zum Gesamtwerk werden lässt.

Beatrix Ruf  
Kuratorin

## Ergebnisse

Die nach den Grundsätzen von Swiss GAAP FER 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. Die Periodenergebnisse wesentlicher Minderheitsbeteiligungen sind anteilmässig erfasst. Nicht enthalten sind die Ergebnisse der Verlagsaktivitäten in Vietnam.

Der Gesamtumsatz des Konzerns ging im Berichtsjahr trotz deutlichem Wachstum in Mittel- und Osteuropa um CHF 22.2 Mio. resp. 2,1 Prozent zurück. Das schlechte Konjunkturmilieu in der Schweiz und die damit stark rückläufigen Werbeausgaben zum einen und der weitgehende Wegfall von einmaligen Erlösen zum anderen liessen die Umsätze der Verlagsaktivitäten in der Schweiz um annähernd 8 Prozent schrumpfen. Der Druckbereich litt sowohl im Inland- als auch im Exportgeschäft unter einer stark sinkenden Nachfrage. Demgegenüber wuchsen die Umsätze in Mittel- und Osteuropa erneut deutlich an, was sich aus der Geschäftsexpansion mittels Akquisitionen und Kooperationen sowie starken Marktanteilgewinnen der bisherigen Produkte erklärt.

Infolge weiter sinkender Rohstoffpreise, geringerer Volumen der Zeitschriften und Zeitungen in der Schweiz und den im abgelaufenen Geschäftsjahr voll wirksamen Sparmassnahmen in der Schweiz konnten die Aufwendungen mit CHF 18.7 Mio. oder 2,1 Prozent im Rahmen des Umsatzrückgangs reduziert werden. Der Gewinn nach Steuern stieg um 10,2 Prozent auf CHF 43.2 Mio. an. Der Cashflow sank leicht um 2,6 Prozent auf CHF 120.9 Mio. Die Gewinnmarge liegt – trotz des negativen Marktumfeldes – mit 4,3 Prozent über dem Vorjahreswert von 3,8 Prozent. Mit einem Wert von 12 Prozent fällt die Cashflow-Rate in der Höhe des Vorjahres aus.

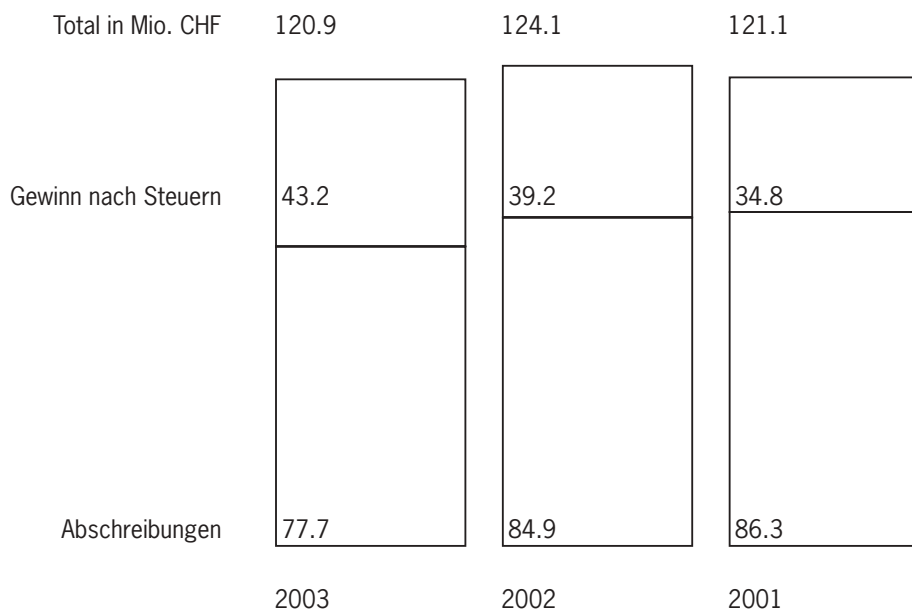
Die Investitionen lagen mit CHF 220.2 Mio. massiv über dem Vorjahreswert von CHF 78.5 Mio. Grösste Einzelinvestition war die Übernahme der Printmedien-Aktivitäten unseres Partners Gruner + Jahr in der Slowakei, in Rumänien und Serbien. Über die Hälfte der Investitionen konnten eigenfinanziert werden. Investitionen in neue Produkte oder Märkte wurden nicht aktiviert, sondern wie in den Vorjahren direkt der Erfolgsrechnung belastet.



Ringier in Zahlen

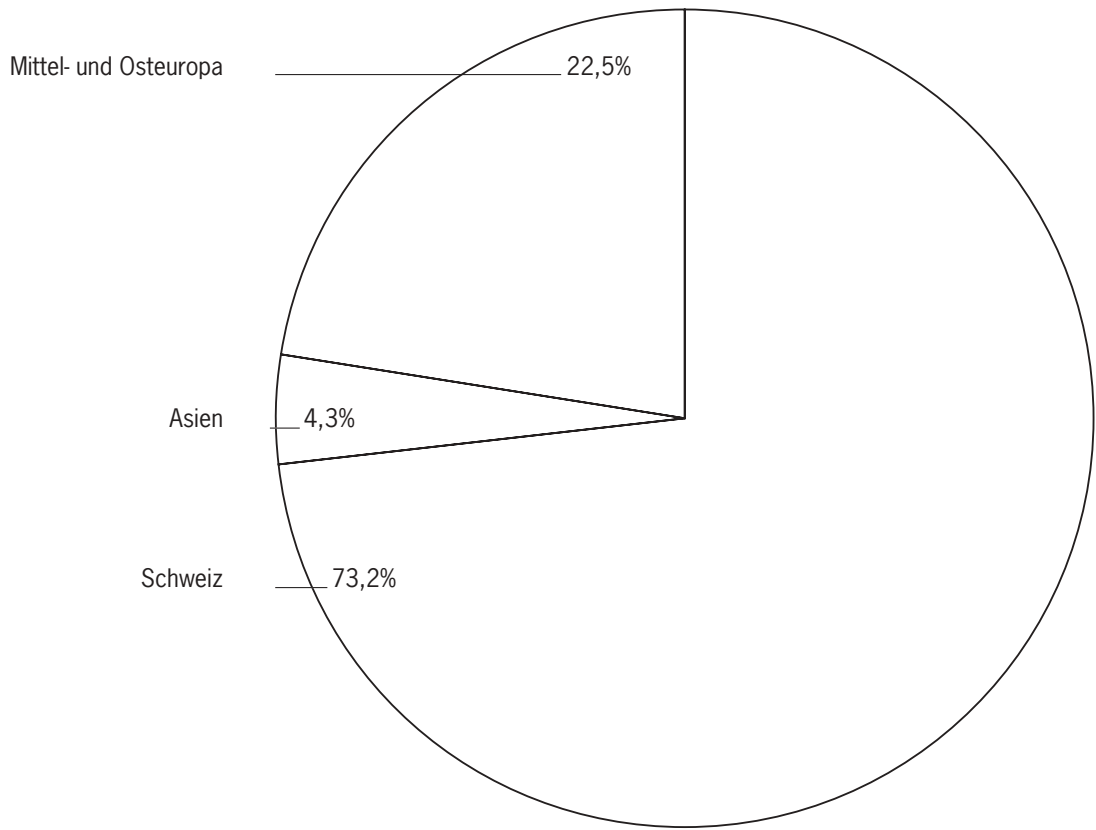
	Mio. CHF 2003	Mio. EUR 2003	Mio. CHF 2002	Veränderung in %
Umsatz Verlag Schweiz	536.7	353.1	582.6	-7,9
Umsatz Europa	227.3	149.5	167.6	+35,6
Umsatz Asien	44.0	29.0	44.1	-0,2
Umsatz Print Schweiz	203.1	133.6	239.0	-15,0
Total	1011.1	665.2	1033.3	-2,1
Cashflow	120.9	79.5	124.1	-2,6
- in % des Umsatzes	12,0		12,0	
Jahresgewinn nach Steuern	43.2	28.4	39.2	+10,2
- in % des Umsatzes	4,3		3,8	
Investitionen	220.2	144.9	78.5	+180,5
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	5439		5419	+0,3

# Cashflow



# Umsatzanteile nach Länder

in Prozent



## Erfolgsrechnung

	Mio. CHF 2003	Mio. EUR 2003	Mio. CHF 2002	Veränderung in %
<b>Erlöse</b>				
Gesamterlöse	1011.1	665.2	1033.3	-2,1
Zeitschriften, Zeitungen	634.5	417.4	596.4	+6,4
Kundendruck	236.5	155.6	269.8	-12,3
Elektronische Medien	27.0	17.8	26.2	+3,1
Betty Bossi	38.6	25.4	38.3	+0,8
Diverses	74.5	49.0	102.6	-27,4

	Mio. CHF 2003	Mio. EUR 2003	Mio. CHF 2002	Veränderung in %
<b>Aufwendungen</b>				
Personal	338.3	222.6	353.6	-4,3
Löhne und Gehälter	284.7	187.3	295.9	-3,8
Sozialleistungen	41.5	27.3	46.2	-10,2
Personalnebenkosten	12.1	8.0	11.5	+5,2
Material und Fremdleistungen	252.3	166.0	270.9	-6,9
Papier	137.6	90.5	154.2	-10,8
Farbe	14.2	9.3	16.4	-13,4
Übriges Material	16.2	10.7	19.1	-15,2
Fremdleistungen	78.9	51.9	74.1	+6,5
Sonstiger Marktaufwand	5.4	3.6	7.1	-23,9
Redaktionen, Verlage, Transport und Werbung	197.5	129.9	190.9	+3,5
Redaktionshonorare	36.8	24.2	39.9	-7,8
Transporte	68.9	45.3	71.9	-4,2
Werbung	70.2	46.2	64.3	+9,2
Diverser Verlagsaufwand	21.6	14.2	14.8	+45,9
Allgemeiner Aufwand Fremdmieten, Energie, Reparaturen, Unterhalt	102.1	67.2	93.8	+8,8
Allgemeine Verwaltung	27.7	18.2	24.1	+14,9
Steuern, Zinsen	60.9	40.1	58.3	+4,5
	13.5	8.9	11.4	+18,4
Aufwendungen total	890.2	585.7	909.2	-2,1
Cashflow	120.9	79.5	124.1	-2,6
Abschreibungen	77.7	51.1	84.9	-8,5
Gewinn nach Steuern	43.2	28.4	39.2	+10,2

## Ringier Schweiz

Die Schweizer Wirtschaft blickt auf ein Rezessionsjahr zurück – mit starken negativen Auswirkungen auf die Werbewirtschaft. 2003 wird für die Printmedien der Schweiz als das schwierigste Jahr der jüngeren Vergangenheit in die Geschichte eingehen. Die grossen Zeitungstitel der Schweiz verloren im abgelaufenen Jahr erneut stark an Anzeigenvolumen – je nach Titel brach das Anzeigenaufkommen um über 20 Prozent ein. Der Verlust der Zeitschriften fiel nur unwesentlich geringer aus. Der Ringier Verlag Schweiz blickt angesichts dieser schlechten Rahmenbedingungen auf eine unbefriedigende Umsatzentwicklung zurück. Unsere Titel konnten sich der Marktentwicklung nicht entziehen; lediglich die geringe Abhängigkeit vom Stellenanzeigenmarkt führte zu leicht tieferen Verlusten bei den Zeitungen. Im Lesermarkt konnten unsere Titel ihre Positionen erfolgreich verteidigen und die Vorjahresdaten mehrheitlich übertreffen. Die Schweizer Illustrierte und der SonntagsBlick erreichten jeweils mehr als eine Mio. Leser.

Im Herbst 2003 erteilte die Wettbewerbskommission (Weko) zwei Übernahmeprojekten grünes Licht: Gemeinsam in einem Joint-Venture mit der Edipresse-Gruppe übernahm Ringier die Mehrheit an Le Temps, der überregionalen Tageszeitung in der Romandie. In der Deutschschweiz konnte Bolero, das führende Mode- und Lifestyle-Magazin, erworben und mit dem anfangs Jahr lancierten deutschsprachigen edelweiss fusioniert werden. Demgegenüber musste die Westschweizer Sonntagszeitung dimanche.ch aufgrund der wirtschaftlichen Entwicklung und fehlenden Perspektiven auf eine Erholung Mitte des Jahres eingestellt werden.



Kiev 88, 4.6 lbs. (2.1 kg)  
Manufacturer: Zavod Arsenal Factory, Kiev, Ukraine  
Date of production: 1983–87  
Douglas M. Parker Studio, Glendale, California  
March 28, 2003 (No. 1)  
2003  
Dye transfer print  
16 x 20 inches; 40.6 x 50.8 cm paper size  
Ed. of 10



Umsatz Schweiz

Total in Mio. CHF	536.7	582.6	635.3
Zeitschriften	217.3	222.4	230.0
Zeitungen	196.4	201.7	215.7
Wirtschaftsmedien	22.1	27.3	33.9
Betty Bossi	38.6	38.3	68.1
Fernsehen	25.7	25.2	26.0
Diverses	36.6	67.7	61.6
	2003	2002	2001

## Zeitungen

Wer kämpft, gewinnt. Das war das Motto aller Mitarbeiter im Zeitungsbereich. Sie kämpften um jede Anzeige, sie kämpften um jeden Leser, um jeden Surfer. Blick und Sonntags-Blick erhielten ein neues Kleid, beide Zeitungen neues Führungspersonal. Die Sparprogramme beinhalteten einen massiven Abbau der Zeitungsverkaufsautomaten. Zusammen mit dem Wegfall eines grossen Teils der Swiss-Auflage führte dies zu einem Rückgang bei den Auflagen, nicht aber bei den Lesern. Dort sind die Zahlen stabil. In der Krise wird offenbar auf den Zeitungskauf zum Teil verzichtet, nicht aber auf die Lektüre.

Erfreulich die Entwicklung im Online-Bereich: Der stetige Aufbau der Kundenbeziehungen und die Umsetzung neuer Ideen verbesserte das Ergebnis ebenfalls mehr als erwartet. Blick Online (BOL) ist die Mediensite Nummer 1 in der Schweiz. Und zwar eine Eigenständige: Ab März 2004 verzichtet BOL vollständig auf die Reproduktion von Printinhalten. Damit ist eine eigenständige, klare Positionierung sowohl von Print als auch von Online möglich.

## Umsatz Zeitungen

Total in Mio. CHF	196.4	201.7	215.7
Verkaufserlöse	104.2	106.4	109.4
Anzeigenerlöse	85.7	90.2	101.2
Diverses	6.5	5.1	5.1
	2003	2002	2001

## Zeitschriften

Wie der gesamte Schweizer Zeitschriftenmarkt waren auch die Ringier Titel im Jahr 2003 infolge der anhaltenden Rezession einem stetigen wirtschaftlichen Druck ausgesetzt. Mit einer Umsatzreduktion von rund zwei Prozent und erhöhten Leserschaftszahlen verteidigten die Ringier Flaggschiffe ihre Positionen im nationalen Markt.

Der Zeitschriftenbereich hat damit im Jahr 2003 der schwierigen Wirtschaftslage sehr gut standgehalten. In der Deutschschweiz konnte mit dem Kauf des Luxusmagazins Bolero und der anschliessenden Fusion mit dem erst im Frühjahr 2003 in der Deutschschweiz lancierten Titel edelweiss die Stellung im Bereich Mode und Lifestyle ausgebaut werden. Weitere Höhepunkte waren unter anderem die Lancierung eines neuen Wellness-Specials durch die Gesundheit Sprechstunde, die Neukonzeption des bekannten Tele-Fernsehpreises, bei dem nun auch das Votum der Tele-Leser berücksichtigt wird, sowie die Zusammenarbeit der Schweizer Illustrierten mit RingierTV zur gemeinsamen Lancierung der Sendung People auf Sat.1 Schweiz.

Die Romandie erlebte ein kontrastreiches Jahr 2003. Auf der einen Seite startete L'Hebdo im April erfolgreich mit einer neuen Formel, auf der anderen Seite musste die Sonntagszeitung dimanche.ch im Juni nach nur dreieinhalb Jahren eingestellt werden. Im Berichtsjahr erhöhte Ringier seine bisher indirekt gehaltene Beteiligung an Le Temps. Edipresse und Ringier kontrollieren nun in einem Joint Venture gut 80 Prozent an dieser Tageszeitung. Seit August wird Le Temps mit der TV-Beilage TV8 ergänzt. Die Synergien der Zeitschriften in der Deutschschweiz und in der Romandie trugen zudem mit der französischsprachigen Ausgabe von al dente, einer nationalen Werbekampagne und der redaktionellen Zusammenarbeit für edelweiss und Bolero erste Früchte.



Kiev 88, 4.6 lbs. (2.1 kg)  
Manufacturer: Zavod Arsenal Factory, Kiev, Ukraine  
Date of production: 1983–87  
Douglas M. Parker Studio, Glendale, California  
March 28, 2003 (No. 2)  
2003  
Dye transfer print  
16 x 20 inches; 40.6 x 50.8 cm paper size  
Ed. of 10

# Umsatz Zeitschriften

Total in Mio. CHF

217.3                      222.4                      230.0

Verkaufserlöse

118.8                      120.2                      120.7

Anzeigenerlöse

92.3                      95.1                      99.5

Diverses

6.2                      7.1                      9.8

2003

2002

2001

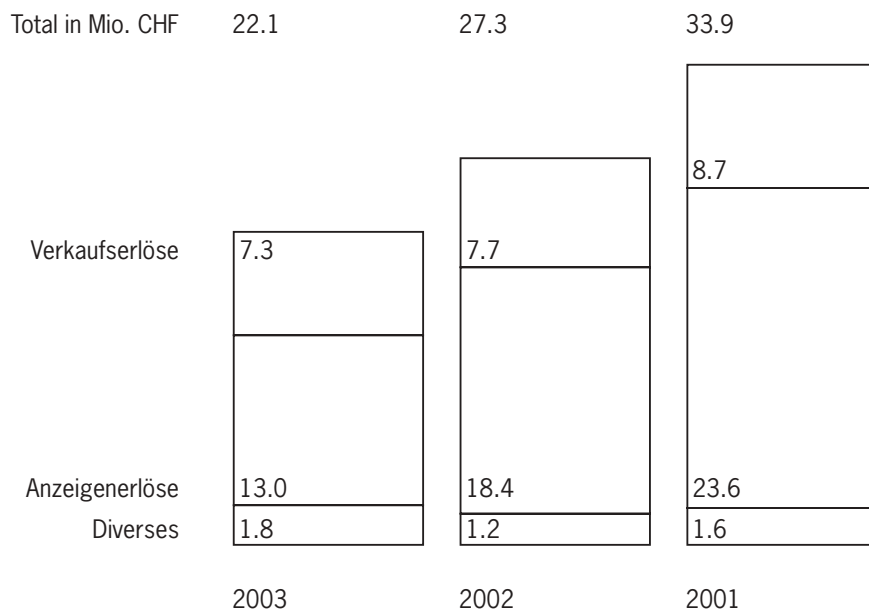
## Wirtschaftsmedien

Nach einem für alle Wirtschaftsmedien schlechten Jahr 2002 waren wir überzeugt davon, dass die Talsohle erreicht und der Aufschwung nur noch eine Frage der Zeit sei. Irrtum: das letzte Jahr verlief parallel zur wirtschaftlichen Entwicklung nochmals enttäuschend, die Anzeigenumsätze gingen im dritten Jahr in Folge massiv zurück. Das pessimistische Klima bekamen wir auch bei den Verkäufen zu spüren, aber immerhin machten uns die Leserzahlen Freude.

Das letzte Jahr war aber auch ein Jahr des Aufbruchs. Im Oktober verlegten wir, begleitet von einem sanften Relaunch, den Erstverkaufstag von Cash auf den Donnerstagmorgen. Auf den gleichen Termin hin legten wir Cash Online, borsalino.ch und cashtv.ch zusammen und gaben der neuen Website cash.ch einen kraftvollen Auftritt. Cash.ch konnte seine Position als grösstes unabhängiges Finanz- und Wirtschafts-Portal weiter ausbauen. Weiter auf Erfolgskurs ist auch CASH-TV, das zu seinem zehnten Geburtstag die Zuschauerzahlen nochmals um über zehn Prozent steigern konnte.



# Umsatz Wirtschaftsmedien

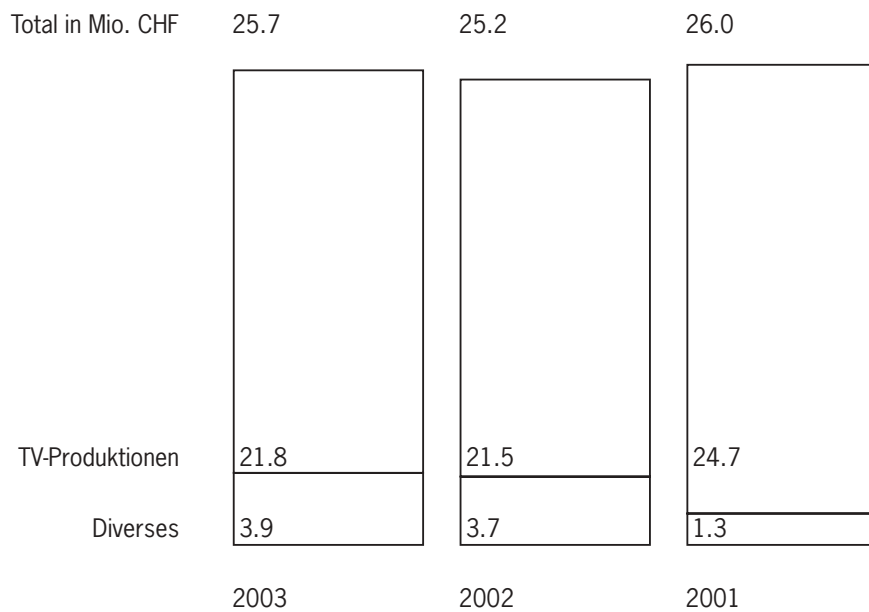


## RingierTV

2003 feierte der Fernsehbereich RingierTV sein 10-Jahre-Jubiläum: 1993 hatte das Druck- und Verlagshaus Ringier seine Medienpalette mit Fernsehen erweitert. Das Wirtschaftsmagazin CASH-TV war die erste regelmässige Fernsehsendung, die Ringier für das Schweizer Fernsehen produzierte. Heute gehören rund ein Dutzend Fernsehformate von RingierTV aus den Bereichen Gesundheit und Medizin, Konsum und Wirtschaft, Auto und Sport sowie Food und Lifestyle zu den erfolgreichsten Sendungen auf den Sendern SF2 und Sat.1 Schweiz.

Rund 75 Mitarbeiter und eine clevere Unternehmensstrategie mit verteiltem Risiko sind die Basis des Erfolges von RingierTV. Im schwierigen Fernsehmarkt Schweiz ist RingierTV führend im Geschäft mit den bewegten Bildern und schloss 2003 mit Gewinn ab.

# Umsatz RingierTV



## Ringier Europa

Gesundes Wachstum durch Akquisition und Eigenründungen – der Konzernbereich Ringier Europa hat im Jahr 2003 verglichen zum Vorjahr ein Umsatzwachstum von 36 Prozent realisiert.

Die Basis für die Wachstumsstrategie ist durch die erfolgreichen operativen Stammgeschäfte in der tschechischen Republik, der Slowakei, Rumänien und Ungarn gelegt worden. In allen Ländern bauten die auflagenstarken Boulevardtitel ihre Nr.-1-Position im Markt aus.

Der Rückzug unseres Partners Gruner + Jahr aus dem osteuropäischen Tageszeitungsgeschäft hat uns die Chance eröffnet, 100prozentiger Eigentümer unseres tschechischen und slowakischen Verlages zu werden und in Rumänien den Expres-Verlag mit der Tageszeitung Evenimentul Zilei mit einer Druckerei zu übernehmen. Gleichzeitig erweiterte sich mit der Übernahme von 74,9 Prozent des Blic-Verlages (Tageszeitung) in Serbien unser Länderportfolio.

2003 hat unser rumänischer Verlag erneut einen Umsatz- und Ergebnissprung erarbeitet, der auf massive Auflagenentwicklungen mit gleichzeitiger Erhöhung der Anzeigenerlöse zurückzuführen ist. Unser Tabloidtitel Libertatea ist mit weitem Abstand Marktführer im Tageszeitungssegment inklusive der 2002 lancierten Sonntagsausgabe. Der Wirtschaftstitel Capital steigerte trotz grosser Konkurrenz die Profitabilität.

Im hart umkämpften Zeitschriftensegment setzten sich Unica und die TV-Titel durch, und der Erfolg von Bravo (Lizenz) hat zum Launch von Bravo Girl im Oktober geführt. Die Übernahme der Sporttageszeitung Pro Sport war turbulent, konnte jedoch durch das exzellente Management vor Ort in die richtigen Bahnen gelenkt werden.

In der Slowakei gelang dem Boulevardtitel Novy Cas ein weiteres Auflagenwachstum und die General-Interest-Magazine bauten ihre starke Position aus. Vom Start weg erzielte der neu lancierte wöchentliche Frauentitel Novy Cas Pre Zeny Traumwerte: Mit über 150 000 verkauften Exemplaren ist er die klare Nr. 1 im Segment der Frauenzeitschriften.

Trotz eines weitentwickelten Marktumfeldes steigt die verkaufte Auflage der Tageszeitung «Blesk» in der tschechischen Republik auf durchschnittlich 480 000 Exemplare (Vorjahr 420 000) und mit der Freitagsausgabe konnte bereits die 600 000er Grenze überschritten werden. Die beiden Druckereien in Ostrava und Prag verbesserten dadurch nochmals ihre Ergebnisse, und durch Drittkundenaufträge gelang die Vollausslastung. Die starke Konkurrenz im Magazinbereich führte zu einem leichten Auflagenrückgang bei allen Titeln. Die tägliche Sportzeitung Ceskoslovensky Sport hingegen konnte nach dem Relaunch 8 Prozent an Auflage gewinnen.

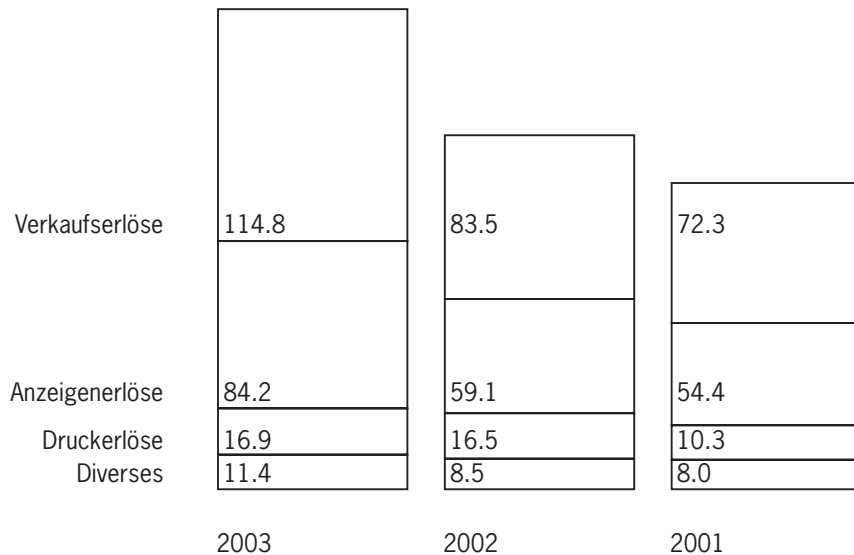
Marktführerschaft bei den Boulevardtiteln auch für Blikk in Ungarn. Ein Wachstum von 18 Prozent in der Auflage wirkte sich auch positiv auf die Anzeigenerlöse aus.

Weniger erfreulich ist jedoch die Entwicklung der Referenztageszeitung Nepszabadsag (49,9 Prozent), die erneut mit Auflagenverlust zu kämpfen hat, aber im Anzeigengeschäft zulegt.

Die Sporttageszeitung Nemzeti Sport feierte den 100. Geburtstag und beschenkte sich mit einem hervorragenden Ergebnis und der Neulancierung des wöchentlichen Sportmagazins Képes Sport. Seit Juli gibt Ringier in einem Joint-Venture mit dem Heinrich Bauer Verlag vier Zeitschriften heraus und fasst damit Fuss im ungarischen Magazinmarkt. Die Inbetriebnahme einer eigenen Zeitungsdruckerei in Budapest ist für Herbst 2004 geplant.

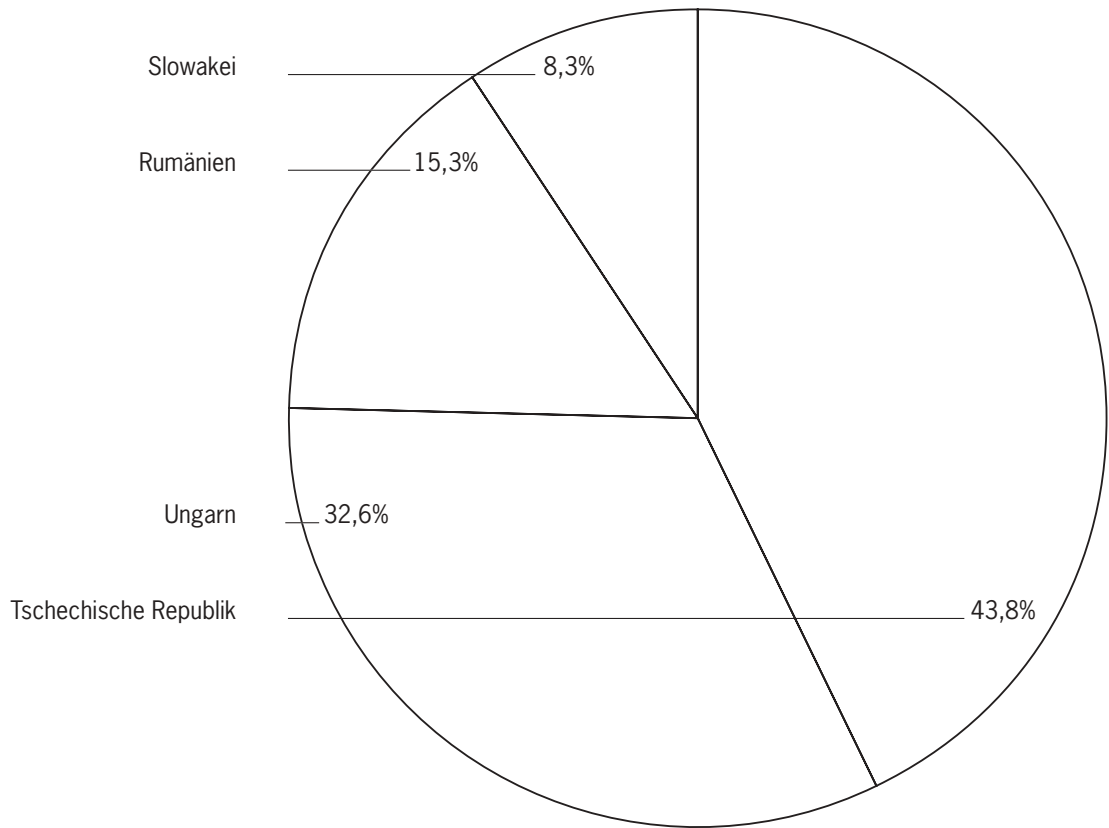
## Umsatz Europa

Total in Mio. CHF      227.3                      167.6                      145.0



# Umsatzanteile Europa

in Prozent

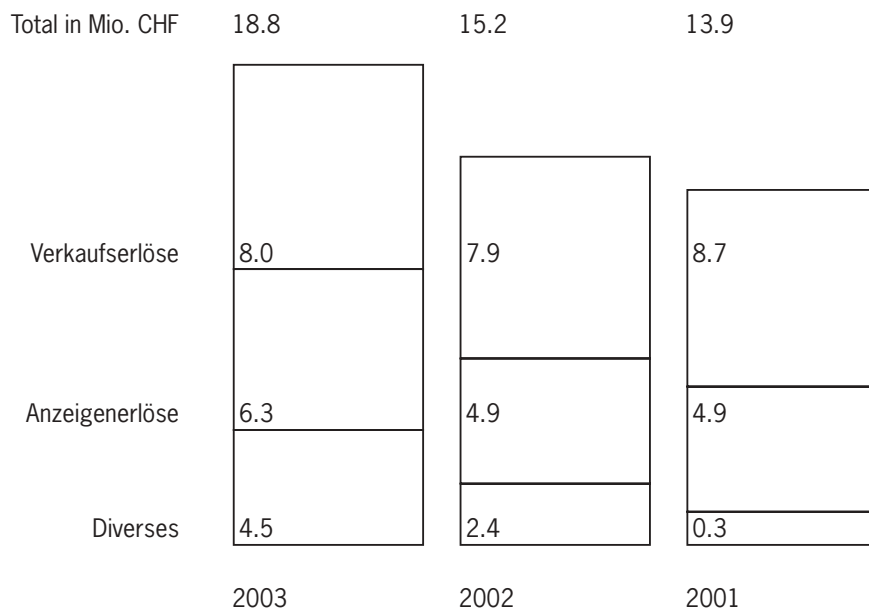


# Umsatz Tschechische Republik

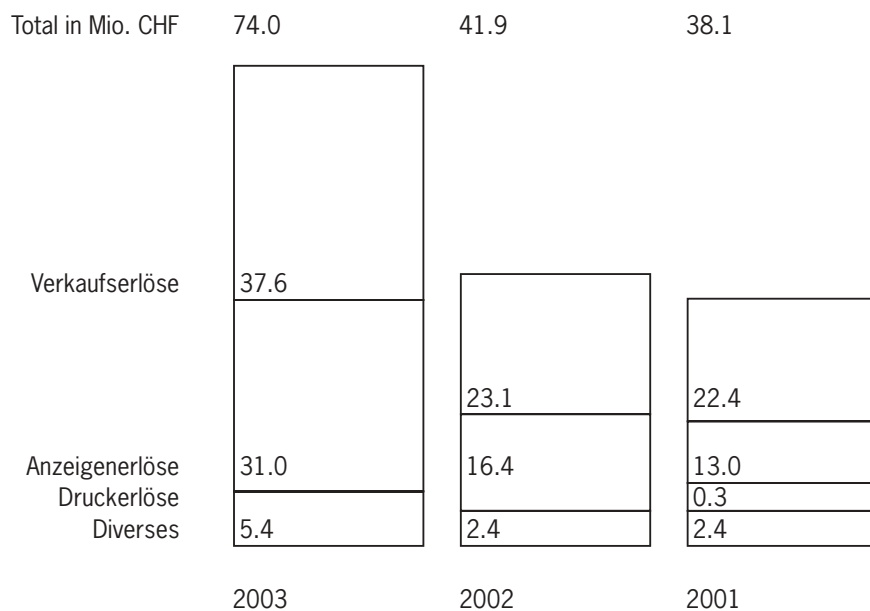
Total in Mio. CHF	99.7	84.7	64.9
Verkaufserlöse	50.1	40.5	30.3
Anzeigenerlöse	31.9	26.7	23.2
Druckerlöse	16.9	16.5	10.0
Diverses	0.8	1.0	1.4
	2003	2002	2001



# Umsatz Slowakei



# Umsatz Ungarn



# Umsatz Rumänien

Total in Mio. CHF

Verkaufserlöse

Anzeigenerlöse

Diverses

34.8

19.1

15.0

0.7

2003

25.5

12.0

11.2

2.3

2002

20.0

8.7

9.9

1.4

2001

## Ringier Asien

Der Irak-Krieg und vor allem SARS haben ihre Spuren auch bei unseren Publikationen hinterlassen. Während drei Monaten wurde der innerchinesische Flugbetrieb praktisch eingestellt mit entsprechenden Folgen für unser Inflight-Magazin, das wir für 16 chinesische Fluggesellschaften produzieren. Obwohl China nach der SARS-Krise sehr schnell zum courant normal überging und die Wachstumsmaschine wieder ankurbelte, konnte Asia Inflight den Rückstand nicht wettmachen. Die gute Nachricht ist, dass ab 2004 das Inflight-Magazin bei über 30 Fluglinien und Tochtergesellschaften an Bord sein wird. Mit einer Auflage von 420 000 und über drei Millionen Lesern konsolidiert das Bordmagazin damit seine Position als grösstes Magazin in China mit beglaubigter Auflage.

Alle anderen Titel konnten ihr Anzeigenvolumen erneut um 22 (City Weekend) bis 33,5 Prozent (Ringier Fachzeitschriften) steigern. Ringier Trade brachte 2003 drei neue Titel auf den Markt und ist mit nunmehr fünfzehn Titeln ein gewichtiger Player im Land geworden. Drei weitere Neulancierungen sind für 2004 geplant. Sehr gut hat sich auch unser englischer Business-Titel China International Business mit einem Plus von 29 Prozent entwickelt.

Unsere grössten Anstrengungen galten dem Aufbau von Betty's Kitchen, der Betty-Bossi-Adaption, die wir im Herbst 2002 lanciert haben. Betty's Kitchen bleibt weit oben auf der Prioritätenliste, das erste Kochbuch ist herausgegeben und als Nächstes folgt eine wöchentliche Fernsehsendung.

Vietnam kannte trotz SARS alles in allem ein gutes Jahr. Die Organisation der SEA-Games Ende des Jahres hat dem Land nochmals einen grossen Schub gegeben, von dem alle Titel profitieren konnten. Besonders erfolgreich war unser Modemagazin Thôi Trang Trè, das seinen zehnten Geburtstag feiern konnte.

Die Druckerei Ringier Print in Hongkong hat die Turnaroundphase trotz SARS-Krise und Rezession erfolgreich abgeschlossen und vermochte wiederum Marktanteile zu gewinnen.

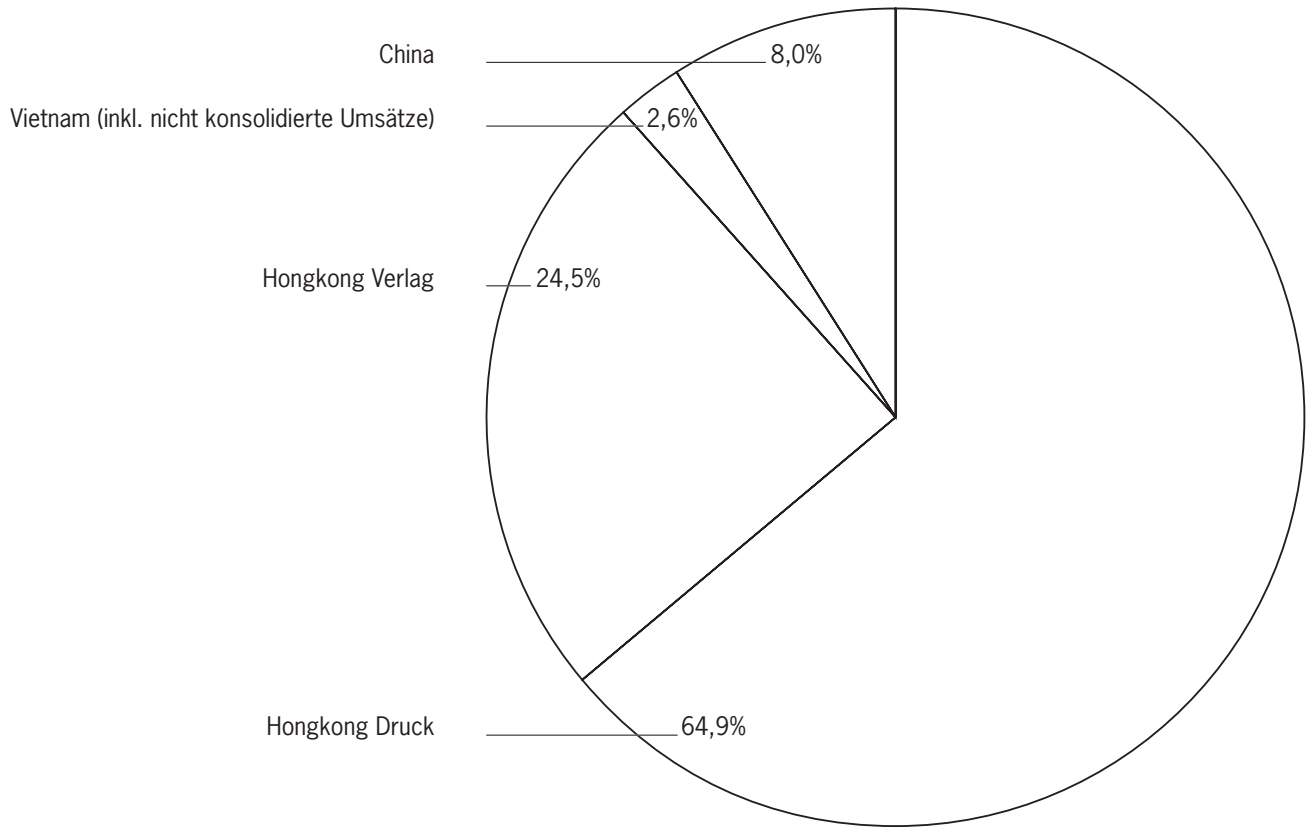
## Umsatz Asien

Total in Mio. CHF	45.0 (1.0*)	46.4 (2.3*)	43.4 (4.2*)
Verkaufserlöse	0.7	0.9	1.5
Anzeigenerlöse	14.1	16.7	15.6
Druckerlöse	28.5	27.2	23.7
Diverses	1.7	1.6	2.6
	2003	2002	2001

\* davon nicht konsolidierte Umsätze

# Umsatzanteile Asien

in Prozent





Kiev 88, 4.6 lbs. (2.1 kg)  
Manufacturer: Zavod Arsenal Factory, Kiev, Ukraine  
Date of production: 1983–87  
Douglas M. Parker Studio, Glendale, California  
March 28, 2003 (No. 3)  
2003  
Dye transfer print  
16 x 20 inches; 40.6 x 50.8 cm paper size  
Ed. of 10



## Ringier Print

Das wirtschaftliche Umfeld hat sich – entgegen den Annahmen – nochmals verschlechtert. Die Zofinger Druckerei war weiterhin mit massiven Überkapazitäten in Europa und den sich öffnenden Grenzen zum Osten konfrontiert. Diese drückten weit mehr auf die Preise als einige zaghafte Erholungsanzeichen in der Nachfrage. Im Gegensatz dazu entwickelte sich der Zeitungsdruck hervorragend, eine hohe Auslastung mit längerfristig gesicherten Verträgen und ein straffes Kostenmanagement trugen dazu bei. Drei besondere Aktivitäten sind erwähnenswert:

Die Schliessung der Druckerei Winterthur erfolgte plangemäss. Dadurch wurden erhebliche Kapazitäten aus dem Schweizer Markt genommen. In den letzten drei Monaten wurden die Periodika sukzessive nach Zofingen überführt. Sie erhöhen den Periodikaanteil ab 2004 markant. Der seit dem Jahr 2000 laufende Ausbau der Rollenoffsetkapazität bei gleichzeitiger Rücknahme des Tiefdrucks wurde Mitte Jahr abgeschlossen. Zwei 48-Seiten-Maschinen sowie neue und im Wesentlichen automatisierte Weiterverarbeitungsanlagen stellen die Leistungsfähigkeit sicher. Die Zeitungsdruckerei Adligenswil stellte ihre Qualität und Effizienz mit der erfolgreichen Teilnahme an internationalen Wettbewerben und in der Schweiz durch die Aufnahme in die Endrunde des Esprix-Schweiz unter Beweis.

Die finanzielle Situation hat sich gegenüber dem Vorjahr leicht verbessert. Dies nur dank der sehr guten Performance der Zeitungsdruckerei Adligenswil und diverser ausserordentlicher Positionen im Zusammenhang mit der Schliessung der Druckerei Winterthur. Besonders gelitten haben die Exportvolumina mit einem Rückgang von 13 Prozent sowie die Einzelaufträge Schweiz mit einem Minus von 14 Prozent. Der Periodikaanteil in der Druckerei Zofingen konnte von 43 Prozent auf 46 Prozent gesteigert werden, allein die Eigenverlage machen 35 Prozent aus. In Adligenswil beträgt der entsprechende Anteil 58 Prozent.

Das Jahr 2004 wird geprägt sein durch das Restrukturierungsprogramm «Futura» in Zofingen, das über die nächsten drei Jahre mit einem Stellenabbau von 90 Personen verbunden ist. Auch durch den Schliessungseffekt der Druckerei Winterthur wird ein verbessertes Ergebnis erwartet. In der Zeitungsdruckerei geht es um eine weitere Optimierung des bereits guten Ergebnisses und der Vorbereitung der strategischen Positionierung im Hinblick auf die längerfristige Zeitungsdruck-Landschaft.

Produktionsleistung Print

	Mio. CHF 2003	Mio. CHF 2002	Mio. CHF 2001	Veränderung in %
Umsatz	330.8	379.1	396.9	-12,7
davon Drittkunden	203.1	239.0	243.4	-15,0
davon eigene Verlage	127.7	140.1	153.5	-8,9
Wertschöpfung	189.6	207.6	213.6	-8,7
Personalkosten	140.7	146.7	139.7	-4,1

### Drittkundenumsatz Print

Total in Mio. CHF	203.1	239.0	243.4
Druck Export	38.9	47.0	67.1
Druck Schweiz	151.6	179.1	167.8
Diverses	12.6	12.9	8.5
	2003	2002	2001



Gesamtumsatz Print pro Standort

	2003	2002	2001
Total in Mio. CHF	330.8	379.1	396.9
Print Zofingen/Winterthur	215.8	257.9	261.7
Print Adligenswil	102.0	107.7	120.9
Zürcher Druck + Verlag	13.0	13.5	14.3

## Human Resources

Aus personeller Sicht war das Jahr 2003 geprägt durch ein Kostendämmungsprojekt, das auch zu Stellenreduktionen führte. Für die betroffenen Mitarbeiter wurde in Zusammenarbeit mit den Sozialpartnern ein Sozialkonzept erstellt. 48 Mitarbeiter verloren ihre Stelle. Dank einem aktiven Personalmanagement, das sich auch um ausgetretene Personen kümmerte, konnten Härtefälle erfolgreich abgefedert werden. Für einen Grossteil der entlassenen Mitarbeiter fand man interne oder externe Lösungen. Mit einer verantwortungsvollen Umsetzung der Sparmassnahmen, klaren ethischen Grundsätzen und einer professionellen Begleitung aller Anspruchsgruppen festigte die Ringier AG ihren Ruf als nachhaltig orientierte Arbeitgeberin.

Der ökonomische Druck wird in Zukunft eher noch stärker. Dies ist, laut einer Studie der Universität Bern, auch die verbreitete Ansicht von befragten Chefredaktoren. Unter diesem Gesichtspunkt stellt sich die Frage, was ein Human Resources Management für die Qualitätssicherung in den Redaktionen tun kann. Wie kann es die schleichende Verlagerung der Führungstätigkeit vom Publizisten zum «Manager» begleiten? Im Rahmen der Sparmassnahmen bewirkten die Coachingmassnahmen für Redaktionsleiter eine hohe Professionalität im Umgang mit schwierigen Personalentscheidungen.

Ein zentrales Mittel zur Qualitätssteuerung stellte zudem die Einführung eines Leistungsbeurteilungskonzepts im Verlag dar. Der Name «Mitarbeitergespräch» war zugleich Programm für das neue Beurteilungssystem: Im Zentrum steht das Gespräch zwischen Mitarbeiter und Vorgesetztem über Erreichtes und Nichterreichtes und nicht die einseitige Bewertung der Mitarbeiterleistung. Spezifisch auf die journalistische Tätigkeit bezogene Beurteilungskriterien ermöglichen ein adäquates Feedback für das Redaktionspersonal.

## Mitarbeiterstruktur

	2003	2002	2001
Ringier Verlag	1343	1433	1936
Ringier Print Adligenswil	493	479	503
Ringier Print Zofingen	927	958	967
Zürcher Druck + Verlag	66	69	67
Betty Bossi Verlag	105	87	70
Druckerei Winterthur AG	52	258	370
<b>Ringier Schweiz</b>	<b>2986</b>	<b>3284</b>	<b>3913</b>
Schweiz	2986	3284	3913
Deutschland	–	–	20
Tschechische Republik	657	647	650
Slowakei	107	110	100
Ungarn	852	737	750
Rumänien	370	254	230
Asien	467	387	416
<b>Ringier Gruppe</b>	<b>5439</b>	<b>5419</b>	<b>6079</b>

## Wesentliche Beteiligungen Schweiz

Wie bereits bei der Übernahme 2001 angekündigt, wurden die beiden Betriebe Druckerei Winterthur dw AG und ColorServ AG, Winterthur, zum Jahresende stillgelegt; die Auftragsvolumen wurden in die beiden Betriebe in Zofingen und Adligenswil transferiert und die Gesellschaften durch Fusion in die Ringier Print Zofingen AG, Zofingen, integriert. Nach einer vertieften Prüfung genehmigte die Wettbewerbskommission im Oktober die Übernahme einer Mehrheit an der Le Temps AG, Genf, durch die Le Nouveau Quotidien ERL SA, Lausanne. Im Rahmen dieses Projektes stockte die Ringier AG ihre Beteiligung an Le Nouveau Quotidien von ursprünglich 20 Prozent auf 50 Prozent auf. Im September erteilte die Weko ebenfalls grünes Licht zur Übernahme von 100 Prozent an der Bolero Zeitschriftenverlag AG und deren Tochtergesellschaft B.online GmbH in Zürich.

Im Juli verkaufte Ringier 100 Prozent an der Fastnet SA, St-Sulpice – Anbieterin von Web-Hosting und Web-Design-Services – im Rahmen eines MBO.

Addictive Productions AG, Zürich	100%	JRP Ringier Kunstverlag AG, Zürich	80%
Bolero Zeitschriftenverlag AG, Zürich	100%	Betty Bossi Verlag AG, Zürich	50%
Investhaus AG, Zürich	100%	Le Nouveau Quotidien ERL SA, Lausanne	50%
Mediamat AG, Zürich	100%	Sat.1 (Schweiz) AG, Zürich	50%
Rincovision AG, Zürich	100%	2R Media SA, Locarno	45%
Ringier Print Adligenswil AG, Adligenswil	100%	Good News Productions AG, Zürich	44%
Ringier Print Holding AG, Zürich	100%	Teleclub AG, Zürich	33%
Ringier Print Zofingen AG, Zofingen	100%	SMD Schweizer Mediendaten- bank AG, Zürich	33%
Zürcher Druck + Verlag AG, Zug	100%	PresseTV AG, Zürich	30%
Prevision AG, Zofingen	85%	PrintOnline AG, Schlieren	25%
SMI Schule für Medienintegration AG, Zofingen	85%	Schober Direct Media AG, Bachenbülach	20%
		Radio Pilatus AG, Luzern	18%



## Wesentliche Beteiligungen Europa und Asien

Im Rahmen der Partnerschaft mit der Gruner + Jahr AG & Co., Hamburg, übernahm die Ringier AG im Januar weitere 17,65 Prozent an der Verlagsgesellschaft von Nepszabadsag in Budapest, der führenden nationalen Tageszeitung in Ungarn. Die ungarische Wettbewerbsbehörde untersagte jedoch vorerst den Erwerb von mehr als 50 Prozent an dieser Gesellschaft; das Verfahren ist weiterhin hängig.

Im November entschieden sich Ringier und Gruner + Jahr die 2001 begründete Partnerschaft aufzulösen. In der Folge übernahm Ringier von Gruner + Jahr deren Minderheitsbeteiligung an der Ringier Nederland B.V., Amsterdam, in der die Aktivitäten Ringiers in der tschechischen Republik und der Slowakei zusammengefasst sind. Im Weiteren übernahm Ringier 51 Prozent an Vydavatelstvo Casopisov a Novin s.r.o., Bratislava, der Verlagsgesellschaft von Novy Cas, der führenden Tageszeitung im slowakischen Markt. Zudem erwarb Ringier 100 Prozent an Expres s.r.l., Bukarest; die Gesellschaft verlegt die nationale Tageszeitung Evenimentul Zilei. Im Rahmen der Trennung von Gruner + Jahr übernahm Ringier zudem deren jeweils 74,90-prozentigen Anteile an Blic Press d.o.o. und Blic Marketing d.o.o. in Belgrad. Blic Press d.o.o. verlegt Blic, die führende Boulevardzeitung in Serbien.

In der tschechischen Republik stockten wir die 2001 übernommene Beteiligung an der Ceskoslovensky Sport s.r.o., Prag, um weitere 20 Prozent auf insgesamt 100 Prozent auf.

Ringier Publishing GmbH, München	100%	Euromedia Bt., Budapest	50%
Ringier France SA, Paris	100%	Ringier Romania s.r.l., Bukarest	100%
Ringier CR a.s., Prag	100%	Expres s.r.l., Bukarest	100%
Ceskoslovensky Sport s.r.o., Prag	100%	S.C. Editura Sportrom s.r.l., Bukarest	100%
Ringier Print Praha a.s., Prag	100%	S.C. Editura Bauer s.r.l., Bukarest	50%
Ringier Print s.r.o., Ostrava	100%	Blic Press d.o.o., Belgrad	74,9%
PNS a.s., Prag	27%	Blic Marketing d.o.o., Belgrad	74,9%
Euroskop-Ringier a.s., Bratislava	100%	Ringier Pacific Ltd., Hongkong	100%
Vydavatelstvo Casopisov a Novin s.r.o., Bratislava	100%	Ringier Print (HK) Ltd., Hongkong	100%
Ringier Kiado Kft., Budapest	100%	Asia Inflight Ltd., Hongkong	100%
Ringier Print Budapest Rt., Budapest	100%	Ringier Trade Publishing Ltd., Hongkong	100%
Nepszabadsag Rt., Budapest*	67,64%	Beijing Ringier International Advertising Co., Ltd., Beijing	50%
Europress Kft., Budapest	50%	Adnet Co. Ltd., Hanoi	51%

\* Die Zustimmung zur Übernahme von 17,64 Prozent ist bei der ungarischen Wettbewerbsbehörde noch hängig.

## Organisation

---

Ringier AG  
Eigentümer

Evelyn Lingg-Ringier

Annette Ringier

Michael Ringier

Ringier AG  
Verwaltungsrat

Michael Ringier  
Präsident

Dr. Uli Sigg  
Vizepräsident

Oscar Frei  
Mitglied

Jan O. Frøshaug  
Mitglied

Dr. Hans-Olaf Henkel  
Mitglied

Martin Werfeli  
Sekretär

Ringier AG  
Konzernleitung

Martin Werfeli  
Vorsitzender

Ulrich Flörchinger  
Konzernfinanzen

Silvia Lepiarczyk  
Europa

Alexander Theobald  
Zeitschriften

Thomas Trüb  
Wirtschaftsmedien, Pacific

Bernhard Weissberg  
Zeitungen

---

Ringier AG  
Stabsstellen

Caterina Ammann  
Recht

Hans Jürg Deutsch  
Fernsehen

Eva Keller  
Unternehmenskommunikation

Jean-Luc Mauron  
Human Resources

Frank A. Meyer

Jacques Pilet  
Medienentwicklung

Ringier Print Holding AG  
Verwaltungsrat

Martin Werfeli  
Präsident

Ulrich Flörchinger  
Mitglied

Peter Karlen  
Mitglied

Ringier Print Holding AG  
Geschäftsleitung

Dr. Hans Jakob Strickler  
Ringier Print Holding AG und  
Ringier Print Zofingen AG

Karl Lehmann  
Ringier Print Adligenswil AG

Urban Möll  
Zürcher Druck + Verlag AG

## Epilog

Wir wissen jetzt, nach langen Jahren der Einübung, wie die Marketingprodukte aussehen müssen, die wir Zeitungen und Zeitschriften nennen. Sie sind leserschaftserforscht und Layout gestreamt. Sie kommen aus dem Windkanal. Und so sind sie auch anzuschauen: immer die neuste Mode, immer alle gleich. Wie die Autos.

Geht das zusammen: Zeitungen und Zeitschriften und Windkanal? Die rückläufigen Leserzahlen sprechen dagegen. Der Verlust an Leserinteresse deutet auf ein fundamentales Problem der Printmedien. Ist es überhaupt zu lösen?

Vielleicht ist schon der Begriff «Print» falsch. Machen wir «Druck»? Wir machen «Schrift». Zeitungen und Zeitschriften sind schriftliche Kultur, Alltagskultur gewiss, aber eben doch Kultur. Wie wird sie gepflegt? Wie wurde sie gepflegt?

Einst waren die Zeitungen und Zeitschriften vollgepflegt mit Geschriebenem: mit erzähltem Leben, von Politik bis Kultur. Der Leitartikel war die noble Form der politischen Erzählung; das in Fortsetzungen abgedruckte literarische Stück die nobelste Form der kulturellen.

Beide Formen sind verschwunden. Angeboten werden jetzt Storys – was zwar Geschichten heisst, aber mit Erzähltem nichts zu tun hat. Die Einheitsform unserer Windkanalmedien ist eine Mischung aus zusammengeschusterten News, eingestreuten Quotes und darunter gemischter Häme. Die News ersetzen die Idee, die Quotes ersetzen das Denken, die Häme ersetzt den Stil.

Wie war es einst? Die Leitartikel, Berichte und Reportagen waren lang, ausufernd sogar, mit Leidenschaft geschrieben, politisch engagiert und deshalb oft ungerecht, parteiisch auch, aber meist von einem persönlichen, unverwechselbaren Stil geprägt. Jeder Journalist wollte am meisten wissen, wollte der beste Schreiber sein, wollte die Welt verändern, und sei es nur bei sich im Dorf.

Darüber können die Print-Profis heute nur herzlich lachen. Das Lachen müsste ihnen im Halse stecken bleiben. Denn bis in die sechziger Jahre zählten Autorenpersönlichkeiten zur edlen Fauna des Pressewaldes. Und die Leser kannten ihre Journalisten, wählten sogar Zeitungen und Zeitschriften nach den Schreibdenkern aus.

Unter den journalistischen Platzhirschen fanden auch Kämpfe statt: politische und kulturelle Widerrede über die Blattgrenzen hinaus. Eberhard, Oeri, Bretscher, Dürrenmatt, Brodmann, Fleig, Kuhn und Co. debattierten miteinander, übereinander, gegeneinander – mit Lust. Es war auch die Lust der Leser!

Vielleicht wäre es an der Zeit, den Journalismus als Form der schriftlichen Denkkultur zu fördern, den Leitartikel wieder einzuführen, das Engagement für Politik, Wirtschaft und Gesellschaft neu zu entdecken: Autoren zu entdecken, die wieder Leuchttürme unserer Debatten sind, weil sie auch untereinander debattieren. Und vielleicht wäre es an der Zeit, auf Stil zu achten, die Sprache zu pflegen, Schreiber zu fördern.

Es könnte sein, dass wir dadurch Leser zurückgewinnen, die sich abgewendet haben von Zeitungen und Zeitschriften, weil sie Hämme als Stilersatz nicht länger ertragen, weil sie von der Banalität der Printprodukte aus dem Windkanal des Marketings gelangweilt waren. Vielleicht, ja vielleicht möchten diese Leser noch so gerne lesen. Wenn nur die Journalisten wieder schreiben würden.

Frank A. Meyer

Produkte und Auflagen

Schweiz		Asien	
	*Auflage		Auflage
Betty Bossi	**922 072	China	
Blick	275 275		
Bolero	22 803	Betty's Kitchen	200 000
Cash	57 001	CAAC Inflight Magazine	420 000
edelweiss (französisch)	24 333	China International Business	30 000
Gesundheit Sprechstunde	83 925	City Weekend (Beijing/Shanghai)	160 000
GlücksPost	162 597	Fachzeitschriften (15 Titel)	100 000
il caffè (gratis)	51 117		
L'Hebdo	47 085	Vietnam	
L'illustré	92 150		
Montres Passion/Uhrenwelt	90 000	The Guide	30 000
Schweizer Illustrierte	251 550	Thòi Báo Kinh Tế	38 000
SonntagsBlick	300 300	Thòi Trang Trè (New Fashion)	45 000
Tele	200 444	Tu Văn Tiêu Dùm	35 000
TV täglich (Beilage)	***1 221 000	Vietnam Economic Times	20 000
TV8	74 689		

\* WEMF 2004

\*\* WEMF 2002

\*\*\* nicht WEMF-beglaubigt

---

Mittel- und Osteuropa

---

	*Auflage		*Auflage
Tschechische Republik		Ungarn	
abc	63 593	Blikk	249 710
Blesk	458 295	Blikk TV Magazin	**282 000
Blesk Magazin	549 189	Bravo	43 522
Nedelni Blesk	318 075	Bravo Girl	47 701
Reflex	56 351	Buci Maci	19 292
Sport	63 218	Képes Sport	**25 000
Sport Magazin	61 729	Magyar Hirlap	33 037
tv plus	123 828	Mai Nap	**36 600
Tydenik Televize	178 044	Nemzeti Sport	93 429
tv revue	119 036	Nepszabadsag	173 318
		Jövö7	**207 000
Serbien		Tina	92 144
		Tina Extra	80 139
Blic	**97 400	Vasarnapi Blikk	216 010
Blic TV Magazin	**138 500		
Blic Zabava	**94 500	Rumänien	
Slowakei		Bravo	86 838
		Bravo Girl	65 405
Euro Televizia	143 815	Capital	48 263
Eva	82 425	Libertatea	246 887
Novy Cas	144 209	Libertatea Sunday	156 743
Novy Cas Weekend	**231 000	Libertatea Weekend	417 560
Novy Cas pre Zeny	**192 000	Lumea Femeilor	49 328
TeleMagazin	64 211	ProSport	64 958
Rodina	53 476	ProSport Sunday	43 030
Zivot	140 824	Tvmania	147 570
		TV Satelit	101 456
		Unica	47 232

\* offiziell beglaubigt

\*\* keine offizielle Beglaubigung möglich

## Standorte

### Schweiz

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

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

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

RingierTV  
Hagenholzstrasse 83b  
CH-8050 Zürich  
Telefon +41 1 308 54 54  
Telefax +41 1 308 54 40  
info@ringier.tv  
www.ringier.tv

Ringier SA  
Pont Bessières 3  
CH-1002 Lausanne  
Telefon +41 21 331 70 00  
Telefax +41 21 331 70 01  
www.ringier.ch

### Mittel- und Osteuropa

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 +401 20 30 800  
Telefax +401 20 35 621  
www.ringier.ro

### Serbien

IP «Blic Press» d.o.o.  
Masarikova 5/IX  
YU-11000 Beograd  
Telefon +381 11 3619 471  
Telefax +381 11 3619 326  
www.blic.co.yu

### Slowakei

Euroskop-Ringier a.s.  
Prievozska 14  
SK-812 78 Bratislava  
Telefon +421 258 227 111  
Telefax +421 258 227 121  
www.euroskop.sk



## Asien

### Tschechische Republik

Ringier CR a.s.  
Zerotinova 32  
CZ-130 00 Praha 3  
Telefon +420 225 097 797  
Telefax +420 267 097 718  
www.ringier.cz

### Druckereien:

Ringier Print s.r.o.  
Novinarska 1254/7  
CZ-709 70 Ostrava  
Telefon +420 596 668 111  
Telefax +420 596 626 437  
info@ringier-print.cz

Ringier Print Praha a.s.  
Cernokostelecka 145  
CZ-108 00 Praha 10  
Telefon +420 225 283 203  
Telefax +420 225 283 208

### Ungarn

Ringier Kiado Kft.  
Szuglo utca 83-85  
HU-1141 Budapest  
Telefon +36 1 460 25 00  
Telefax +36 1 460 25 01  
kiado@ringier.hu

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

### China

Ringier Pacific Ltd.  
6F, Right Emperor  
Commercial Bldg.  
122–124 Wellington Street  
Central, Hongkong  
Telefon +52 2369 8788  
Telefax +52 2869 5919  
service@ringier.com.hk  
www.ringierpacific.com

Ringier Print (HK) Ltd.  
11–13 Dai Kwai Street  
Tai Po, Industrial Estate  
Tai Po, N.T. Hongkong  
Telefon +52 2660 2666  
Telefax +52 2664 1993  
info@ringierprint.com.hk  
www.ringierprint.com.hk

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  
thaihoa@ringierasia.com  
www.ringierpacific.com

### Vietnam

Ringier Representative Office  
25, Thanh Mien street  
Dong Da district  
Hanoi, Vietnam  
Telefon +84 4 77 61 660  
Telefax +84 4 77 61 660  
ringier.sh@hn.vnn.vn

## Impressum

Herausgeberin	Ringier AG, Unternehmenskommunikation, Zürich
Projektleitung	Myrta Bugini
Kuratorin	Beatrix Ruf
Théâtre Verité	Christopher Williams
Visuelles Konzept und Layout	Ines Häny, Schlumpf & Partner AG, Zürich; Mathias Poledna; Christopher Williams
Fotograf al dente	Dave Brüllmann, Forch
Lektorat	Arthur Stöckli, Ringier Print Adligenswil AG
Litho	Elektronische Bildverarbeitung (EBV), Ringier AG, Zürich
Druck	Zürcher Druck + Verlag AG, Rotkreuz
Buchbinderei	Burkhardt AG, Mönchaltorf
Papier	Gmund Colors 19, hellbraun matt, holzfrei, chlorfrei Biberist Allegro, hochweiss glänzend, beidseitig gestrichen, holzfrei

Der Ringier Jahresbericht erscheint in den Sprachen  
Deutsch, Französisch und Englisch. Weitere Exemplare  
können angefordert werden bei:

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

Zürich, April 2004

Supplement, 2003

DVD, 332 Min 17 Sek., Farbe, Ton

Regie	Christopher Williams
Darsteller	Sven Epiney Sibylle Sager Andreas C. Studer sowie Renate Christen Dominique Roth Linus Weber
Projektleitung	Myrta Bugini
Kuratorin	Beatrix Ruf
Produktion	Ringier AG
Produzent	Philipp Flury
Bildregie	Robert Wagner
Schnitt	Fabian Meier
Aufnahmeleitung	Nicolas Suter
Script	Karin Heckmann
Kamera	Matthias Gruic Ernst Inhelder Oliver Koch Claudia Koenemann
Ton	Peter Ottiger Anja Schulze Stefan Staub
Licht	Jürg Henle Matthias Kern Peter Merz Andreas Schönbächler Walter Uster
Technik	Luis Baumgartner Philipp Keller Boris Ruch
Requisiten	Monika Trueb
Betty Bossi	Lilo Balmer Regula Brodbeck Beatrice Käser Lilo Knecht Brigit Langhart Melitta Meyer

	Maja Ruckli
	Caterina Ruggia
	Esther Spahr
	Claudia Stalder
	Barbara Wohlgemuth
Musik	Arnold Schönberg, Begleitmusik zu einer Lichtspielszene (drohende Gefahr, Angst, Katastrophe), OP. 34, BBC Symphony Orchestra, Dirigent Pierre Boulez, Sony Classical SMK 48 462
Herstellung DVD	RingierTV
Hotel	Seehof Zürich
Transport	United Airlines
Für	Ann Goldstein

**SUPPLEMENT**



**KV**

**80**