

Ringier AG  
Jahresbericht 2008

Herausgeberin	Ringier AG, Group Communications Dufourstrasse 23, CH-8008 Zürich www.ringier.ch, www.ringier.com
Gesamtleitung	Marco Castellaneta, CCO/Leiter Group Communications
Projektleiterin	Myrta Bugini, Corporate Publishing und Design, Group Communications
Kuratorin	Beatrix Ruf, Direktorin Kunsthalle Zürich
Künstler, Graphic Design	Josh Smith, New York
Layout	Dimitri Wiss, Ringier AG Specter
Lektorat	Ringier AG Specter, Zürich, Apostroph AG, Luzern
Lithografie, Druck	Swissprinters NZZ Fretz, Schlieren
Buchbinderei	Burkhardt AG, Mönchaltorf
Schrift	Minion Pro
Sprachversionen	Deutsch, Französisch, Englisch
Weitere Exemplare	Ringier AG Group Communications Dufourstrasse 23 CH-8008 Zürich Telefon +41 44 259 64 00 Telefax +41 44 259 86 35 info@ringier.ch www.ringier.ch, www.ringier.com

# INHALT. Ringier Jahresbericht 2008

Prolog .....	8
Das Ringier Jahr .....	10
Ringier in Zahlen/Ergebnisse .....	12
Erfolgsrechnung .....	14
Ringier Jubiläum .....	16
Ringier Academy .....	17
Neue Medien .....	18
Ringier Schweiz .....	18
Ringier Deutschland .....	21
Ringier China .....	22
Ringier Rumänien .....	24
Ringier Serbien .....	26
Ringier Slowakei .....	28
Ringier Tschechien .....	30
Ringier Ungarn .....	32
Ringier Ukraine .....	34
Ringier Vietnam .....	34
Ringier Print .....	35
Wesentliche Beteiligungen .....	38
Group Human Resources .....	40
IT-Services .....	43
Group Communications .....	44
Corporate Social Responsibility .....	45
Organisation .....	46
Produkte und Auflagen .....	48
Standorte .....	50
Ereignisse .....	56
Epilog .....	58
Der Künstler .....	60

Wir haben uns der besseren Lesbarkeit wegen auf die männliche Form beschränkt. Selbstverständlich gilt diese für beide Geschlechter.

# PROLOG.

Michael Ringier, Verleger

«Gute Zeiten, schlechte Zeiten» heisst die erfolgreichste Soap Opera des deutschen Fernsehens. Sie läuft seit über 17 Jahren. Bei Ringier ist diese Serie, zumindest dem Namen nach, keine Fiktion, sondern Realität – und das seit 176 Jahren. Die Firma hat fünf Generationenwechsel, zwei Weltkriege, unzählige Rezessionen, die Einführung des Fernsehens und alle prognostizierten Untergangsszenarien bisher erfolgreich überstanden. Mit dieser Gewissheit geht die heutige Generation der Eigentümer und Firmenmanager durch die ohne Zweifel schwierigsten Zeiten, die sie als Verantwortliche für das Unternehmen je erlebt haben.

Untergangsszenarien scheinen ihre eigene Faszination zu haben – vor allem wirkt sie auf die Betroffenen selbst. In keinem anderen Medium ist vom Aussterben der Zeitungen so oft die Rede als in den Zeitungen selbst. Besonders aus den USA werden in immer schnellerer Abfolge die Beispiele von Zeitungsunternehmen beschrieben, die schon bankrott sind oder kurz davor stehen. Sie sollen die These stützen, dass Zeitungen keine Zukunft haben.

Wer allerdings einen genaueren Blick auf diese Firmen in Schräglage wirft, erkennt auch sehr schnell einen gemeinsamen Ballast. Alle haben viel zu hohe Schulden und können bei sinkendem Cashflow den Zinshunger ihrer Geldgeber nicht mehr stillen. Die Schulden sind in der Regel dermassen hoch, dass diese Unternehmen wohl auch in keiner anderen Branche über die Runden kommen würden. Diese Analyse allerdings interessiert kaum jemanden – das würde ja die schöne Geschichte vom Zeitungssterben zumindest zweifelhaft erscheinen lassen.

Die simple Analyse ist immer die stärkere – vor allem wenn sie durch Beispiele untermauert werden kann. Die funktionieren auch im positiven Sinn. Es ist erst ein paar Jahre her, da wurden Internetfirmen mit minimalen Umsätzen und maximalen Verlusten zu horrenden Preisen verkauft – ein kolossaler Irrtum. Und trotzdem hat man jahrelang an die Zukunft dieses Modells geglaubt. Denn es gab ja laufend neue Beispiele dafür, dass es funktioniert.

Wenn wir eines in 176 Jahren gelernt haben, dann das: Es gibt langfristig weder gesicherte Trends noch erfolgreiche Rezepte. Es gibt bloss die Fähigkeit eines Unternehmens, die eigenen Aktivitäten immer wieder neu zu erfinden und den aktuellen Gegebenheiten anzupassen. Und für die gedruckten Medien hat sich die Umwelt enorm verändert. Sie treffen heute auf einen völlig anders informierten Konsumenten, der in einem neuen technologischen Umfeld aufgewachsen ist. Sind die gedruckten Medien, vorab die Zeitungen, deshalb dem Tode geweiht? Nein! Aber sie müssen ihre Inhalte, ihre Geschäftsmodelle und ihren Vertrieb neu erfinden. Auch dafür gibt es keine einfachen Antworten. Die Gratiszeitung ist ohne Zweifel nicht die lebensrettende Alternative. Sie ist zwar ein neues Geschäftsmodell, aber sie kann die klassische Zeitung nicht ersetzen. Und auch sie verfügt nicht über das ultimative Erfolgsmodell, wie die vielen Fusionen und Einstellungen von Gratiszeitungen in den letzten Monaten gezeigt haben.

Wir bei Ringier glauben an alle Medien – die klassischen und die neuen. Und wir glauben vor allem an die Verbindung und Verknüpfung all dieser Medien. Das ist ein Prozess, der vor einigen

Jahren eingeleitet wurde und noch viele Jahre andauern wird. Eine grosse Herausforderung für das Management und die Mitarbeiter in allen Ländern. Und deshalb sind schlechte Zeiten auch gute Zeiten. Weil man sich ausschliesslich aufs Wesentliche konzentrieren muss und weil man nichts mehr aufschieben kann. Handlung und Wandlung sind gefragt. Für ein 176-jähriges Unternehmen keine wirklich neue Erkenntnis.

# DAS RINGIER JAHR.

Martin Werfeli, CEO bis 31. Dezember 2008

Was für ein intensives Jahr: Wir konnten in allen «Ringier Ländern» unseren 175. Geburtstag als unabhängiges Familienunternehmen mit allen unseren Mitarbeitern, mit unseren Gästen und Freunden feiern.

Die ersten sechs Monate des Jahres waren begleitet von sehr erfreulichen Resultaten, doch machte sich dann die Finanzkrise, die in den letzten Monaten zu einer veritablen Wirtschaftskrise mit einer weltweiten Rezession angewachsen ist, auch in unserer Branche immer stärker bemerkbar. Verunsicherte Kunden, die ihre Marketingausgaben kürzen oder zumindest für ein paar Wochen oder Monate stoppen – dazu sinkende Auflagenzahlen und die ganze Konversion von den Print- zu den digitalen Medien – machen der Medienbranche weltweit zu schaffen.

Umso stolzer dürfen wir sein, dass wir trotz dieser stürmischen Zeiten unseren Umsatz nochmals um über 5 Prozent steigern konnten und wir auch unseren Gewinn, ohne Berücksichtigung ausserordentlicher Erträge, auf dem hohen Niveau der Vorjahre halten konnten.

Dabei geholfen hat uns natürlich, dass wir breit diversifiziert sind. Zum einen geografisch: Einzelne Wachstumsregionen brillierten mit neuen Rekordergebnissen und konnten somit einen guten Teil der Verluste in stark betroffenen Ländern auffangen. Magazine waren in der Regel von der Krise weniger tangiert als Tageszeitungen. Zum andern technologisch: Die erfreuliche Entwicklung unserer elektronischen Medien erfüllt uns mit Zuversicht für die kommenden Jahre. Es hat sich ausgezahlt, dass wir in den letzten Jahren – spät zwar, aber noch nicht zu spät – kräftig in digitale Medien investiert haben. Wir generieren unterdessen rund 8,5 Prozent unserer Umsätze mit elektronischen Medien und werden deshalb

das von uns vor zwei Jahren formulierte Ziel, bis im Jahr 2010 10 Prozent unserer Umsätze mit neuen Medien zu erzielen, erreichen.

Die konsequente Ausrichtung unseres Unternehmens auf die Zukunft, zu der selbstredend auch die Entwicklung und Pflege unserer starken Zeitungen und Zeitschriften gehört, wird von uns allen noch Opfer verlangen, bevor sich die Weltwirtschaft und damit auch die Medienwelt wieder erholt haben werden. Doch wir hadern nicht mit den misslichen Umständen: Wir betrachten diese Zeiten nicht nur als Herausforderung, sondern auch als Chance. Und diese gedenken wir mit unseren motivierten und kreativen Mitarbeitern zu packen.

Die Familie Ringier hat mich Ende 2008 nach sechs intensiven und spannenden Jahren als CEO in den Verwaltungsrat berufen. Ich freue mich auf meine neue Aufgabe und wünsche Christian Unger als meinem Nachfolger als CEO viel Erfolg.

## Christian Unger, CEO ab 1. Januar 2009

Die ersten Monate meiner Tätigkeit als CEO der Ringier AG gestalteten sich sehr spannend. Ich hatte die Gelegenheit, zahlreiche unserer Aktivitäten rund um den Globus sowie viele unserer hoch motivierten Mitarbeiter kennenzulernen. Mit einigen, die heute diesen Bericht in Händen halten und unserem Haus Interesse entgegenbringen, konnte ich ebenfalls erste Erfahrungen austauschen. Solche Gespräche erachte ich als äusserst wertvoll, und ich danke an dieser Stelle all meinen bisherigen Gesprächspartnern für die mir entgegengebrachte Offenheit.

Gleichzeitig haben sich in den letzten Monaten die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen massiv verändert: Wir sehen uns gegenwärtig einer Kombination aus starkem konjunkturellem Abschwung – welcher weltweit alle Märkte, auf denen wir präsent sind, gleichermassen erfasst – und einem sich rasch und umfassend wandelnden Wettbewerbsumfeld ausgesetzt.

Kurzfristige Herausforderungen wie sinkende Anzeigenerlöse, stagnierende Auflagen und aggressivere Wettbewerber ergänzen sich in unangenehmer Weise mit mittelfristigen strukturellen Änderungen. Diese Änderungen werden im Wesentlichen dadurch bestimmt, dass der Medienkonsument erstens gratis und zweitens über alle Kanäle Zugang zu fast allen für ihn relevanten Informationen hat. Auch von diesem Umstand sind wir auf allen Märkten gleichermassen betroffen.

Insofern sind wir als Medienunternehmen zweifach gefordert: Zum einen müssen wir den ökonomischen Druck bewältigen, der unsere bestehenden Geschäftsmodelle trifft, zum anderen müssen wir unsere Geschäftsmodelle auf eine Art und Weise weiterentwickeln oder neu konfigurieren, dass wir über die gratis verfügbaren Inhalte

hinaus einen Mehrwert liefern, den unsere Kunden zu zahlen bereit sind. Wir von Ringier wollen und werden diesen Prozess aktiv mitgestalten, denn wir sind überzeugt, dass wir aufgrund unserer dezentralen und kundennahen Organisation, unserer auf langfristigen Unternehmenserfolg ausgerichteten Handlungsweise und vor allem aufgrund unserer einzigartigen Mitarbeiter über sämtliche Voraussetzungen verfügen, die erforderlich sind, damit wir aus der sich rapide verändernden Medienlandschaft einen Nutzen ziehen können.

Bei all den anstehenden Herausforderungen und Änderungen werden Sie unter meiner Führung der Ringier AG eine Konstante klar erkennen können: Unsere Entscheidungen werden weiterhin von Verantwortungsbewusstsein gegenüber unseren Stakeholdern in den Kernbereichen Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt bestimmt sein. Selbst wenn das bedeuten sollte, das eine oder andere Geschäft nicht zu machen. Wir bauen auch weiterhin auf unsere bewährten Werte und unsere Verantwortung gegenüber der Gesellschaft – denn nur deren Wahrnehmung macht ein Unternehmen langfristig erfolgreich.

# RINGIER IN ZAHLEN.

KENNZIFFERN	2008	2008	2007	Veränderung in %
	Mio. CHF	Mio. EUR	Mio. CHF	
UMSATZ SCHWEIZ	938.7	590.3	880.8	6.6
UMSATZ MITTEL- UND OSTEUROPA	526.7	331.4	506.3	4.0
UMSATZ ASIEN	70.1	44.1	71.3	-1.6
TOTAL (inkl. Print)	1535.5	965.8	1458.4	5.3
CASHFLOW	146.9	92.4	208.3	-29.5
– in % des Umsatzes	9.6		14.3	
JAHRESGEWINN NACH STEUERN	62.2	39.1	102.7	-39.5
– in % des Umsatzes	4.0		7.0	
INVESTITIONEN	321.9	202.5	123.8	160
MITARBEITER		8129	8315	-2.3

CASHFLOW	2008	2007	2006
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
Gewinn nach Steuern	62.2	102.7	67.8
Abschreibungen	84.7	105.6	76.7
TOTAL	146.9	208.3	144.5

Die Rechnungslegung erfolgte wie in den Vorjahren nach den Grundsätzen von Swiss GAAP FER. Alle Gesellschaften im In- und Ausland, an denen Ringier eine direkte oder indirekte Beteiligung von mehr als 50 Prozent hält, sind nach der Methode der Vollkonsolidierung erfasst. Quotenkonsolidiert sind unsere 50-prozentigen Beteiligungen. Die Periodenergebnisse wesentlicher Minderheitsbeteiligungen sind anteilmässig erfasst.

## ERGEBNISSE.

Mit 5,3 Prozent Wachstum erreichte der Umsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr eine neue Höchstmarke – 1 536 Millionen Franken. Zu verdanken ist diese positive Entwicklung vor allem einem erfreulichen Geschäftsgang in Tschechien und der Slowakei sowie Investitionen in digitale Plattformen, etwa Auto-, Job- und Immoscout24. Die Umsatzsteigerung machte die Abgänge aus dem Verkauf der TV-Zeitschriften Mitte 2007 und der Veräusserung der Aktivitäten in der Ukraine im Herbst 2008 mehr als wett.

Nach einem ausgezeichneten Start im ersten Halbjahr litten die Print-Anzeigen in den letzten beiden Quartalen 2008 unter dem globalen Wirtschaftsabschwung. Der Rückgang fiel allerdings in Tiefe und Zeitpunkt unterschiedlich aus. So ergab sich zum Beispiel für Asien – über das ganze Jahr betrachtet – ein Wachstum von

22,4, für Tschechien 19,1 Prozent. Dem steht in Rumänien ein Einbruch der Anzeigenerlöse – aufgrund von Portfolio-Verkäufen – von 21,4 Prozent gegenüber. Neben der wirtschaftlichen Abkühlung, vor allem gegen Ende des Jahres, waren im zweiten Halbjahr 2008 zusätzlich die Auswirkungen der Währungskursschwankungen in Mittel- und Osteuropa zu verkraften.

Der Verlag Schweiz steigerte seine Gesamterlöse um 8,7 Prozent, Tschechien erzielte 18,6 Prozent, die Slowakei 11 Prozent mehr. Dem steht in Rumänien – eine Folge von Wirtschaftskrise, Währungsschwäche und der spezifischen Konkurrenzsituation – ein Umsatzrückgang von 27 Prozent gegenüber.

Die Erträge der digitalen Medien in der Schweiz wuchsen durch den Kauf der media swiss group um beinahe 100 Prozent: Sie machen heute 8,5 Prozent der externen Umsätze aus. Im Vorjahr waren es erst 5,5 Prozent. Leicht rückläufig entwickelten sich die Umsätze mit Zeitungen und Zeitschriften: ein Minus von 2,5 Prozent. Print Schweiz mit Swissprinters und Print Adligenswil wiederum legten 2,8 Prozent zu – ein Wachstum, das ausschliesslich dem Drittkundensegment zu verdanken ist.

Das Ergebnis nach Steuern liegt bei 62,2 Millionen Franken und damit etwa auf Höhe des mehrjährigen Durchschnittes. Ein direkter Vergleich mit den 102,7 Millionen Franken aus dem Vorjahr wäre wenig aussagekräftig: 2007 kamen mehrere ausserordentliche Desinvestitionserträge hinzu – unter anderem aus dem Verkauf der TV-Zeitschriften. Beim Cashflow ergab sich ein entsprechender Rückgang von 208,3 auf 146,9 Millionen Franken und damit eine deutliche Parallele zu 2006 mit 144,5 Millionen Franken. Damit erreicht die Umsatzrendite nach

Steuern 4 Prozent, die Cashflow-Rendite 9,6 Prozent. Beide Werte verdeutlichen, dass Ringier in vielen Ländern auf Wachstumsmärkten aktiv ist; zudem belasteten Aufwendungen für interne Produktentwicklungen die Erfolgsrechnung mit beinahe 50 Millionen Franken. Auch höhere Zinskosten, als Folge von Investitionen, führten in mehreren Ländern zu einer Margenreduktion. Diesen Rückgang – zumal in einem anforderungsreichen Wirtschaftszyklus – nimmt Ringier als Unternehmen mit langfristiger Perspektive allerdings bewusst in Kauf, im Interesse einer nachhaltig verbesserten Marktposition.

Weil vielerorts zusätzlich strukturelle Veränderungen ihren Tribut fordern – etwa die zunehmende Digitalisierung –, sind Programme zur Kostenreduktion und zur Anpassung an wirtschaftliche Gegebenheiten sowie veränderte Kundenbedürfnisse angelaufen.

Die Aufwendungen stiegen 2008 um 11 Prozent; dafür sind vornehmlich zwei Faktoren verantwortlich: die wachstumsbedingte Zunahme der Personalkosten von 8 Prozent und eine volumenbedingte Erhöhung der Materialkosten um 2,9 Prozent.

Die Investitionen lagen mit 321,9 Millionen Franken wesentlich höher als in den Vorjahren. Es wurde vor allem in digitale Plattformen wie media swiss group und Geschenkidee.ch GmbH aber auch in den Zeitungs- und Illustrationsdruck in der Schweiz und dem Zeitungsdruck in Rumänien investiert.

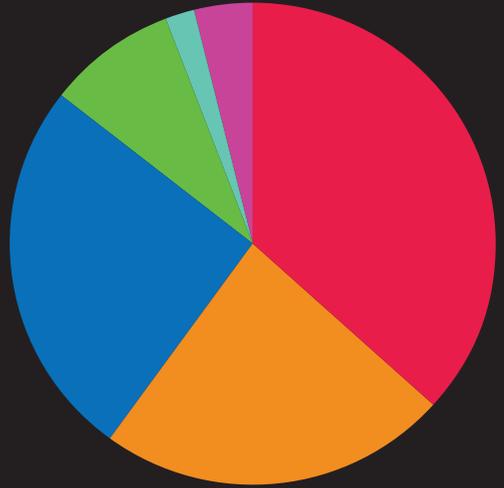
Der Auskauf der Minderheitsaktionäre in Serbien, und damit eine Aufstockung der Beteiligung von Ringier um 25,1 auf neu 100 Prozent, fiel ebenfalls ins Gewicht.

# ERFOLGSRECHNUNG.

ERLÖSE	2008	2008	2007	Veränderung in %
	Mio. CHF	Mio. EUR	Mio. CHF	
<b>GESAMTERLÖSE</b>	<b>1535.5</b>	<b>965.8</b>	<b>1458.4</b>	<b>5.3</b>
Zeitungen/Zeitschriften	892.4	561.2	915.0	-2.5
Druck	372.7	234.4	370.1	0.7
Digitale Medien	122.7	77.2	52.6	133.2
Betty Bossi	46.1	29.0	42.6	8.1
Diverses	101.6	64.0	78.1	30.3
<b>AUFWENDUNGEN</b>				
<b>Personal</b>	<b>502.3</b>	<b>315.9</b>	<b>465.0</b>	<b>8.0</b>
– Löhne und Gehälter	391.3	246.2	370.5	5.6
– Sozialleistungen	78.5	49.3	71.9	9.1
– Personalnebenkosten	32.5	20.4	22.6	43.7
<b>Material und Fremdleistungen</b>	<b>443.7</b>	<b>279.0</b>	<b>431.1</b>	<b>2.9</b>
– Papier	222.8	140.1	215.4	3.4
– Farbe	22.8	14.3	21.9	3.9
– Übriges Material	47.0	29.6	29.1	61.7
– Fremdleistungen	144.8	91.1	159.3	-9.1
– Sonstiger Marktaufwand	6.3	3.9	5.4	15.9
<b>Redaktionen, Verlage, Transporte, Werbung</b>	<b>305.4</b>	<b>192.1</b>	<b>297.1</b>	<b>2.8</b>
– Redaktionshonorare	52.7	33.1	58.2	-9.5
– Transporte	113.5	71.4	103.5	9.7
– Werbung	107.0	67.3	102.9	4.0
– Diverser Verlagsaufwand	32.2	20.3	32.5	-0.9
<b>Allgemeiner Aufwand</b>	<b>137.2</b>	<b>86.4</b>	<b>56.9</b>	<b>141.2</b>
<b>AUFWENDUNGEN TOTAL</b>	<b>1388.6</b>	<b>873.4</b>	<b>1250.1</b>	<b>11.1</b>
CASHFLOW	146.9	92.4	208.3	-29.5
ABSCHREIBUNGEN	84.7	53.3	105.6	-19.7
<b>GEWINN NACH STEUERN</b>	<b>62.2</b>	<b>39.1</b>	<b>102.7</b>	<b>-39.5</b>

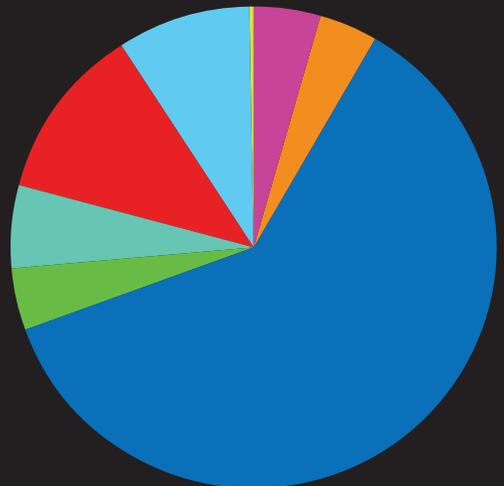
## Umsatzanteile nach Geschäftsfeldern

Zeitungen	36.7%
Zeitschriften	23.3%
Druck	25.8%
Digitale Medien	8.5%
Services/Logistik	2.0%
Diverses	3.7%



## Umsatzanteile Ringier Gruppe

China	4.50%
Rumänien	4.01%
Schweiz (mit Deutschland)	61.12%
Serbien	4.12%
Slowakei	5.49%
Tschechien	11.82%
Ukraine	0.03%
Ungarn	8.84%
Vietnam	0.07%



# RINGIER JUBILÄUM.

Am 16. Dezember endete für Ringier das Jubiläumsjahr. Zwischen Januar und Dezember 2008 feierte das Medienhaus sein 175-jähriges Bestehen mit rund 40 Veranstaltungen, Aktionen und Projekten. Einige der Projekte sind langfristig angelegt und werden über das Jubiläumsjahr hinaus wirken.

An über 20 Anlässen in China, Vietnam, Tschechien, Slowakei, Ungarn, Serbien, Rumänien, Deutschland und der Schweiz feierte das Medienhaus Ringier sein 175-jähriges Bestehen mit Mitarbeitern, Partnern, Kunden und Persönlichkeiten aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Showbusiness. Mit Aktionen, wie dem «Day-off», einem Ausflugspaket nach Wahl und einem zusätzlichen Ferientag, bedankte sich Ringier bei seinen Mitarbeitern für ihr Engagement. Der externe Online-Jubiläumswettbewerb «Destination Ringier» wurde in neun Ländern gespielt. Mit «Destination Ringier» sammelte Ringier zugleich wertvolle Erfahrungen im konzernweiten Cross-Media-Bereich, die bereits für Folgeprojekte genutzt werden konnten. Mit allen Jubiläumsaktivitäten wurden die Ziele erreicht; die Aktionen trugen zur positiven Wahrnehmung von Ringier an allen Standorten bei. Mit dem Jubiläum setzte Ringier auch einen klaren Akzent Richtung Zukunft. So wurden im Jubiläumsjahr drei Initiativen lanciert, die das Unternehmen auf die Herausforderungen der Zukunft vorbereiten: Die Ringier Academy, das Media Lab und die Corporate-Social-Responsibility-Initiative mit einem ersten Report nach internationalem Standard.

Das Jubiläum bot auch Anlass, eine Zeitreise in Ringiers Vergangenheit zu machen – von 1833 bis 2008 – und diese in einem Buch festzuhalten. Die Geschichte wurde vom Schweizer Publizis-

ten Karl Lüönd und dem Medienwissenschaftler Professor Roger Blum und einem Team von der Universität Bern recherchiert. Das Buch «Ringier bei den Leuten» erschien zum Jubiläumsauftakt im Schweizer Buchhandel. Die wissenschaftliche Aufbereitung der Ringier Geschichte wird 2009 veröffentlicht.

## RINGIER ACADEMY.

Zum 175-jährigen Bestehen von Ringier wurde die Ringier Academy gegründet. Bereits im März 2009 werden die ersten Kurse durchgeführt. Die Ringier Academy ist eine konzernweite Einrichtung, die den Wissens- und Erfahrungsaustausch in der Ringier Gruppe fördert mit dem Hauptziel, die Mitarbeiter in die digitale Medienwelt zu begleiten. Die Themenpalette deckt sowohl Verlagsthemen als auch journalistische Aspekte oder technologische Entwicklungen ab, die einen Einfluss auf das Tätigkeitsfeld von Ringier haben.

Die Ringier Academy orientiert sich in ihrer Tätigkeit an den strategischen Zielen des Unternehmens sowie an den bestehenden Bedürfnissen der Mitarbeiter. Ein weiteres Ziel der Academy ist die Vernetzung der verschiedenen Einheiten, Abteilungen und Länderorganisationen im Konzern um einen Erfahrungs- und Wissensaustausch sicherzustellen. Entsprechend vernetzt sie sich auch, arbeitet mit bestehenden internen und externen Weiterbildungsanbietern zusammen und ergänzt deren Programm. Für die individuelle Weiterbildung und die Persönlichkeitsentwicklung bleibt die Abteilung Human Resources verantwortlich.

## NEUE MEDIEN.

Die Entwicklung der digitalen Aktivitäten hat 2008 so richtig Fahrt aufgenommen: An allen Ringier Standorten wurden Investitionen in die bestehenden Titel-Plattformen getätigt – was sich teilweise durch spektakuläre Wachstumsschübe bezahlt machte.

Zum 175-Jahr-Jubiläum hat Ringier organisatorisch auf Gruppenebene das Media Lab und das Media Sites Center zusammengefasst und als Kompetenzzentrum etabliert, welches organisatorisch von Ringier Schweiz betrieben wird. Der internationale New-Media-Ausschuss steuert grenzüberschreitende Projekte, die Verantwortung für die Entwicklung der elektronischen Medien bleibt jedoch bei den einzelnen Ländern, die ihre eigenen Strategien konsequent umsetzen können.

Mit der Übernahme von Geschenkidee.ch GmbH zum Jahresende stieg Ringier in den E-Commerce-Bereich ein. Wie schon bei der erfolgreichen Übernahme der media swiss group ein Jahr zuvor soll auch diese Kompetenz auf Projekte in anderen Ländern übertragen werden.

Die gegenwärtige Krise, welche die Medienbranche hart trifft, wird die Gewichtsverschiebung zugunsten der Neuen Medien noch beschleunigen. Ringier wird auf der einen Seite ihre Aktivitäten im News-, E-Commerce- und Kleinanzeigenbereich ausbauen und auf der anderen Seite sich verstärkt noch zusätzlichen Feldern wie Search und Mobile zuwenden.

# RINGIER SCHWEIZ.

Je später das Jahr, desto schwieriger das Wirtschaften – auch in der Schweiz, auch für Ringier gestalteten sich die vergangenen zwölf Monate zunehmend als Herausforderung. Die Werbeeinnahmen gingen leicht zurück, die Vertriebs Erlöse erlitten ebenfalls Einbussen. Einen schönen Erfolg dagegen brachte die Konzernstrategie «Ausbau der digitalen Kanäle» mit sich: Die Übernahme der media swiss group mit den starken Marken *Scout24* und *Gate24* Ende 2007 machte Ringier im Schweizer Online-Rubrikenmarkt zur Nummer eins. Eine geglückte Integration der neuen Unternehmensteile sowie das Wachstum im bestehenden Geschäft führten zu beträchtlichen Steigerungsraten der digitalen Erlöse. Ein weiterer konsequenter Schritt auf diesem Weg ist die Akquisition der E-Commerce-Plattform *Geschenki.de* GmbH.

2008 war für Ringier Schweiz auch ein Jahr der Weichenstellungen, ablesbar vor allem an der Reorganisation des Verlags. In neuer Formation hat die Geschäftsleitung inzwischen die Strategie für die folgenden Jahre in Angriff genommen. Schon 2008 lancierte sie erste zentrale Projekte. Planung und Aufbau eines gemeinsamen Newsrooms für die Blick-Gruppe sind in vollem Gang. Wenn der Bau nicht noch durch Einsparungen verzögert wird, können *Blick*, *SonntagsBlick*, *Blick.ch*, *Blick am Abend* und *cash.ch* ab Februar 2010 in einer schweizweit einzigartigen Zentralredaktion produziert werden. Parallel dazu bringt das Projekt SAP-Media die Vertriebs- und Werbemarkt-Applikationen auf den international neusten Stand. Mit der gelungenen Einführung von *Woodwing/InDesign* ist der entsprechende Modernisierungsschritt auf redaktioneller Ebene bereits realisiert.

## Blick-Gruppe

Was bis zur Reorganisation des Verlages «Bereich Zeitungen» hiess, ist heute die Blick-Gruppe. Neben *Blick* und *SonntagsBlick* sind darin *Blick am Abend* und *Blick.ch* vereint – zum gemeinsamen Marktauftritt einer eng verwobenen Produktfamilie.

Der Ausbau von *Blick.ch* zum meistgenutzten und grössten Media-Portal der Schweiz sowie das gelungene Re-Branding von *heute* zu *Blick am Abend* sind erste Erfolge dieser konsequent umgesetzten One-Brand-Strategie. Auch die Aufgabenerweiterung der beständig wachsenden *Pendler-Abendzeitung* und deren zunehmende Akzeptanz im Werbemarkt belegen die Richtigkeit dieses Schritts. Nach dem Erfolg in Basel, Bern und Zürich steht *Blick am Abend* ab August 2009 vor einer weiteren Ausdehnung der Distribution in die Gebiete Luzern, Zug, St. Gallen und umliegende Gemeinden.

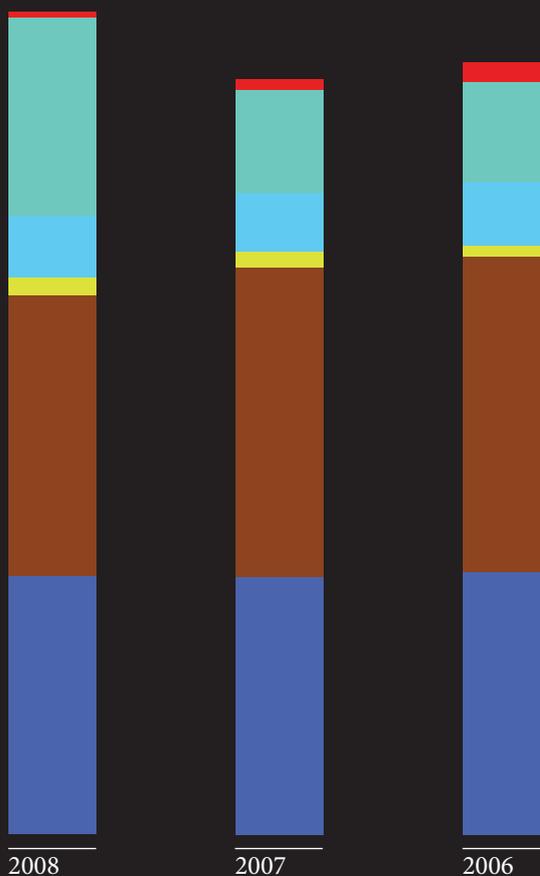
Der Relaunch des *Blick* im Frühjahr 2008 umfasste eine optische Modernisierung, den Ausbau des Magazinteils und die Einführung des Ein-Bund-Konzepts. Der Verlag nutzte den Schwung des frischen Auftritts zum Aufbau der *Blick*-Frühzustellung in urbanen Gebieten und für eine breit angelegte Marketingkampagne, zu der auch ein spektakulärer TV-Spot gehörte.

Dies alles brachte eine erfreuliche Entwicklung der abonnierten Auflage mit sich – die Herausforderungen im Einzelverkauf blieben jedoch vorerst bestehen. Der *SonntagsBlick* kann im Anzeigen- wie im Lesermarkt ebenfalls auf eine überwiegend erfreuliche Entwicklung verweisen.

## Umsatz Schweiz

	2008	2007	2006
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
Blick-Gruppe	190.1	190.8	193.5
Zeitschriften	207.7	227.9	232.8
Cicero/Monopol	12.5	12.1	8.3
Betty Bossi	46.1	42.6	46.8
New Media	146.0	76.4	74.2
Diverses	4.1	7.9	14.1
<b>TOTAL</b>	<b>606.5</b>	<b>557.7</b>	<b>569.7</b>

Umsatz Print siehe Seite 36



# RINGIER SCHWEIZ.

## Zeitschriften

Der Bereich Zeitschriften blickt auf ein erfolgreiches Jahr 2008 zurück; die *Schweizer Illustrierte* erzielte – einmal mehr – ein starkes Ergebnis. *SI Style* baute seine Position sowohl im Leser- als auch im Anzeigenmarkt weiter aus, und auch die Lancierung von *SI GRUEN* verlief sehr erfreulich. Als einer der wenigen Titel in der Schweiz steigerte die *GlücksPost* im vergangenen Jahr ihre verkaufte Auflage. In der Romandie vermochte *L'illustré* ihre gute Marktposition zu behaupten, *L'Hebdo* hingegen spürte die konjunkturelle Abschwächung im Anzeigenmarkt.

## New Media

Mit der Akquisition von *Radio BE1* baute Ringier Schweiz zum Jahresbeginn seine Position im Radiomarkt aus. Die Verweigerung einer neuen Konzession für *Radio Energy Zürich* durch den zuständigen Bundesrat setzte diesen Geschäftsbereich jedoch stark unter Druck. Der Rekurs gegen diesen Entscheid läuft; mehr als 100 000 Hörer unterzeichneten die Petition «Energy4ever»; Parlamentarier aus Stände- und Nationalrat unternahmen Vorstösse, um den Sendebetrieb von *Radio Energy Zürich* aufrechtzuerhalten.

*Cash* hat im vergangenen Jahr die Grundlage für den digitalen Ausbau gelegt, der ab 2012 einen papierlosen Vertrieb vorsah. Aufgrund der rückläufigen Entwicklung im Anzeigenmarkt hat der Verwaltungsrat im März 2009 dem Antrag des Managements zugestimmt, diesen Schritt bereits jetzt zu vollziehen und die Tageszeitung einzustellen.

Mit der Reorganisation des Verlags entstanden neu die Bereiche Media Sales, Media Lab und Media Sites Center. Ihre wesentliche Aufgabe ist die Unterstützung des Auf- und Ausbaus digitaler Kommunikationswege im Hause Ringier.

Die Health Unit nahm im abgelaufenen Geschäftsjahr einen umfassenden Relaunch der Zeitschrift und des Internetportals von *Gesundheit Sprechstunde* in Angriff.

RingierTV erneuerte im Hinblick auf das Pressefernsehen (PTV) seine Partnerschaft mit SF DRS. Dessen geringe Abgeltung für PTV erzwang allerdings ein vorzeitiges Ende von *konsum.tv*.

Die Beteiligungen an Sat.1 (Schweiz) und Teleclub erzielten auch 2008 ein ausserordentlich zufriedenstellendes Betriebsergebnis; ebenso der Konzertveranstalter Good News.

## Services

Eine der wesentlichen organisatorischen Neuerungen des vergangenen Jahres bei Ringier war die Schaffung der «Services». Dieser Bereich umfasst die Zeitungsdruckerei Adligenswil, das Kundenkontaktcenter, den Einzelverkaufsservice, die Verlagslogistik sowie Specter, in der Schweiz die erste Adresse für visuelle Inhalte und Ressourcen. Bei Specter wurde die Digitalisierung des Bildarchivs vollzogen, das physische Bildarchiv wurde dem Staatsarchiv Aargau übergeben.

Ringier Print Adligenswil siehe Seite 35.

# RINGIER DEUTSCHLAND.

2008 erlebte der deutsche Printmarkt einen deutlichen Rückgang der Anzeigenumsätze. Ringier Deutschland jedoch stellte sich mit *Cicero* und *Monopol* erneut gegen den Trend und konnte bei stetig steigenden Auflagen den Umsatz nicht nur halten, sondern sogar noch verbessern – ein Erfolg, der ebenso auf der gezielten Ausschöpfung des Potenzials der beiden Titel beruht wie auf der Beherrschung des Mottos «Qualität statt Quantität». Nicht zuletzt trugen hochwertige Kommunikationslösungen zum Gelingen bei.

Attraktive Produkte für speziell Interessierte, für Freunde und Sammler – «City Art Guides» und Sonderausgaben zu wichtigen Kunstmessen bei *Monopol*, bei *Cicero* die «Green Edition» im Herbst und die XXL-Ausgabe zum Jahresende – erbrachten zusätzliche Reputation und erfreuliche Erlöse.

*Cicero* überzeugte bei konsequenter Hochpreisstrategie auch im Jahr 2008 durch steigende Auflagen. Auszeichnungen wie OMG Award, GWA Production Award, Druck & Medien Award und der Best Design Award aus den USA bestätigen darüber hinaus das publizistische Gesamtkonzept. *Cicero* setzte auch selbst gesellschaftlich-publizistische Akzente, etwa durch den zum zweiten Mal vergebenen «Hochschul-Essay-Preis».

*Monopol* etablierte sich als das wohl wichtigste Magazin im deutschsprachigen Kunstmarkt. Obwohl seine Verkaufszahlen noch nicht an den Wettbewerber «Art» heranreichen, ist *Monopol* doch ein anerkannter Player mit ausgezeichneter Reputation geworden – sowohl im exklusiven Kreis der Entscheider auf dem Kunstmarkt als auch in der generell an zeitgenössischer Kunst interessierten Leserschaft.

Umsatz *Cicero/Monopol* siehe  
Umsatz Ringier Schweiz Seite 19

## RINGIER CHINA.

Die optimistischen Erwartungen im Vorfeld der Olympischen Spiele wurden weit übertroffen: Die Anzeigenerlöse aus Inflight-Titeln nahmen um 40 Prozent zu, wobei der Erlös aus dem Titel CAAC, der von allen Fluggesellschaften verteilt wird, sogar noch stärker wuchs und neue Marktanteile dazugewann. Auch der neue Inflight-Wochentitel *Oriental Sky* hob ab und steigerte den Umsatz fast auf das Doppelte. Bei den Cityguides für Peking und Schanghai mauserte sich *City Weekend* mit mehr als 40 Prozent Marktanteil zum unangefochtenen Leader. Der Umsatz der Website *city-weekend.com.cn* verdreifachte sich, die Besucherzahl wurde nahezu verdoppelt.

Das Kochmagazin *Betty's Kitchen* verzeichnet einen Zuwachs von 21 Prozent. Der Umsatz der dazugehörigen Koch-Website *bettyiskitchen.com.cn* hat sich verdreifacht, die Besucherzahl stieg um beinahe 100 Prozent. Erfolgreich lanciert wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr *Mother's Kitchen*, ein regionales Low-End-Gratismagazin. Trotz guter Auflagen- und Leserzahlen tut sich *Xinmin Bella*, die wöchentliche Frauenzeitschrift in Schanghai, auf dem Anzeigenmarkt noch ein wenig schwer – Wochentitel für Frauen sind in China ein Novum.

Der wirtschaftliche Niedergang in der zweiten Jahreshälfte machte sich auch bei den Fachzeitschriften Chinas bemerkbar, insbesondere bei Publikationen, die von der Exportindustrie leben, vor allem also von der Maschinen- und Werkstoffbranche. Der massive Produktionsrückgang veranlasste die Anzeigenkunden, ihr Werbebudget zu reduzieren. Ringier Trade Publishing Ltd. in Hongkong, das mittlerweile 37 Fachzeitschriften herausgibt – darunter 29 in China, 4 für den weiteren asiatischen Raum und 4 in der Golfregion –, unterstützte die Anzeigen-

kunden vermehrt in ihrem Bemühen, neue Absatzmärkte zu erschliessen.

Beim Umsatz seiner Fachzeitschriften in China legte Ringier gleichwohl um 7 Prozent zu (im gesamten südostasiatischen Geschäft waren es 22 Prozent). Das vergangene Jahr erlebte auch die Lancierung von zwei neuen Fachzeitschriften und die massive Verstärkung des E-Commerce-Business. Exorbitante Inflationszahlen und die Aufwertung des Yuan im Verhältnis zum US-Dollar trieben jedoch die Betriebskosten in die Höhe. 2009 konzentriert sich Ringier China auf den weiteren Ausbau seiner Marktanteile und auf die Erweiterung des Angebots von Anzeigenträgern für das Exportgeschäft: vor allem mit der Lancierung von Fachtiteln für den Nahen Osten, die in Dubai publiziert werden.

Bericht Ringier Print Hongkong siehe Seite 37.

## Umsatz Asien

	2008	2007	2006
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
Verkaufserlöse	1.5	1.2	1.0
Anzeigenerlöse	34.8	28.4	23.2
Druckereierlöse	32.7	39.5	36.2
Diverses	2.5	3.5	3.0
<b>TOTAL</b>	<b>71.5 (1.4<sup>1</sup>)</b>	<b>72.6 (1.3<sup>1</sup>)</b>	<b>63.4 (1.2<sup>1</sup>)</b>

Davon nicht konsolidierte Umsätze <sup>1</sup>



# RINGIER RUMÄNIEN.

Rumänien befindet sich in einer wirtschaftlich schwierigen Situation. Mit je rund 8 Prozent halten sich Wirtschaftswachstum und Inflationsrate etwa die Waage und die überfällige Wirtschaftsreform kam ins Stocken. Ringier Rumänien kämpft in diesem Umfeld mit stark sinkenden Werbeeinnahmen und verzeichnet im Printbereich nur geringe Umsatzsteigerungen. Zudem belastete die starke Konkurrenz im Boulevardsegment das Ergebnis der Tageszeitung *Libertatea*, die mit 1.3 Millionen Lesern aber die meistverkaufte Zeitung des Landes blieb.

2008 konzentrierte sich Ringier Rumänien deshalb auf die Verteidigung der führenden Position von *Libertatea*. Gleichzeitig erweiterte das Unternehmen das Magazinportfolio im Oktober mit der Lancierung von *DIVA*, des ersten wöchentlichen People-Hochglanzmagazins. Parallel schritt die Entwicklung des Online-Business voran.

Anhaltende Probleme mit der Infrastruktur des Landes in den Bereichen Druck und Vertrieb führten 2008 zu höheren Produktionskosten und sinkenden Verkaufserlösen. Ringier Rumänien verstärkte daraufhin seine eigenen Vertriebskapazitäten und nahm den Bau einer neuen Druckerei im Norden von Bukarest in Angriff. Die erste Zeitung von dort geht voraussichtlich im Frühling 2009 an ihre Leser.

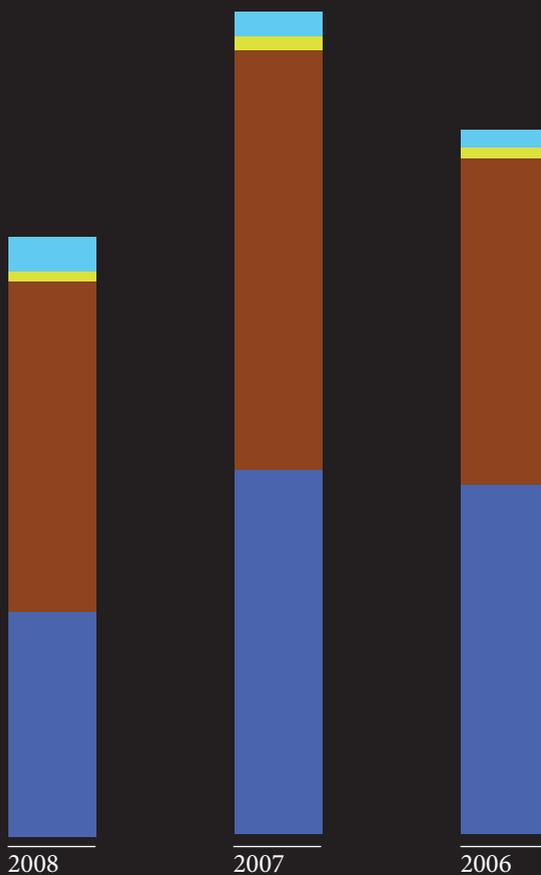
Der Fernsehsender *Kanal D*, an dem Ringier Rumänien mit 25 Prozent beteiligt ist, avancierte innerhalb nur eines Jahres zum fünftgrößten Anbieter auf dem lokalen Markt – ein grosser Erfolg in einem Land mit mehr als 40 Fernsehstationen.

Im März startete die Ringier Foundation ihr Wohltätigkeitsprogramm. Das Hauptaugenmerk galt im ersten Jahr der Unterstützung eines Heims

für Obdachlose in Bukarest sowie der Ausbildung sozial benachteiligter Schüler.

## Umsatz Rumänien

	2008	2007	2006
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
Verkaufserlöse	23.1	37.3	35.8
Anzeigenerlöse	33.9	43.1	33.5
Druckereierlöse	1.0	1.4	1.1
Diverses	3.5	2.5	1.8
<b>TOTAL</b>	<b>61.5</b>	<b>84.3</b>	<b>72.2</b>



## RINGIER SERBIEN.

2008 erzielte Ringier Serbien erneut ein erfreuliches Geschäftsergebnis und knüpfte damit nahtlos an die Erfolge des vorangegangenen Jahres an. Im April wurde aus der Blic Press d.o.o. die Ringier d.o.o. Gleichzeitig mit der Namensänderung hält die Ringier AG nun 100 Prozent der Aktienanteile der neuen Firma. Sie ist damit alleinige Eigentümerin aller Produkte im serbischen Firmenportfolio. Vor allem dank deren inhaltlicher Qualität verteidigte Ringier seine Leaderposition in Serbien. Nach wie vor ist *Blic* dabei die mit Abstand meistverkaufte und meistgelesene Tageszeitung des Landes.

Auch die Boulevard-Tageszeitung *ALO!* behauptet sich ausgezeichnet: Trotz scharfer Konkurrenz erreichte sie eine stabile Absatzzahl von mehr als 100 000 Exemplaren und überholte damit zwei Mitbewerber.

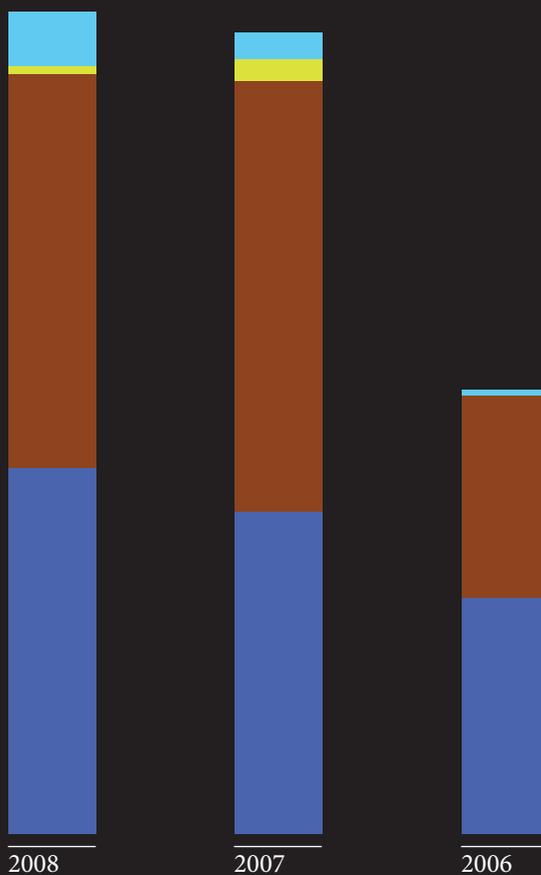
Als weiteres Highlight des Jahres 2008 meldet Ringier Serbien das rasche Wachstum der Gratis-Tageszeitung *24sata*, deren Leserschaft mittlerweile die drittgrösste im Land ist. Zwei Jahre nach der Markteinführung erfreut sich die Zeitung vor allem bei jungen Lesern enormer Beliebtheit.

Die Frauenzeitschrift *Blic Žena* ist mit bis zu 300 000 Käufern pro Woche Marktführerin aller serbischen Periodika, und das seit vier Jahren.

Das wöchentliche Celebrity-Magazin *Blic Puls* eroberte 2008 ebenfalls die Marktspitze in seinem Segment – mit mehr als 100 000 verkauften Exemplaren.

## Umsatz Serbien

	2008	2007	2006
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
Verkaufserlöse	28.2	24.8	18.2
Anzeigenerlöse	30.3	33.2	15.6
Druckereierlöse	0.6	1.7	0.0
Diverse	4.2	2.0	0.4
<b>TOTAL</b>	<b>63.3</b>	<b>61.7</b>	<b>34.2</b>



## RINGIER SLOWAKEI.

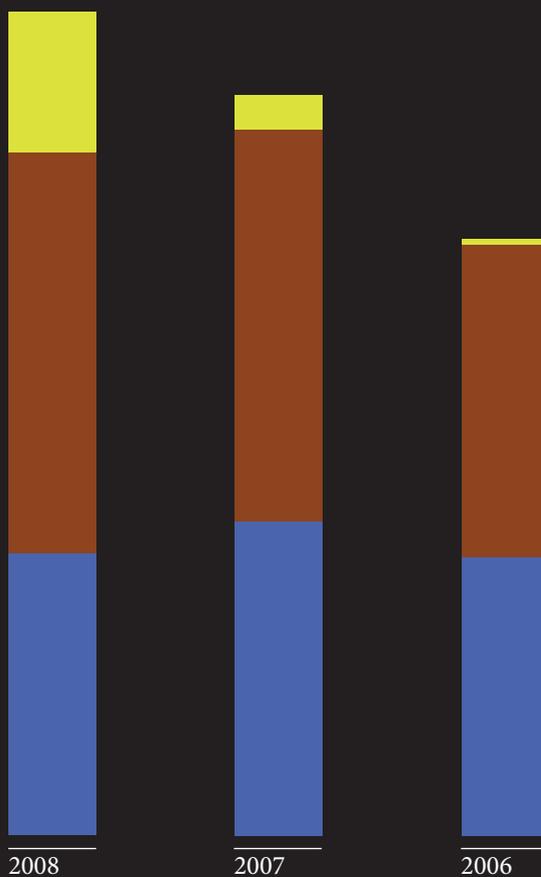
Im Überblick betrachtet, schloss Ringier Slowakei das Jahr als erfolgreiche Geschäftsperiode ab. Zwar ging der Verkauf der Printmedien insgesamt zurück, mehrere Titel mussten zur Stabilisierung des Gesamt-Portfolios eingestellt werden – *Nový čas ľudia* im September, *Čas pre mňa* im Oktober. Der Anzeigenumsatz jedoch entsprach dem geplanten Jahresziel, und der Verkauf der DVDs übertraf mit 9,3 Millionen Exemplaren das Vorjahresergebnis (5,2 Millionen) sogar um mehr als 50 Prozent.

Auch der Magazinsparte war ein erfolgreiches 2008 beschieden: Der Monatstitel *Eva* entwickelte sich zur meistgelesenen Frauenzeitschrift des Landes; das Wochenmagazin *Život* brachte neben einer kontinuierlichen Zunahme der Leserzahlen auch eine Steigerung der Anzeigenerlöse um 36 Prozent. Das zweite Monatsmagazin *Rebecca* wird soeben neu lanciert. *Nový Čas Bývanie*, eine monatliche Publikation für die Immobilienbranche, führt das Segment seit dem Vorjahr mit den stärksten Verkaufszahlen an und befindet sich weiterhin im Aufwind

Nach der Beendigung einer Zusammenarbeit mit dem grössten slowakischen Online-Anbieter nahm Ringier Slowakei Entwicklung und Vertrieb ihrer Produkte auf dem Online-Markt selbst in die Hand. Seit September ergänzt ein neues Gefäss mit zeitnahen News über aktuelle Kriminalfälle, Einsätze von Rettungsteams und polizeiliche Untersuchungen das Angebot. Im Dezember kam mit der Lancierung des speziell aufs weibliche Publikum zugeschnittenen Portals *lesk.sk* ein weiterer attraktiver Themenbereich neu hinzu.

## Umsatz Slowakei

	2008	2007	2006
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
Verkaufserlöse	28.9	32.3	28.7
Anzeigenerlöse	41.1	40.2	32.0
Diverses	14.4	3.5	0.6
<b>TOTAL</b>	<b>84.4</b>	<b>76.0</b>	<b>61.3</b>



## RINGIER TSscheCHIEEN.

Für Ringier Tschechien war das Jahr 2008 das erfolgreichste überhaupt. Neue Abläufe steigerten die Produktivität und verhalfen dem Unternehmen unter anderem zu wesentlich höheren Werbeeinnahmen. Auch der Verkauf von DVDs nahm deutlich zu. Die weitere Entwicklung neuer Geschäftsbereiche sowie die starke Position der Ringier Titel im Markt erwiesen sich als Garanten für diesen Erfolg.

Nach der Übernahme von *Aha!* zum Jahresende 2007 gelang es, die beiden konkurrenzierenden Titel *Blesk* und *Aha!* inhaltlich zu verbessern und damit klarer zu positionieren. Die Beilage *Blesk magazine* ist nach wie vor die meistverbreitete Beilage auf dem Markt – die Verkaufszahlen liegen bei durchschnittlich mehr als 560 000 Exemplaren.

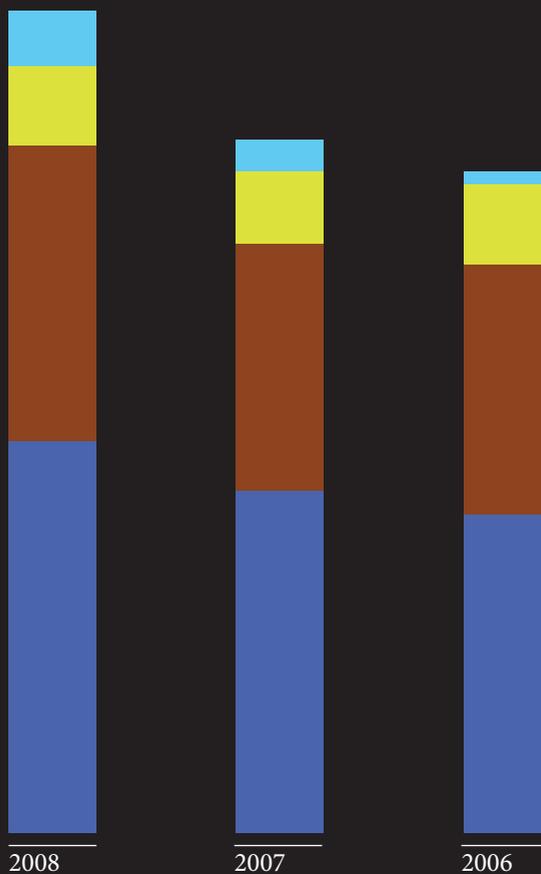
Mit *Nedělní Blesk*, *Nedělní Aha!* und *Nedělní Sport* befinden sich mittlerweile sämtliche Sonntagstitel des Landes im Besitz von Ringier Tschechien. 2008 schritt auch die Entwicklung des Boulevard-News-Portals [www.blesk.cz](http://www.blesk.cz) verstärkt voran.

Das Magazin *Reflex* stach im zweiten Halbjahr besonders heraus und meldete eine Steigerung der verkauften Auflage um 15,3 Prozent.

Mit der Lancierung von «Blesk – A Heart for Children», einem Wohltätigkeitsprojekt für kranke und behinderte Kinder, stellte Ringier Tschechien in diesem geschäftlich erfolgreichen Jahr auch sein soziales Verantwortungsbewusstsein unter Beweis. Darüber hinaus gewährte das Unternehmen zahlreichen Non-Profit-Organisationen Werbeunterstützung. Für dieses Engagement wurde Ringier Tschechien mit dem Titel «Most Socially Responsible Company of the Year 2008» ausgezeichnet.

## Umsatz Tschechien

	2008	2007	2006
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
Verkaufserlöse	86.5	75.5	70.5
Anzeigenerlöse	65.2	54.7	55.0
Druckereierlöse	17.7	15.9	17.8
Diverses	12.1	7.0	2.7
<b>TOTAL</b>	<b>181.5</b>	<b>153.1</b>	<b>146.0</b>



# RINGIER UNGARN.

2008 war für Ringier Ungarn ein Jahr der Veränderungen. Das gesamte Unternehmen wurde auf verschiedenen Stufen reorganisiert. Vor allem *Blikk*, Flaggschiff des Unternehmens und meistgelesene Tageszeitung des Landes, erfuhr einen Neuaufbau. Durch die Optimierung von Inhalt und Design tritt der Marktleader nun modernisiert, also weit attraktiver auf. Und der Aufwand hat sich gelohnt: Die bisher sinkende Auflage ist erkennbar stabilisiert, die Leserzahlen legten sogar deutlich zu. Dank eines vergleichbaren Faceliftings und weiterer Veränderungen vergrößerte auch das Magazinportfolio seine Marktanteile – notabene in einem schrumpfenden Segment.

Parallel zu diesen Veränderungen im Print verstärkten auch die Ringier Online-Produkte ihren ohnehin starken Auftritt. Die kontinuierliche Entwicklung der Webportale, kombiniert mit interaktivem Content Management und neuen Features, resultierte in einer Verdoppelung der Besucherzahlen. Inzwischen belegt Ringier Ungarn im Online-Boulevard- und Sportsegment die vorderen Ränge.

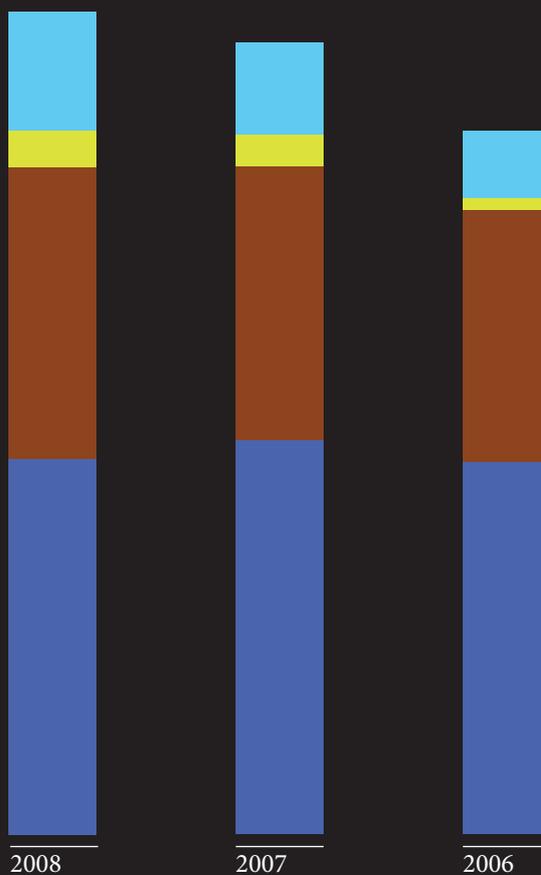
Die Tageszeitung *Népszabadság* stemmte sich der weltweiten Erosion auf dem Printmarkt erfolgreich entgegen. Dank der Lancierung neuer Beilagen und beigelegter Magazine blieben die Anzeigenerlöse ungeachtet des Auflagenrückgangs stabil. *www.nol.hu*, die modernisierte Online-Ausgabe von *Népszabadság*, erhielt im Dezember die Auszeichnung «Portal des Jahres».

MediaLOG, spezialisiert auf Abonnementszustellung und zum Teil in Ringier Besitz, ist wieder auf Kurs. Dies dank neuer Geschäftsleitung, professioneller Logistik und kostenbewusstem Management.

So gelang es trotz schrumpfendem Markt und ungünstiger Währungsbedingungen den Umsatz im Vergleich zum Vorjahr sogar noch zu steigern.

## Umsatz Ungarn

	2008	2007	2006
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
Verkaufserlöse	61.9	65.0	61.5
Anzeigenerlöse	48.1	45.3	41.5
Druckereierlöse	6.2	5.1	2.0
Diverses	19.5	15.2	11.1
<b>TOTAL</b>	<b>135.7</b>	<b>130.6</b>	<b>116.1</b>



## RINGIER UKRAINE.

Ende 2007 fiel der Entscheid, dass sich Ringier aus dem Ukraine-Geschäft zurückziehen wird. Am 18. September wurde der Verlag an die rumänische Adevarul Holding verkauft. Alle Arbeitsplätze bleiben so erhalten. Zudem ist der neue Eigentümer zu weiteren Investitionen bereit, sodass die Zukunft des Unternehmens gesichert ist.

## RINGIER VIETNAM.

Der Entscheid, das Engagement in Südostasien zu verstärken, war der Beginn einer neuen Ära. Anfang Dezember 2008 erfolgte die offizielle Gründung von Ringier Vietnam Co. Ltd. mit Hauptsitz in Ho Chi Minh City, dem grössten Wirtschaftsplatz des Landes. Durch diesen Schritt sind unter anderem Partnerschaften mit lokalen Verlagen möglich geworden. Zugleich positionierte sich Ringier Vietnam damit als attraktiver Arbeitgeber für einheimische Arbeitskräfte.

Die mit der Modezeitschrift *Thòi Trang Trè* erzielten Umsätze überstiegen jene des Vorjahres um 15 Prozent. Der Auftritt des im Oktober 2008 neu als Wochentitel lancierten Magazins gestaltet sich nun konzeptionell moderner und mit frischerem Layout, was auch den Anzeigenverkauf ankurbelte. Das Ziel, unter den wöchentlichen Frauenmagazinen fürs breitere Publikum die Spitzenposition einzunehmen, ist in erreichbare Nähe gerückt.

Ringier Vietnam war auch im humanitären Bereich ein schöner Erfolg beschieden: Die zu Ringier gehörende Dariu-Stiftung erhielt von der Citibank den CITI Micro Entrepreneur Award 2008. Mit dieser Auszeichnung gehört Ringier Vietnam zu den drei erfolgreichsten Gewährleistern von Kleinstkrediten, einem wichtigen Förderungsinstrument für Privatunternehmen.

# RINGIER PRINT.

## Swissprinters Gruppe

Die zunehmend lebhaftere Nachfrage nach Printdienstleistungen und eine gute Auslastung erlaubten es der Gruppe Swissprinters, ihren Drittkundenumsatz gegenüber dem Vorjahr zu steigern.

Ringier Print Zofingen AG machte deutliche operative Fortschritte; das Ergebnis ist dementsprechend erfreulich. Ebenfalls gut behauptet haben sich die Imprimeries Réunies Lausanne SA. Die im Geschäft mit Finanzpublikationen tätige NZZ Fretz AG Schlieren dagegen bekam die Auswirkungen der Finanzkrise früh zu spüren. Und die Zollikofer AG St. Gallen musste während der Installation einer neuen Rollenoffsetanlage – nicht zuletzt wegen der hohen Nachfrage nach ihren Leistungen – mehrere Objekte ausser Haus fertigen lassen. Das wirkte sich belastend auf das Ergebnis aus.

Nach dem Markenwechsel zeigt sich die Swissprinters Gruppe seit Herbst im neuen Kleid. Zugleich erfolgte ein Schritt zur Konsolidierung, indem der Standort Rotkreuz (Zürcher Druck + Verlag AG), mit Schlieren (NZZ Fretz AG) zusammengelegt wurde.

Im laufenden Jahr steht die Gruppe neben der Einführung einer neuen Branchensoftware

vor der Revision ihrer Unternehmensstrategie. Indem sie sich eine effiziente Organisationsstruktur gibt und den Bedürfnissen des Markts und ihrer Kunden noch gezielter entgegenkommt, will Swissprinters in Zukunft besser für den harten Wettbewerb in der Branche gerüstet sein.

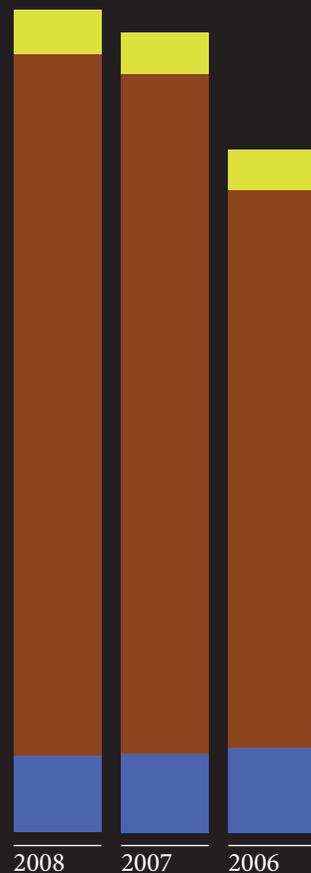
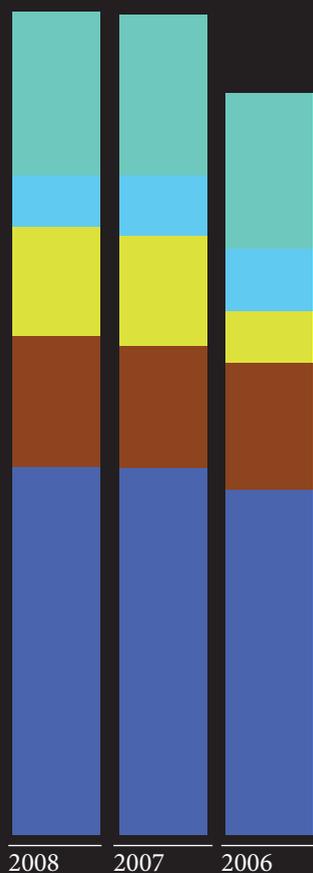
## Adligenswil, Schweiz

In der Schweizer Zeitungsdruckerei schritt das Projekt «rollenwechsel.ch» weiter voran. Eine erste Sektion der neuen Rotation produziert seit September 2008. Es steht zu erwarten, dass das Projekt wie geplant bis Juni 2009 abgeschlossen ist – und dass die angestrebten Rationalisierungseffekte eintreten. Mit der «Handelszeitung» gewann Adligenswil erneut einen bedeutenden Drittkundendruckauftrag.

PRODUKTIONSLEISTUNG PRINT SCHWEIZ	2008	2007	2006	
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF	Veränderung in %
Umsatz	442.0	440.4	398.5	0.4
– davon Drittkunden	332.1	323.1	275.6	2.8
– davon eigene Verlage	109.9	117.3	122.9	-6.3
Wertschöpfung	229.8	244.1	234.6	-5.9
Personalkosten	146.5	164.3	155.5	-10.9

GESAMTUMSATZ PRINT SCHWEIZ	2008	2007	2006
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
Swissprinters Gruppe			
– Ringier Print Zofingen	197.9	197.1	185.1
– Zollikofer	70.2	65.9	68.7
– Imprimeries Réunies Lausanne	58.6	58.8	27.8
– NZZ Fretz (inkl. ZDV)	27.6	32.4	33.2
Ringier Print Adligenswil	87.7	86.2	83.7
<b>TOTAL</b>	<b>442.0</b>	<b>440.4</b>	<b>398.5</b>

DRITTKUNDEN- UMSATZ PRINT	2008	2007	2006
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
Druck Export	31.1	31.8	34.5
Druck Schweiz	283.3	274.6	225.0
Diverses	17.7	16.7	16.1
<b>TOTAL</b>	<b>332.1</b>	<b>323.1</b>	<b>275.6</b>



# RINGIER PRINT.

## Belgrad, Serbien

Im Mai 2008 übernahm Ringier zu 100 Prozent die Druckerei APM Print in Belgrad. Kapazitätsengpässe beim Druck der Titel *Blic*, *ALO!* und *24sata* führten zu dem Plan eines Neubaus der Druckerei. Das Projekt im Umfang von 35,7 Millionen Franken wurde im Dezember vom Verwaltungsrat genehmigt; die Realisierung des Vorhabens ist für dieses und das kommende Jahr geplant.

## Budapest, Ungarn

Das Unternehmen verfügt im Land über die grössten Kapazitäten für den Zeitungsdruck. Seine Position im Markt konnte durch die Steigerung von Drittgeschäften konsolidiert, und es konnte wiederum ein hervorragendes Geschäftsergebnis realisiert werden.

## Bukarest, Rumänien

Den Höhepunkt des Jahres 2008 bildete der Auftakt zum Bau einer neuen Zeitungsdruckerei zu Investitionskosten von insgesamt rund 25 Millionen Franken. Im April 2009 wird sie ihren Betrieb aufnehmen.

## Ostrava, Tschechien

Im ersten Jahr nach der Inbetriebnahme konzentrierte sich die neue Zeitungs- und Akzidenzdruckerei in Tschechien vor allem auf kleinere Investitionen und die Optimierung der Arbeitsabläufe. Dank der grossen Produktionsvielfalt konnten ein gutes Geschäftsergebnis erzielt und das Volumen im Kundendruck erhöht werden.

## Prag, Tschechien

Die Druckerei in Prag richtete ihr Augenmerk 2008 vor allem auf die weitere Steigerung ihrer Effizienz. Auch durch die Optimierung der Schichtorganisation wurden die Überstunden konsequent reduziert. Dank einer stabilen Entwicklung der eigenen Titel *Blesk* und *Aha!* sowie bedeutenden Kostensenkungen waren die Geschäftsergebnisse aussergewöhnlich gut.

## Hongkong, China

Trotz enormer Steigerung der Kosten für Papier und andere Rohmaterialien gelang ein erfolgreicher Abschluss des Geschäftsjahres 2008. Eine besondere Herausforderung brachte allerdings die letzten beiden Quartale mit sich: Der Magazinmarkt war zunehmend mit den Auswirkungen der globalen Finanzkrise konfrontiert, insbesondere mit sinkenden Anzeigenerlösen. In der Folge überprüfte das Unternehmen die interne Kostenstruktur, um für kommende Herausforderungen gewappnet zu sein.

# WESENTLICHE BETEILIGUNGEN.

Stand 31. Dezember 2008

## Schweiz

Das strategische Ziel, die digitalen Kanäle zu stärken und auszubauen, wurde 2008 konsequent weiterverfolgt. So konnten im Januar 80 Prozent der *media swiss ag* übernommen werden, zu der unter anderem die Marken *Scout24 Schweiz*, *Gate24.ch* und *Xmedia* gehören. Verstärkt wurden auch die Radio-Aktivitäten des Hauses – auf den Erwerb der *Radio Z AG* mit *Radio Energy Zürich* im Vorjahr folgte nun die *Radig AG* mit *Radio BE1* (80.7 Prozent). Ein starker Schritt in Richtung E-Commerce gelang im Dezember durch den hundertprozentigen Erwerb der *Geschenkidée.ch GmbH*.

---

## SCHWEIZ

---

Addictive Productions AG, Zürich	100%
Bolero Zeitschriftenverlag AG, Zürich	100%
Geschenkidee.ch GmbH, Opfikon	100%
Original SA, Lausanne	100%
Investhaus AG, Zürich	100%
Ringier Print Adligenswil AG, Adligenswil	100%
Ringier Print Holding AG, Zofingen	100%
Zana Media AG, Zürich	100%
Previon AG, Zofingen	85%
SMI Schule für Medienintegration AG, Zofingen	85%
Radig AG, Bern (Radio BE1)	80.7%
media swiss ag, Teufen (Gate24, Xmedia, Scout24-Plattformen)	80%
JRP Ringier Kunstverlag AG, Zürich	80%
Swiss Printers AG, Zofingen	58.8%
– Ringier Print Zofingen AG, Zofingen	
– Zollikofer AG, St. Gallen	
– Imprimeries Réunies Lausanne SA, Renens	
– NZZ Fretz AG, Schlieren	
Radio Z AG, Zürich (Radio Energy Zürich)	51%
Betty Bossi Verlag AG, Zürich	50%
ER Publishing SA, Lausanne (Le Temps)	50%
Sat.1 (Schweiz) AG, Zürich	50%
Good News Productions AG, Zürich	48%
2R Media SA, Locarno (il caffè)	45%
GRUNDY Schweiz AG, Zürich	35%
Teleclub AG, Zürich	33.3%
SMD Schweizer Mediendatenbank AG, Zürich	33.3%
PresseTV AG, Zürich	30%
PrintOnline AG, Schlieren	25%
Schober Direct Media AG, Bachenbülach	20%

---

# WESENTLICHE BETEILIGUNGEN.

Stand 31. Dezember 2008

## Mittel- und Osteuropa

Aufgrund der positiven Marktentwicklung in Serbien und der daraus resultierenden Zukunftserwartung entschloss sich Ringier, die Minderheitsaktionärin Vienna Capital Partners AG (ehemals 25,1 Prozent) auszukufen. Seit Herbst hält sie nunmehr 100 Prozent an den serbischen Gesellschaften. Im Zuge der Beteiligungsänderung wurde die ehemalige IP Blic Press d.o.o. Belgrad in Ringier d.o.o. umbenannt.

## Asien

In Ho Chi Minh City wurde die Ringier Vietnam Company Limited gegründet. Eine 100-Prozent-Beteiligung bietet die Gewähr dafür, die Verlagsaktivität in Vietnam wie beabsichtigt voranzutreiben.

---

### ASIEN

---

#### RINGIER CHINA

Ringier Pacific Ltd., Hongkong	100%
Ringier Print (HK) Ltd., Hongkong	100%
Asia Inflight Ltd., Hongkong	100%
Ringier Trade Publishing Ltd., Hongkong	90%
Beijing Ringier International Advertising Co., Ltd., Beijing	70%

---

#### RINGIER VIETNAM

Ringier Vietnam Company Ltd., Ho Chi Minh City	100%
Adnet Co. Ltd., Hanoi	51%

---

MITTEL- UND OSTEUROPA	
RINGIER DEUTSCHLAND	
Ringier Publishing GmbH, Berlin	100%
Juno Kunstverlag GmbH, Berlin	100%
RINGIER FRANKREICH	
Ringier France SA, Paris	100%
RINGIER RUMÄNIEN	
S.C. Editura Sportrom s.r.l., Bukarest	100%
S.C. Ringier Romania s.r.l., Bukarest	99.9%
S.C. Ringier Print s.r.l., Bukarest	99%
Press Vitrina Com s.r.l., Bukarest	95%
S.C. Editura Bauer s.r.l., Bukarest	50%
Dogan Media International SA., Bukarest	25.1%
RINGIER SERBIEN	
Ringier d.o.o., Belgrad	100%
Euro Blic Press d.o.o., Banja Luka	100%
Blic Marketing d.o.o., Belgrad	100%
Blic Magazin d.o.o., Belgrad	100%
24sata d.o.o., Belgrad	100%
Trans Press d.o.o., Belgrad	100%
Alo Novine d.o.o., Belgrad	100%
APM Print d.o.o., Belgrad	100%
RINGIER SLOWAKEI	
Ringier Slovakia a.s., Bratislava	100%
RINGIER TSCHECHIEN	
Ringier CR a.s., Prag	100%
Ringier Print CZ a.s., Prag	100%
Ringier Print s.r.o., Ostrava	100%
PNS a.s., Prag	27%
RINGIER UNGARN	
Ringier Kiadó Kft., Budapest	100%
Népszabadság Zrt., Budapest	67.6%
MédiaLOG Logisztikai Zrt., Budapest	58.9%
Euromedia Bt., Budapest	50%
Europress Kft., Budapest	50%

# GROUP HUMAN RESOURCES.

Fragen Sie einen Schweizer Ringier Journalisten, wo er arbeitet. Er wird Ihnen sehr wahrscheinlich antworten: «Beim *Blick*». Ähnlich würde es bei einer Journalistin der slowakischen Frauenzeitschrift *Novi Čas pre ženy* tönen – ihr Herz schlägt für den Titel, bei dem sie tätig ist. Die Identifizierung mit dem Namen Ringier ist eher zweitrangig, sie kommt nach jener mit dem Produkt. Es ist das Prinzip der dezentralen Organisation, das unterschiedlich geprägte Subkulturen entstehen lässt und das letztendlich die Erfolgsgeschichte von Ringier ausmacht.

Auf diesem multinationalen, bunten Fleckenteppich aus verschiedenen Charakteren quer durch die ganze Ringier Gruppe hat der Verlag eine Personalpolitik kultiviert, die dezentrale länderspezifische Eigenheiten zulässt, aber gleichzeitig die konzernspezifischen Bedürfnisse im Auge behält. Ganz im Sinne dieser Balance lag im letzten Jahr der Schwerpunkt auf zwei Hauptaktivitäten: einer weltweiten Mitarbeiterumfrage und der Mitarbeit am Nachhaltigkeitsbericht.

Die konzernweite Mitarbeiterumfrage mit einer unerwartet hohen Beteiligung von 69 Prozent förderte eine fortgeschrittene Identifikation mit dem Unternehmen Ringier zutage und machte deutlich, dass sich unsere Mitarbeiter trotz erheblicher kultureller Unterschiede mit der Firma verbunden fühlen. Die Resultate zeigten aber auch Schwächen auf. Dazu werden in dezentral organisierten Team-Workshops in allen Ländern und auf allen Stufen Verbesserungsvorschläge erarbeitet.

Durch die Arbeit am Nachhaltigkeitsbericht konnten personalpolitische Fragestellungen analysiert und konzeptionelle Bedürfnisse des HR-Managements aufgezeigt werden.

MITARBEITERSTRUKTUR	2008	2007	2006
<b>RINGIER GRUPPE</b>			
China/Vietnam	625	595	576
Deutschland	40	54	10
Rumänien	679	734	747
Schweiz	3410	3295	3392
Serbien	481	340	235
Slowakei	313	301	303
Tschechien	787	793	748
Ukraine	0	135	122
Ungarn	1794	2068	754
<b>TOTAL</b>	<b>8129</b>	<b>8315</b>	<b>6887</b>

<b>SCHWEIZ</b>			
Ringier Schweiz Verlag	1602	1539	1427
Ringier Print Adligenswil AG	339	364	415
Swiss Printers AG	8	4	0
– Ringier Print Zofingen AG	578	608	770
– Zollikofer AG	247	260	260
– Imprimeries Réunies Lausanne SA	225	235	222
– NZZ Fretz AG	114	92	91
– Zürcher Druck + Verlag AG <sup>1</sup>	0	62	70
– media swiss ag <sup>2</sup>	159	0	0
Betty Bossi Verlag AG	138	131	137
<b>TOTAL</b>	<b>3410</b>	<b>3295</b>	<b>3392</b>

2008 vollständig integriert in NZZ Fretz AG<sup>1</sup>

2007 akquiriert und integriert in Ringier Schweiz<sup>2</sup>

## IT-SERVICES.

Alles ist digital – nur der Output erfolgt am Schluss noch auf unterschiedlichen, oft analogen Kanälen: Ohne Informatik wäre das Medien-geschäft gar nicht mehr denkbar. Vor allem das Meta-Medium Internet eröffnet beinahe täglich weitere Optionen und neue Möglichkeiten der Distribution, sei es in Gestalt einer herkömmlichen Web-Plattform, sei es als Mobile-Plattform beziehungsweise als Fernseh- oder Radiostation im Internet. Die Abhängigkeit von Informations-technologien respektive IT-Know-how wächst rasant. Das Wissen über den richtigen IT-Einsatz zur Prozessvereinfachung oder -beschleunigung wird dabei immer mehr zur Voraussetzung einer strategischen Differenzierung. Aufgrund des Einsatzes standardisierter, marktüblicher Lösungen bietet die IT-Infrastruktur selbst dagegen immer weniger Möglichkeiten, sich von Mitbewerbern zu unterscheiden.

In allen Informatikabteilungen von Ringier schritt im Jahr 2008 die Standardisierung der Redaktionssysteme weiter voran. So arbeiten jetzt fast alle Titel in der Schweiz, Ungarn, Serbien und sogar China mit dem «Woodwing»-Redaktionssystem. Ziel ist es, sämtliche 120 Publikationen mit einem Standardsystem zu produzieren. Nach der Vereinheitlichung folgt jetzt das Prozess-Re-Engineering im Newsroom – ein erstes grösseres Projekt nach dem Prinzip des «story centric workflow» wird 2009 für die Blick-Gruppe realisiert. Im Interesse der Leser werden die Distributionskanäle dadurch besser abgestimmt, die Vorteile jedes einzelnen Mediums lassen sich je nach Nachrichtenlage ganz spezifisch nutzen.

Im Bereich der Anzeigenverkaufs-, Distri-butions- und CRM-Lösungen fiel die Ent-scheidung, SAP Media als Standardwerkzeug für die Gruppe zu etablieren. Damit lässt sich der

Auftritt gegenüber den Kunden vereinfachen und verbessern. Das Projekt in der Schweiz kommt gut voran und dürfte Ende 2009 abgeschlossen sein. Im Anschluss folgen Projekte in den anderen Ländern.

Das my.ringier-Portal förderte zunehmend auch 2008 die Zusammenarbeit aller Abteilungen des Hauses. Dank verschiedener Module ist jetzt der mühelose, schnelle Dokumentaustausch sogar über sämtliche Landesgrenzen hinweg möglich. Im Interesse einer Einsparung von Kosten sowie als Beitrag zur nachhaltigen Geschäftstätigkeit ist der weitere Aufbau von Modulen im Bereich Video-Conferencing und Collaboration geplant.

Ziel aller Projekte und IT-Vorhaben ist sicherzustellen, dass die Technologie nicht nur einwandfrei funktioniert, sondern dass sie auch erfolgreich eingesetzt werden kann. Nur durch Akzeptanz, Nutzung und Sicherheit in der Anwendung der neuen technologischen Möglichkeiten erreichen wir unsere gemeinsamen Ziele.

# GROUP COMMUNICATIONS.

«Willkommen im Jubiläumsjahr» war im Editorial des Mitarbeitermagazins DOMO International zu Jahresbeginn 2008 zu lesen. Das 175-Jahre-Jubiläum stand dann auch im Mittelpunkt des letzten Jahres und war Auslöser der meisten Aktivitäten von Group Communications und den Kommunikationsverantwortlichen in den Ländern. Das Jubiläum war aber nicht nur Anlass für einige Neuerungen, sondern es bot auch die Gelegenheit, die neue Kommunikationsstrategie, den gruppenweiten Kommunikationsleitfaden und die damit verbundenen Massnahmen umzusetzen.

Im Zentrum der Medienarbeit standen im letzten Jahr das Jubiläum mit seinen Feierlichkeiten und Aktionen sowie die Veröffentlichung des ersten CSR-Reports.

Der interne gruppenweite elektronische Kommunikationskanal eDOMO ergänzt nun in allen Ländern Asiens, Mittel- und Osteuropas die Printkommunikation zu den Mitarbeitern, immer mit dem Ansatz «online first». eDOMO wurde somit also in acht Ländern und neun Sprachen zum internen Newskanal, das gruppenweite Printmagazin DOMO International und die lokalen Print-Mitarbeitermagazine vertiefen und erklären neu die Themen ausschliesslich. DOMO International wird gruppenweit in sechs Sprachen herausgegeben, ab 2009 auch in chinesischer und serbischer Sprache.

Bei der dritten Verleihung des «Ringier Photo Award» im Juni in Zürich nahmen bereits 74 Ringier Fotografen aus neun Ländern teil. Die drei besten Pressebilder werden jeweils von einer internationalen Jury ermittelt. Dieser gruppenweite Wettbewerb demonstriert eindrücklich die hohe interne Bildqualität.

Das einheitliche Erscheinungsbild, das Konzept und die Struktur der neuen Ringier Corporate Website ([www.ringier.com](http://www.ringier.com)) wurden nach der Schweiz ([www.ringier.ch](http://www.ringier.ch)) im vergangenen Jahr auch von Ringier Tschechien ([www.ringier.cz](http://www.ringier.cz)), übernommen. Ringier Serbien ([www.ringier.rs](http://www.ringier.rs)), Ringier Slowakei ([www.ringier.sk](http://www.ringier.sk)) und Ringier China werden 2009 folgen.

Der Jubiläumsclaim «Was Menschen bewegt» – «Moving Minds» hat dem Jubiläum zusammen mit verschiedenen Bildmarken ein Gesicht gegeben. Dieser Claim wird Ringier auch in die weitere Zukunft begleiten.

Die Abteilung Group Communications gehört zusammen mit den anderen Konzernabteilungen Group Services, Group Human Resources, der Ringier Academy sowie dem Konzernsekretariat neu zum Konzernbereich Corporate Center.

# CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY.

Ringier bekennt sich zur Nachhaltigkeit und verfolgt seine wirtschaftlichen Ziele mit Rücksicht auf Umwelt und Gesellschaft. 2009 führt Ringier ein gruppenweites Management für Corporate Social Responsibility (CSR) ein, das sich an einer CSR-Strategie orientiert.

Im November 2008 hat Ringier seinen ersten Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht, der alle Standorte und sämtliche Tochtergesellschaften, an denen Ringier zu 50 Prozent und mehr beteiligt ist, mit einbezieht. Der Bericht wurde gemäss den international anerkannten Richtlinien der Global Reporting Initiative verfasst und stellt die Leistungen Ringiers in den Kernbereichen Umwelt, Mitarbeitende, Gesellschaft, Produktverantwortung und Menschenrechte transparent dar. Die Resultate sind erfreulich, hält doch Ringier an allen Standorten die lokalen gesetzlichen Vorgaben ein und übertrifft sie vielerorts. In der Schweiz beispielsweise, wo die Umweltdaten seit 1992 erhoben werden, konnte gegenüber dem Umweltbericht 2003 eine Reduktion des Energieverbrauchs (Verlag -23 Prozent/Druck -3,3 Prozent) und des Ausstosses an klimaschädlichen Gasen ausgewiesen werden.

Als aktives Mitglied der Gesellschaft lässt Ringier sowohl Bedürftigen als auch Kunst, Kultur sowie gemeinnützigen Organisationen und deren Aktionen seine Unterstützung zukommen. 2007 spendete das Medienunternehmen über 4,7 Millionen Franken und gewährte gemeinnützigen Organisationen Anzeigenrabatte in der Höhe von über CHF 2,1 Franken. 2008 hat die Ringier Foundation in Rumänien ihre Arbeit aufgenommen und als erste Aktion ein Unterstützungsprogramm für das medizinische Zentrum St. Luca in Bukarest lanciert. Die Ringier Foundation ist neben der Hans Ringier

Stiftung und der Dariu Foundation die dritte Stiftung des Hauses.

Der Nachhaltigkeitsbericht 2008 hat aber auch aufgezeigt, dass weiterhin Handlungsbedarf besteht. Bis ins Jahr 2010 will Ringier den spezifischen Energieverbrauch der Druckereien um 3 Prozent und die Menge an Sonderabfall durch neue Materialkomponenten und Verarbeitungsprozesse um 10 Prozent senken. Des Weiteren hat es sich das Unternehmen zum Ziel gesetzt, zum Schutz der wichtigen Ressource Holz den Anteil an Recyclingfasern in Offset- und Tiefdruckpapieren auf 15 Prozent zu erhöhen und die nachhaltige Waldnutzung durch den vermehrten Einsatz von Papieren mit FSC- oder PEFC-Zertifikat zu fördern.

Ringier ist fest entschlossen, seine Rolle als aktives Mitglied der Gesellschaft auch in Zukunft wahrzunehmen und sich in allen genannten Bereichen weiterhin mit Mut und Weitsicht zu engagieren. Wie der Nachhaltigkeitsbericht aufzeigt, ist das Niveau der erbrachten Leistungen nicht an allen Standorten gleich hoch. Diesbezüglich soll in den nächsten Jahren eine Harmonisierung stattfinden. Ausserdem soll die Erhebung der für das CSR-Programm relevanten Daten – insbesondere in den Bereichen Umwelt und HR – gruppenweit systematisiert und institutionalisiert werden, entsprechende Projekte wurden bereits lanciert.

Ringier wird auch künftig offen und transparent über die Ausübung der Corporate Social Responsibility informieren. Der nächste Nachhaltigkeitsbericht erscheint 2011. Der aktuelle Bericht sowie Informationen zum laufenden Ringier Nachhaltigkeitsprogramm finden sich im Internet auf [www.ringier.com/nachhaltigkeit](http://www.ringier.com/nachhaltigkeit).

# ORGANISATION.

Stand 1. April 2009

Ringier Holding AG Eigentümer

Evelyn Lingg-Ringier  
Annette Ringier  
Michael Ringier

Ringier Holding AG Verwaltungsrat

Michael Ringier, Präsident  
Dr. Uli Sigg, Vizepräsident  
Oscar Frei, Mitglied  
Jan. O. Frøshaug, Mitglied  
Prof. Dr. h.c. Hans-Olaf Henkel, Mitglied  
Martin Werfeli, Mitglied  
Christiane zu Salm, Mitglied

Ringier Konzernleitung

Christian Unger, Vorsitzender  
Marco Castellaneta, Corporate Center  
Samuel Hügli, Konzernfinanzen / IT-Services  
Peter Mertus, Ringier Slowakei / Tschechien  
Alexander Theobald, Ringier Ungarn / Rumänien  
Thomas Trüb, Ringier Pacific / Neue Medien  
Marc Walder, Ringier Schweiz

Ringier Group Management

Jelena Drakulic-Petrovic, Ringier Serbien  
Marius Hagger, Ringier Rumänien  
Mike Hay, Ringier Trade Publishing, Hongkong  
Nguyen Thi Sen Hoa, Ringier Vietnam  
Radomir Klein, Ringier Print Europa  
Tibor Kovács, Népszabadság, Ungarn  
Peter Mertus, Ringier Slowakei  
Attila Mihok, Ringier Ungarn  
Tim Murray, Ringier China  
Libuše Šmuclerová, Ringier Tschechien

Caterina Ammann, Rechtsdienst  
Urs Gerhard, IT-Services  
Jean-Luc Mauron, Human Resources

Swiss Printers AG Verwaltungsrat

Martin Werfeli, Präsident  
Dr. Beat Lauber, Vizepräsident  
Michel Berney, Mitglied  
Ulrich Flörchinger, Mitglied  
Samuel Hügli, Mitglied  
Alfred Hümmerich, Mitglied  
Peter Karlen, Mitglied

Swiss Printers AG Geschäftsleitung

Rudolf Lisibach, Geschäftsführer  
Bruno Hörler, Marketing  
Marcel Zinniker, Finanzen

Geschäftsführer der Swissprinters Gesellschaften

Rudolf Lisibach, Ringier Print und NZZ Fretz  
Gérald Lechault, IRL  
Alex Zahner, Zollikofer

Ringier Print Hongkong Geschäftsleitung

Albert Lee

# PRODUKTE UND AUFLAGEN.

## Stand 31. Dezember 2008

CHINA	AUFLAGE 2008		
Betty's Kitchen	303 600	edelweiss	25 312
CAAC Inflight Magazine	320 000	Gesundheit Sprechstunde	86 952
City Weekend	101 104	GlücksPost	140 999
Oriental Sky	120 000	GOAL	280 000 <sup>2</sup>
Xinmin Bella	120 000	il caffè (gratis)	57 650
Special Interests (37 Titel)	à 8 000	Le Temps	45 833
<b>DEUTSCHLAND</b>		L'Hebdo	44 979
Cicero	78 112	L'illustré	91 481
Monopol	34 900	Montres Passion/Uhrenwelt	90 000/100 000
<b>RUMÄNIEN</b>		Schweizer Illustrierte	209 121
Bolero	40 403	SI Style	117 084
Bravo	38 131	SI GRUEN	209 121 <sup>2</sup>
Bravo Girl	37 543	SonntagsBlick	262 188
Capital	30 209	SPORTmagazin	25 000 <sup>2</sup>
DIVA	14 275	TV8	82 978
Evenimentul Zilei	48 675	TVtäglich	1 233 000 <sup>2</sup>
Evenimentul Zilei TV Guide	82 940	WEMF/SW-beglaubigt <sup>1</sup> , nicht beglaubigt <sup>2</sup>	
Evenimentul Zilei de duminica	25 796	<b>SERBIEN</b>	
Libertatea	228 177	24sata (gratis)	143 174
Libertatea de duminica	142 996	ALO!	98 338
Libertatea pentru femei	120 545	Blic	171 880
Libertatea weekend	343 704	Blic Ljubavni Roman	15 565
Lumea Femeilor	43 411	Blic Puls	75 411
Unica	34 179	Blic TV Magazin	211 989
<b>SCHWEIZ</b>		Blic Žena	245 687
	AUFLAGE 2008 <sup>1</sup>	<b>SLOWAKEI</b>	
Betty Bossi	850 000 <sup>2</sup>	Eva	72 758
Blick	231 235	In	27 616
Blick am Abend (gratis)	210 692	Nový Čas	172 140
Bolero	32 055	Nový Čas Bývanie	63 318
cash (gratis)	98 166	Nový Čas Križovky	100 659
cash Livepaper	15 000	Nový Čas Nedela	63 337

Nový Čas pre Ženy	212 746	Tina	45 474
Nový Čas Vikend	239 603	Tina Extra	60 991
Rebecca	27 317	Vasarnapi Blikk	186 635
Život	129 491		
<hr/>		<hr/>	
TSCHECHIEN		VIETNAM	
Aha!	106 724	Bep Gia Dinh (Family Kitchen)	25 000
Aha! supplements	123 828	Thòi Trang Trè (New Fashion)	60 000
ABC	82163		
Blesk	460 159		
Blesk Hobby	63 433		
Blesk Křižovky	61 019		
Blesk magazin	570 179		
Blesk pro ženy	184 078		
Blesk zdraví	42 626		
Nedělní Aha!	116 869		
Nedělní Blesk	244 456		
Nedělní Sport	33 799		
Reflex	53 951		
Sport	55 966		
Sport Magazin	60 575		
<hr/>		<hr/>	
UNGARN			
Blikk	228 798		
Blikk Nök	137 785		
Blikk TV Magazin	234 893		
Bravo	38 311		
Bravo Girl	40 225		
Buci Maci	13 509		
hot!	94 656		
Im	41 619		
Nemzeti Sport	77 125		
Népszabadság	108 527		
Népszabadság TV Magazine	115 526		

# STANDORTE.

Stand 1. April 2009

## China

### **Beijing Ringier International Advertising Co. Ltd.**

Room 7001-7005, Hua Li Building  
No. 58 Jinbao Street  
Dongcheng District  
Beijing 100005, P.R.C.

Telefon +86 10 6528 1840  
Telefax +86 10 6528 0154  
services@ringierasia.com  
www.ringierpacific.com

### **Asia Inflight Ltd.**

Room 401-5, 4F New Victory House  
93-103 Wing Lok Street  
Sheung Wan, Hong Kong, P.R.C.

Telefon +852 2524 1520  
Telefax +852 2869 7663  
info@asiainflight.com  
www.ringierpacific.com

### **Ringier Trade Publishing Ltd.**

Shanghai Representative Office  
Room 1001, Tower 3  
Donghai Plaza  
No. 1486 West Nanjing Road  
Shanghai, 200040, P.R.C.

Telefon +86 21 6289 5533  
Telefax +86 21 6247 4860  
www.industrysourcing.com

### **Ringier Print (HK) Ltd.**

11-13 Dai Kwai Street,  
Tai Po, Industrial Estate  
Tai Po, N.T. Hong Kong, P.R.C.

Telefon +852 2660 2666  
Telefax +852 2664 1993  
info@ringierprint.com.hk  
www.ringierprint.com.hk

### **Ringier Pacific Ltd.**

Room 401-5, 4F New Victory House  
93-103 Wing Lok Street  
Sheung Wan, Hong Kong, P.R.C.

Telefon +852 2369 8788  
Telefax +852 2869 5919  
services@ringierasia.com  
www.ringierpacific.com

### **Beijing Ringier International Advertising Co. Ltd.**

Shanghai Branch  
Room 1501, World Trade Tower  
500 Guang Dong Road  
Shanghai, 200001, P.R.C.

Telefon +86 21 6362 0022  
Telefax +86 21 6360 5200  
services@ringierasia.com  
www.ringierpacific.com

### **Shenzhen Ringier Trade Advertising Ltd.**

Room 201-08, 2F, Wing B,  
Haisong Building  
Tai Ran 9 Road, Futian District, Shenzhen  
Guangdong 518040, P.R.C.

Telefon +86 755 8835 0829  
Telefax +86 7755 8341 7292  
www.industrysourcing.com

## Deutschland

### **Ringier Publishing GmbH**

Lennéstrasse  
DE-10785 Berlin

Telefon +49 30 981 941 100  
Telefax +49 30 981 941 199  
info@cicero.de  
www.ringier.de

### **Juno Kunstverlag GmbH**

Rosenthaler Stasse 49  
DE-10178 Berlin

Telefon +49 30 440 134 40  
Telefax +49 30 440 134 43  
verlag@monopol-magazin.de  
www.monopol-magazin.de

## Kroatien

### **Foto Nekretnine d.o.o.**

III Vrbik br. 9  
HR-10 000 Zagreb

Telefon +385 1 619 82 36  
Telefax +385 1 619 89 05  
www.foto-nekretnine.hr

## Rumänien

### **Ringier Romania s.r.l.**

Novo Parc  
6, Dimitrie Pompeiu Blv.  
District 2  
RO-020337 Bucuresti

Telefon +40 21 20 30 800  
Telefax +40 21 20 30 801  
www.ringier.ro

### **Ringier Print s.r.l.**

Chitila Logistic Park  
Rudeni Street  
RO-077045 Chitila

## Schweiz

### **Ringier AG**

Dufourstrasse 23  
CH-8008 Zürich

Telefon +41 44 259 61 11  
Telefax +41 44 259 43 79  
info@ringier.ch  
www.ringier.ch  
www.ringier.com

### **Ringier AG**

RingierTV  
Hagenholzstrasse 83b  
CH-8050 Zürich

Telefon +41 44 308 54 54  
Telefax +41 44 308 54 40  
info@ringier.tv  
www.ringier.tv

**Ringier SA**

Pont Bessières 3  
Case postale 7289  
CH-1002 Lausanne

Telefon +41 21 331 70 00  
Telefax +41 21 331 70 01  
info@ringier.ch  
www.ringier.ch

**Ringier Print Adligenswil AG**

Postfach 2469  
CH-6002 Luzern

Telefon +41 41 375 11 11  
Telefax +41 41 375 16 68  
info.rpa@ringier.ch  
www.ringierprint.ch

**Swiss Printers AG**

Brühlstrasse 5  
CH-4800 Zofingen

Telefon +41 62 746 49 49  
Telefax +41 62 746 36 16  
info@swissprinters.ch  
www.swissprinters.ch

**Ringier Print Zofingen AG**

Brühlstrasse 5  
CH-4800 Zofingen

Telefon +41 62 746 31 11  
Telefax +41 62 746 31 92  
ringierprint@swissprinters.ch  
www.swissprinters.ch

**Zollikofer AG**

Fürstenlandstrasse 122  
Postfach 2362  
CH-9001 St. Gallen

Telefon +41 71 272 77 77  
Telefax +41 71 272 74 72  
zollikofer@swissprinters.ch  
www.swissprinters.ch

**Imprimeries Réunies**

**Lausanne SA**  
Chemin du Closel 5  
Case postale 350  
CH-1020 Renens

Telefon +41 21 349 53 49  
Telefax +41 21 349 53 53  
irl@swissprinters.ch  
www.swissprinters.ch

**NZZ Fretz AG**

Zürcherstrasse 39  
Postfach 376  
CH-8952 Schlieren

Telefon +41 44 258 14 44  
Telefax +41 44 258 18 80  
nzz-fretz@swissprinters.ch  
www.swissprinters.ch

**Previon AG**

Bahnhofplatz  
CH-4800 Zofingen

Telefon +41 848 840 180  
Telefax +41 848 840 181  
info@previon.ch  
www.previon.ch

**SMI**  
**Schule für Medienintegration AG**  
Bahnhofplatz  
CH-4800 Zofingen  
  
Telefon +41 848 840 182  
Fax +41 848 840 183  
info@smi.ch  
www.smi.ch

**JRP|RINGIER Kunstverlag AG**  
Letzigraben 134  
CH-8047 Zürich  
  
Telefon +41 43 311 27 50  
Telefax +41 43 311 27 51  
info@jrp-ringier.com  
www.jrp-ringier.com

**Radio BE1**  
Optingenstrasse 56  
Postfach 7624  
CH-3001 Bern  
  
Telefon +41 31 340 50 50  
Telefax +41 31 340 50 55  
kontakt@radiobe1.ch  
www.radiobe1.ch

**Radio Energy**  
Kreuzstrasse 26  
CH-8032 Zürich  
  
Telefon +41 44 250 90 00  
Telefax +41 44 250 90 01  
redaktion@energyzueri.ch  
www.energyzueri.ch

**Good News Productions AG**  
Thurgauerstrasse 105  
CH-8152 Glattbrugg  
  
Telefon +41 44 809 66 66  
Telefax +41 44 809 66 00  
info@goodnews.ch  
www.goodnews.ch

**media swiss ag**  
Sammelbüel 100  
CH-9053 Teufen  
  
Telefon +41 71 335 75 75  
Telefax +41 71 335 75 79  
info@mediaswiss.ch  
www.mediaswiss.ch

**Xmedia AG**  
Industriestrasse 44  
CH-3175 Flamatt  
  
Telefon +41 31 744 11 11  
Telefax +41 31 744 11 10  
info@xmedia.ch  
www.xmedia.ch

**Scout24 Schweiz AG**  
Industriestrasse 44  
CH-3175 Flamatt  
  
Telefon +41 31 744 21 21  
Telefax +41 31 744 21 22  
info@scout24.ch  
www.scout24.ch

### **Betty Bossi Verlag AG**

Bürglistrasse 29  
CH-8021 Zürich

Telefon +41 44 209 19 19  
Telefax +41 44 209 19 70  
bettybossi@bettybossi.ch  
www.bettybossi.ch

### **Geschenkidee.ch GmbH**

Europastrasse 19  
CH-8152 Glattbrugg

Telefon +41 44 874 10 00  
Telefax +41 44 874 10 01  
info@geschenkidee.ch  
www.geschenkidee.ch

## Serbien

### **Ringier d.o.o.**

Kraljice Marije 1 / IX Floor  
RS-11000 Beograd

Telefon +381 11 333 4701  
Telefax + 381 11 333 4703  
office@ringier.rs  
www.ringier.rs

### **Transpress d.o.o.**

Milutina Milankovica 29  
RS-11070 Novi Beograd

Telefon +381 11 3376 994  
Telefax +381 11 3376 996  
office@transpress.rs  
www.transpress.rs

### **APM Printing Plant d.o.o.**

Milutina Milankovica 29  
RS-11070 Novi Beograd

Telefon +381 11 313 0438  
Telefax +381 11 313 0439  
office@apmprint.rs  
www.apmprint.rs

## Slowakei

### **Ringier Slovakia, a.s.**

Prievozská 14  
SK-821 09 Bratislava

Telefon +421 258 227 111  
Telefax +421 258 227 450  
www.ringier.sk

## Tschechien

### **Ringier CR a.s.**

Komunardů 1584/42  
CZ-170 00 Praha 7

Telefon +420 225 977 720  
Telefax +420 225 977 718  
www.ringier.cz

### **Ringier Print CZ a.s.**

Na Rovince 876  
CZ-720 00 Ostrava–Hrabová

Telefon +420 596 668 111  
Telefax +420 596 626 606  
www.ringierprint.cz

**Ringier Print CZ a.s.**  
Černokostelecká 613/145  
CZ-100 00 Praha 10  
  
Telefon +420 225 283 111  
Telefax +420 225 283 288  
www.ringierprint.cz

## Ungarn

**Ringier Kiadó Kft.**  
Szugló u. 81-85.  
HU-1141 Budapest  
  
Telefon +36 1 460 25 00  
Telefax +36 1 460 25 01  
kiado@ringier.hu  
www.ringier.hu

**Népszabadság Zrt.**  
Bécsi u. 122-124  
HU-1034 Budapest

Telefon +36 1 436 4444  
Telefax +36 1 436 4604  
www.nol.hu

**MédiaLOG Zrt.**  
Campona u. 1  
«K» Building, Ground Floor  
HU-1225 Budapest

Telefon +36 1 501 8755  
Telefax +36 1 501 8100  
info@media-log.hu  
www.medialogfiege.eu

**Ringier Print Budapest**  
Campona u.1.  
Harbor Park, A3A Building  
HU-1225 Budapest

Telefon +36 1 207 8130  
Telefax +36 1 207 8169  
ringierprint@ringier.hu  
www.ringier.hu

## Vietnam

**Ringier Vietnam Co. Ltd.**  
25 Thanh Mien  
Dong Da District  
Hanoi – Vietnam  
  
Telefon +84 4 3 747 1648  
Telefax +84 4 3 747 1660  
ringier.sh@fpt.vn  
www.ringier.vn

**Ho Chi Minh Office**  
Ringier Vietnam Co. Ltd.  
128 Phan Dang Lu, Floor 4  
Phu Nhuan District  
Ho Chi Minh City – Vietnam

Telefon +84 8 3 995 2646  
Telefax +84 8 3 995 2645

# EREIGNISSE.

01.01.2008	Schweiz	Übernahme von Radio BE1
01.01.2008	Ungarn	Miklós Cserfai wird CFO von Ringier Ungarn/Mitglied der Geschäftsleitung
01.01.2008	Schweiz	Dominik Geisseler wird Chefredaktor der Schweizer Illustrierten
01.01.2008	Rumänien	Verkauf der Sportzeitung ProSport
16.01.2008	Gruppe	Ringier startet ins Jubiläumsjahr (175 Jahre Ringier) mit Buchvernissagen «Ringier bei den Leuten»
01.02.2008	Serbien	Lancierung der Website alo.rs (Boulevardzeitung)
01.02.2008	China	Lancierung der Fachzeitschriften Salon Today China und Metal Finishing
17.02.2008	Ungarn	Verleihung der Ringier Népszabadság Awards (RNA)
01.03.2008	Slowakei	Janka Tesáková wird Chefredaktorin der Frauenzeitschrift Rebecca
01.03.2008	Rumänien	Marius Hagger wird Geschäftsführer von Ringier Rumänien
03.03.2008	Gruppe	Jubiläum 175 Jahre Ringier – die Feierlichkeiten finden statt: – 3./5. März in Schanghai und Peking – 7. März in Hanoi – 1./2. April in Bratislava – 3./4. April in Prag – 8./9. April in Belgrad – 10./11. April in Budapest – 15./16. April in Bukarest
05.03.2008	Schweiz	Relaunch der Tageszeitung Blick
17.03.2008	Tschechien	Gründung der Stiftung Blesk Srdce pro děti (Blesk – Heart for Children)
18.03.2008	Schweiz	FDH, das Magazin zum Abnehmen, wird in Gesundheit Sprechstunde integriert
27.03.2008	Gruppe	Die Künstler Fischli/Weiss gestalteten den Ringier Jahresbericht 2007
27.03.2008	Tschechien	Tomáš Stránský wird CFO von Ringier Tschechien/Mitglied der Geschäftsleitung
01.04.2008	Ungarn	Endre Sal wird Chefredaktor von Sport&Style
01.04.2008	Ungarn	Éva Domán wird Verlagsdirektorin des Sport Netzwerks/Mitglied der Geschäftsleitung
01.04.2008	Ungarn	József Buzgó wird Chefredaktor von Nemzeti Sport
04.04.2008	Serbien	Blic Press wechselt Name und wird zu Ringier d.o.o.
15.04.2008	Serbien	Jelena Drakulic-Petrovic wird stellvertretende Geschäftsführerin von Ringier Serbien
21.04.2008	Ungarn	Gábor Papp wird Verlagsleiter der Blikk Gruppe/Mitglied der Geschäftsleitung
24.04.2008	Slowakei	Lancierung der Frauenzeitschrift Čas pre mňa
01.05.2008	Gruppe	Marco Castellaneta wird Leiter Corporate Center/Mitglied der Konzernleitung Ringier AG
01.05.2008	Tschechien	Petr Matoušek wird Leiter Online
02.05.2008	Rumänien	Raluca Hagiu wird Chefredaktorin der Frauenzeitschriften von Bolero und Unica
05.05.2008	China	Lancierung der Gratiszeitschrift Mother's Kitchen
15.05.2008	Gruppe	Gründung des MediaLAB, ein gruppenweites Kompetenzzentrum für digitale Medien
15.05.2008	Gruppe	Gründung der Ringier Academy, eine Plattform für die gruppenweite, interne Aus- und Weiterbildung und den Wissenstransfer
16.05.2008	Gruppe	Jubiläum 175 Jahre Ringier: Die Feier mit Partnern, Kunden und Persönlichkeiten findet im KKL Luzern statt
17.05.2008	Gruppe	Jubiläum 175 Jahre Ringier: Die Feier für die Mitarbeiter Ringier Schweiz findet im KKL Luzern statt

01.06.2008	Rumänien	Dan Saros wird Vertriebs- und Produktionsleiter/Mitglied der Geschäftsleitung
02.06.2008	Schweiz	Lancierung der Gratiszeitung Blick am Abend (ersetzt heute)
02.06.2008	Schweiz	Peter Röhliberger wird Chefredaktor von Blick am Abend
24.06.2008	Schweiz	Verleihung des 10. Ringier Medienpreises
24.06.2008	Gruppe	Verleihung des 3. Ringier Photo Awards
26.06.2008	Tschechien	Start der Blesk Journalistenschule
01.07.2008	Rumänien	Lacramioara Barbulescu wird Chefredaktorin der Frauenzeitschrift Libertatea pentru femei
01.07.2008	Tschechien	Pavel Šafr wird Chefredaktor des Nachrichtenmagazins Reflex/Mitglied der Geschäftsleitung
01.07.2008	Schweiz	Stefan Hackh wird Leiter Kommunikation Ringier Schweiz
10.07.2008	Schweiz	Lancierung der Ratgeberplattform für Unterhaltungselektronik E360
15.07.2008	Rumänien	Ciprian Rus wird Chefredaktor der Gratiszeitung Compact
15.07.2008	Ungarn	Szilárd Kovács wird CFO von Ringier Ungarn/Mitglied der Geschäftsleitung
18.07.2008	China	Albert Lee wird CEO von Ringier Print Hongkong
22.07.2008	Serbien	Jelena Drakulic-Petrovic wird Geschäftsführerin von Ringier Serbien
28.07.2008	Rumänien	Baubeginn der neuen Druckerei Ringier Print Romania
01.08.2008	Slowakei	Martin Pastierovic wird Chefredaktor Online/Mitglied der Geschäftsleitung
09.08.2008	Schweiz	Die Hans Ringier Stiftung verleiht den «Europapreis für politische Kultur» an den Philosophen und Soziologen Jürgen Habermas
25.08.2008	Ungarn	Relaunch der Tageszeitung Blikk
01.09.2008	Schweiz	Christoph Bauer wird Leiter New Media/Mitglied der Geschäftsleitung
01.09.2008	Schweiz	Hannes Britschgi wird Chefredaktor SonntagsBlick
01.09.2008	Gruppe	Marc Walder wird Geschäftsführer Ringier Schweiz/Mitglied der Konzernleitung Ringier AG
01.09.2008	Schweiz	Mathias Ruch wird Leiter RingierTV
01.09.2008	Schweiz	Thomas Passen wird Leiter Blick-Gruppe/Mitglied der Geschäftsleitung
01.09.2008	Schweiz	Urs Heller wird Leiter Zeitschriften/Mitglied der Geschäftsleitung
12.09.2008	Slowakei	Einstellung des People-Magazins Nový Čas L'Udia
18.09.2008	Ukraine	Verkauf der Tageszeitung Blik
24.09.2008	Slowakei	Julia Kovacova wird Chefredaktorin der Tageszeitung Nový Čas
03.10.2008	Rumänien	Vlad Macovei wird Chefredaktor der Tageszeitung Evenimentul Zilei
07.10.2008	Serbien	Ringier übernimmt sämtliche Anteile am serbischen Geschäft
13.10.2008	Serbien	Relaunch des Frauenmagazins Blic Puls
20.10.2008	Rumänien	Lancierung des Hochglanzmagazins DIVA
24.10.2008	Slowakei	Einstellung der Frauenzeitschrift Čas pre mňa
27.10.2008	Schweiz	Lancierung des grünen Lifestyle-Magazins SI GRUEN
29.10.2008	Gruppe	Bekanntgabe: Neuer CEO der Ringier AG per 1. Januar 2009 wird Christian Unger. Der bisherige CEO Martin Werfeli wechselt auf diesen Zeitpunkt in den Verwaltungsrat der Ringier AG
31.10.2008	Schweiz	Das UVEK entscheidet über die künftigen Radio-Konzessionen. Keine Konzession für Radio Energy Zürich
19.11.2008	Gruppe	Herausgabe des Ringier Nachhaltigkeitsberichtes 2008
24.11.2008	Ungarn	Népszabadság kreiert einen Newsroom und integriert die journalistischen Arbeiten
01.12.2008	Schweiz	Nik Niethammer wird Chefredaktor der Schweizer Illustrierten
01.12.2008	Schweiz	Übernahme der E-Commerce-Plattform Geschenkiidee.ch GmbH
19.12.2008	Tschechien	Einstellung der Gratiszeitung 24 hodin

# EPILOG.

Frank A. Meyer, Journalist

Welcher Journalist, welcher Medienschaffende, hat diese drei einfachen Sätze formuliert: «Ich staunte nur immer, wenn die Banken ihre Milliardengewinne bekannt gaben. Auch ich habe nicht kritisch hinterfragt, wie sie so viel Geld verdienen konnten. Heute wissen wir es».

Wer von uns Journalisten ist so selbstkritisch? Wer von uns hält eine Mitschuld der Medienschaffenden an der weltweiten Finanzkrise für möglich?

Die Sätze sagte der 37-jährige Denner-Chef Philippe Gaydoul in einem Interview. Ein junger Unternehmer also, kein Journalist – weder ein junger noch ein alter.

Wir Journalisten entschuldigen uns nicht – wir jagen. Die Jagd auf die Schuldigen, auf Manager, Banker, Broker und Spekulanten ist eröffnet. Sie werden von uns genötigt, ihre Schuld am Wirtschaftsdesaster einzugestehen, ja: sich dafür zu entschuldigen. Aber könnte es denn sein, dass auch wir Journalisten Mitschuldige sind?

Nicht, dass es unziemlich wäre, die Verantwortlichen für die Krise der Weltwirtschaft namhaft zu machen und an den Pranger zu stellen: Ross und Reiter müssen genannt sein.

Doch die Frage drängt sich auf: Waren die kritischen Journalisten von heute auch die kritischen Journalisten von gestern, als die Bäume der Banker noch in den Himmel zu wachsen schienen?

Haben wir unsere Arbeit gestern ebenso kritisch getan, wie wir sie heute tun, mit dem täglichen Trommelfeuer gegen – ja, gegen wen? Genau: gegen unsere Helden von gestern!

Vorab die Wirtschaftsjournalisten entwickelten einen peinlichen Starkult um die Ospels der schönen neuen Welt. Die Gesellschaftsjournalisten erhoben die «Masters of the Universe»

vom neureichen Geldadel zum neuen Adel. Verleger lancierten glanzvolle Hefte wie «Park Avenue» und «Vanity Fair», in denen sie das glamouröse Leben am Hof der Boni-Millionäre schildern konnten. Fernsehen und Radio präsentierten das Geschehen an den Weltmärkten wie Wetternachrichten, als unabänderliche Naturereignisse, die kein Journalist hinterfragen mochte – und kein Bürger hinterfragen konnte.

Alles, was gross schien, wurde als grossartig dargestellt. Es liegt eine Zeit der Gigantomanie hinter uns: die Zeit der grössten Gewinne, der grössten Mergers, der grössten ökonomischen Imperien, erobert von den grössten Wirtschaftsführern und mit grösster Kühnheit – mit grösster Vermessenheit, wie wir heute wissen – noch grösser gemacht.

Es war auch die Zeit des grössten Luxus: der grössten Gehälter, der grössten Villen, der grössten Geländewagen, der grössten Jachten, der grössten Partys.

Schwelgten in all diesem Grössenwahn nicht auch wir Journalisten? Geschmeichelt, wenn wir dabei sein konnten, wenn wir bei Champagner und Kaviar-Häppchen die duftende Welt der Reichen und Schönen schnuppern durften?

Dass die Hybris des globalen Finanzkapitalismus ins Desaster führen musste, weil sie die Gesellschaft zerriss, weil sie die Demokratie beschädigte, weil sie rechtsfreie Räume für die Reichsten und Mächtigsten schuf – wer schrieb es, wer sagte es, wer druckte und wer sendete es?

Von ganz wenigen Einzelnen wurde es geschrieben und gesagt. Doch sie stiessen auf den entschlossenen Widerstand ihrer Kollegen, der journalistischen Hofschranzen. So verhöhten beispielsweise das Wirtschaftsmagazin «Bilanz» 1996 in einem Editorial die politisch-kulturelle

Kritik am entfesselten Kapitalismus als «Ballenberg-Optik», als museal und deshalb lächerlich.

Die Journalisten wähten sich als Teilnehmer der globalen Party, als Nutzniesser des grossen Geldes. Inzwischen haben sich die bewunderten grössten Gewinne aller Zeiten in die grössten Verluste aller verwandelt.

Hören wir da irgendwo journalistische Selbstkritik? Schreibt eine Journalistin, sagt ein Journalist: «Auch ich»?

Im Presserat, dem Ethik-Ausschuss des Schweizer Journalismus, forderte ein einzelnes Mitglied im Herbst 2008 eine Debatte darüber, wie weit auch Journalisten im Zusammenhang mit der Finanzkrise versagt hätten, und fragte:

«Haben wir wider besseres Wissen mehr oder minder tatenlos zugesehen, wie Investmentbanker ihre Branche, aber auch die Realwirtschaft unfassbaren Gefahren aussetzten? Haben wir unsere Rolle als Wächter und Kritiker nicht ausreichend wahrgenommen?»

Die Initiative des einen Einzelnen ging im Protest seiner Berufskollegen unter: Der Presserat sei nicht zuständig.

Was verlangen wir eigentlich von den Managern, Brokern, Bankern und Spekulanten?

# DER KÜNSTLER.

## Josh Smith, New York

Mein Name ist Josh Smith. Meinen Ideen entspringen die Bilder, die den Jahresbericht 2008 begleiten. Ich bin ein Künstler, der mit einem vielfältigen Repertoire von Symbolen arbeitet. Für die vorliegende Publikation habe ich mich ganz darauf konzentriert, den gestalterischen Rahmen zu schaffen, der den Berichten eine klare und offene Aussage ermöglicht.

Es ist nicht wichtig, was die vielen farbigen Bilder bedeuten. Die Publikation hat einiges an Gewicht, was angesichts der gegebenen Umstände nur folgerichtig erscheint. Sie ist gut proportioniert und ist angenehm zu halten, anzuschauen und zu lesen.

Sie ist das Produkt der Zusammenarbeit zwischen einem Unternehmen und einem Künstler. Ganz gleich, welche Art von Publikation ich gemacht hätte, sie hätte dieselbe Form und Gestalt wie diese angenommen. Es ist nicht einfach, die Motivation, Ziele und Ergebnisse dieses Experiments nachzuvollziehen.

Ich hoffe, dass dieser Jahresbericht, wenn er erst einmal gedruckt, gebunden und verteilt ist, die beabsichtigte Wirkung erzielt. Das ganze Projekt war eine fruchtbare Zusammenarbeit zwischen zahlreichen verschiedenen Menschen und eine grossartige Erfahrung.

## Beatrix Ruf, Kuratorin

Das Werk des amerikanischen Künstlers Josh Smith (geboren 1976) aktualisiert das Medium der Malerei und des «handgemachten» Bildes mit grossartiger Leichtigkeit und irritierender Ernsthaftigkeit. Josh Smith «produziert» schnell und in grosser Masse und kontrastiert absichtsvoll Vorstellungen und Begriffe, die wir vom authen-

tischen Bild des «Malers» und der Omnipräsenz medialer Bilder und medialer oder mechanischer Vervielfältigungen von Bildern haben. In Collagen, Gemälden und Künstlerbüchern schickt er die Mythen der Malereigeschichte wie die Abstraktion, die Figuration, die Handschrift des Künstlers, Komposition und Zufall in sein Subjektivitäts- und Bildproduktionsverfahren. In seinen «Name Paintings» setzt er seinen Namen mit dem Bildmotiv gleich und legt die Gegensätze Schrift und Gemälde, Signatur und Bild, Figuration und Abstraktion lahm, eine Reihe, die er neuerdings mit dem Bildsujet des Fisches, der gleichsam als «Signatur» figuriert, im Verhältnis figurative Malerei und Abstraktion weiterführt. In den abstrakten Gemälden der «Palette Paintings» schaltet er den Begriff des Künstlers als Autor aus, indem er die zufällige Komposition seiner Paletten zum Werk erklärt; die Collage-Arbeiten und seine «Announcements», die eigenen und gefundenen Poster, Zeitungsausschnitte oder eigene Zeichnungen und Drucke übereinanderblenden, sind gleichzeitig Werbeplakat für Ausstellungen als auch eine weitere Spielart der gleichzeitigen Demontage wie Reaktivierung von Authentizität, Signatur und den Insignien des vom Künstler gemachten Bildes. Josh Smith riskiert Subjektivität angesichts ebenso konventioneller wie arbiträrer Konventionen sowohl des Bildes wie dessen, was wir von seinem Autor erwarten. Unpräzise und unspektakulär macht er so den Weg zu einem Bild frei.