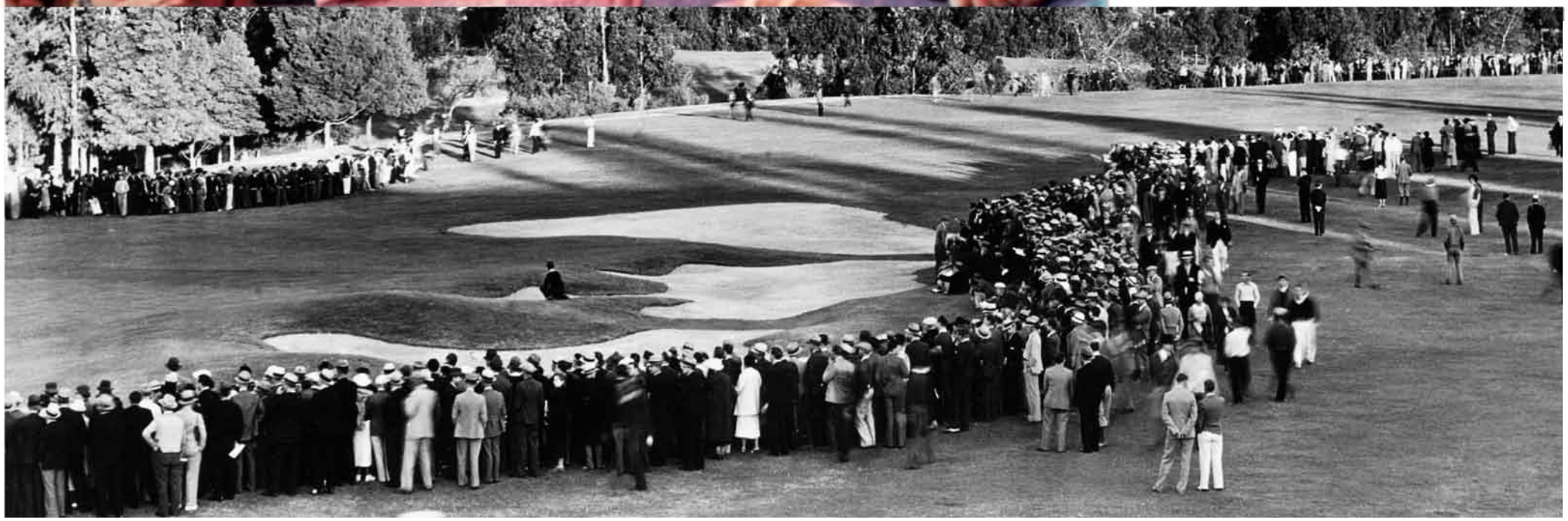
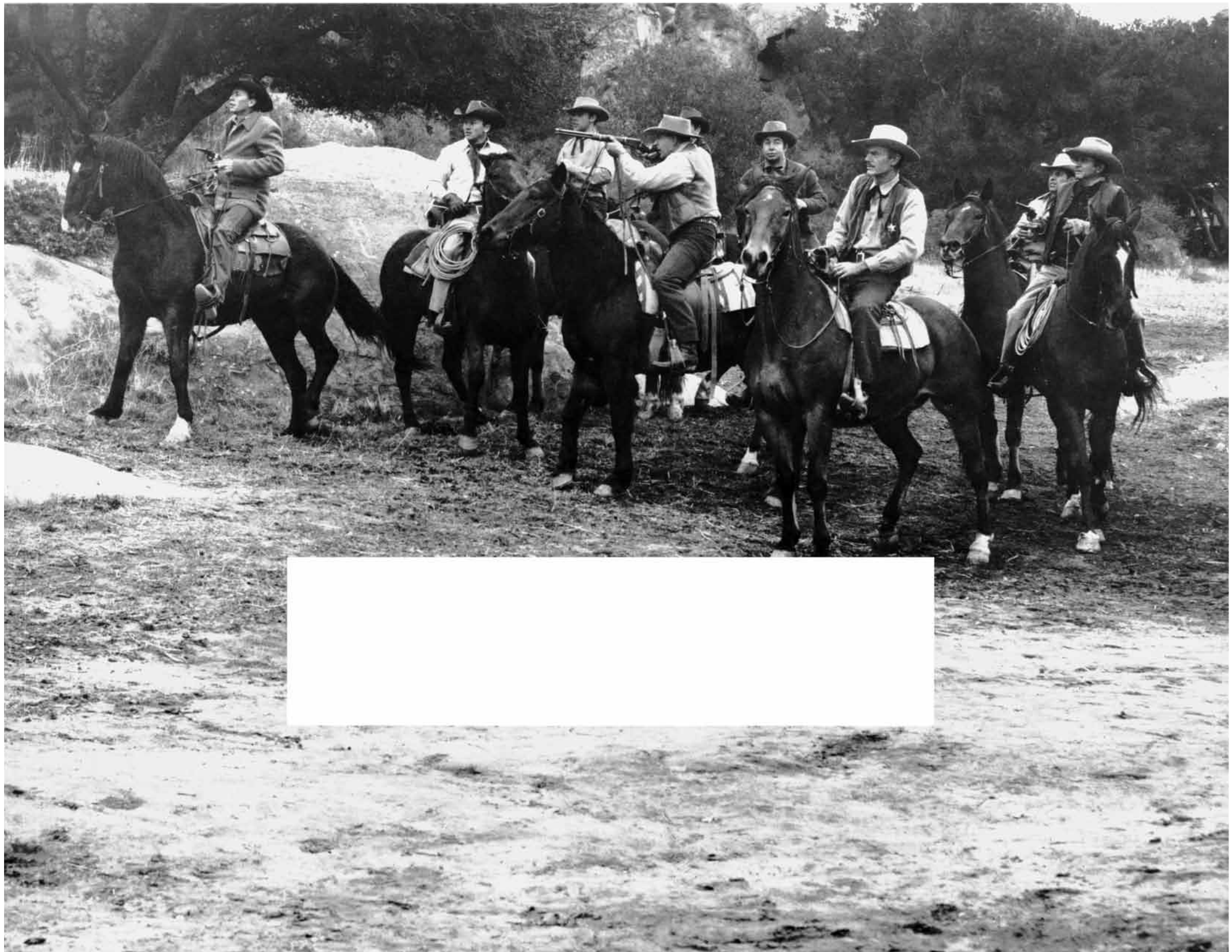
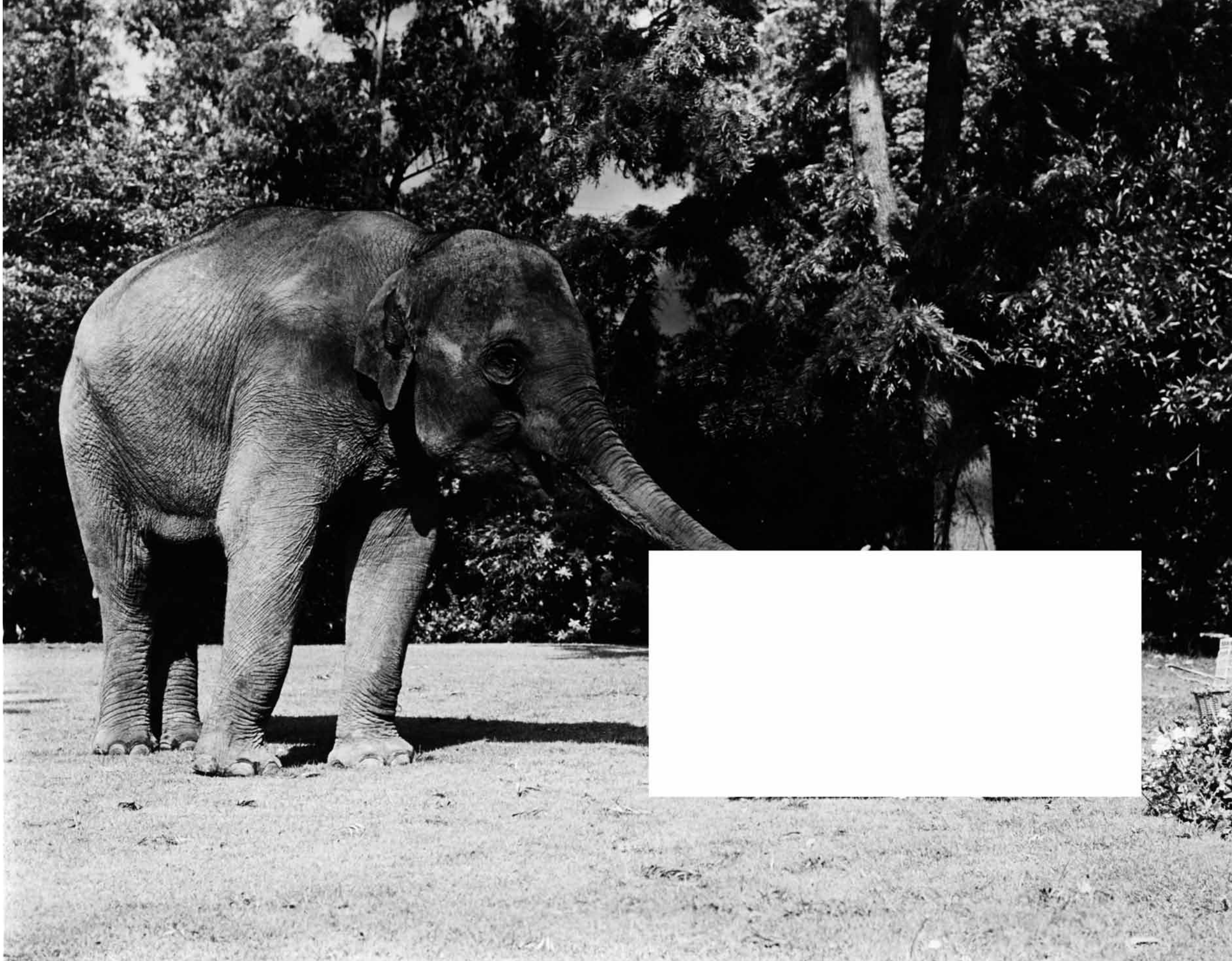
E. VALLEY YAF
BANTAMS
1971

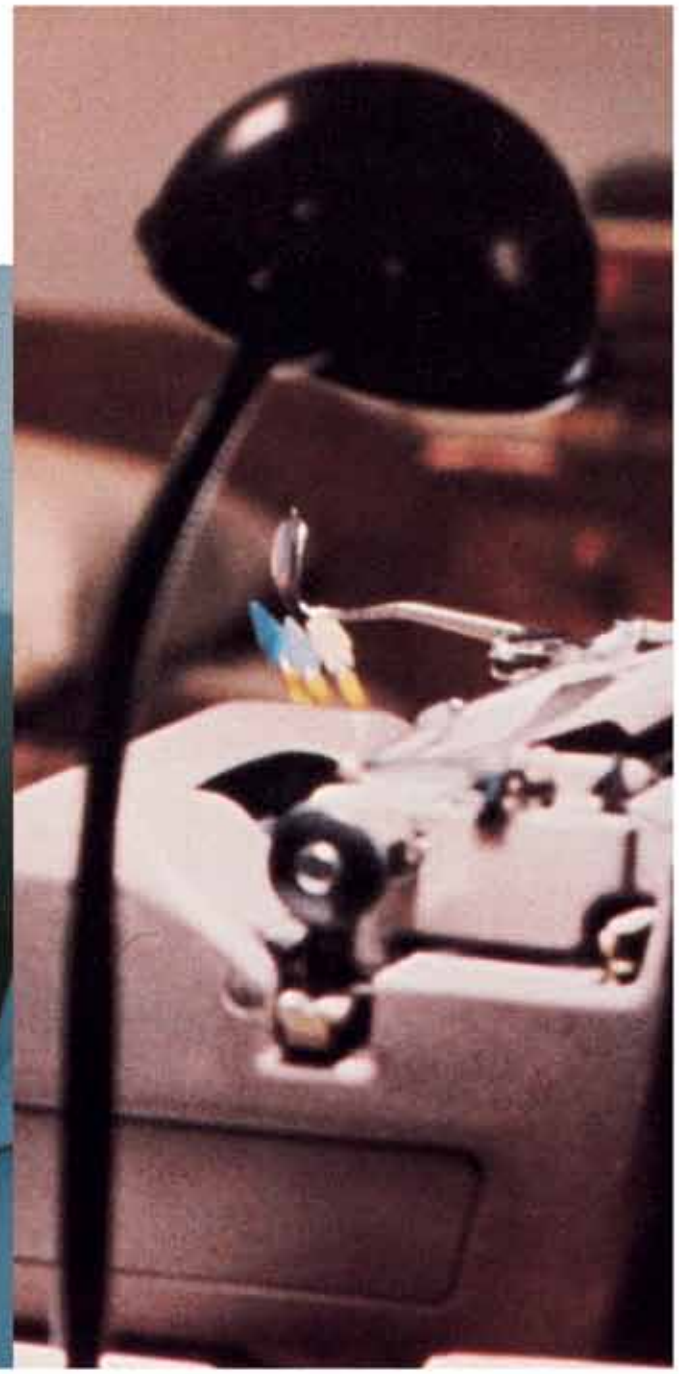
SHUSTER
11286



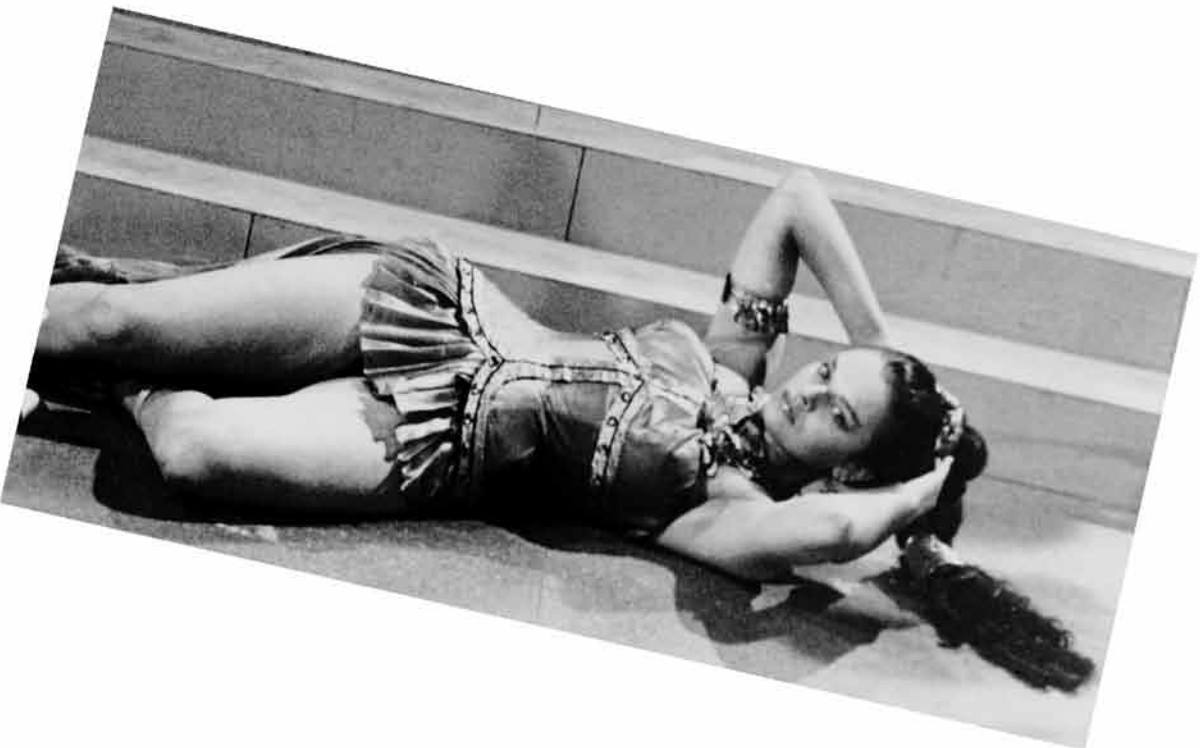


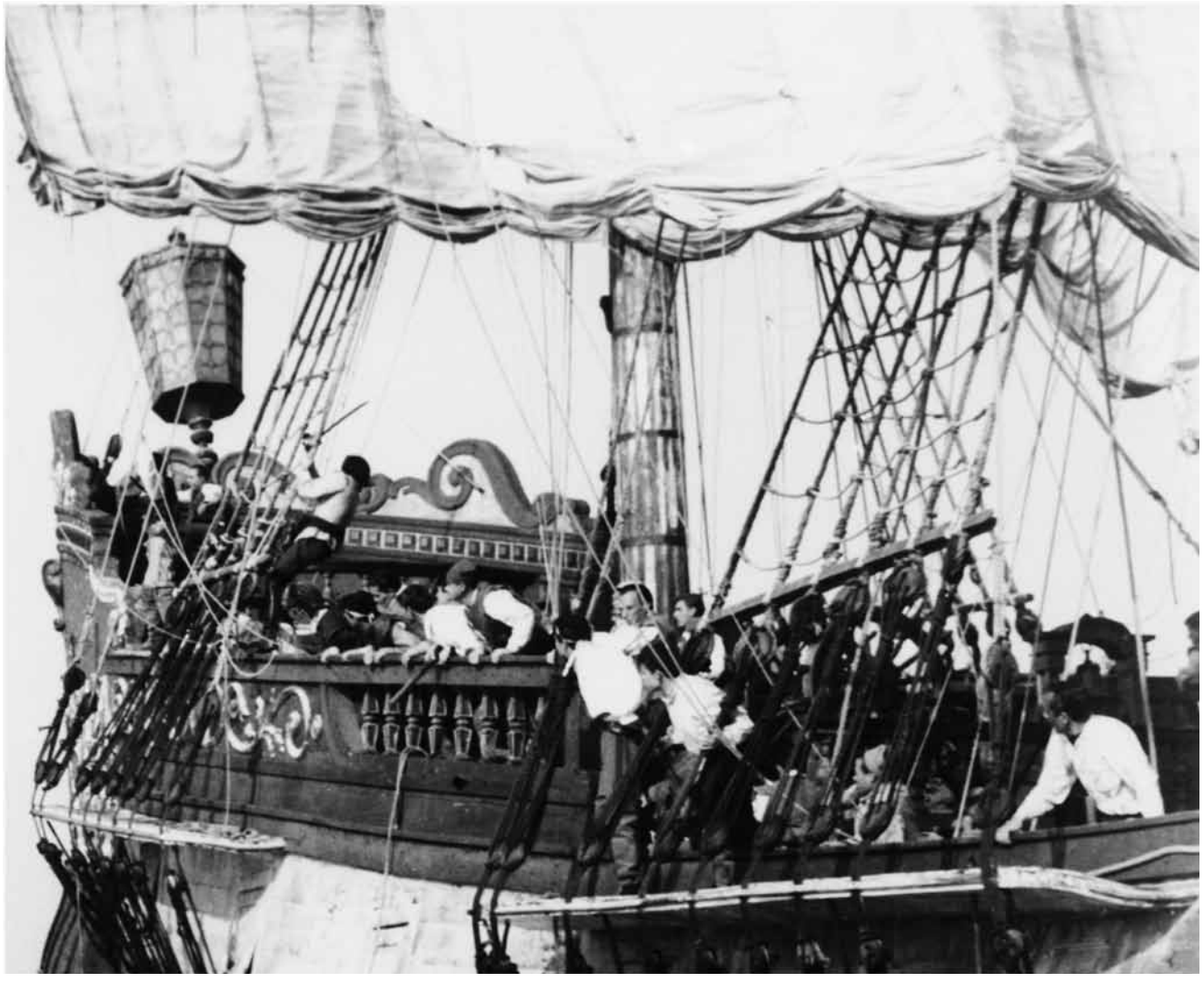


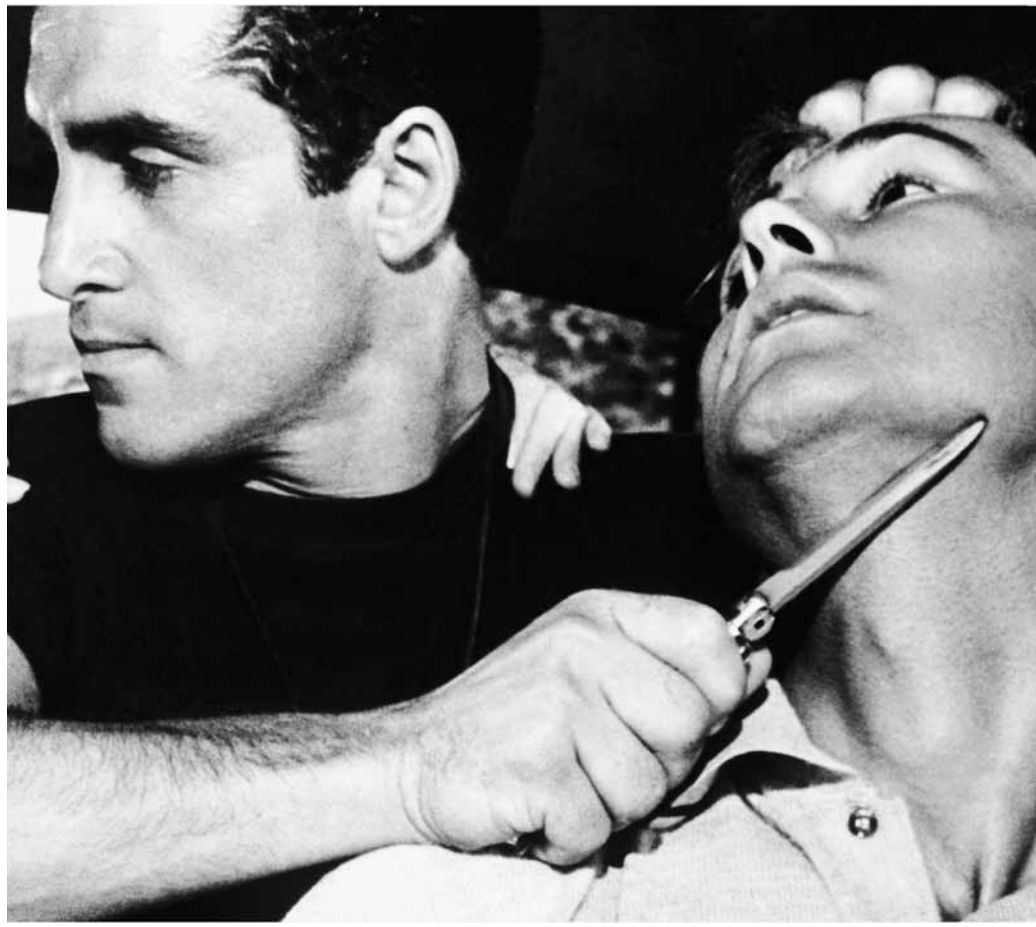
SONY

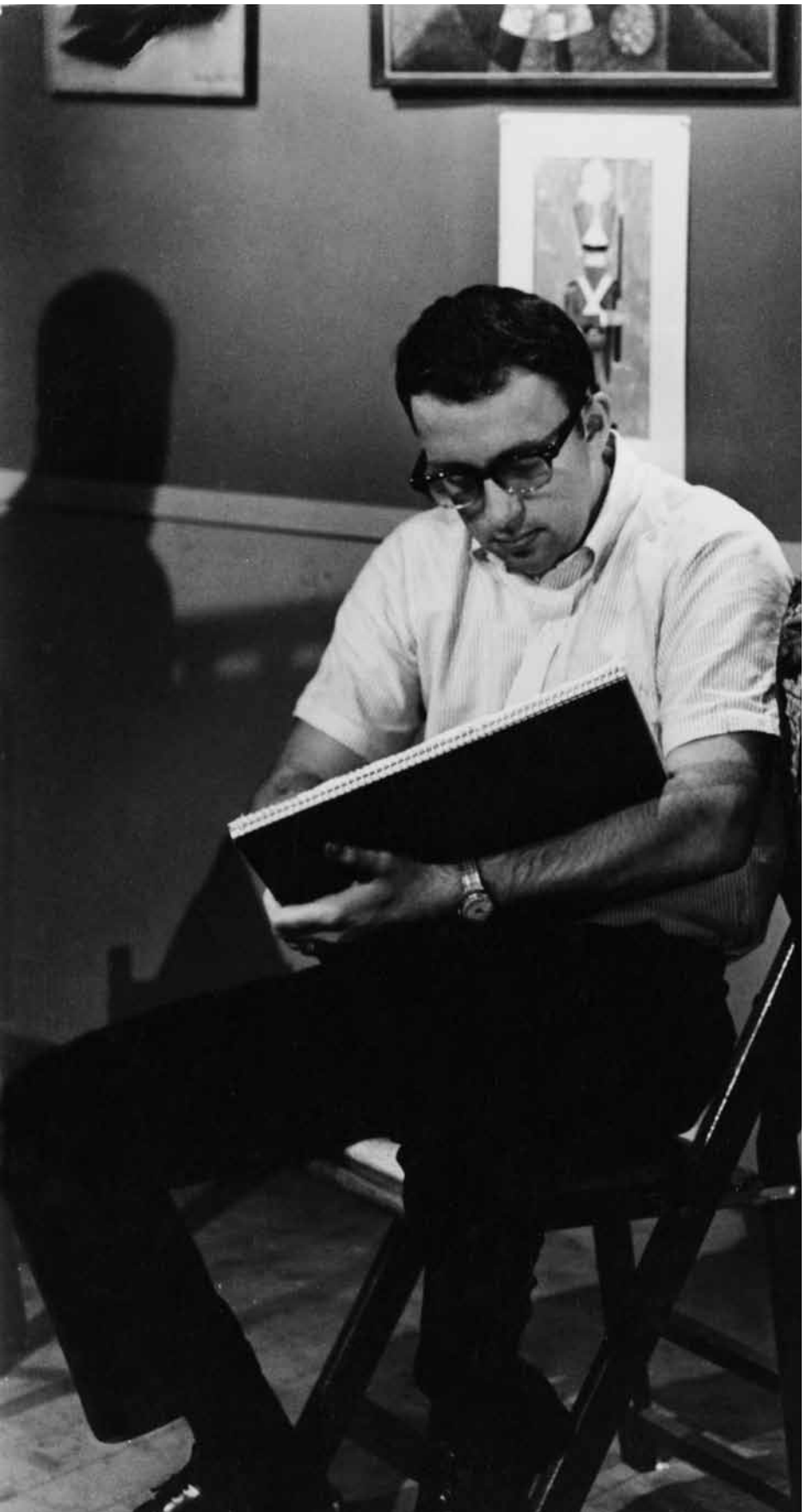


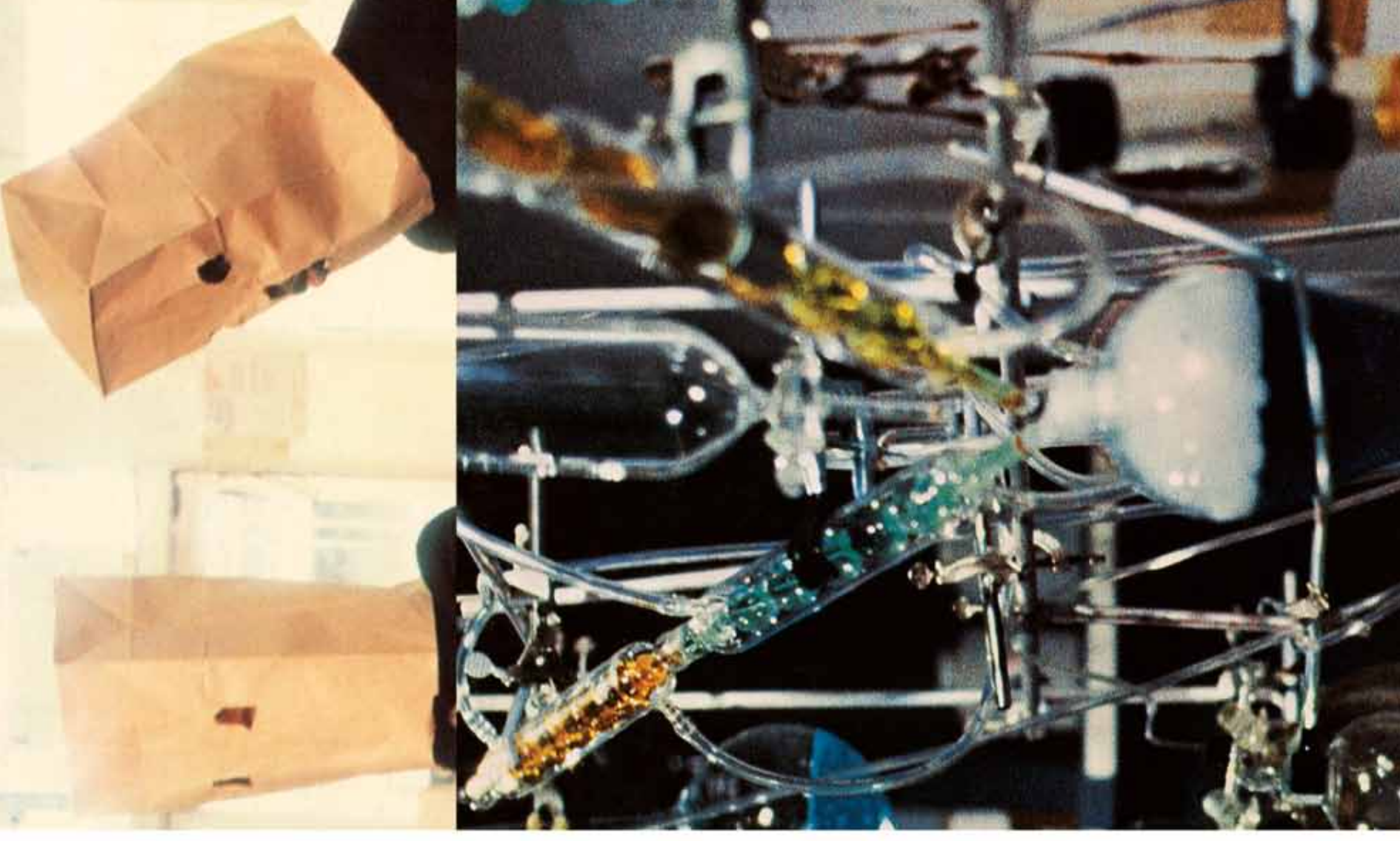
SHIP TO
E-T MAG
SCORPION
E-T II
SPEC.

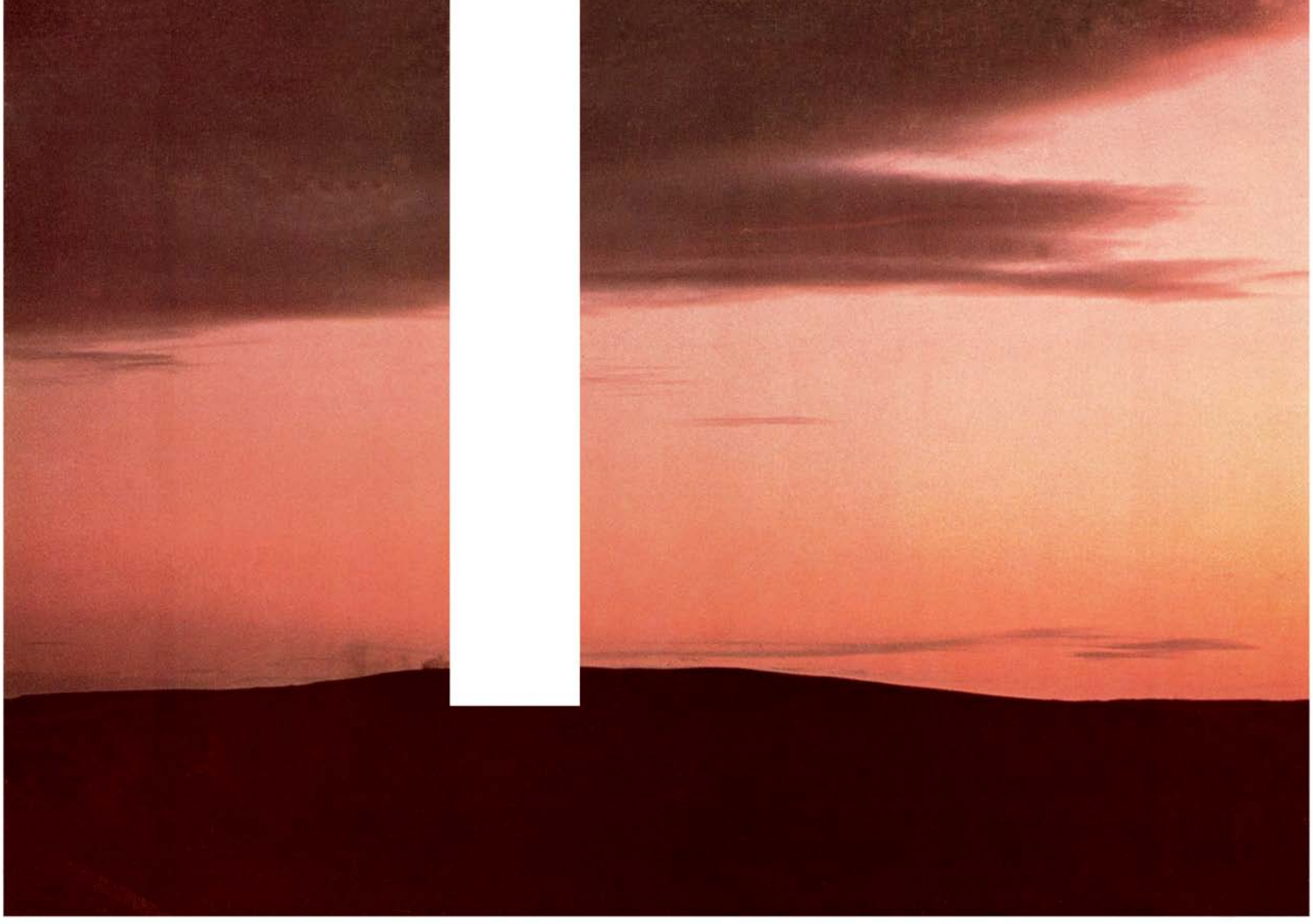


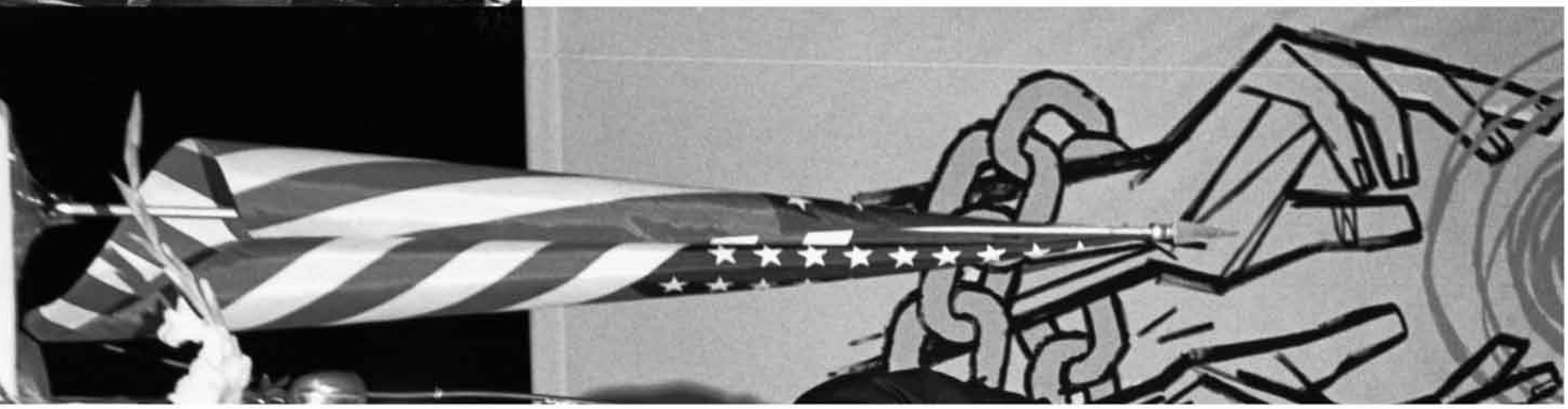


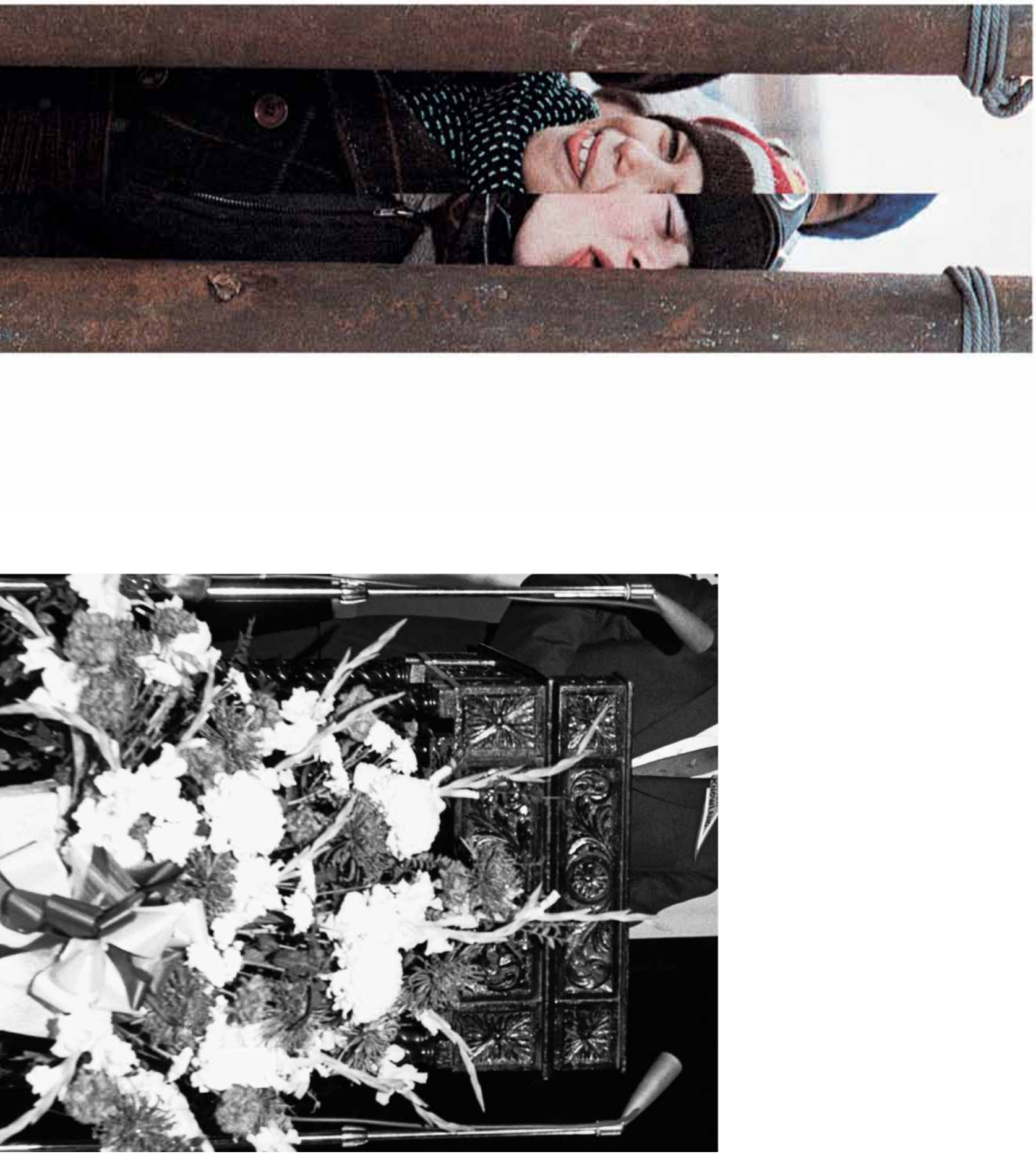


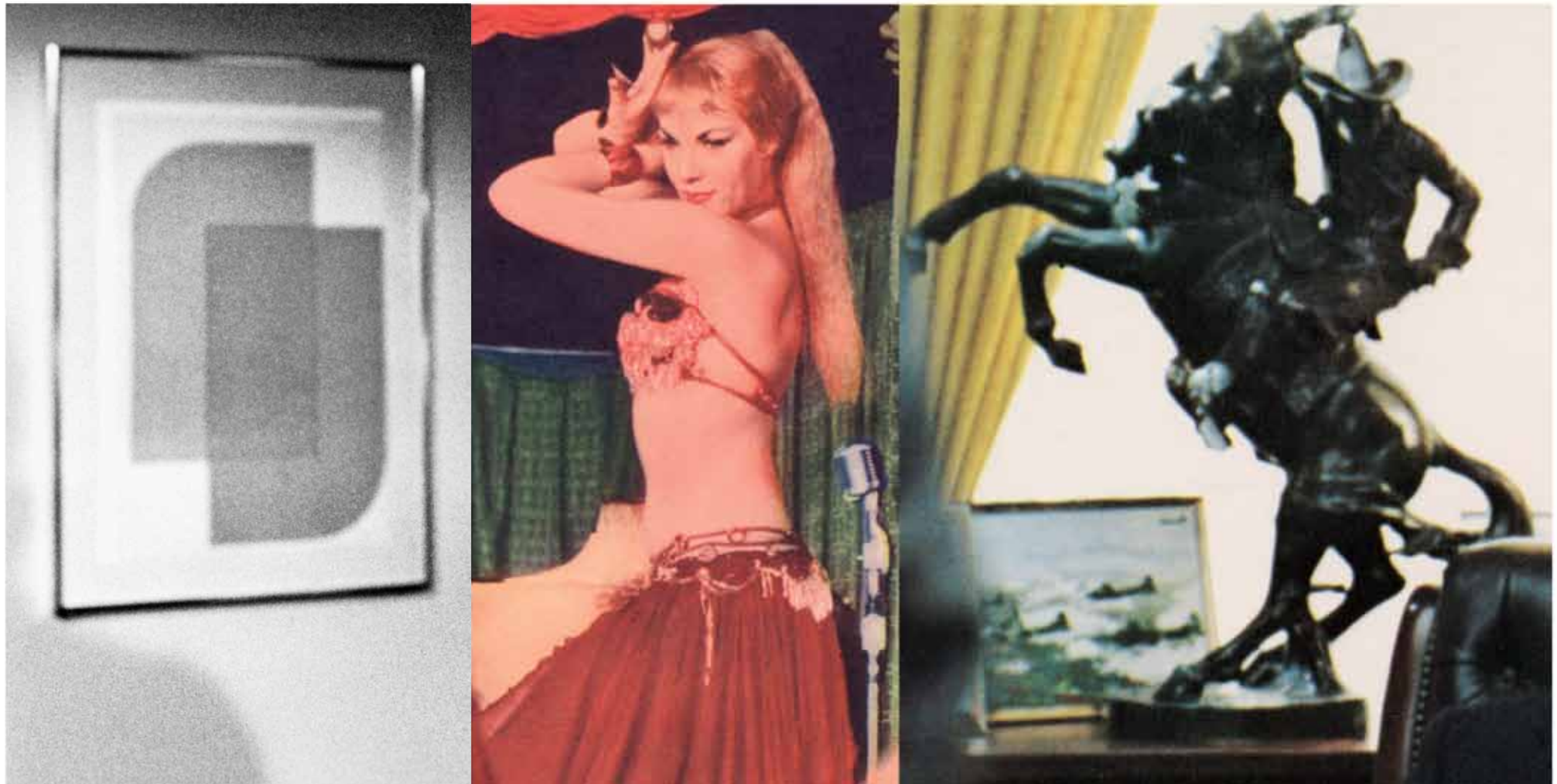


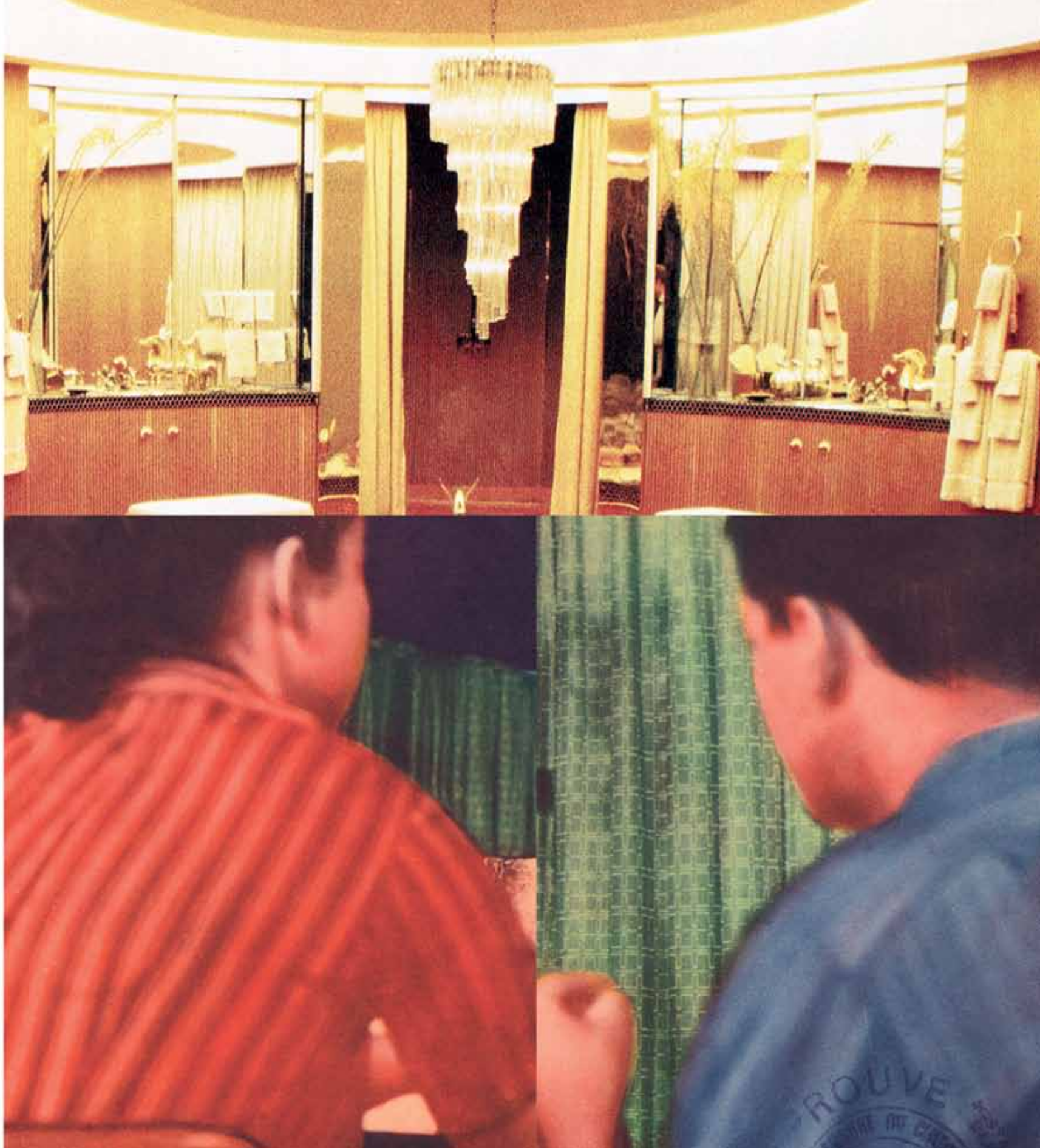


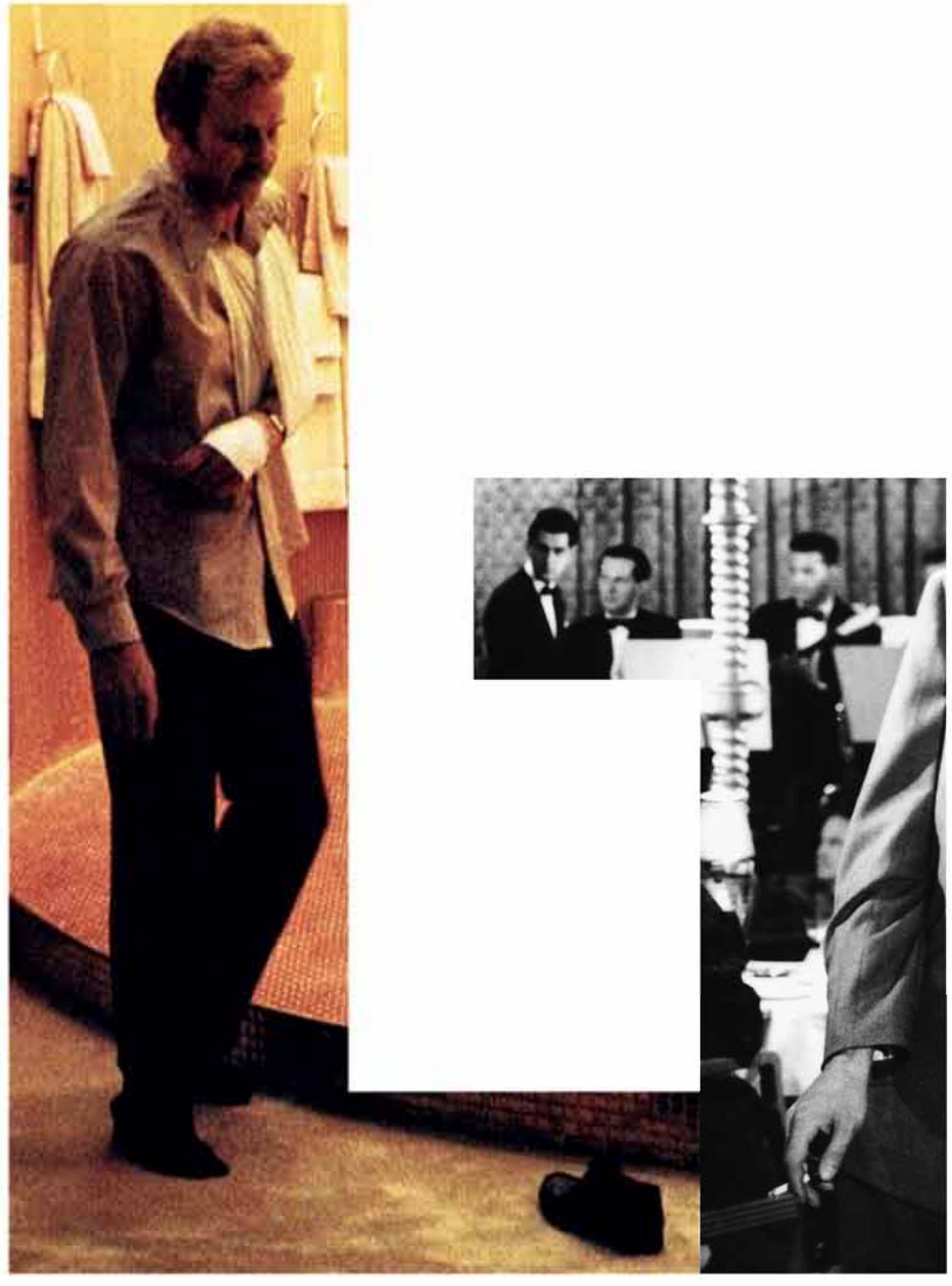




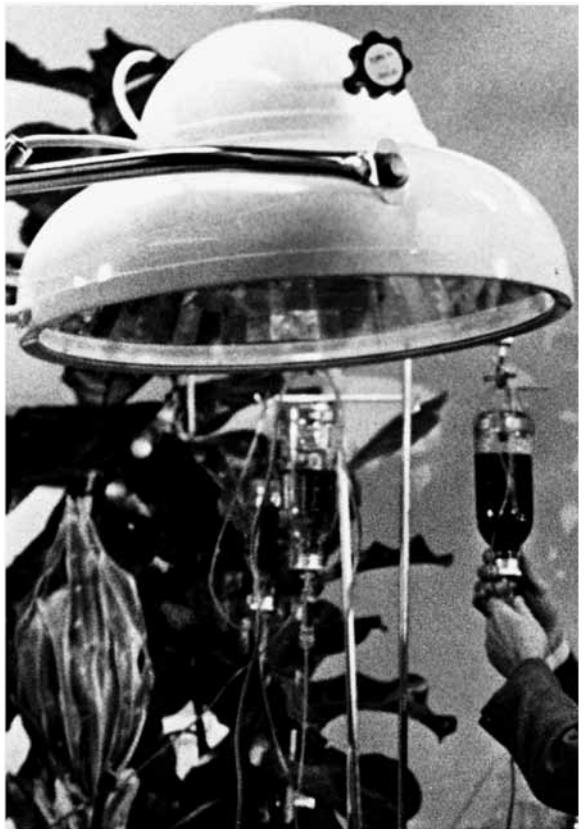


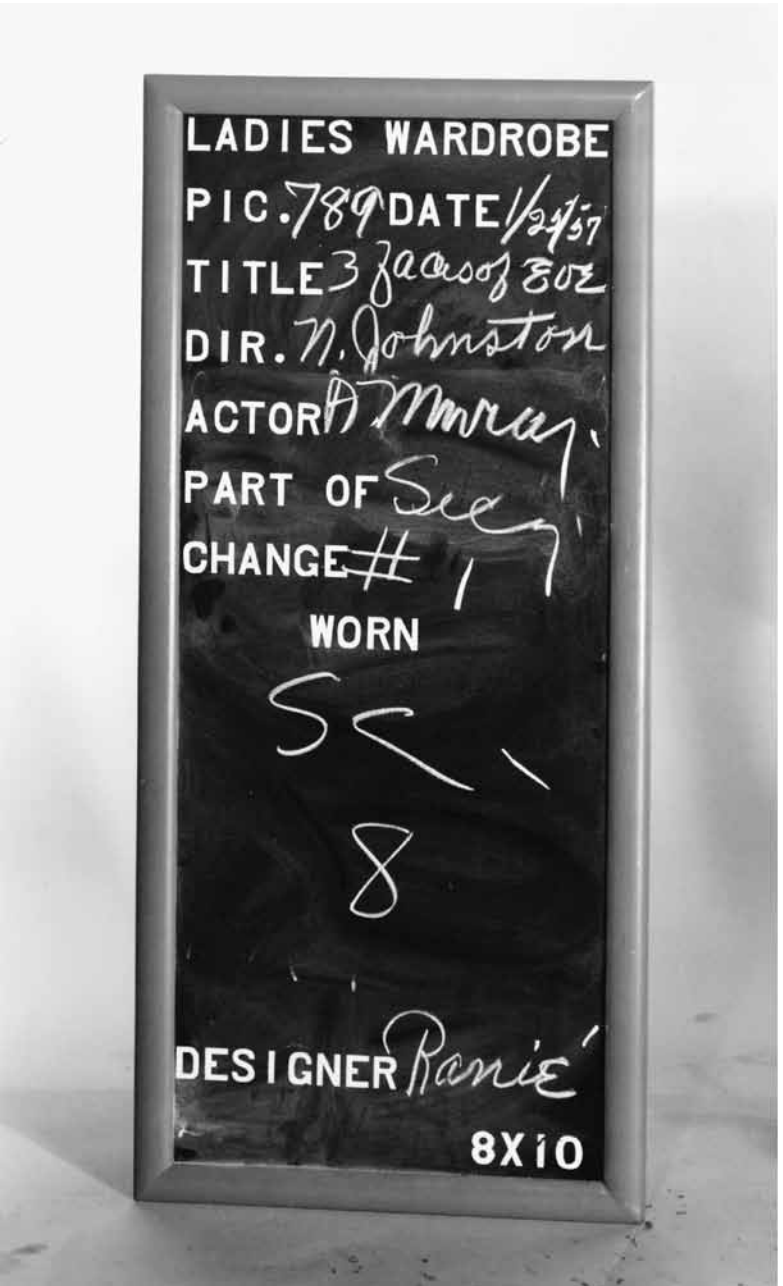


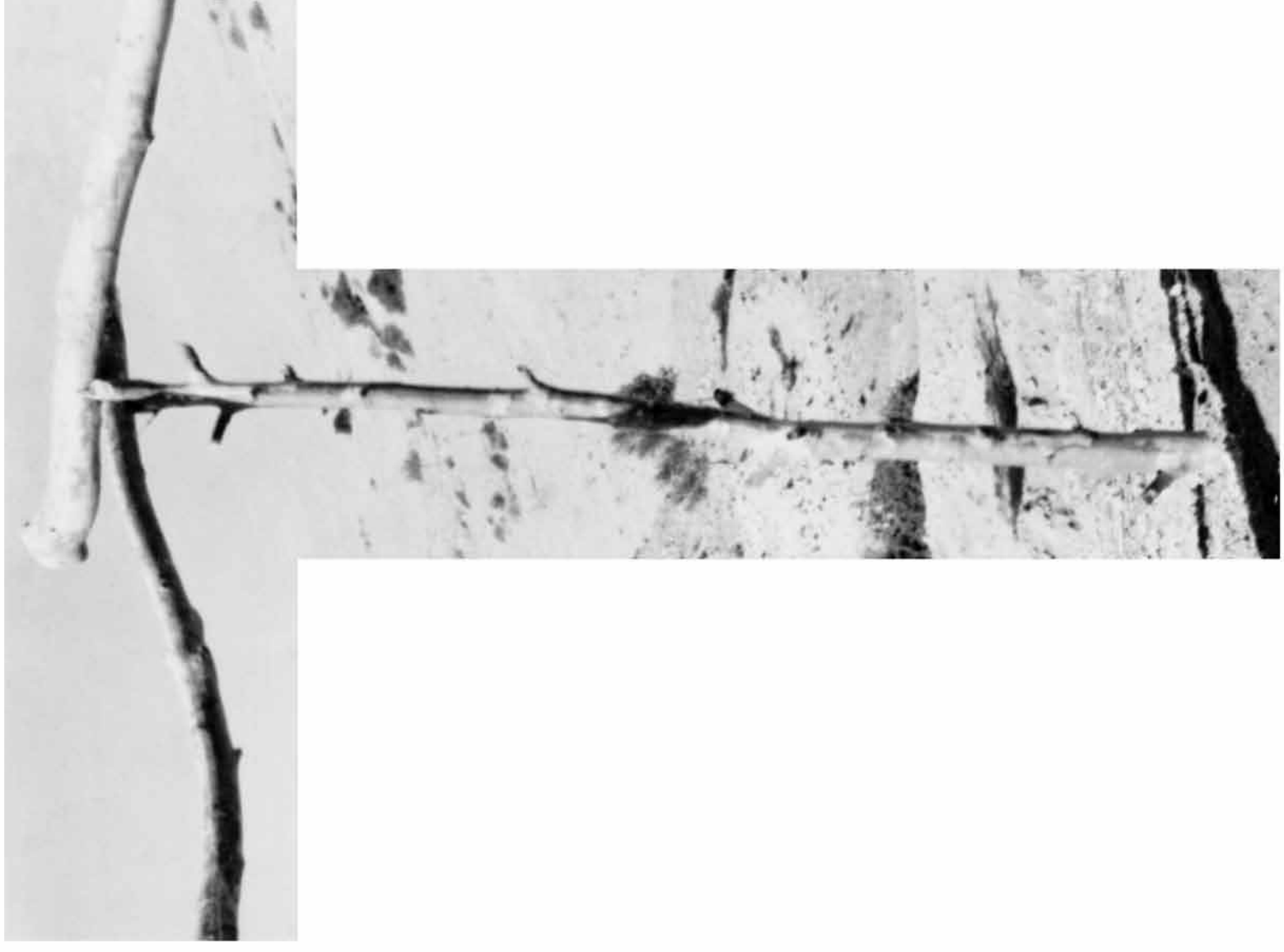

ROUVE

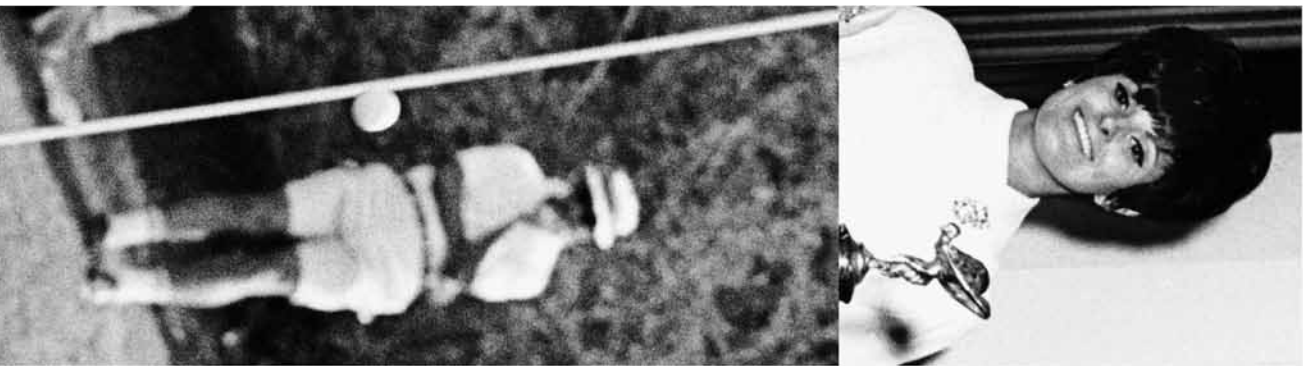


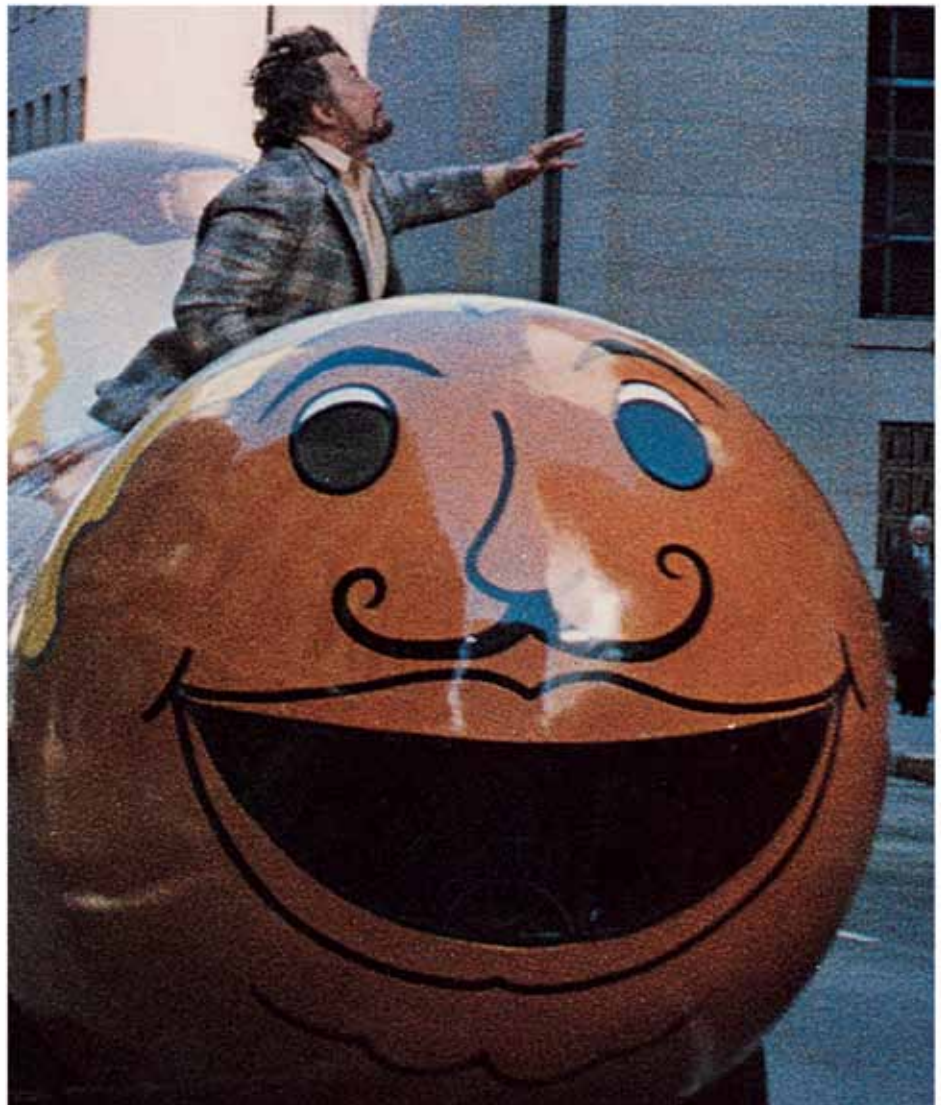
YOUNGER
CORN
MARKET



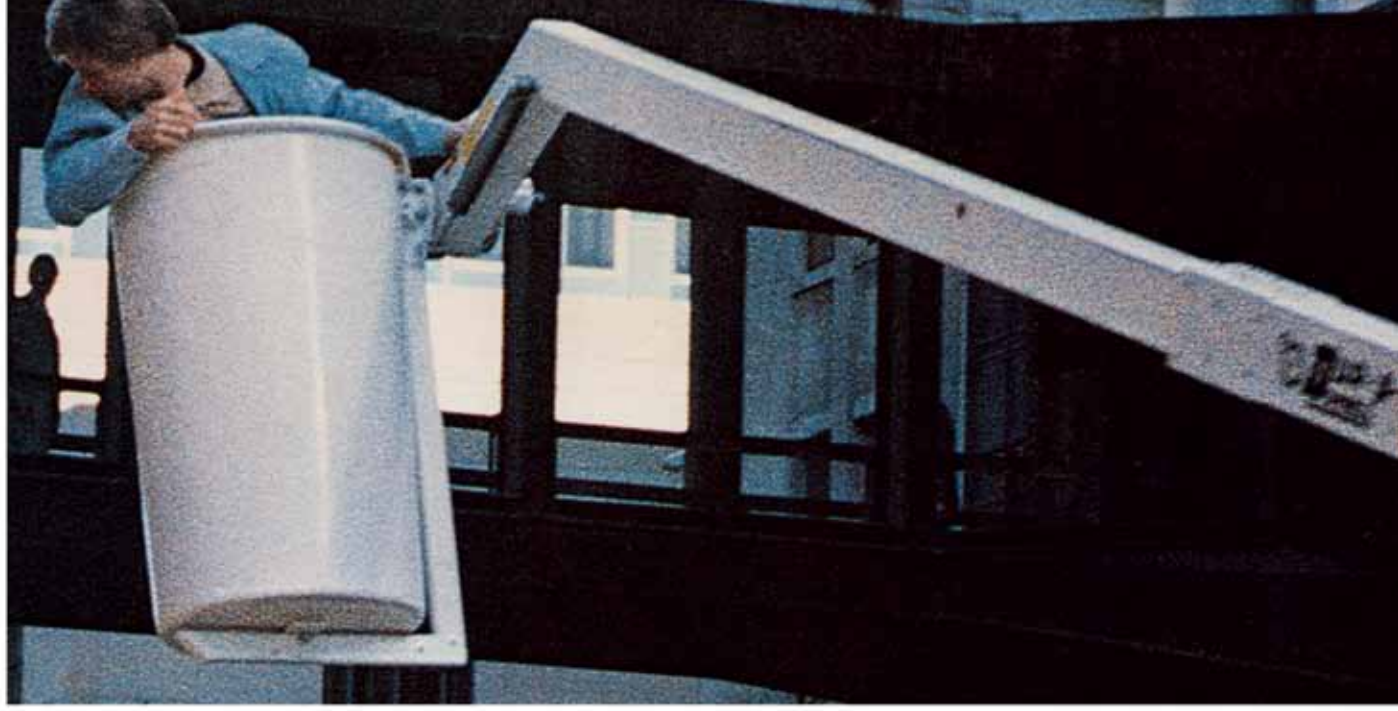

LADIES WARDROBE
PIC. 789 DATE 1/24/57
TITLE 3 faces of Eve
DIR. N. Johnston
ACTOR A. Murray
PART OF Sue
CHANGE # 1
WORN
SC
8
DESIGNER Renié
8X10

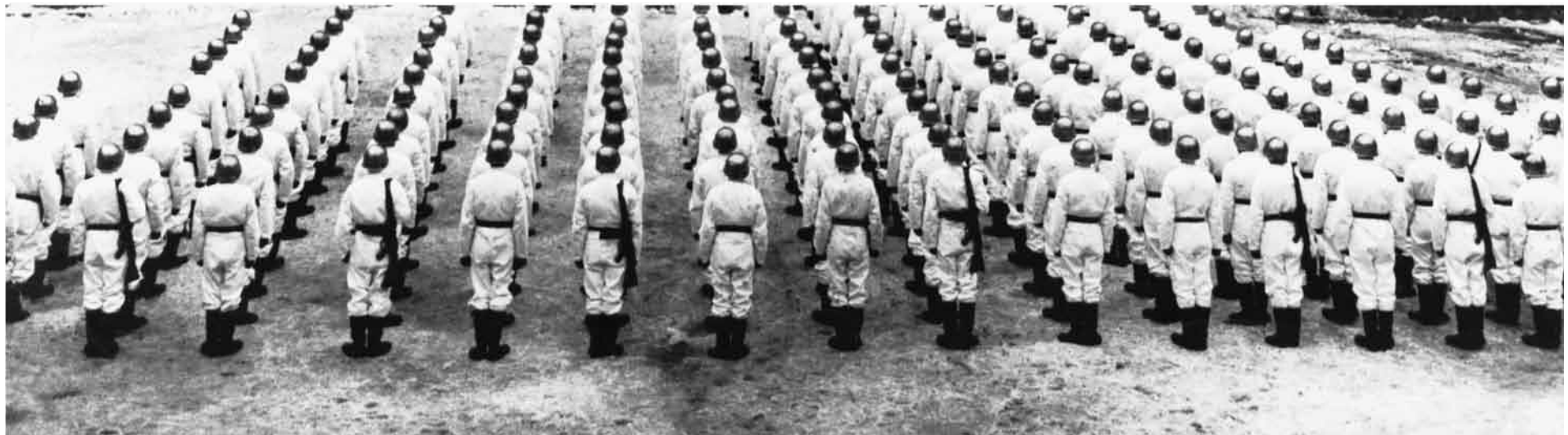


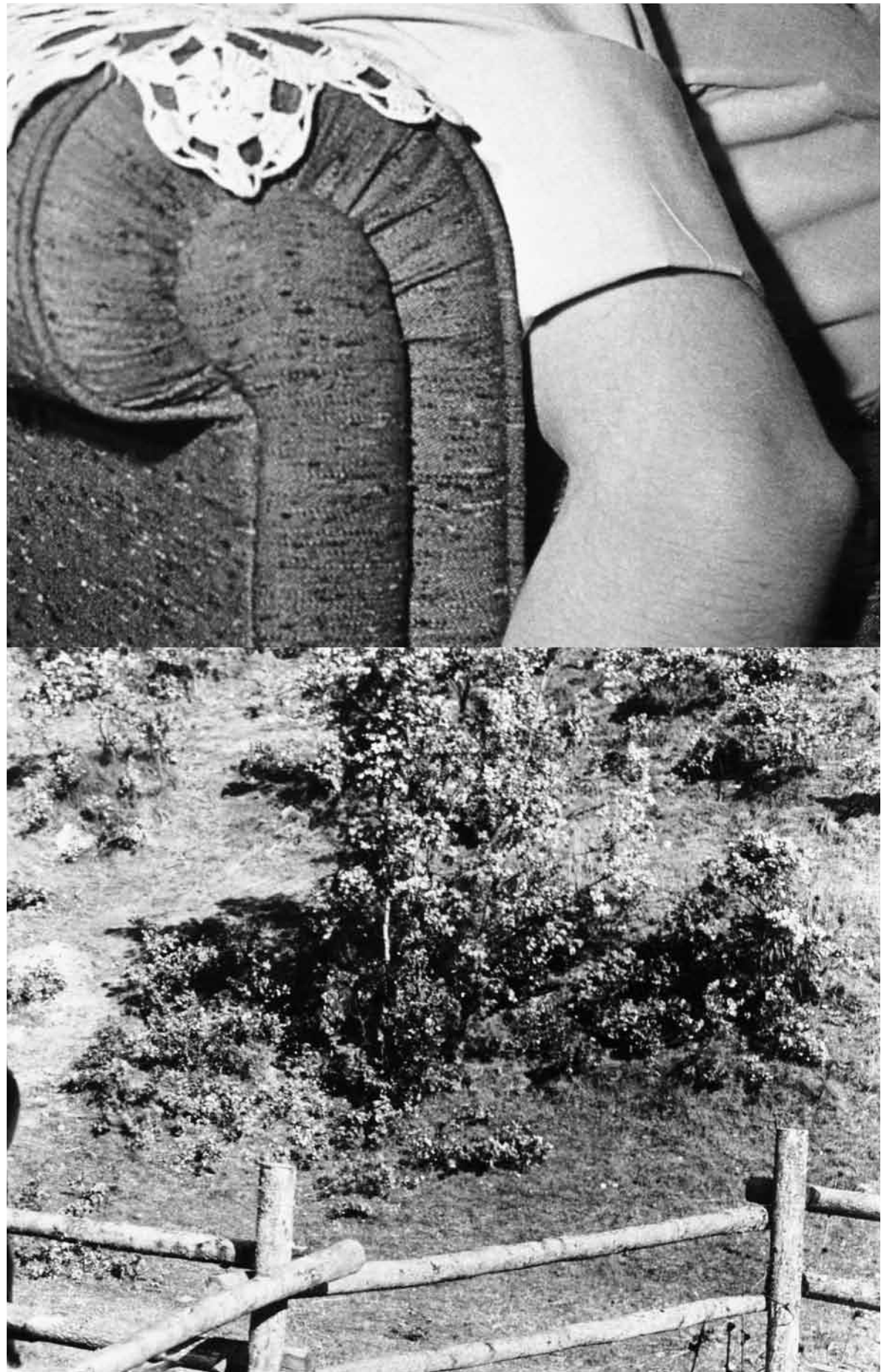


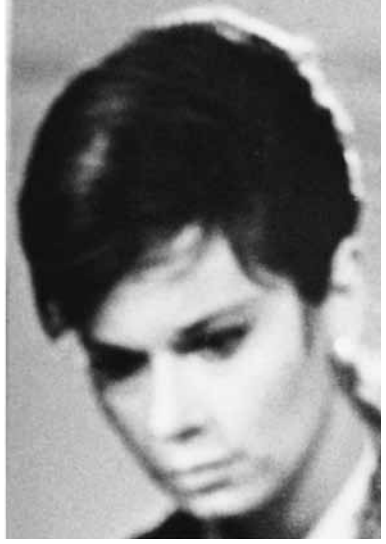


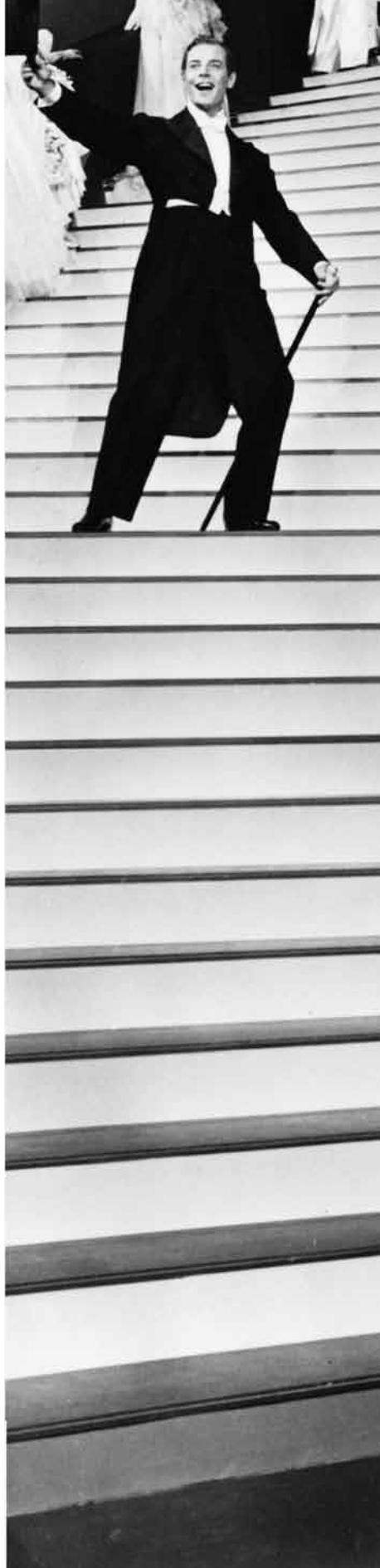
YNH 966
F

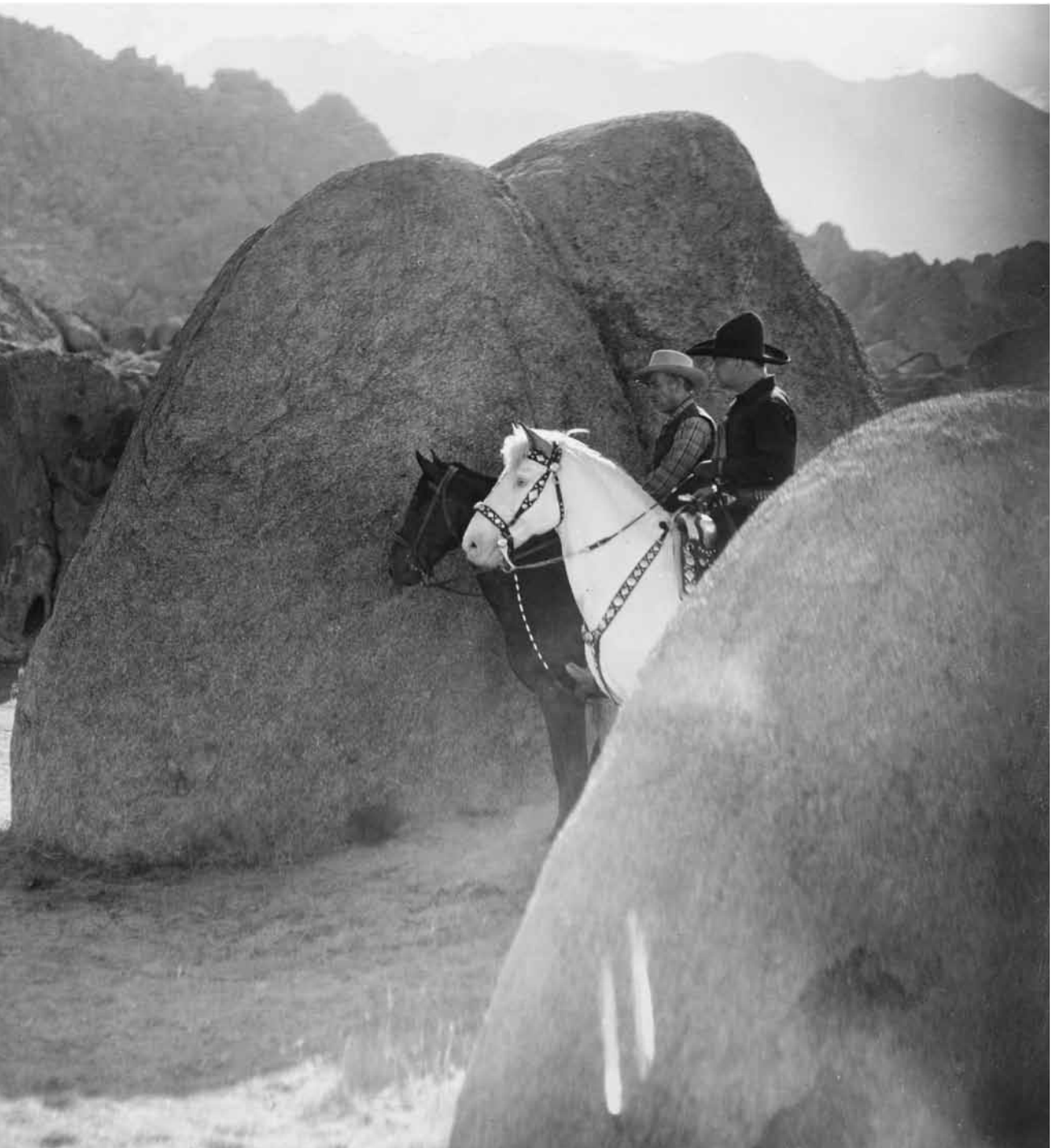












Ringier AG
Jahresbericht 2009

Prolog, Michael Ringier	119
Das Ringier Jahr, Christian Unger	121
Ringier auf einen Blick	122
Ringier in Zahlen	124
Erfolgsrechnung	125
Umsatzanteile	127
Das Jahr in Zahlen	128
Ringier Portfolio	137
Ringier Schweiz	158
Ringier Print Schweiz	160
Ringier Deutschland	165
Ringier Tschechien	166
Ringier Slowakei	168
Ringier Ungarn	170
Ringier Rumänien	172
Ringier Serbien	174
Ringier Pacif c	176
Wesentliche Beteiligungen Schweiz	180
Wesentliche Beteiligungen Europa/Pacif c	182
Corporate Center	202
Corporate Communications	203
Corporate Social Responsibility	204
Organisation	230
Ereignisse	232
Standorte	234
Epilog, Frank A. Meyer	236
Zum Künstler	239
Impressum	299

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

Prolog
Michael Ringier, Verleger

John Baldessari, der diesen Jahresbericht gestaltet hat, sieht aus wie ein griechischer Denker. Doch hinter schlohweissem Haupthaar und Bart verbirgt sich nicht bloss ein weiser Mann, sondern auch ein radikaler. In seinem legendären «Cremation Project» verbrannte er 1970 alle Bilder, die er vor 1966 jemals gemalt hatte. Hat er vor 40 Jahren freiwillig das getan, was den Verlegern unfreiwillig auch bald blühen wird?

Punkto Klugheit und visionärem Denken dürfen wir uns John Baldessari durchaus zum Vorbild nehmen, punkto Radikalität wohl lieber nicht. Obwohl uns – besonders in den gedruckten Medien – beinahe genüsslich andauernd der Untergang prophezeit wird, wenn wir weiterhin an das Printmodell glauben, halten wir voller Überzeugung daran fest. Zwar hat es Baldessari nach seinem symbolischen Kraftakt wirklich geschaf t, seine Kunst in einer Mischung aus fotograf schen Fundstücken, Übermalungen und dem Spiel mit der Sprache in eine neue Umlaufbahn zu bringen. Aber die Malerei gibt es nach wie vor, und sie ist stärker denn je.

In den einzelnen Länderberichten fallen zwei Konstanten auf, die immer wieder vorkommen. Die eine ist hof entlich bald nur noch Vergangenheit: Es ist der Rückgang des Werbeaufkommens, das meistens irgendwo zwischen drastisch und dramatisch eingeordnet werden kann. Umso höher ist es dem Management und den Mitarbeitern anzurechnen, dass sie mit erstaunlich schnellem Reaktionsvermögen dagegengesteuert haben. Ohne grosse Loyalität zum Unternehmen und ohne den ausgeprägten Willen, die Wende zum Besseren unbedingt schaf en zu wollen, würden wir heute nicht wieder auf so soliden Beinen stehen. Die Aktionäre empf nden den grössten Respekt für die Leistung und die Anstrengungen der Mitarbeiter dieses Unternehmens.

Die zweite Konstante zeigt in die Zukunft. Es ist die Veränderung, es ist der Wille, die Zukunft neu und innovativ zu gestalten, wie immer die Technologie unser Geschäft auch verändern mag. Schlechte Zeiten sind manchmal auch gute Zeiten, denn der Druck, uns den neuen Herausforderungen zu stellen, war noch nie so hoch wie jetzt. Der Einsatz der neuen Technologien, die Innovationskraft, sie für unsere Geschäfte zu nutzen, und die Ausweitung unserer Geschäftstätigkeiten durch neue Aktivitäten schreiten in hohem Tempo voran. Wer Spass an der Veränderung und am Neuen hat, der lebt in der richtigen Zeit.

Eine weitere Konstante und die Allerwichtigste vielleicht, wird im Epilog angesprochen. Es ist der Journalismus, die Kernaufgabe unseres Medienunternehmens. Was immer wir ändern, was immer wir neu angehen, was immer wir zusätzlich tun – unser Kerngeschäft bleibt das Recherchieren, das Kommentieren, das Analysieren, das Fotograf eren. Da sind wir die Experten, da liegen unsere Trümpfe, und da müssen und wollen wir auch investieren. Nicht nur Geld, sondern vor allem auch Geist. Denn eines ist klar: Die unermessliche mediale Vielfalt, die auf uns zurollt, bringt auch eine unglaubliche Verwirrung und Unübersichtlichkeit mit sich. Das ist die grosse Chance und Stärke unserer journalistischen Marken. Die Journalisten dürfen sich John Baldessari uneingeschränkt zum Vorbild nehmen. Denn eines seiner bekanntesten Werke heisst: «I will not make any more boring art». Was für Baldessaris Kunst gilt, sollte auch für unsere Journalisten eine Verpf ichtung sein.

Das Ringier Jahr
Christian Unger, CEO Ringier Group

2009 – was für ein Jahr! Wirtschaftlich gesehen wird es sicher in die Geschichte eingehen als das Jahr der Krise. Vielleicht aber auch als das Jahr der grossen Veränderungen, ja vielleicht gar als das Jahr der grossen Chancen und Weichenstellungen. Das Medienhaus Ringier war, wie die globale Medienindustrie überhaupt, stark betrof en von dieser gesamtwirtschaftlichen Situation. Im Wesentlichen hatten wir durch die dramatischen Umsatzrückgänge in den Werbemärkten und durch die Abwertung der osteuropäischen Währungen zu leiden.

Es war das erste Jahr in der 176-jährigen Geschichte unseres Unternehmens, wo alle Märkte, in denen wir tätig sind, in einem zweistelligen Bereich zurückgegangen sind. In einzelnen Märkten wie Rumänien ist das Printanzeigenvolumen sogar mit über 60 Prozent geschrumpft. Wir mussten auf diese Entwicklung mit deutlichen Kostensparprogrammen reagieren und haben in diesem Jahr mehr als 10 Prozent unserer Gesamtkosten weltweit reduziert; auch 2010 werden wir weiter an Ef zienzprogrammen arbeiten müssen.

Neben diesen konjunkturellen Einf üssen bleibt die strukturelle Veränderung bei der Nutzung von Information und Unterhaltung die zentrale Herausforderung für uns. Denn es wird immer mehr erkennbar, wie vor allem jüngere Mediennutzer digitale Endgeräte nutzen, um sich zu informieren und zu kommunizieren. Natürlich werden die klassischen Zeitungen und Zeitschriften weiter existieren, wir wollen aber diese inhaltlich und technisch noch konsequenter mit den Onlinemedien verzahnen. Of enkundig dabei ist, dass das zukünftige Wachstum in den digitalen Formaten stattf ndet.

Die Strategie, die wir in diesem Jahr erarbeitet haben und welche in den kommenden Jahren umgesetzt wird, beruht auf den Säulen «Kerngeschäft» (Zeitungen, Zeitschriften, Content-Portale und Druckereien), «Transaktionsbasiertes Internetgeschäft» (E-Commerce, Rubriken, Marktplätze) und «Entertainment-Aktivitäten» (TV, Radio, Events, Ticketing). Unser Ziel ist es, die Ringier Gruppe geograf sch breit und dif erenziert aufzustellen und zu einem global agierenden Medienunternehmen zu entwickeln. Deshalb werden wir diese Strategie sowohl in unserem Heimmarkt Schweiz als auch in unseren osteuropäischen und asiatischen Märkten, also in insgesamt zehn Ländern, verfolgen. Denn auch wenn 2009 und sicherlich auch noch 2010 von schwierigen Rahmenbedingungen geprägt sind, so sind wir überzeugt, dass sich die Medienmärkte wieder erholen werden, und besonders die osteuropäischen und die asiatischen Märkte zum langfristigen Wachstumstreiber für Ringier werden.

In der Schweiz konnten wir mit der Repositionierung des *Blick*, dem Ausbau unserer Internetaktivitäten rund um die Scout24-Plattformen, der Lancierung der Entertainment-Aktivitäten und der Vorbereitung zur Umsetzung eines integrierten Newsrooms erste wichtige Schritte in Richtung unserer neuen Strategie vollziehen. Auch mussten wir hart für Radio *Energy Zürich* kämpfen – und sind dankbar, dass wir nach langwierigen Verhandlungen nun weitersenden dürfen. Durch das Joint Venture mit CTS Eventim bauen wir unsere Ticketing-Aktivitäten deutlich aus.

So sehen wir diese turbulenten Zeiten weniger als Krise, sondern mehr als Chance: sie sind für uns alle, für Sie als unsere Mitarbeiter, für Sie als Kunden und Geschäftsfreunde und für Sie als Medieninteressierte sicher nicht einfach, dafür aber spannend und wegweisend für eine Entwicklung, in der Medien in einer neuen Form genutzt werden.

Die Ringier Gruppe wird in dieser neuen Medienwelt weiterhin ein zuverlässiger Partner sein. Ich freue mich auf die weitere Zusammenarbeit mit Ihnen.

Ringier auf einen Blick

PORTRÄT

Als der Pfarrerssohn Johann Rudolf Ringier 1833 in Zof ngen eine Buchdruckerei erwarb, konnte er nicht ahnen, dass 177 Jahre und fünf Generationen später aus seinem Handwerksbetrieb das führende multinational tätige Schweizer Medienunternehmen entstanden sein würde. Johann Rudolf Ringier druckte neben amtlichen Verordnungen und Reglementen auch die *Roggwiler Chronik*. Aus diesem journalistischen Produkt und der graf schen Werkstätte, die es produzierte, entstand in kurzer Zeit ein lokaler, bald auch nationaler Zeitungsverleger, und aus dem Schweizer Verlagshaus von Druckerzeugnissen wurde schliesslich der heute bekannte globale Anbieter multimedialer Plattformen, der sich noch immer in Familienbesitz bef ndet.

Doch eines ist gleich geblieben: Seit jeher erkennt Ringier auf sämtlichen Feldern seiner Geschäftstätigkeit frühzeitig den technologischen und gesellschaftlichen Wandel und nimmt ihn vorausschauend auf.

Heute ist Ringier ein multinationales Medienunternehmen mit Aktivitäten in Europa und Asien. Mit seinen rund 7500 Mitarbeitern verlegt Ringier Zeitungen und Zeitschriften, produziert und vermarktet Fernsehsendungen, hält wesentliche Beteiligungen an TV- und Radio-Kanälen, unterhält Web- und Mobile-Plattformen und betreibt Druckereien.

Herausragendes Kennzeichen des Portfolios der Ringier Gruppe ist eine breite Diversif zierung. Die Erfolge des Hauses Ringier beruhen auf dem Wissen und dem Engagement seiner Mitarbeiter und auf dem innovativen Geist, der das Unternehmen seit jeher prägt. Es ist daher nur selbstverständlich, dass technologische Innovationen sowie neue Prozesse bei und von Ringier konsequent gefördert, entwickelt und perfektioniert werden.

Der Konzern als Ganzes, aber auch jeder einzelne Mitarbeiter folgt klar def nierten ethischen und unternehmerischen Grundsätzen. Ringier richtet sein Handeln und sein Arbeiten an der Ringier Strategie aus, der Vision, dem Leitbild und dem Verhaltenskodex, einem für alle Tätigkeitsgebiete und -regionen verpf ichtenden Code of Conduct.

STRATEGIE UND TRANSFORMATION

Die Wirtschaftskrise und der strukturelle Wandel in der Mediennutzung fordern Ringier heraus. Junge Zielgruppen informieren sich zunehmend über digitale Kanäle – eine Entwicklung, die aus heutiger Sicht ebenso unumkehrbar scheint wie das Schwinden des Inseratevolumens. Ringier stellt sich diesen Herausforderungen.

Die neue Konzernstrategie sieht eine Verstärkung des bestehenden Kerngeschäfts mit Magazinen, Zeitungen und Druckereien vor. Zudem baut Ringier seine Kapazitäten im E-Commerce sowie im digitalen Rubriken- und Marktplatzgeschäft aus. Zusätzlich wird die Verknüpfung dieser Internetplattformen mit den Newsportalen der starken Marken intensiviert. Darüber hinaus will Ringier diversif - zieren, was sorgfältig geplante Investitionen in neue Bereiche mit sich bringt. In der Schweiz geschieht dies beispielsweise im Sektor Entertainment. Bei allem geht der Konzern kostenbewusst vor. So wird Ringier als Sieger aus der Krise hervorgehen – und langfristig erfolgreich sein.

NEW MEDIA

Die neu def nierte Strategie gibt vor, dass bis 2014 20 Prozent des Umsatzes mit Aktivitäten im Bereich der Digitalen Medien erarbeitet werden soll. Das ist eine Verdoppelung der bisher def nierten Zielgrösse.

Das ambitiöse Vorhaben ist vor dem Hintergrund jener Schwierigkeiten zu verstehen, mit denen klassische Verlagsgeschäfte derzeit kämpfen. Am Kompetenzzentrum New Media liegt es, neue Ertragskanäle zu f nden, die das traditionelle Anzeigen-, Vertriebs- und Kiosk-Geschäft ergänzen und dereinst stützen werden. Das abgelaufene Geschäftsjahr hat bereits einen ersten Vorgeschmack auf diese schöne Zukunft gegeben: Ringier hat mit seinen digitalen Plattformen 2009 insgesamt die Nutzerzahlen nachhaltig steigern können, mehr Traf c generiert und die starken Marken aus der Print-Welt online verankert. Es ist deshalb erfreulich, dass die digitalen Assets des Hauses dennoch an Wert zugelegt haben und dass Ringier in seinem Schweizer Ursprungsmarkt unter den Medienhäusern bereits klar das grösste Internet-Unternehmen ist.

Ist 2009 für New Media als ein Jahr der Konsolidierung und der Def nitions- und Selbstf ndungsarbeit zu deuten, so wird 2010 das Jahr des Ausbaus. Die Investitionsrichtung ist festgelegt. Man erwartet organisches Wachstum in den bisherigen Bereichen, aber vor allem auch Akquisitionen. Ringier wird sich dabei auf transaktionsbasierte Online-Geschäfte konzentrieren. Dies gilt für alle Länder, doch grundsätzlich kennt das Online-Portfolio künftig keine geograf schen Grenzen.

Das Tochterunternehmen media swiss group mit seinen starken Scout24-Marken hat letztes Jahr in drei Länder expandiert: Im Januar wurde die kroatische Immobilienplattform *Foto-Nekretnine* übernommen. Im Juni hat die media swiss group die Nhat Viet Group in Vietnam gekauft, die einen Immobilienmarktplatz betreibt und Software entwickelt. Im Oktober und Dezember folgte die Expansion in Serbien mit der Immobilienplattform *nekretnine.rs*, die zudem eine wöchentliche Immobilienbeilage für den *BLIC* erstellt und in *blic.rs* integriert ist, sowie mit *trazim.rs*, einer Suchmaschine über alle Rubrikenmärkte Serbiens. Die Scout24-Plattformen erhielten im August ein Redesign. Weitere drei Länder werden bis Ende 2010 dazukommen. Erfreulich entwickelt sich die E-Commerce-Plattform *geschenkidee.ch*, die unlängst eine Ausweitung nach Deutschland erfahren hat.

Ringier in Zahlen

	2009	2009	2008	Veränderung
	Mio. CHF	Mio. €	Mio. CHF	in %
UMSATZ VERLAG SCHWEIZ UND DEUTSCHLAND	548.9	363.5	606.5	-9.5
UMSATZ CENTRAL EUROPE	418.8	277.4	526.7	-20.5
UMSATZ PACIFIC	52.0	34.4	70.1	-25.9
UMSATZ PRINT SCHWEIZ	276.4	183.1	332.2	-16.8
TOTAL	1 296.1	858.4	1 535.5	-15.6
CASHFLOW	93.8	62.1	146.9	-36.2
in % des Umsatzes	7.2%		9.6%	
JAHRESGEWINN NACH STEUERN	17.2	11.4	62.2	-72.4
in % des Umsatzes	1.3%		4.0%	
INVESTITIONEN	96.8	64.1	321.9	-69.9
MITARBEITER	7 448		8 129	-8.4

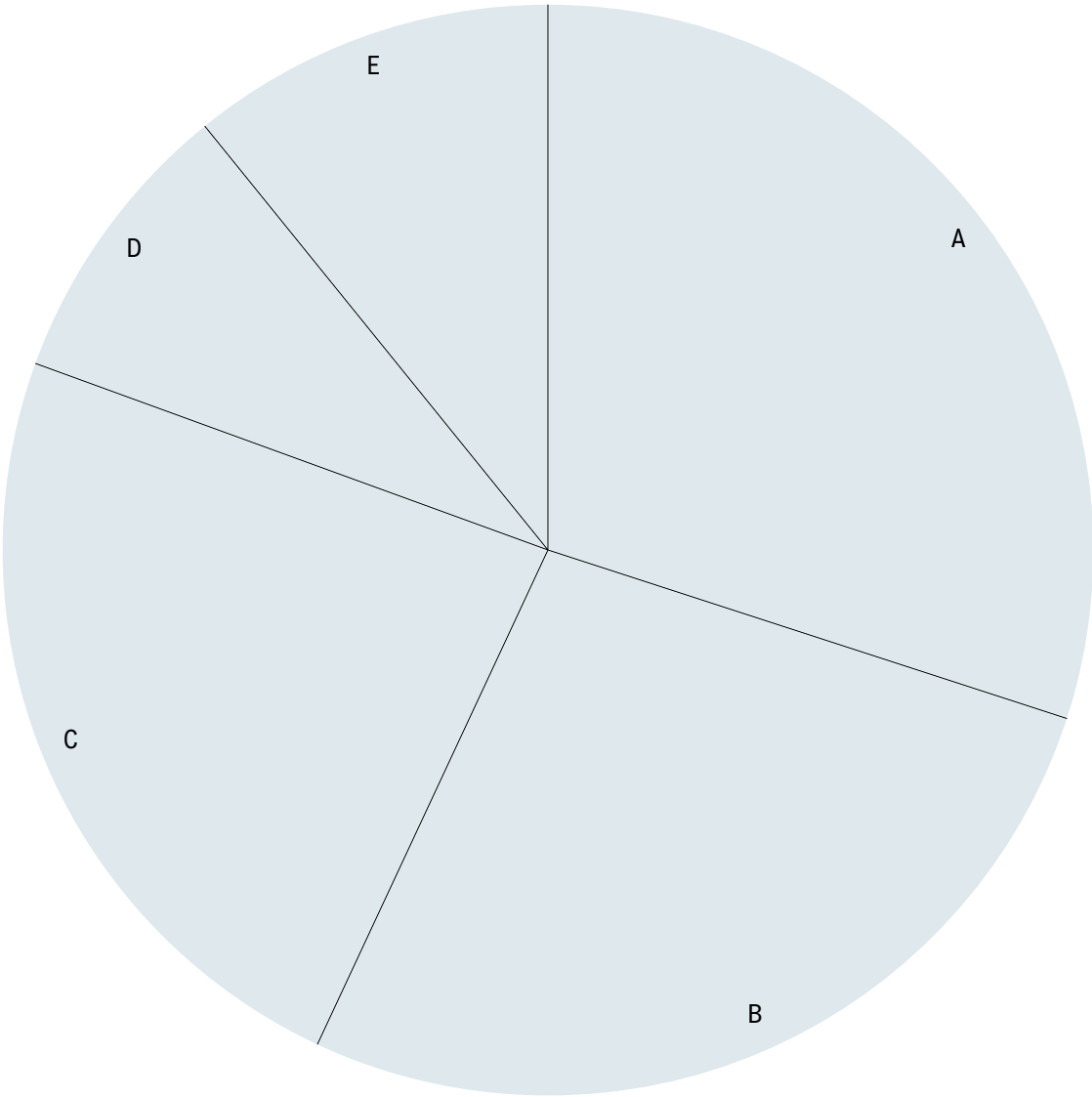
	2009	2008	2007
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
JAHRESGEWINN NACH STEUERN	17.2	62.2	102.7
ABSCHREIBUNGEN	76.6	84.7	105.6
CASHFLOW	93.8	146.9	208.3

Erfolgsrechnung

	2009	2009	2008	Veränderung
	Mio. CHF	Mio. €	Mio. CHF	in %
UMSATZ TOTAL	1 296.1	858.4	1 535.5	-15.6
Vertriebserlöse	390.8	258.8	422.2	-7.4
Anzeigenerlöse	347.0	229.8	482.5	-28.1
Druckerlöse	306.1	202.7	372.7	-17.9
Digital Media Erlöse	112.3	74.4	130.5	-14.0
Sonstige Erlöse	139.9	92.7	127.7	9.6
AUFWENDUNGEN TOTAL	1 202.3	796.3	1 388.5	-13.4
Personal	458.6	303.8	502.3	-8.7
Löhne und Gehälter	362.6	240.2	391.3	-7.3
Sozialleistungen	72.1	47.8	78.5	-8.1
Personalnebenkosten	23.9	15.8	32.5	-26.5
Material und Fremdleistungen	374.3	247.9	443.7	-15.6
Papier	189.5	125.5	222.8	-14.9
Farbe	18.8	12.6	22.8	-17.2
Übriges Material	42.0	27.7	47.1	-10.8
Fremdleistungen	118.0	78.1	144.8	-18.5
Sonstiger Marktaufwand	6.0	4.0	6.3	-4.9
Redaktionen, Verlage, Transport, Werbung	259.8	172.0	305.4	-14.9
Redaktionshonorare	43.2	28.6	52.7	-17.9
Transporte	97.1	64.3	113.5	-14.5
Werbung	91.5	60.6	107.0	-14.5
Diverser Verlagsaufwand	28.0	18.5	32.2	-13.0
Allgemeiner Aufwand	109.6	72.6	137.2	-20.1
Fremdmieten, Energie, Reparaturen, Unterhalt	63.9	42.3	69.2	-7.6
Allgemeine Verwaltung, Sonstiges	45.7	30.3	68.1	-32.8
CASHFLOW	93.8	62.1	146.9	-36.2
ABSCHREIBUNGEN	76.6	50.7	84.7	-9.6
GEWINN NACH STEUERN	17.2	11.4	62.2	-72.4

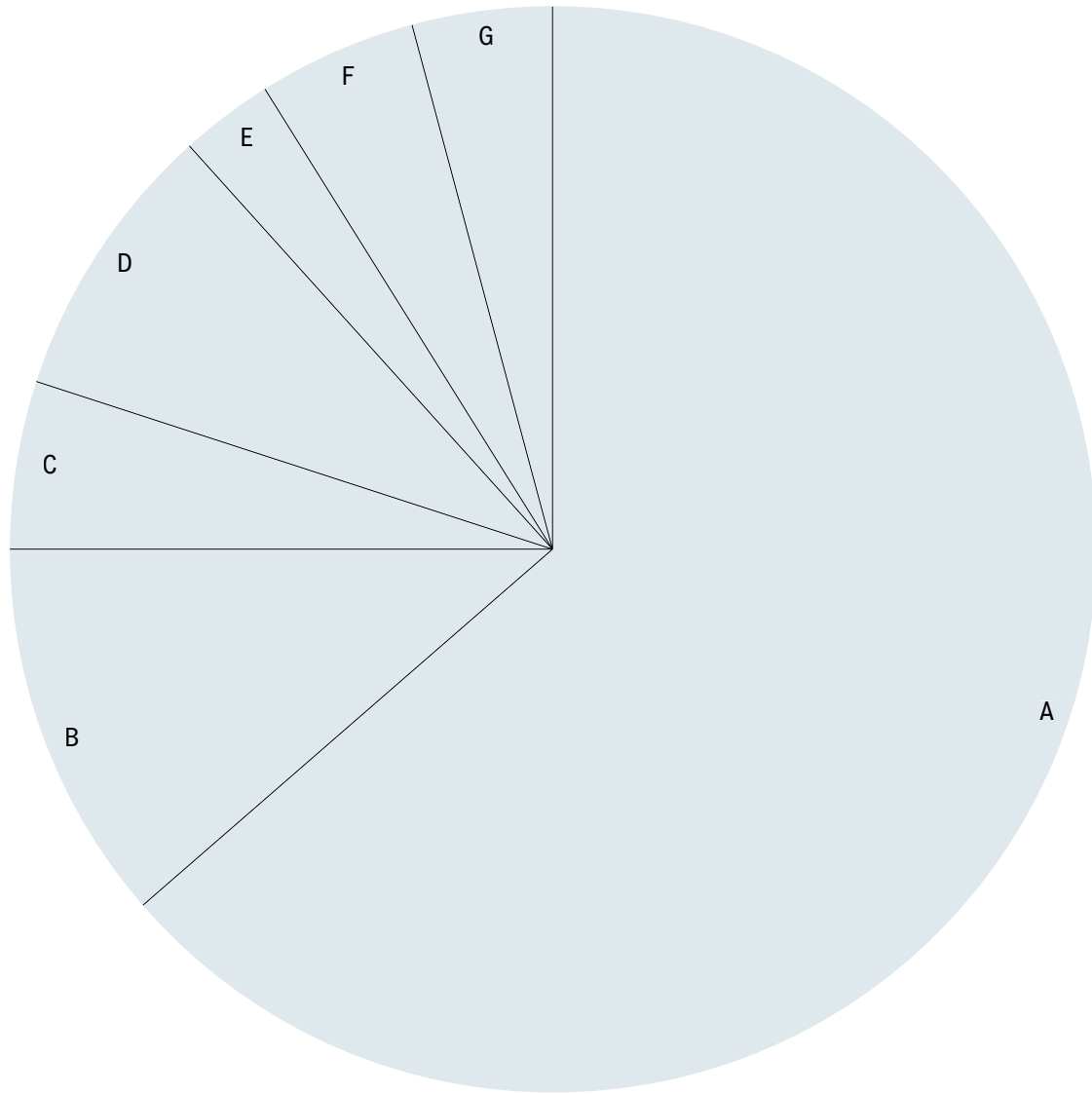
Umsatzanteile nach Erlösart

A	VERTRIEBSERLÖSE	30.2%
B	ANZEIGENERLÖSE	26.8%
C	DRUCKERLÖSE	23.6%
D	DIGITAL MEDIA ERLÖSE	8.7%
E	SONSTIGE ERLÖSE	10.7%



Umsatzanteile nach Ländern

A	SCHWEIZ UND DEUTSCHLAND	63.7%
B	TSCHECHIEN	11.4%
C	SLOWAKEI	5.1%
D	UNGARN	8.3%
E	RUMÄNIEN	2.7%
F	SERBIEN	4.8%
G	PACIFIC	4.0%



Das Jahr in Zahlen

Das Jahr der Finanz- und Wirtschaftskrise hinterlässt auch bei der Ringier Gruppe deutliche Spuren beim Umsatz und Gewinn. Der Umsatz erreicht dabei 1,3 Mia. CHF (-15,6 Prozent), und der Jahresgewinn nach Steuern liegt bei 17,2 Mio. CHF (-72,4 Prozent). Durch die früh eingeleitete Repositionierung in digitalen Wachstumsmärkten und die energisch durchgeführten Sparprogramme sind aber bereits Ende 2009 erste Aufwärtstendenzen spürbar – sodass Ringier aus der Krise dank erweiterter Marktanteile als Gewinner hervorgehen wird.

Die Ringier Gruppe erwirtschaftete einen Umsatz von 1,3 Mia. CHF, der um etwa 239 Mio. CHF und somit 15,6 Prozent hinter dem Vorjahr liegt. Dem Umsatzrückgang von 9,5 Prozent im Schweizer Markt stehen zum Teil massive Markteinbrüche in den osteuropäischen Staaten gegenüber, deren Werbeumsätze teilweise über die Hälfte gesunken sind, zusätzlich negativ beeinf usst durch schwache Währungen.

Für den Umsatzrückgang ist bei uns primär der Einbruch der Anzeigenerlöse verantwortlich. Hier hatten wir gruppenweit einen durchschnittlichen Anzeigenverlust von 28,1 Prozent zu verkraften – wobei wir damit in allen Ländern gegenüber dem Markt unsere Position verbessern konnten. Bei den Vertriebsumsätzen mussten wir ebenfalls einen Rückgang hinnehmen, dieser f el aber mit 7,4 Prozent dank vielen attraktiven Toptiteln geringer aus als bei vielen Mitbewerbern.

Besonders freut uns, dass wir mit verschiedenen starken Zeitschriften, Zeitungen und Onlinemarken auch im Jahr 2009 sehr ansehnliche Umsatzrenditen erreichen konnten – so zum Beispiel bei der *Schweizer Illustrierten*, beim Bordmagazin *CAAC/Asia Inflight*, bei den Zeitungen *Blikk*, *Nový Čas* oder *Blesk*, bei Markenplattformen wie *Betty Bossi* oder bei unseren Marktplätzen von *scout24.ch*. Ganz besonders freuten wir uns in diesem Jahr über die Ausweitung der Vertriebs- und Werbeerlöse bei unserem Titel *GlücksPost*. Besonders schmerzhaft waren dagegen die massiven Werbeeinbrüche im rumänischen Anzeigenmarkt.

Wie viele Marktteilnehmer gehen auch wir davon aus, dass das Printanzeigenvolumen auf das Niveau der Vorjahre zurückkommen wird – die Erholung erwarten wir dafür in den CEE-Ländern deutlich stärker als in Westeuropa. Wir haben deshalb den digitalen Bereich weiter ausgebaut. Die digitalen Erlöse liegen mit 112,3 Mio. CHF ebenfalls unter dem Vorjahr (130,5 Mio. CHF), nahmen anteilsmässig aber aufgrund der niedrigeren Umsatzerlöse der Gruppe zu und liegen jetzt bei 8,7 Prozent. Radio und Fernsehen nahmen dabei u. a. wegen der Turbulenzen rund um die *Energy*-Lizenz massiv ab, aber die Content-Sites nahmen in der Schweiz und auch in Osteuropa zu – ausserdem ist ab 2009 neu *geschenkidee.ch* auch umsatzmässig im Ergebnis berücksichtigt. Unter «Digital» versteht Ringier das Betreiben von Marktplätzen wie *scout24.ch*, *gate24.ch*, E-Commerce-Plattformen wie *geschenkidee.ch*, das Radiogeschäft mit Radio *Energy Zürich* oder Radio *BE1* oder das Fernsehgeschäft mit *Sat.1 Schweiz* oder *Kanal D* in Rumänien. Zuversichtlich blicken wir dem Jahr 2010 entgegen und gehen davon aus, dass wir durch organisches Wachstum, aber auch durch weitere Akquisitionen, unser Ziel «20 Prozent digitale Erlöse» in den nächsten Jahren erreichen werden.

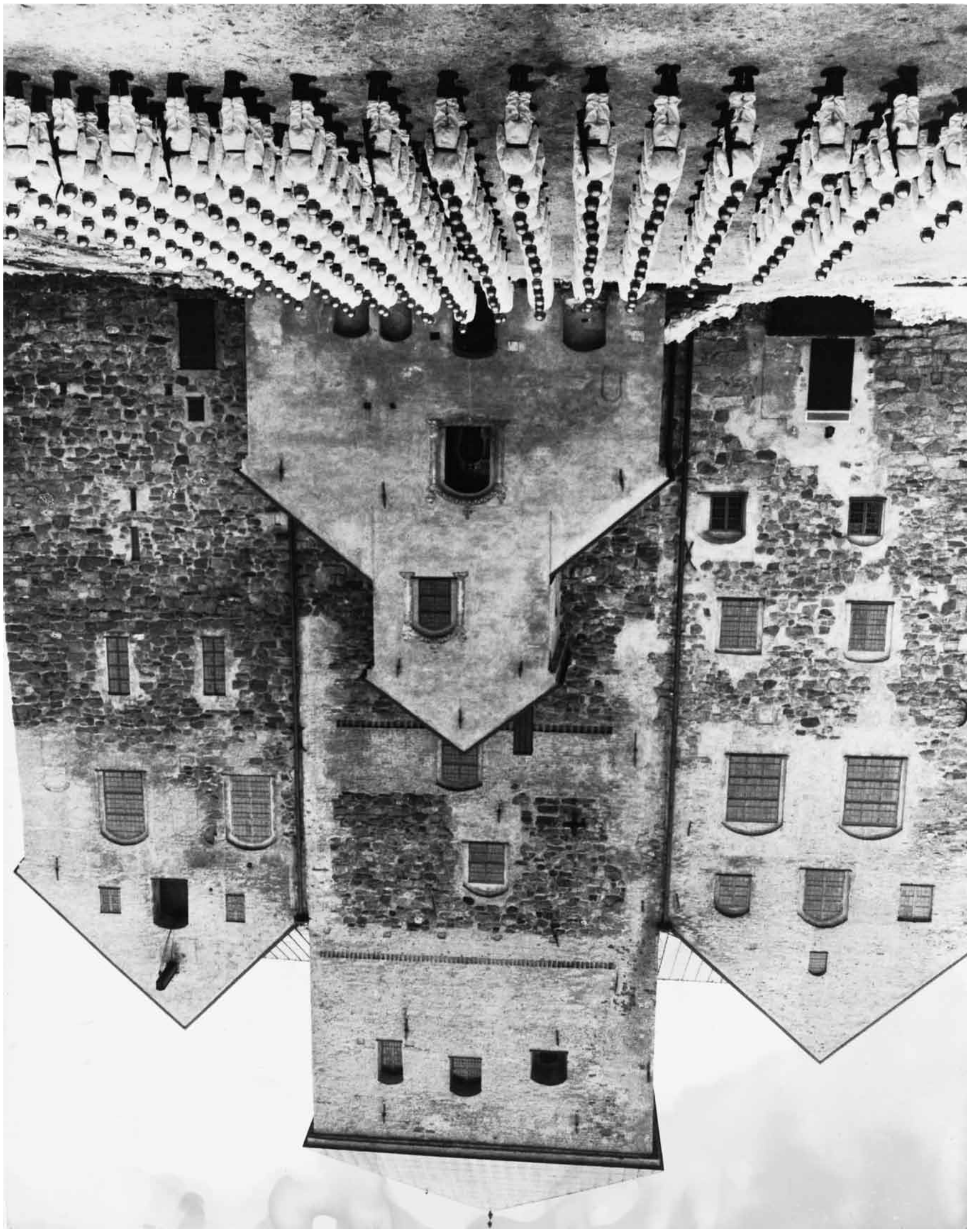
Dem Umsatzrückgang von 239 Mio. CHF konnten wir mit strikten Kostensparmassnahmen entgegenwirken, sodass Ende Jahr immer noch ein Reingewinn von 17,2 Mio. CHF erwirtschaftet werden konnte – damit liegen wir 45 Mio. CHF oder rund 72,4 Prozent hinter dem Jahr 2008 zurück. Dabei ist allerdings darauf hinzuweisen, dass die Entwicklung von neuen Marktprojekten im Umfang von 29,6 Mio. CHF wie in den Vorjahren vollumfänglich der Erfolgsrechnung belastet wurde.

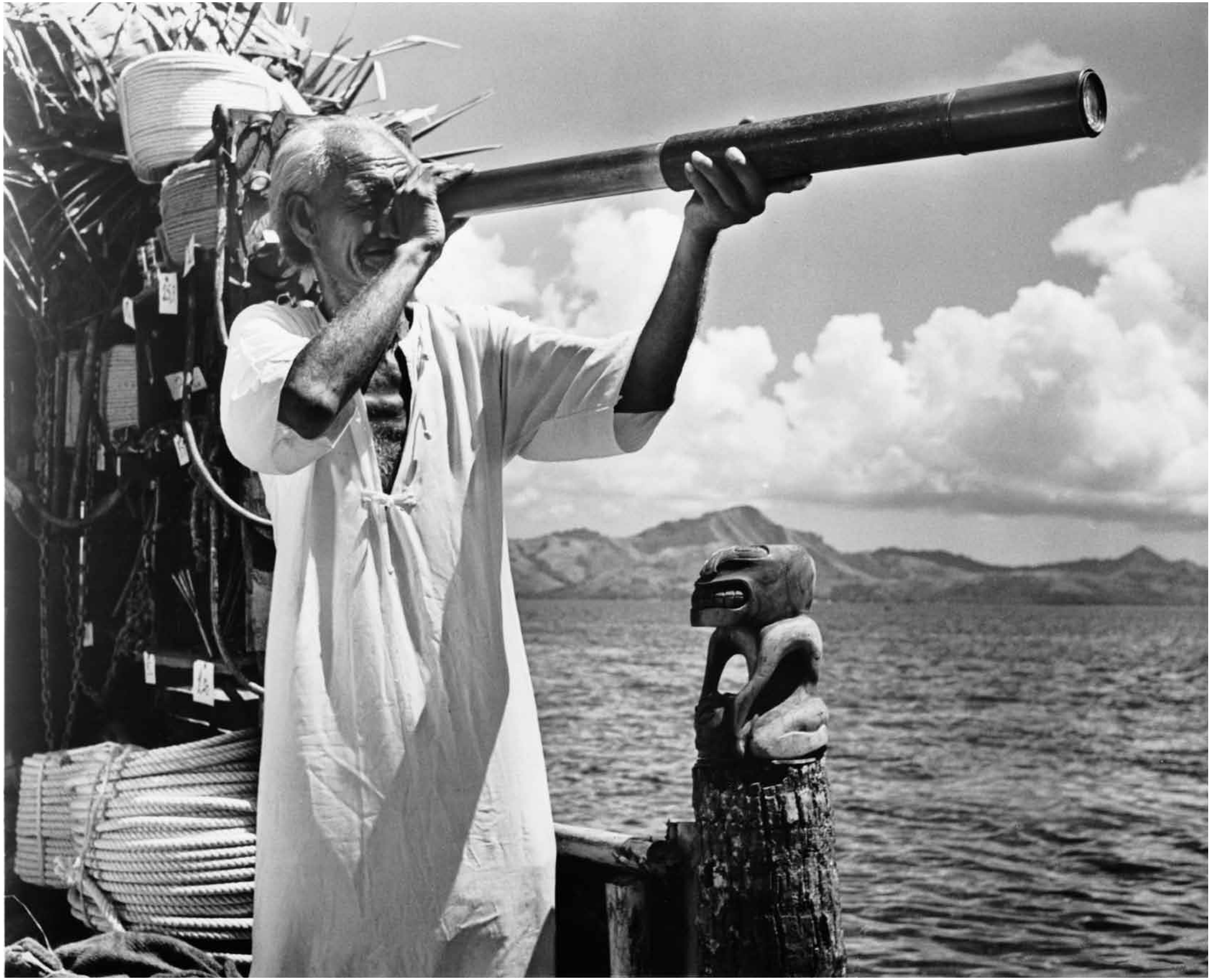
Die Kosten liegen deutlich unter dem Vorjahresniveau (186 Mio. CHF oder 13,4 Prozent tiefer), wobei hier auch die volumenabhängigen Einzelkosten berücksichtigt sind. Der Cashf ow liegt bei 93,8 Mio. CHF und damit 53 Mio. CHF oder 36,2 Prozent hinter dem Vorjahr – primär bedingt durch das unter Druck stehende operative Ergebnis aber auch durch niedrigere Abschreibungen im Osteuropa-Geschäft (hier wurden im Vorjahr einige ausserordentliche Abschreibungen getätigt zum Beispiel Schliessung Ukraine). Die Umsatzrendite liegt bei 1,3 Prozent, die Cashf ow-Rendite bei 7,2 Prozent.

Die Investitionen liegen bei 96,8 Mio. CHF, wobei hierzu auch der Kauf von Titelrechten und Beteiligungen zählt. Als einer der wichtigsten Investitionen 2009 ist der Bau des Newsrooms zu nennen, hier soll die Zukunft des Journalismus liegen. Alle Mediengattungen, alle Kanäle und alle Plattformen sollen von hier aus unter Berücksichtigung und Ausnützung kanalspezif scher Features bedient werden können. Unter die Investitionen fallen aber auch die Übernahme der Anteile vom Bauer Verlag als Zeitschriftenpartner in Ungarn, um sich hier mit einem adjustierten Zeitschriftenportfolio stärker im Markt positionieren zu können, oder der Kauf des politischen Magazins *NIN* in Serbien. Weiterhin investieren wir aber auch im Druckbereich in der Schweiz oder in Osteuropa, um den Produktionsprozess durch ef zientere Maschinen verbessern zu können.

Die Rechnungslegung erfolgt wie in den Vorjahren nach den Grundsätzen von Swiss GAP 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 anteilsmässig erfasst.

E. VALLEY YAF
BANTAMS
1971





Ringier Portfolio

Printmedien

Stand 31. Dezember 2009

Ringier informiert und unterhält mit seinen Medien jeden Tag Millionen von Menschen. Stark aufgestellt im Zeitschriften- und Zeitungsmarkt und mit gutem Druckgeschäft expandiert das Unternehmen intensiv in neue digitale Märkte und baut seine Position im Unterhaltungssektor in der Schweiz aus.

CHINA		AUFLAGE 2009
Betty's Kitchen	Kochzeitschrift	395 000
CAAC	Bordmagazin	320 000
City Weekend	Ausgehmagazin	107 200
Shanghai Family	Magazin für Ausländer in Shanghai	32 000
Fachzeitschriften, 34 Titel	Fachzeitschriften	34 à 8 000

DEUTSCHLAND		AUFLAGE 2009
Cicero	Magazin für politische Kultur	82 093
Monopol	Kunstmagazin	35 000

RUMÄNIEN		AUFLAGE 2009
Bolero	Frauenzeitschrift	30 490
Bravo	Jugendmagazin	29 395
Bravo Girl	Jugendmagazin	33 456
Capital*	Wirtschaftszeitung	19 714
DIVA*	People-Glossy	15 709
Evenimentul Zilei*	Tageszeitung	34 282
Evenimentul Zilei TV Guide*	TV-Programmbeilage	56 865
Evenimentul Zilei de duminica*	Sonntagszeitung	19 278
Libertatea	Tageszeitung	185 529
Libertatea de duminica	Sonntagszeitung	110 067
Libertatea pentru femei	Frauenzeitschrift	100 853
Libertatea weekend	TV-Programmbeilage	282 273
Lumea Femeilor	Frauenzeitschrift	31 060
Unica	Frauenzeitschrift	28 021

* Titel eingestellt oder verkauft im Februar 2010

SCHWEIZ		[1] AUFLAGE 2009
Betty Bossi	Kochzeitschrift	[2] 825 000
Blick	Boulevardzeitung	214 555
Blick am Abend	Gratis-Abendzeitung	[2] 339 000
Bolero	Fashion- und Lifestyle-Magazin	20 119
edelweiss	Fashion- und Lifestyle-Magazin	24 185
GlücksPost	Frauenzeitschrift	146 325
GOAL	Sportmagazin	204 856
il caffè	Gratis-Sonntagszeitung	59 733
Le Temps	Tageszeitung	45 506
L'Hebdo	Nachrichtenmagazin	46 010
L'illustré	People-Magazin	90 635
Montres Passion / Uhrenwelt	Fachzeitschrift	90 000/100 000
Schweizer Illustrierte	People-Magazin	204 856
SI GRUEN	Magazin für grünen Lifestyle	204 856
SI Style	Modemagazin	109 983
SonntagsBlick	Sonntagszeitung	247 449
SPORTmagazin	Sportmagazin	[2] 180 000
TV8	Programmzeitschrift	84 087
TVtäglich	TV-Programmbeilage	1 233 000

1 WEMF/SW-beglaubigt 2 nicht beglaubigt

SERBIEN		AUFLAGE 2009
24sata	Gratiszeitung	155 000
ALO!	Boulevardzeitung	78 952
BLIC	Boulevardzeitung	152 199
BLIC Ljubavni Roman	Liebesromane	15 297
BLIC TV Magazin	TV-Programmbeilage	184 857
BLIC Zena	Frauenzeitschrift	201 463
BLIC Zena Kuhinja	Kochzeitschrift	44 956
NIN [1]	Nachrichtenmagazin	16 412
Puls	People-Magazin	68 406

1 Übernahme der Mehrheitsanteile per März 2009

SLOWAKEI		AUFLAGE 2009
Eva	Frauenzeitschrift	66 998
In	Jugendmagazin	21 863
Nový Čas	Boulevardzeitung	150 263
Nový Čas Bývanie	Haushaltmagazin	54 388
Nový Čas Križovky	Kreuzworträtselheft	99 262
Nový Čas Nedela	Sonntagszeitung	55 418
Nový Čas pre Ženy	Frauenzeitschrift	195 870
Nový Čas Vikend	TV-Programmbeilage	219 523

Ringier Portfolio

Rebecca	Frauenzeitschrift	27 016
Život	People-Magazin	113 367

TSCHECHIEN		AUFLAGE 2009
Aha!	Boulevardzeitung	107 807
Aha! TV	TV-Programmbeilage	130 218
ABC	Jugendmagazin	49 568
Blesk	Boulevardzeitung	412 238
Blesk Hobby	Heimwerker-Magazin	58 110
Blesk Krizovky	Kreuzworträtselheft	51 147
Blesk Magazin	TV-Programmbeilage	541 328
Blesk pro Zeny	Frauenzeitschrift	196 277
Blesk Zdravi	TV-Programmbeilage	32 646
Nedelni Aha!	Sonntagszeitung	104 048
Nedelni Blesk	Sonntagszeitung	243 824
Nedelni Sport	Sonntagssportzeitung	38 529
Reflex	Gesellschaftszeitschrift	61 765
Sport	Sonntagssportzeitung	60 175
Sport Magazin	Sportwochenzeitschrift	65 720

UNGARN		AUFLAGE 2009
Blikk	Boulevardzeitung	206 245
Blikk Nök	Frauenzeitschrift	130 020
Blikk Nök Konyha	Kochzeitschrift (Beilage)	44 460
Blikk TV Magazine	TV-Programmbeilage	216 246
Bravo	Jugendmagazin	27 602
Bravo Girl	Jugendmagazin	28 194
hot!	People-Magazin	85 343
Im	Jugendmagazin	35 245
Nemzeti Sport	Sportzeitung	71 215
Népszabadság	Tageszeitung	90 978
Népszabadság TV Magazine	TV-Programmbeilage	96 999
Vasarnapi Blikk	Sonntagszeitung	164 843

VIETNAM		AUFLAGE 2009
Bep Gia Dinh	Rezept- und Kochmagazin	45 000
Thoi Trang Tre	Modemagazin	80 000

Websites

Stand 1. April 2010

CHINA	www.beitaichufang.com
	www.cityweekend.com.cn
	www.foodpacific.com
	www.icmedicalproducts.com
	www.industrysourcing.com
	www.restaurateur.cn
	www.ringier.cn
	www.ringierpacific.com
	www.sensorschina.net
DEUTSCHLAND	www.cicero.de
	www.monopol-magazin.com
	www.ringier.de
INDONESIEN	www.kontan-online.com
KROATIEN	www.foto-nekretnine.hr
RUMÄNIEN	www.bolero.ro
	www.bravonet.ro
	www.libertatea.ro
	www.libertateaerotica.ro
	www.lumeafemeilor.ro
	www.ringier.ro
	www.unica.ro
SCHWEIZ	www.billetnet.ch
	www.blick.ch
	www.boleroweb.ch
	www.bonresto.ch
	www.cash.ch
	www.cineromandie.ch
	www.citypass.ch
	www.edelweissmag.ch
	www.geschenkidee.ch
	www.gesundheit-sprechstunde.ch
	www.glückspost.ch
	www.hebdo.ch
	www.illustre.ch
	www.jobgate24.ch
	www.jobscout24.ch
	www.market.scout24.ch
	www.montrespassion.ch
	www.motorshow.ch
	www.quicklinks.ch
	www.ringier.tv
	www.ringier-specter.ch
	www.schweizer-illustrierte.ch

	www.shopgate24.ch
	www.sicher-ist-sicher.ch
	www.sistyle.ch
	www.sistyle-blog.ch
	www.tempslibre.ch
	www.trouvez.ch
	www.tv8.ch
	www.webdo.ch
	www.webdocine.ch
RINGIER CORPORATE SITES	www.go4media.ch
	www.online-kiosk.ch
	www.ringier.ch
	www.ringier.com
	www.ringier.tv
	www.ringier-online.ch
	www.ringierprint.ch
RINGIER BETEILIGUNGEN	www.baugate24.ch
	www.bettybossi.ch
	www.bola.ch
	www.energyzueri.ch
	www.gate24.ch
	www.goodnews.ch
	www.grundyag.ch
	www.ilcaffe.ch
	www.jrp-ringier.com
	www.letemps.ch
	www.mapgate24.ch
	www.myhotcar.ch
	www.radiobe1.ch
	www.sat1.ch
	www.scout24.ch
	www.smd.ch
	www.smex.ch
	www.swissgeo.ch
	www.teleclub.ch
	www.topjobs.ch
	www.tvtaeglich.ch
	www.vitagate.ch
SERBIEN	www.24sata.rs
	www.alo.rs
	www.blic.rs
	www.blicpuls.com
	www.blicsport.rs

	www.e24.24sata.rs
	www.nin.co.rs
	www.zena.blic.rs
SLOWAKEI	www.adam.sk
	www.cas.sk
	www.ktoskym.info
	www.lesk.sk
	www.ringier.sk
	www.zivot.sk
TSCHECHIEN	www.ahaonline.cz
	www.blesk.cz
	www.deniksport.cz
	www.iabc.cz
	www.reflex.cz
	www.ringier.cz
UNGARN	www.aprohirdetes-ingyen.hu
	www.belepo.hu
	www.blikk.hu
	www.blogzona.hu
	www.cityweekend.hu
	www.lapcentrum.hu
	www.nemzetisport.hu
	www.neon.hu
	www.nepszabadsag.hu
	www.pink.hu
	www.pixter.hu
	www.pokermania.hu
	www.ringier.hu
	www.tvmusor.hu
VIETNAM	www.bepgiadinh.com.vn
	www.ringier.com.vn
	www.tapchithoitrangtre.com.vn

Ringier Portfolio

Entertainment

SCHWEIZ	
RADIO	Radio Energy Zürich, Radio BE1
FERNSEHEN	SENDUNGEN RINGIERTV
	al dente/Betty Bossi – Koch- und Quizsendung, 14-täglich
	cash TV – Wirtschaftsmagazin, wöchentlich (PresseTV)
	Gesundheit Sprechstunde – Gesundheits- und Medizinsendung, wöchentlich (PresseTV)
	Motorshow tcs – Automobilsendung, wöchentlich (PresseTV)
	SonntagsBlick Standpunkte – Diskussionssendung, 10 × jährlich (PresseTV)
	Sicher ist sicher – Sicherheitssendung, 6 Sendungen pro Jahr
	TV-SENDUNGEN FÜR SF 1
	5 gegen 5 – Wissens- und Ratespiel, täglich Montag bis Freitag
	TELECLUB (PAY-TV)
EVENTS	Good News, EVENTIM CH, The Classical Company, Rose d'Or Festival
RUMÄNIEN	
FERNSEHEN	Fernsehsender Kanal D (Beteiligung)

WHITE ROSE
5:49
FANCY YAMS
WHITE ONIONS
19
2:29
SPANISH ONIONS
2:29

Ringier Schweiz
Ringier Print Schweiz
Ringier Deutschland
Ringier Tschechien
Ringier Slowakei
Ringier Ungarn
Ringier Rumänien
Ringier Serbien
Ringier Pacific

Ringier Schweiz

BEVÖLKERUNG	7.6 MILLIONEN
INTERNET-PENETRATION	75.5%
BREITBAND-PENETRATION	31.1%
5 BESTVERKAUFTE PRINTTITEL 2009	
SONNTAGSBLICK	247 449
BLICK AM ABEND	339 000
BLICK	214 555
SCHWEIZER ILLUSTRIERTE	204 856
GLÜCKSPOST	146 325
3 FÜHRENDE WEBSITES MIT UNIQUE CLIENTS PRO MONAT	
BLICK.CH	1 812 941
CASH.CH	314 750
SCHWEIZER-ILLUSTRIERTE.CH	98 833
MITARBEITER	3 082

Ringier Schweiz wandelt sich vom Verlagshaus zu einem Multimedia-Unternehmen mitten in einer der schwierigsten Phasen, welche die Medienindustrie erlebt. Alleine im vergangenen Jahr ist der Anzeigenmarkt um fast 20 Prozent geschrumpft. Ringier Schweiz begegnet dem strukturellen Wandel und dem veränderten Nutzerverhalten mit einer im Herbst verabschiedeten Strategie. Demnach sollen das traditionelle Kerngeschäft Zeitungen, Zeitschriften sowie deren Online-Auftritte konsolidiert und die transaktionsbasierten Internet-Aktivitäten stark forciert werden. Ausserdem setzt Ringier neu auf das Entertainment-Geschäft.

Im Kerngeschäft sind letztes Jahr die Printausgabe von *cash* und das Magazin der *Gesundheit Sprechstunde* eingestellt worden. Gleichzeitig hat Ringier letztes Jahr für sein traditionelles Kerngeschäft aber auch die grösste Investition getätigt und für die Blick-Gruppe einen Integrierten Newsroom gebaut. In diesem werden die heute örtlich und organisatorisch getrennten Redaktionen von *Blick*, *SonntagsBlick*, *Blick am Abend* und *blick.ch* zusammengeführt. Ziel ist es, aus dem Newsroom heraus dem Mediennutzer jederzeit Informationen und Unterhaltung auf dem jeweils am besten geeigneten Kanal zur Verfügung zu stellen. Mit dem Integrierten Newsroom verfügt die Blick-Gruppe fortan über die grösste und modernste Redaktion im Land. Der Neubau, der am Hauptsitz von Ringier in Zürich wie eine Brücke zwei Gebäudeteile verbindet, ist als erkennbare, kunstvolle Hülle der beste Beleg für eine neue Organisation und für ein neues Denken in der sich verändernden Ringier Welt.

Im vergangenen Jahr hat Ringier Schweiz trotz Wirtschaftskrise eine Vielzahl positiver Ereignisse gefeiert. Dazu gehört der gelungene Relaunch des *Blick*, der im Oktober sein 50-jähriges Bestehen begangen hat. Die meistgekaufte Tageszeitung der Schweiz ist inhaltlich komplett überarbeitet und mit dem grösseren Format und einem modern interpretierten Boulevard-Journalismus erfolgreich zum Kern dieser starken Marke zurückgekehrt.

Ein ebenfalls grosser Erfolg ist der Gratiszeitung *Blick am Abend* beschieden. Nach Bern, Basel und Zürich wird der *Blick am Abend* seit August zusätzlich in der Zentral- und in der Ostschweiz verteilt und hat damit seine Leserschaft erneut markant gesteigert. Freude bereitet insbesondere *blick.ch*, das sich zum bestbesuchten Newsportal der Schweiz entwickelt und allein im Dezember 2009 über 17,5 Millionen Besucher gezählt hat. Dies entspricht einer Zunahme von 37 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Der Bereich Zeitschriften ist vom Inseraterückgang nicht verschont geblieben, ist davon jedoch weniger stark betroffen als die Zeitungen. Die *Schweizer Illustrierte* bleibt das mit Abstand meistgelesene People-Magazin der Schweiz, und entgegen dem allgemeinen Trend in der Branche konnte die *GlücksPost* ihre Leserschaft im Vergleich zum Vorjahr um über 7 Prozent steigern.

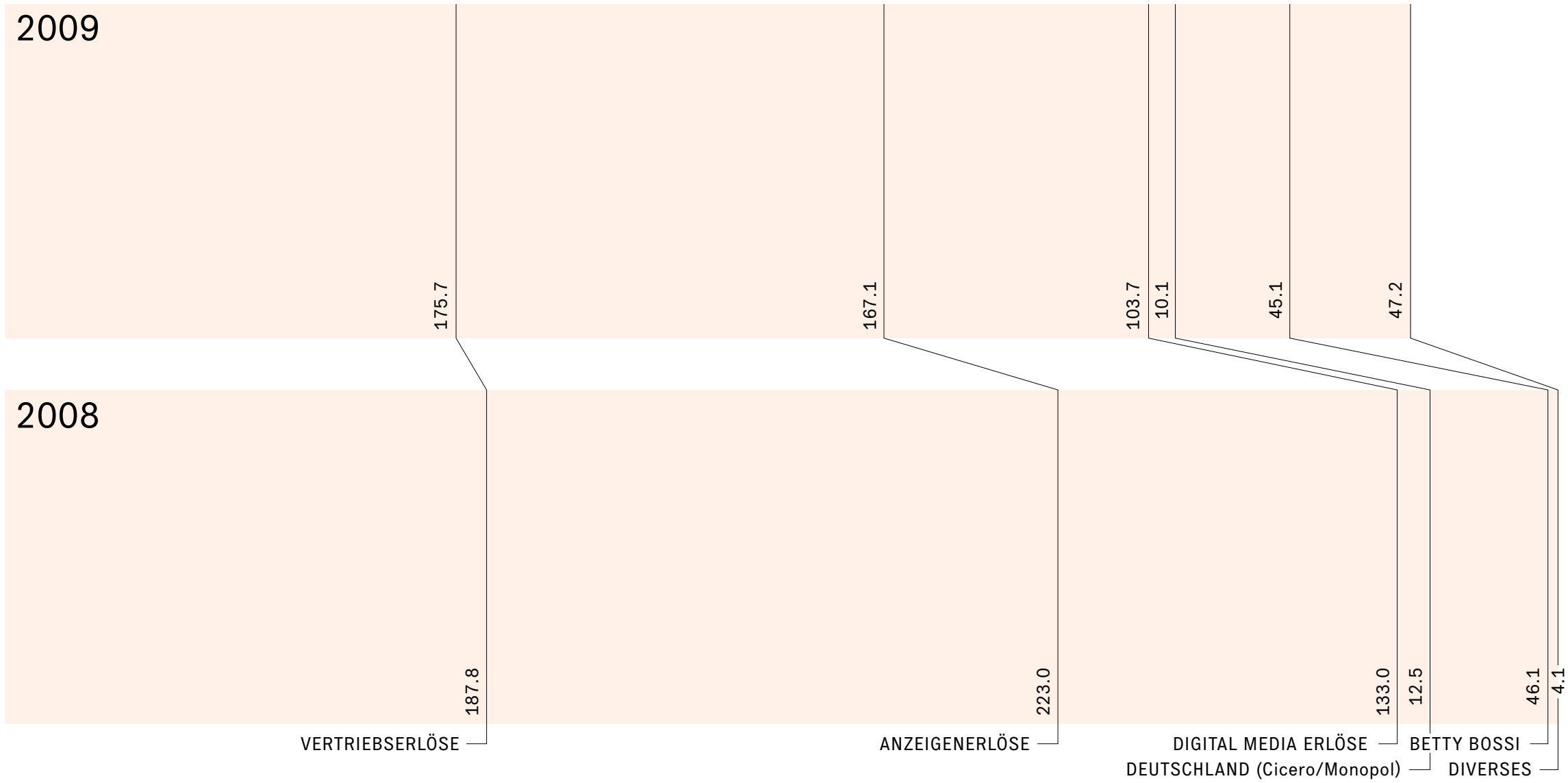
Insgesamt haben die Titel von Ringier Romandie die Krise relativ gut überstanden. *L'Hebdo, TV8* und *edelweiss* übertrafen sogar ihre Ergebnisse von 2008, lediglich *L'illustré* hat geringfügig nachgegeben. Insbesondere durch die Auslagerung des Call Centers sowie den Umzug des Abonnentenservice nach Zofingen konnten die Infrastrukturkosten gesenkt werden. Auch wenn sich der Markt stark negativ entwickelte, ist es *L'Hebdo* bemerkenswerterweise gelungen, seine Kiosk-Verkaufszahlen um 12 Prozent zu steigern, dies dank einem sehr kreativen Konzept mit regionalisierten Titelseiten. *TV8* konnte die verkaufte Auflage um 15 Prozent erhöhen, *L'illustré* steigerte die Kiosk-Verkäufe um 8 Prozent.

Neu gestartet hat Ringier im Juli den Geschäftsbereich «Entertainment, Elektronische Medien & Events», in welchem die bereits bestehenden Konzert-, Fernseh- und Radio-Aktivitäten gebündelt sind. Dazu gehört Radio *Energy Zürich*, bei dem eine lange Phase der rechtlichen Unsicherheit zu Ende gegangen ist. Durch den Erwerb und die Übertragung der UKW-Konzession von Music First Network darf Radio *Energy Zürich* weitersenden. Ringier will mit der Unit Entertainment eine führende Rolle im Schweizer Markt einnehmen und baut darum das Angebot kontinuierlich aus. So sind im vergangenen Jahr die Markenrechte an der Rose d'Or übernommen worden, einem der weltweit wichtigsten Festivals für die TV-Industrie, das 2010 sein 50-Jahr-Jubiläum feiert. Weiter hat Ringier gemeinsam mit der Deutschen Entertainment AG (DEAG) den Konzertveranstalter «The Classical Company» und zusammen mit Europas führendem Ticket-Vermarkter CTS Eventim die Schweizer Tochter EVENTIM CH gegründet.

Die New-Media-Aktivitäten werden inklusive dem Geschäftsgang der media swiss group in einem eigenen Kapitel auf Seite 123 kommentiert.

UMSATZ VERLAG SCHWEIZ UND DEUTSCHLAND*	2009	2008	Veränderung
	Mio. CHF	Mio. CHF	in %
VERTRIEBSERLÖSE	175.7	187.8	-6.5
ANZEIGENERLÖSE	167.1	223.0	-25.1
DIGITAL MEDIA ERLÖSE	103.7	133.0	-22.1
DEUTSCHLAND (Cicero/Monopol)	10.1	12.5	-18.8
BETTY BOSSI	45.1	46.1	-2.0
DIVERSES	47.2	4.1	1 049.0
TOTAL	548.9	606.5	-9.5%

* Umklassifizierung der Umsätze im Vergleich zum Vorjahr



Ringier Print Schweiz

UMSATZ	2009	2008	2007
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
SWISSPRINTERS GRUPPE			
Ringier Print Zofingen	176.8	197.9	197.1
Zollikofer	55.8	70.2	65.9
Imprimeries Réunies Lausanne	41.3	58.6	58.8
NZZ Fretz	21.2	27.6	32.4
Ringier Print Adligenswil	75.4	87.7	86.2
TOTAL	370.5	442.0	440.4

SWISSPRINTERS

Im Schweizer Druckmarkt existieren Kapazitätsüberhänge von ca. 35 Prozent. Bereinigungen sind unausweichlich und finden von Jahr zu Jahr statt. Schwerer als diese Verschiebung trifft der mit den Überkapazitäten einhergehende Margenzerfall die Swissprinters Gruppe, an der Ringier mit 58,8 Prozent Mehrheitseigentümerin ist. Dies alles sind Gründe, dass die Druckereien die Digitalisierung ihrer Betriebe verstärkt anstreben und so die Produktivität und Flexibilität des eigenen Angebots erhöhen.

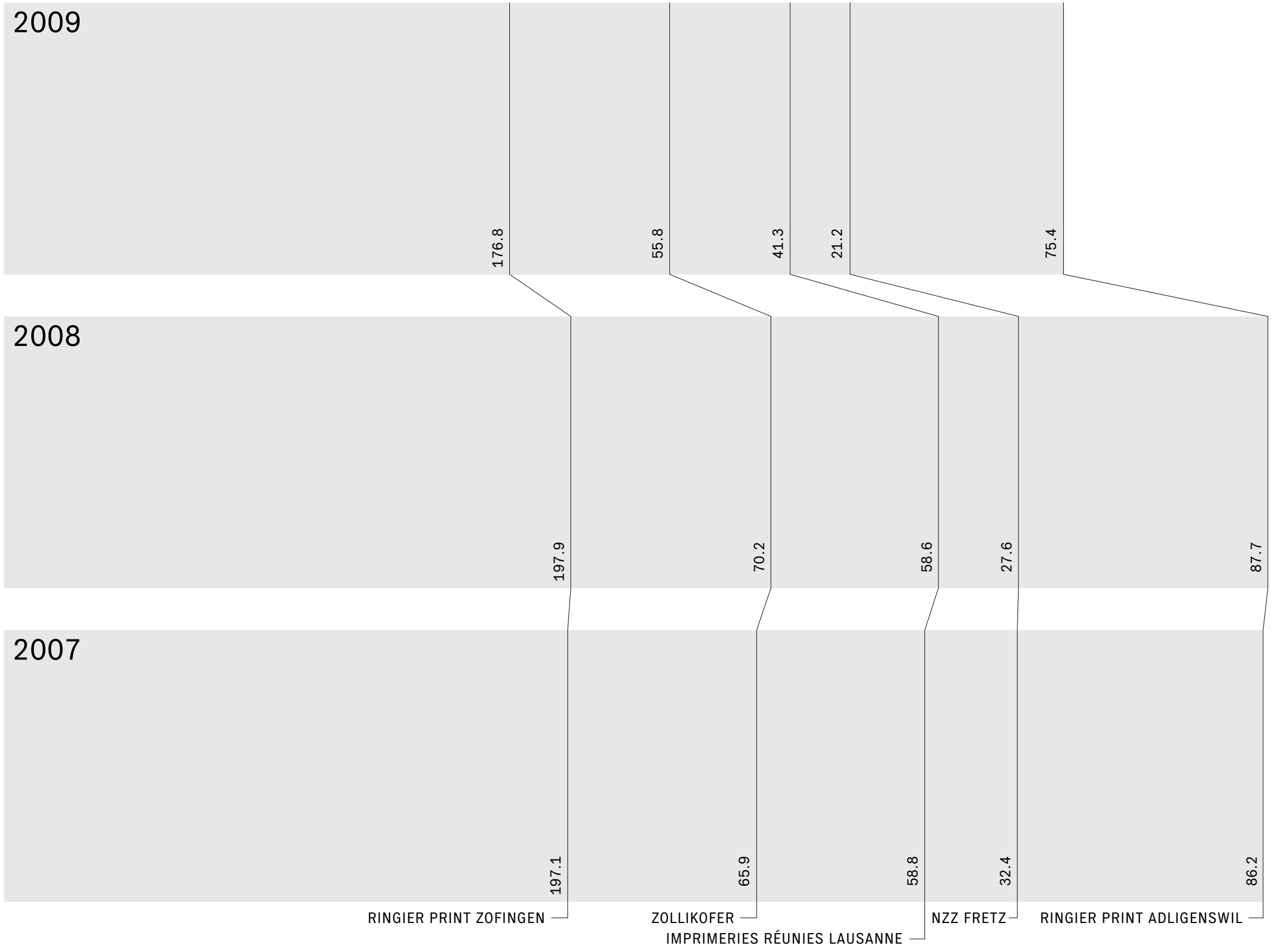
So ist auch der historische Entscheid zu verstehen, der letztes Jahr gefallen ist: Das Unternehmen steigt aus dem während mehreren Jahrzehnten engagiert geprägten und mitentwickelten Tiefdruck aus. Ringier Print Zofingen wird stattdessen vermehrt auf Rollenoffset produzieren.

Ende 2010 wird eine neue 72-Seiten-Rollenoffsetanlage in Betrieb genommen, die zwei 64-Seiten-Tiefdruckmaschinen ersetzt. Bei NZZ Fretz in Schlieren werden zudem eine Bogenoffsetmaschine und zwei 5-Farben-Maschinen durch eine neue 10-Farben-Bogenoffsetmaschine ersetzt.

Gedruckt wird weiterhin, denn Printprodukte sind nach wie vor sehr gefragt. Zusammen mit dem ausgebauten Service und dem Angebot von Gesamtlösungen haben Swissprinters, diese Druckereikooperation von Ringier, Edipresse und NZZ, deshalb eine produktive Zukunft vor sich.

RINGIER PRINT ADLIGENSWIL

Die Zeitungsdruckerei in Adligenswil hat 2009 termingerecht die neue Produktionsanlage in Betrieb genommen. Nach einer Laufzeit von zwei Jahren ist das Projekt Rollenwechsel somit erfolgreich abgeschlossen. Die neue Produktionsanlage gehört zum Modernsten, was weltweit im Zeitungsdruck anzutreffen ist. Ringier Adligenswil ist in der Lage, an einem einzigen Tag drei Millionen Zeitungen in variablen Formaten zu drucken und zu verarbeiten.


2009
176.8
55.8
41.3
21.2
75.4
2008
197.9
70.2
58.6
27.6
87.7
2007
197.1
65.9
58.8
32.4
86.2
RINGIER PRINT ZOFINGEN
ZOLLIKOFER
IMPRIMERIES RÉUNIES LAUSANNE
NZZ FRETZ
RINGIER PRINT ADLIGENSWIL

Ringier Print Schweiz

PRODUKTIONSLEISTUNG	2009	2008	2007	Veränderung
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF	in %
Umsatz	370.6	442.0	440.4	-16.2
davon Drittkunden	276.4	332.2	323.1	-16.8
davon eigene Verlage	94.2	109.9	117.3	-14.3
Wertschöpfung	199.8	229.8	244.1	-13.0
Personalkosten	132.5	146.5	164.3	-9.5

DRITTKUNDEN UMSATZ	2009	2008	2007
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
Druck Export	23.3	31.1	31.8
Druck Schweiz	238.6	283.3	274.6
Diverses	14.5	17.7	16.7
TOTAL	276.4	332.1	323.1

2009
23.3
238.6
14.5
2008
31.1
283.3
17.7
2007
31.8
274.6
16.7
DRUCK EXPORT
DRUCK SCHWEIZ
DIVERSES

Ringier Deutschland

BEVÖLKERUNG	82.3 MILLIONEN
INTERNET-PENETRATION	65.9%
BREITBAND-PENETRATION	23.8%
PRINTTITEL – VERKAUFTE AUFLAGE 2009	
CICERO	82 093
MONOPOL	35 000
MITARBEITER	44

Die beiden Produkte – *Cicero* und *Monopol* – sind auf gutem Wege und haben einige Erfolge verbuchen können.

Das Magazin *Cicero* hat auf dem Lesermarkt weiter zugelegt. *Cicero* konnte 2009 gerade unter den 27 in der LAE (Leseranalyse Entscheidungsträger) erfassten Titeln den grössten prozentualen Reichweitenzuwachs ausweisen. Gut verdaut ist der Wechsel des Chefredakteurs, Ringier Deutschland ist sicherlich eine spektakuläre Neubesetzung gelungen. Zusätzlich haben auch 2009 innovative Marketing- und Werbe-Formen von *Cicero* für europaweite Beachtung gesorgt. Um einen neuen Chefredakteur musste auch die Kunstzeitschrift *Monopol* besorgt sein.

Insgesamt bieten die beiden Publikationen im obersten Lesersegment äusserst gut positionierten Magazine eine interessante und attraktive Basis für einen weiteren Ausbau des Deutschland-Geschäfts der Ringier AG. Ein entsprechender Strategiefindungsprozess wird bis Mitte 2010 abgeschlossen sein.

Ringier Tschechien

	2009	2008	2007
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
VERTRIEBSERLÖSE	78.4	86.5	75.5
ANZEIGENERLÖSE	48.8	65.2	54.7
DRUCKERLÖSE	14.0	17.7	15.9
DIVERSES	6.4	12.2	7.0
TOTAL	147.6	181.5	153.1

BEVÖLKERUNG	10.21 MILLIONEN
INTERNET-PENETRATION	59%
BREITBAND-PENETRATION	12.9%
5 BESTVERKAUFTE PRINTTITEL 2009	
BLESK	412 238
NEDELNI BLESK	243 824
BLESK PRO ZENY	196 277
AHA!	107 807
REFLEX	61 765
3 FÜHRENDE WEBSITES MIT UNIQUE CLIENTS PRO MONAT	
BLESK.CZ	814 567
AHAONLINE.CZ	260 046
REFLEX.CZ	113 615
MITARBEITER	791

Im wirtschaftlich schwierigen 2009 ist es Ringier Tschechien gelungen, die Marktstellung zu behaupten und auch Ende Jahr die Nummer eins unter den Verlagshäusern Tschechiens zu sein, auch wenn die Werbeeinnahmen zurückgegangen und die meisten Auflagen leicht gesunken sind.

Sehr erfolgreich haben 2009 wiederum die Printtitel abgeschnitten. Die Wochenzeitschrift *Reflex*, bereits zum vierten Mal als beste Zeitschrift ausgezeichnet, hat an den Erfolg von 2008 angeknüpft und die Leserzahlen um 20 Prozent auf 61 765 gesteigert. Die Boulevardzeitung für die Frau, *Blesk pro Zeny*, ist ebenfalls gewachsen und legte bei den Lesern um 5 Prozent zu. *Blesk* bleibt mit einer Auflage von 412 238 Exemplaren die meistgelesene Zeitung Tschechiens.

Der Erfolg von *Blesk* spiegelt sich auch im Online-Auftritt wider: *blesk.cz* verzeichnete 2009 durchschnittlich 814 567 Unique Clients, was einer Steigerung von 27 Prozent gegenüber 2008 entspricht. Das Newsportal erhielt eine Rubrik für Männer und erfuhr im Herbst einen Relaunch. Mit *bleskprozeny.cz* hat Ringier Tschechien zudem ein Portal für Frauen lanciert.

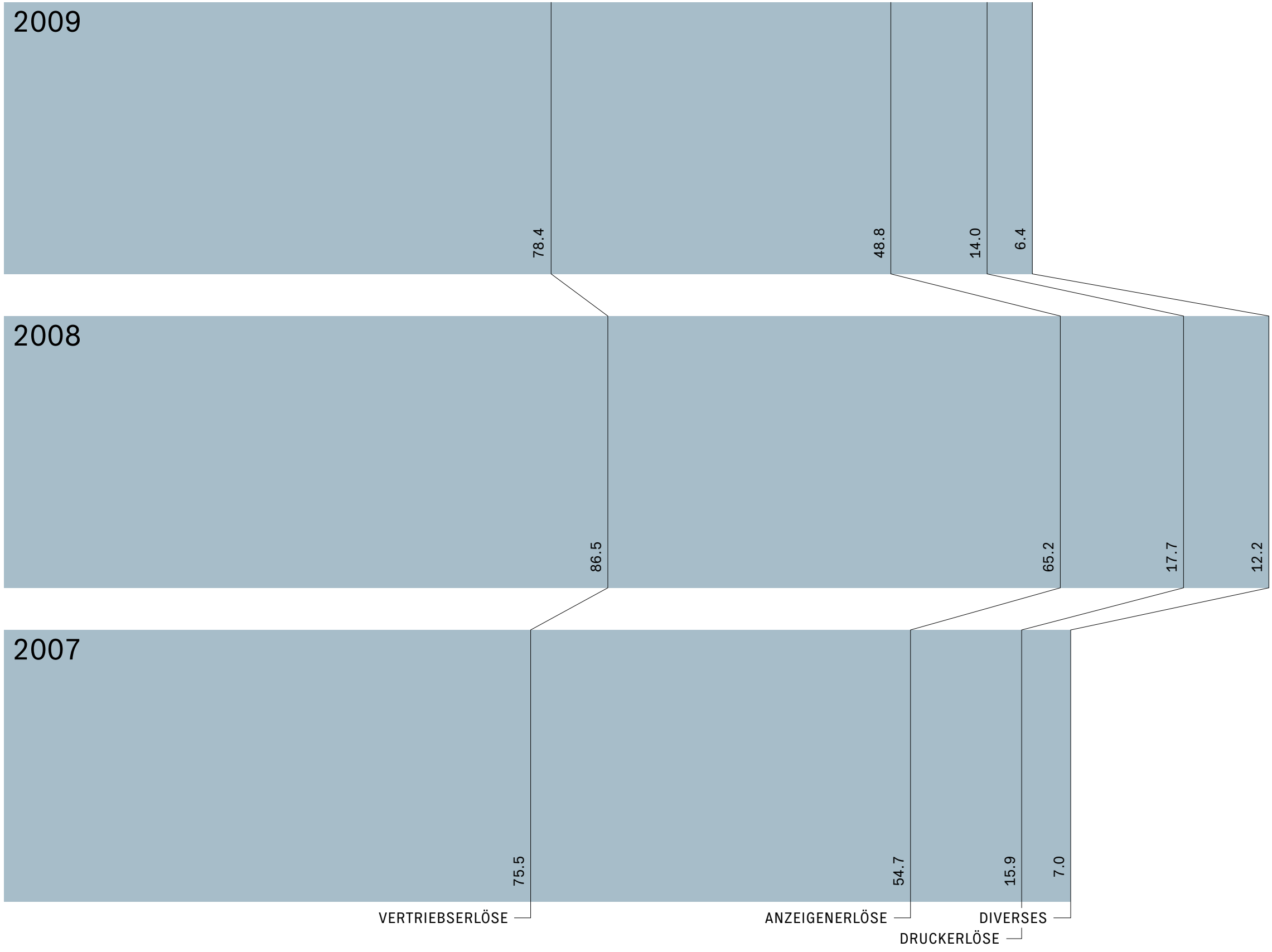
Trotz wirtschaftlich schwierigen Zeiten hat sich Ringier Tschechien seiner Verantwortung gegenüber Gesellschaft und Umwelt angenommen. Das Wohltätigkeitsprojekt zugunsten von kranken und behinderten Kindern, «Blesk — A Heart for Children», ist im zweiten Jahr nach der Gründung erfolgreich weitergeführt worden. Zudem ist Ringier Tschechien dem «Green Company»-Projekt beigetreten, das sich für die fachgerechte Rezyklierung und Entsorgung von ausgedienten elektronischen Geräten und Batterien einsetzt.

RINGIER PRINT OSTRAVA

Der Markt erwies sich als schwierig, insbesondere im Bereich Kundendruck. Die breite Vielfalt an produzierten Printprodukten erwies sich als Vorteil. Trotzdem war ein konsequentes Kostenmanagement nötig. Die vorübergehend inaktive Geschäftseinheit Ringier Print s.r.o. wurde mit dem Verlagshaus Ringier CR zusammengeführt.

RINGIER PRINT PRAG

Der Fokus im vergangenen Jahr lag bei der Zeitungsdruckerei auf der weiteren Effizienzsteigerung in der Schlussverarbeitung und auf dem Abbau von Überzeit. Die beschlossenen Massnahmen zur Kosteneinsparung hatten einen Rückgang des Personalbestands zur Folge, der durch natürliche Abgänge realisiert werden konnte. Diese Massnahmen trugen dazu bei, die bei allen Printtiteln schwindenden Auflagenzahlen wettzumachen.


2009
78.4
48.8
14.0
6.4
2008
86.5
65.2
17.7
12.2
2007
75.5
54.7
15.9
7.0
VERTRIEBSERLÖSE
ANZEIGENERLÖSE
DIVERSES
DRUCKERLÖSE

Ringier Slowakei

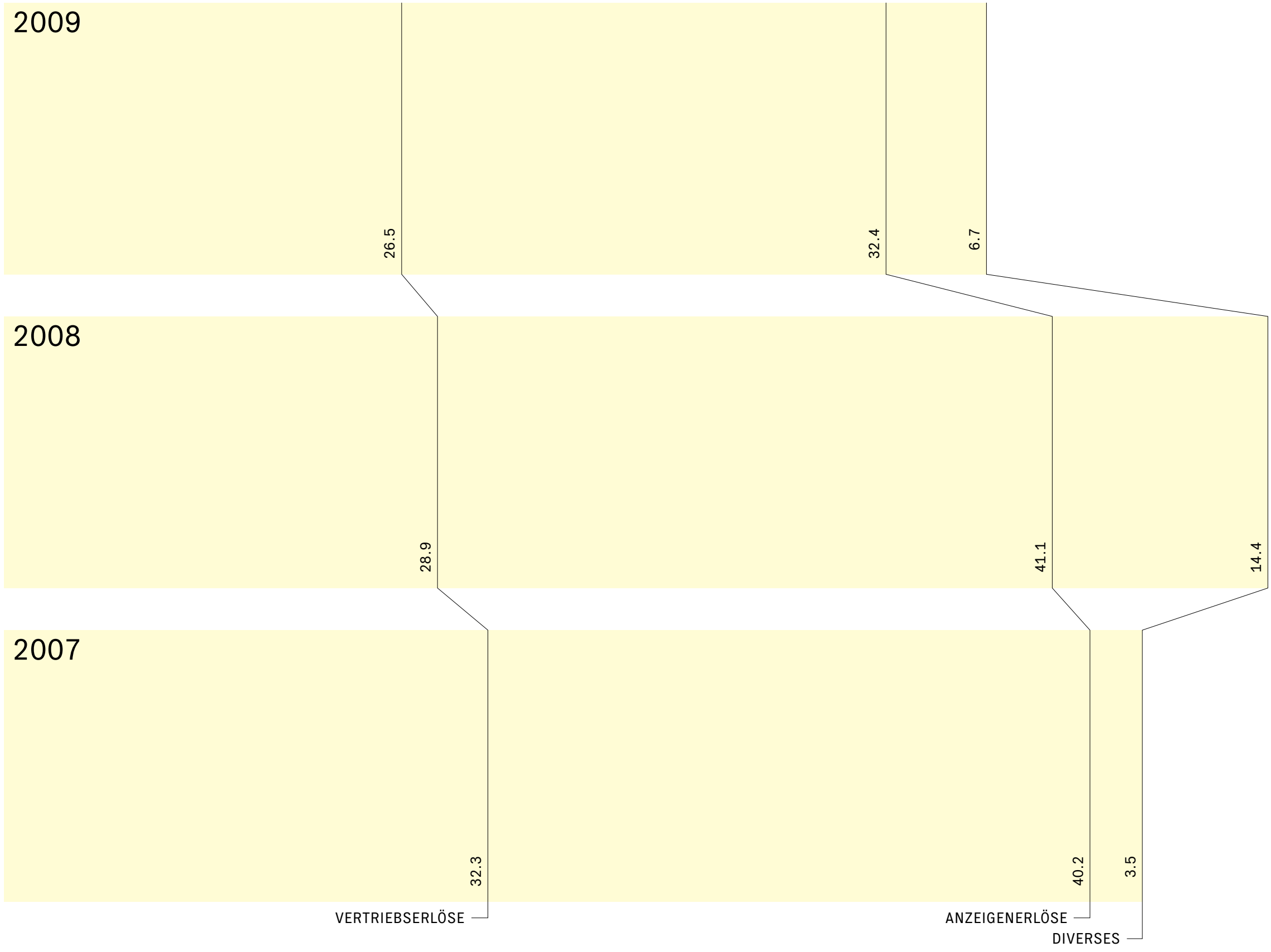
	2009	2008	2007
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
VERTRIEBSERLÖSE	26.5	28.9	32.3
ANZEIGENERLÖSE	32.4	41.1	40.2
DIVERSES	6.7	14.4	3.5
TOTAL	65.6	84.4	76.0

BEVÖLKERUNG	5.46 MILLIONEN
INTERNET-PENETRATION	65.3%
BREITBAND-PENETRATION	8.7%
5 BESTVERKAUFTE PRINTTITEL 2009	
NOVÝ ČAS PRE ŽENY	196 022
NOVÝ ČAS	150 704
ŽIVOT	113 490
EVA	67 044
NOVÝ ČAS BÝVANIE	54 553
3 FÜHRENDE WEBSITES MIT UNIQUE CLIENTS PRO MONAT	
CAS.SK	555 846
LESK.SK	237 875
ADAM.SK	130 044
MITARBEITER	311

Ringier Slowakei hatte 2009 wie alle Medienunternehmen mit sinkenden Werbeeinnahmen und dem strukturellen Wandel in der Mediennutzung zu kämpfen. Trotzdem hat Ringier die Stellung als Marktleader erfolgreich verteidigt. Das ist nicht zuletzt dank dem ausgewogenen Portfolio gelungen, das praktisch alle relevanten Gesellschaftsgruppen abdeckt.

Die Frauenzeitschrift *Rebecca* ist als *Madam Eva* neu lanciert worden. Sie ergänzt das bereits bestehende Magazin *Eva* und spricht die Zielgruppe 35+ an. Die ersten Zahlen zeigen ein positives Bild. Der Start ist mit rund 30 000 verkauften Exemplaren im ersten Monat geglückt. Die Tageszeitung *Nový Čas* hat mit *Nový Čas Zdravie* eine neue, wöchentlich erscheinende Beilage zu den Themen Gesundheit und Wellness erhalten.

Die Auflagenzahlen der Zeitungen und Zeitschriften waren leicht rückläufig, nicht aber die Besucherzahlen der Onlineportale. *Cas.sk* registriert durchschnittlich knapp 556 000 Unique Clients pro Monat. Das entspricht einer Steigerung gegenüber 2008 um 56 Prozent. Das Frauenportal *lesk.sk* sowie das Männerportal *adam.sk* sind komplett überarbeitet, und beide haben ebenfalls eine Steigerung der Clients verzeichnet, *adam.sk* um knapp 36 Prozent. Neue Wege geht Ringier Slowakei beim Portal *vas.cas.sk*, das seine Inhalte ausschliesslich von den Lesern bezieht, also vollumfänglich auf User Generated Content setzt. Der Start war erfolgreich, im Oktober hat das neue Portal bereits 150 000 Besucher ausgewiesen. Auf positive Resonanz bei den Medienkonsumenten sind zudem die ersten Schritte in das Gebiet des Mobile Content gestossen.
Damit hat sich Ringier in der Slowakei 2009 ganz im Sinne der Konzernstrategie auf die starken Marken konzentriert und die digitalen Auftritte ausgebaut.


2009
26.5
32.4
6.7
2008
28.9
41.1
14.4
2007
32.3
40.2
3.5
VERTRIEBSERLÖSE
ANZEIGENERLÖSE
DIVERSES

Ringier Ungarn

	2009	2008	2007
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
VERTRIEBSERLÖSE	55.3	61.9	65.0
ANZEIGENERLÖSE	31.6	48.1	45.3
DRUCKERLÖSE	6.2	6.2	5.1
DIVERSES	14.9	19.5	15.2
TOTAL	108.0	135.7	130.6

BEVÖLKERUNG	9.9 MILLIONEN
INTERNET-PENETRATION	59.3%
BREITBAND-PENETRATION	11.8%
5 BESTVERKAUFTE PRINTTITEL 2009	
BLIKK	206 245
BLIKK NÖK	130 020
NÉPSZABADSÁG	90 978
HOT!	85 343
NEMZETI SPORT	71 215
3 FÜHRENDE WEBSITES MIT UNIQUE CLIENTS PRO MONAT	
BLIKK.HU	573 389
NEMZETISPORT.HU	380 969
NOL.HU	510 694
MITARBEITER	
RINGIER (INKLUSIVE EUROMEDIA)	462
NÉPSZABADSÁG	230
MÉDIALOG	862
TOTAL	1 554

Der wirtschaftliche Abschwung traf Ungarn härter als viele andere Länder, mit grossen Auswirkungen auf Ringier Ungarn. Dennoch hat Ringier von der Bauer Medien Gruppe sämtliche Anteile am Euromedia Joint Venture übernommen, die Zeitschriftensparte restrukturiert und deren Profitabilität im vierten Quartal zurück auf Vorjahresniveau geführt.

Bei den Boulevardtiteln liegt Ringiers *Blikk* unangefochten auf Platz eins, erreicht er doch durchschnittlich 1,1 Millionen Leser pro Tag. Die Auflage erlebte zwar gegenüber dem Vorjahr einen leichten Rückgang, dennoch ist sie mit 206 245 Exemplaren mehr als doppelt so hoch wie diejenige der zweitgrössten Tageszeitung des Landes.

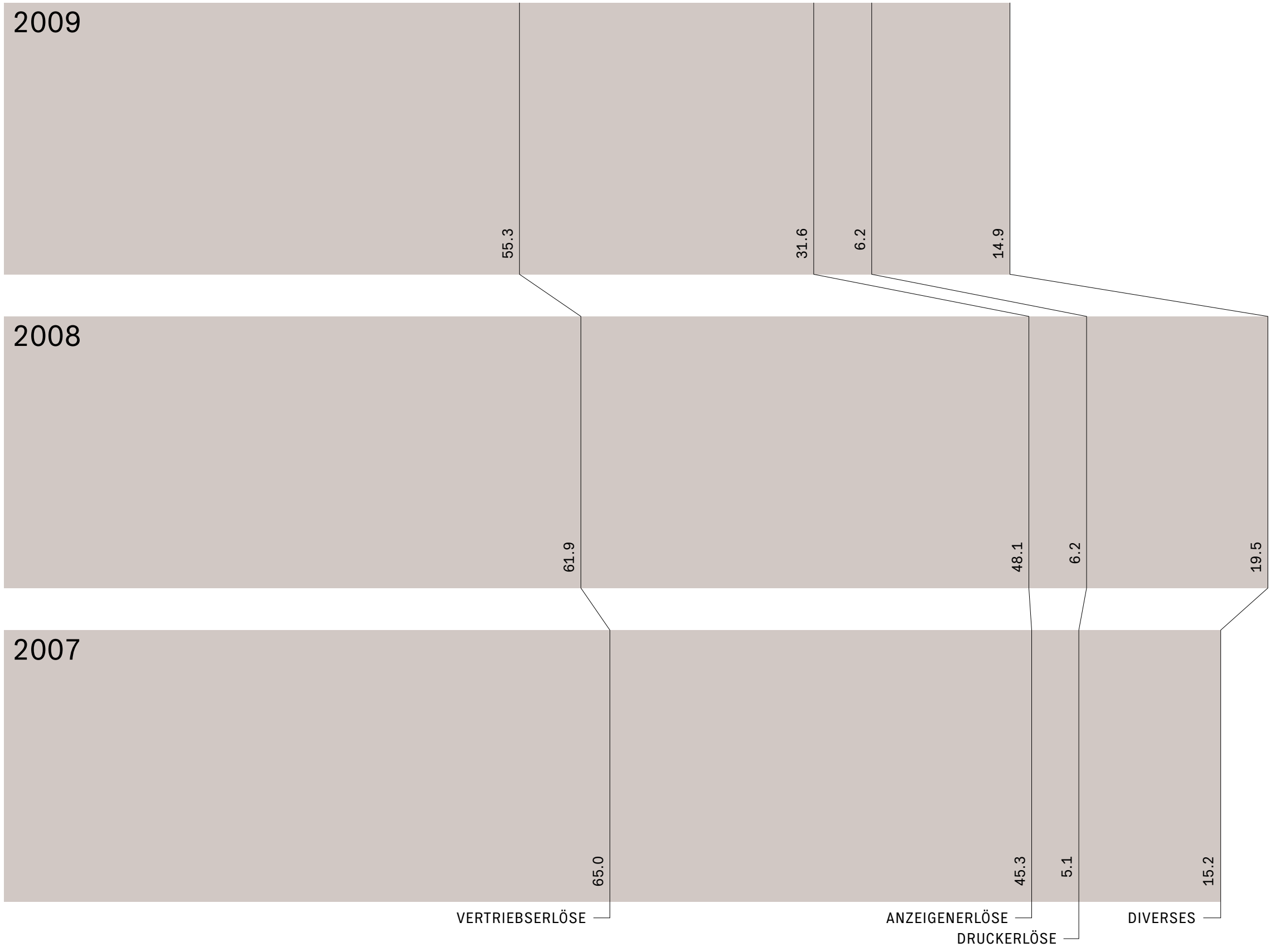
Führend ist Ringier Ungarn auch in den Bereichen Sport und Jugend. Die Sportzeitung *Nemzeti Sport* ist mit dem monatlich erscheinenden *Nemzeti Sport Magazine* ergänzt worden. Die Wochenzeitschrift für Frauen, *Blikk Nök,* ist um die beiden Produkte *Blikk Nök Konyha* (Rezepte) und *Blikk Nök – Otthon & Kert* (Haus und Garten) erweitert worden. Die Auflage von *Blikk Nök* registrierte im Dezember mit 140 077 Exemplaren gar eine leichte Steigerung.

Népszabadság hat 2009 erneut einen Auflagenrückgang hinnehmen müssen, der mit den eingeleiteten Restrukturierungsmassnahmen gestoppt werden soll. Dafür hat *Népszabadság Online* mit doppelt so hohen Besucherzahlen wie im Vorjahr, wie auch *blikk.hu* und *nemzetisport.hu*, bei den Besucherzahlen zulegen können. *Blikk.hu* gehört mit monatlich durchschnittlich 573 389 Unique Clients zu den führenden Newsportalen Ungarns. Mit *neon.hu* und *pink.hu*, beide 2009 lanciert, hat Ringier ein neues Jugend- respektive Frauenportal gegründet und damit die Präsenz im Internet weiter verstärkt.

Ringier Ungarn engagiert sich stark für Gesellschaft und Umwelt und ist das erste Medienunternehmen, das einen Corporate-Social-Responsibility-Bericht veröffentlicht hat. Dieser orientiert sich an den Standards der international anerkannten Global Reporting Initiative GRI.

RINGIER PRINT BUDAPEST

Die Zeitungsdruckerei in Budapest kann auf ein erfolgreiches Jahr zurückblicken. Die Marktposition konnte dank einer markanten Steigerung im Kundendruckbereich verbessert werden.


2009
55.3
31.6
6.2
14.9
2008
61.9
48.1
6.2
19.5
2007
65.0
45.3
5.1
15.2
VERTRIEBSERLÖSE
ANZEIGENERLÖSE
DRUCKERLÖSE
DIVERSES

Ringier Rumänien

	2009	2008	2007
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
VERTRIEBSERLÖSE	16.7	23.1	37.3
ANZEIGENERLÖSE	12.6	33.9	43.1
DRUCKERLÖSE	0.7	1.0	1.4
DIVERSES	5.3	3.5	2.5
TOTAL	35.3	61.5	84.3

BEVÖLKERUNG	21.5 MILLIONEN
INTERNET-PENETRATION	38%
BREITBAND-PENETRATION	24%
5 BESTVERKAUFTE PRINTTITEL 2009	
LIBERTATEA	185 529
EVENIMENTUL ZILEI	34 282
CAPITAL	19 714
UNICA	28 021
LIBERTATEA PENTRU FEMEI	100 853
3 FÜHRENDE WEBSITES MIT UNIQUE CLIENTS PRO MONAT	
LIBERTATEA.RO	1 260 916
EVZ.RO	977 595
CAPITAL.RO	403 887
MITARBEITER	634

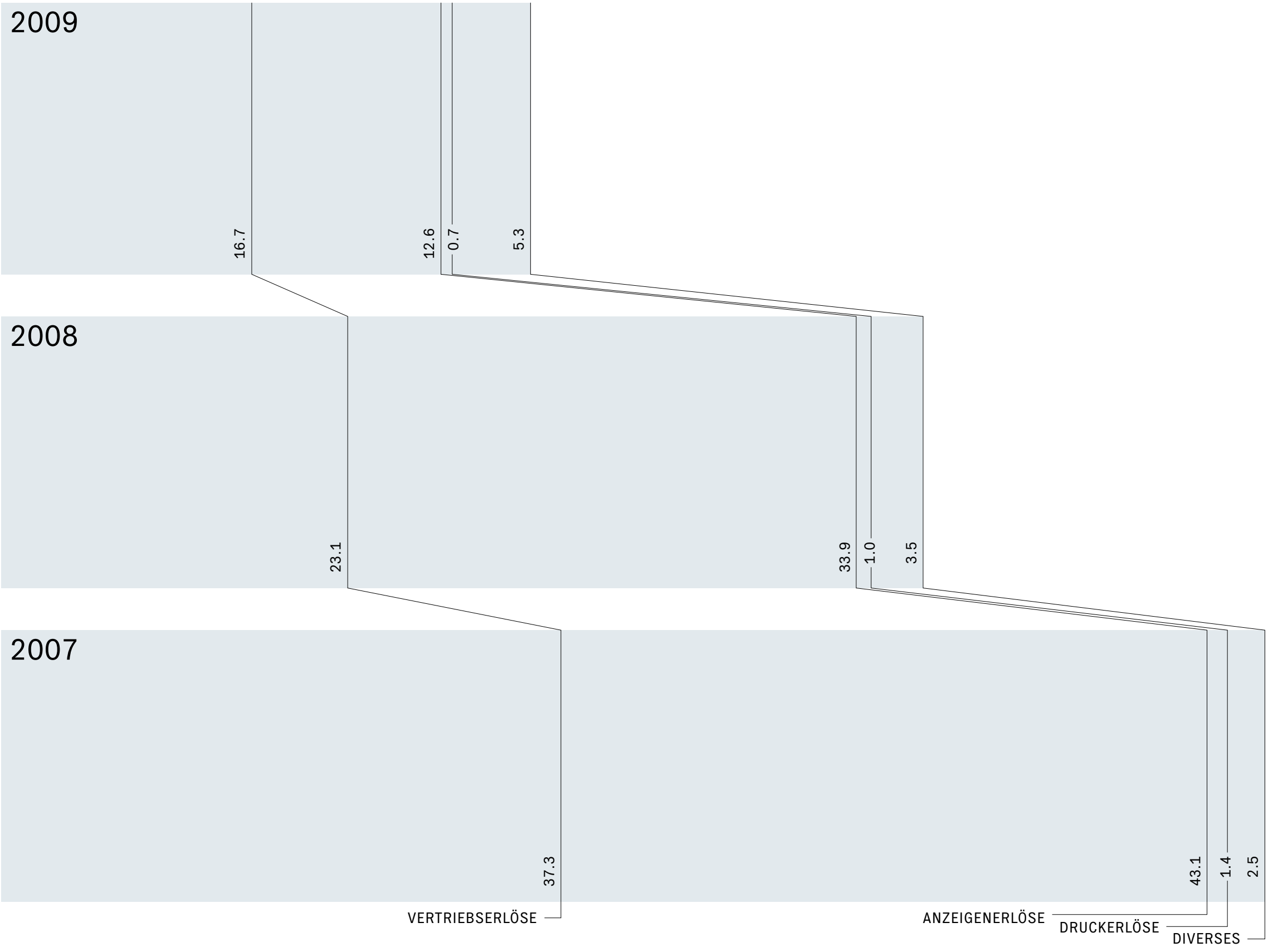
Der rumänische Print-Werbemarkt ist 2009 innerhalb von kurzer Zeit um rund 70 Prozent eingebrochen – mit entsprechenden Auswirkungen auf Ringier Rumänien, dessen Gesamtertrag zu 90 Prozent von Anzeigen- und Auflagenverkäufen abhängig ist. Mehr als die Hälfte der kalkulierten Einnahmen sind verlorengegangen, die Auflagenzahlen der Printtitel gesunken. Daran hat auch der Relaunch der Tageszeitung *Libertatea* und der Frauenzeitschrift *Libertatea pentru femei* nichts zu ändern vermocht.

Als Folge hat sich Ringier Rumänien ein rigides Sparprogramm auferlegt, in dessen Zuge auch die Gratiszeitung *Compact* geschlossen worden ist. Die Restrukturierungsmassnahmen wirken bis ins Jahr 2010 nach und haben im Februar als Folge weiterer Kosteneinsparungen zum Verkauf der Tageszeitung *Evenimentul Zilei* und des Wirtschaftswochentitels *Capital* sowie zur Einstellung des Magazins *DIVA* geführt.

Termingerecht ist im Frühling in Bukarest eine moderne Druckerei eingeweiht worden. 2009 hat das Internet bei den rumänischen Medienkonsumenten stark an Beliebtheit gewonnen, was sich an den gestiegenen Besucherzahlen eindrücklich zeigt: *libertatea.ro* verzeichnete pro Monat über 1,26 Millionen Unique Clients, was einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr um gut 82 Prozent entspricht. Auch die anderen grossen Portale von Ringier haben markant zugelegt. Dieser Trend ist auf die Schaffung des Online-Bereichs zurückzuführen. Als erstes grosses Projekt hatte die Online-Division das Portal der Frauenzeitschrift *Unica*, *unica.ro*, erfolgreich lanciert, seither sind die Besucherzahlen 2009 gegenüber dem Vorjahr um 64,5 Prozent gestiegen.

RINGIER PRINT BUKAREST

Der Höhepunkt des Jahres bestand eindeutig in der Fertigstellung der neuen Druckerei in Bukarest, die dem ausserordentlichen Einsatz aller Angestellten und Partner zu verdanken ist. Gekrönt wurde dieser Meilenstein durch die erfolgreiche Betriebsaufnahme im Mai 2009, infolge welcher die neue Druckerei die Produktion der Tageszeitungen *Libertatea* und *Evenimentul Zilei* sowie der Wochenzeitschrift *Capital* von der alten Druckerei und Drittparteien übernehmen konnte.


2009
16.7
12.6
0.7
5.3
2008
23.1
33.9
1.0
3.5
2007
37.3
43.1
1.4
2.5
VERTRIEBSERLÖSE
ANZEIGENERLÖSE
DRUCKERLÖSE
DIVERSES

Ringier Serbien

	2009	2008	2007
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
VERTRIEBSERLÖSE	26.4	28.2	24.8
ANZEIGENERLÖSE	24.9	30.3	33.2
DRUCKERLÖSE	0.5	0.6	1.7
DIVERSES	10.5	4.2	2.0
TOTAL	62.3	63.3	61.7

BEVÖLKERUNG	7.34 MILLIONEN
INTERNET-PENETRATION	36.7%
BREITBAND-PENETRATION	22.9%
5 BESTVERKAUFTE PRINTTITEL 2009	
BLIC ZENA	201 463
BLIC	152 199
24SATA	155 000
ALO!	78 952
PULS	68 406
3 FÜHRENDE WEBSITES MIT UNIQUE CLIENTS PRO MONAT	
BLIC.RS	1 489 529
ALO.RS	188 353
24SATA.RS	121 328
MITARBEITER	477

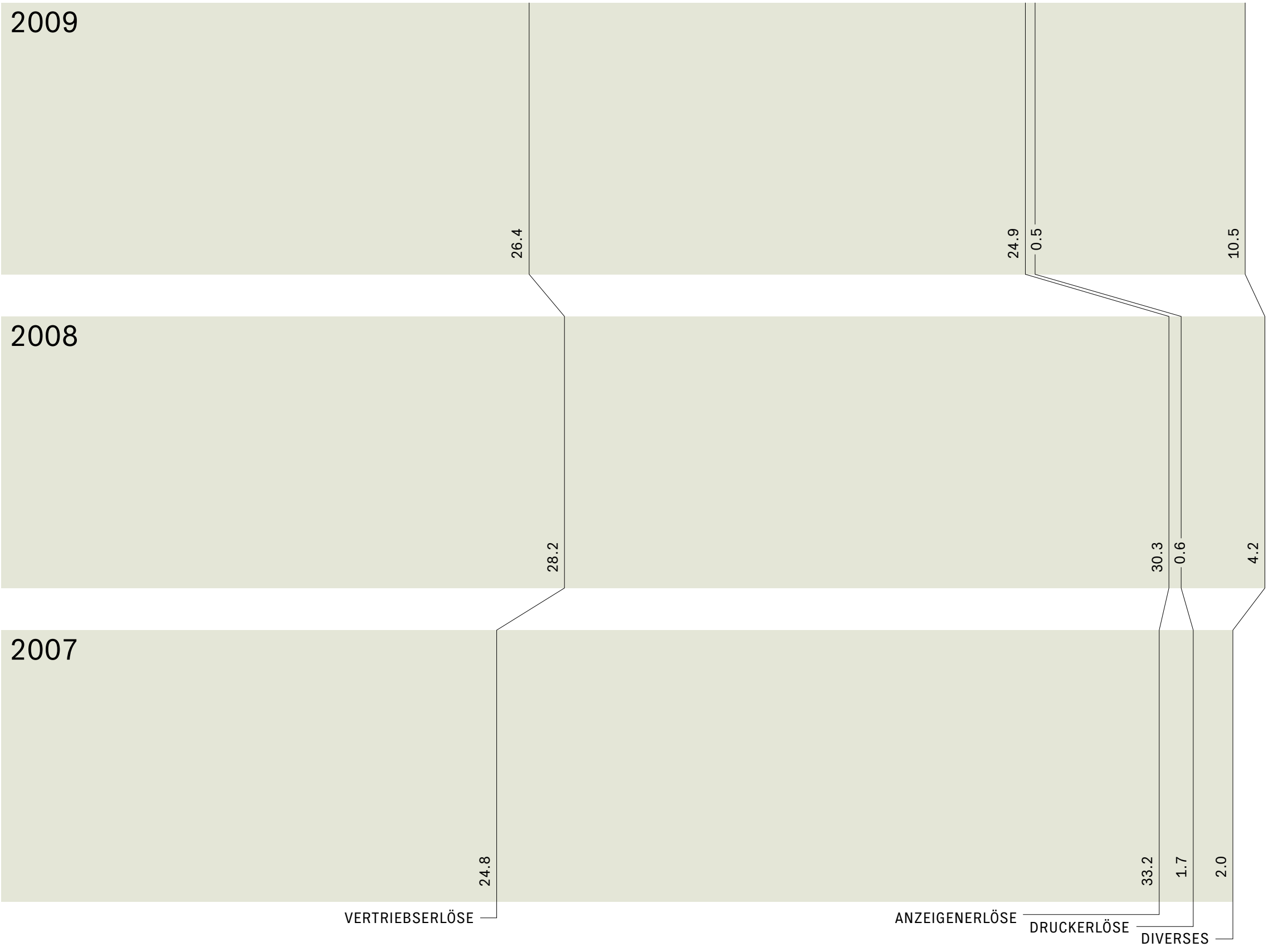
Ringier Serbien hat im letzten Geschäftsjahr seine Position als Verlagshaus Nummer eins verteidigt und sich dabei vor allem auf das Kerngebiet fokussiert. Zum erfolgreichen Portfolio, bestehend aus den Boulevardzeitungen *BLIC* und *ALO!*, der Gratiszeitung *24sata, BLIC Zena* für die Frau, *Puls* und der Sonntagsausgabe von *BLIC,* ist 2009 das Magazin *NIN* hinzugekommen. Ringier hat das zweitälteste Presseerzeugnis Serbiens vom Staat erworben. Das 1935 gegründete Magazin ist ein politisches Blatt mit grossem Einfluss und hat nach einem Relaunch die Auflage vergrössert, Tendenz weiter steigend.

BLIC musste einen minimalen Rückgang der Auflage hinnehmen, ist mit seinen 152 199 verkauften Exemplaren aber nach wie vor die meistgelesene Zeitung im Land. *ALO!* hat von Broadsheet- auf Tabloidformat umgestellt, was eine sofortige Auflagensteigerung zur Folge hatte. Die Gratiszeitung *24sata* konnte ebenfalls eine Auflagensteigerung verzeichnen und beendete das Jahr als eine der wenigen rentablen Gratiszeitungen in Europa.

Auch in Serbien hat die Nutzung der Onlinemedien zugenommen. Bei *alo.rs* haben sich die Unique Clients beinahe verdreifacht. *Blic.rs* ist um das Frauenportal *zena.blic.rs* erweitert worden und verzeichnet einen Besucheranstieg auf 1,48 Millionen Unique Clients. Damit gehört die Website zu den meistbesuchten Serbiens; sie steht an erster Stelle, was die Seitenabrufe und an zweiter, was die Seitenbesuche angeht. Von der «Webfest Jury» ist sie gar als bestes Newsportal der Region ausgezeichnet worden. Auf diesen Erfolg hin hat Ringier im Dezember das Portal neu lanciert und will so, der Konzernstrategie entsprechend, noch besser für die digitale Zukunft gewappnet sein.

APM PRINT BELGRAD

Die Druckerei APM Print in Belgrad ist aus Kapazitätsgründen nach wie vor nicht in der Lage, ihre Titel *BLIC, ALO!* und *24sata* selbst zu drucken. Es wurde entschieden, die bestehende Druckerei anstelle eines Neubaus zu modernisieren. Die Pläne werden gegenwärtig überprüft.


2009
26.4
24.9
0.5
10.5
2008
28.2
30.3
0.6
4.2
2007
24.8
33.2
1.7
2.0
VERTRIEBSERLÖSE
ANZEIGENERLÖSE
DRUCKERLÖSE
DIVERSES

Ringier Pacific

BEVÖLKERUNG	1.338 MILLIARDEN
INTERNET-PENETRATION	29.6%
BREITBAND-PENETRATION	8%
PRINTTITEL VERKAUFTE AUFLAGE 2009	
BETTY'S KITCHEN	395 000
CAAC	320 000
CITY WEEKEND	107 200
WEBSITES MIT UNIQUE CLIENTS PRO TAG	
CITYWEEK.CN	17 500
BETTY'S KITCHEN	50 000
MITARBEITER	521

RINGIER CHINA

Aufgrund eines dramatischen Einbruchs im Print-Werbemarkt im ersten Quartal 2009 ergriff Ringier China Restrukturierungsmassnahmen. Die Betriebsverträge für das wöchentlich erscheinende Frauenmagazin *Xinmin Bella* sowie das Bordmagazin *Oriental Sky* sind veräussert worden. Der Markt begann sich in der zweiten Jahreshälfte zu erholen.

Das englischsprachige Ausgehmagazin für Shanghai und Peking *City Weekend* vermochte während des ganzen Jahres Marktanteile dazuzugewinnen. Mit einer neuen Zusammenarbeit mit *Shanghai Family*, einer Ergänzung zu *Parents and Kids*, verstärkte Ringier die Marktabdeckung im Bereich Publikationen für in Shanghai lebende Ausländer, insbesondere Eltern. Die digitale Plattform von *City Weekend, cityweekend.com.cn,* verzeichnete weiteres Wachstum und lancierte die neue mobile Plattform *cityfu.com.*

Das Bordmagazin *CAAC/Asia Inflight* schrieb zwar tiefere Zahlen als 2008, erzielte aber dennoch eine gute Performance dank der hohen Nachfrage nach Luxusgütern. In diesem Werbesegment ist das Magazin der unangefochtene Marktleader.

Der Online-Auftritt von *Betty's Kitchen* ist seit 2009 überarbeitet und mit einem Shop versehen worden, über den Küchengeräte von *Betty Bossi* aus der Schweiz verkauft werden – mit unerwartetem Erfolg. Das klein angelegte Experiment hat schon nach kurzer Zeit alle Prognosen weit übertroffen und wird ab 2010 auch lokal hergestellte Produkte anbieten.

2009 war auch für Ringier Trade Media ein ereignisreiches Jahr. Für den Nahen Osten wurden erfolgreich drei Fachmagazine lanciert; sie werden in Dubai herausgegeben. Nach dem geglückten Start hatten alle drei Magazine mit Verlusten zu kämpfen, aber sowohl die Konferenzabteilung als auch die zentrale Website *industrysourcing.com* konnten ein Ertragswachstum von 40 Prozent verzeichnen. Die Geschäfte mit multinationalen Kunden aus Hongkong und lokalen Unternehmen in Taiwan sind geschrumpft. Trotzdem verspricht der chinesische Markt weiterhin zweistellige Wachstumsraten.

RINGIER PRINT HONGKONG

Der Magazinmarkt in Hongkong blieb aufgrund nach wie vor rückläufiger Werbeeinnahmen herausfordernd. Allerdings machten sich im dritten und vierten Quartal Anzeichen einer Stabilisierung und von Wachstum bemerkbar. Ringier Print Hongkong hat die Gelegenheit ergriffen, um sich strategisch und finanziell neu auf den Kernmarkt und seine Schlüsselkunden auszurichten. Die Aufrüstung der Druckerei und der Anlagen wurde konkret ins Auge gefasst und wird im nächsten Jahr umgesetzt.

BEVÖLKERUNG	88.6 MILLIONEN
INTERNET-PENETRATION	24.8%
BREITBAND-PENETRATION	2.9%
PRINTTITEL VERKAUFTE AUFLAGE 2009	
THOI TRANG TRE	80 000
BEP GIA DINH	45 000
MITARBEITER	34

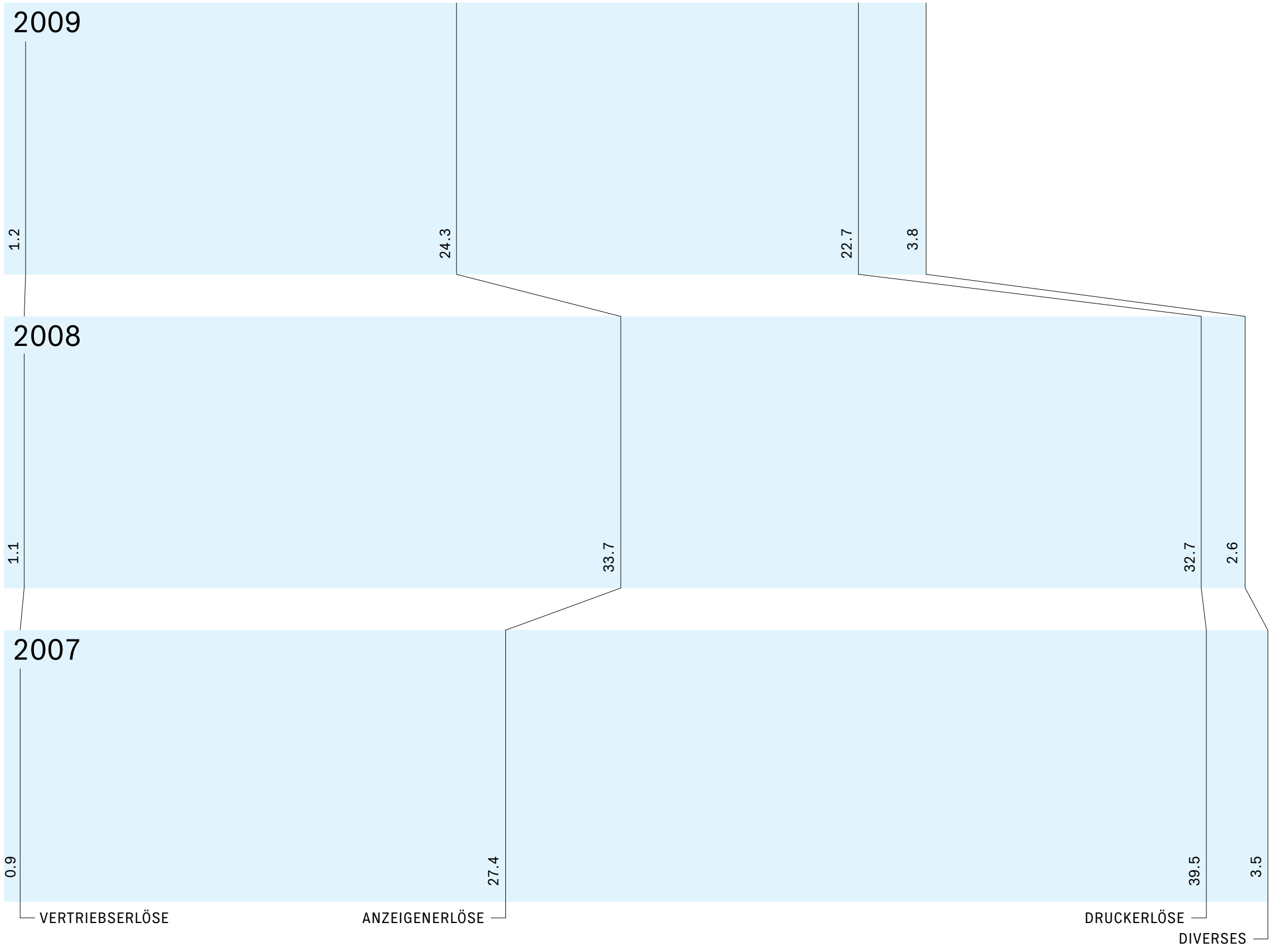
RINGIER VIETNAM

Hauptpfeiler des Geschäfts in Vietnam ist bisher das Modemagazin *Thoi Trang Tre* gewesen, das aktuell rund 90 Prozent des Umsatzes ausmacht. 2009 ist nach schweizerischem und chinesischem Vorbild das Koch- und Rezeptmagazin *Bep Gia Dinh* hinzugekommen. Im Übrigen nutzte Ringier das Jahr, um Vorbereitungen für rapides Wachstum zu treffen, angefangen bei einem Joint Venture für digitale Produkte mit der Ringier Tochter media swiss group, woraus die Lancierung eines Onlineportals für Immobilien, *Mua Ban Nha Dat,* resultierte. Das Portal wird mit einem regionalen Printmagazin ergänzt und durch weitere Special-Interest-Seiten ausgebaut werden. Zudem konnten in Bezug auf die Einführung internationaler Titel in Vietnam bedeutende Fortschritte verzeichnet werden.

Mit der Dariu Foundation betreibt Ringier in Vietnam seit einigen Jahren eine Stiftung, die sich mit der Vergabe von Mikrokrediten einen Namen gemacht hat. Die Dariu Foundation ist im letzten Jahr nicht zufällig zum dritten Mal in Folge mit einem angesehenen Preis als eine der besten Mikrofinanz-Institutionen des Landes ausgezeichnet worden. Getreu dem Motto «Investment in Education» baut die Dariu Foundation Schulhäuser, unterstützt jährlich über tausend Kinder finanziell, damit sie die Schule besuchen können, und vergibt Mikrokredite an bedürftige Familien. Inzwischen profitieren über 12 000 Familien von den Programmen der Dariu Foundation, in zwei Jahren sollen es bereits 20 000 Familien sein.

Ringier Pacific

	2009	2008	2007
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
VERTRIEBSERLÖSE	1.2	1.1	0.9
ANZEIGENERLÖSE	24.3	33.7	27.4
DRUCKERLÖSE	22.7	32.7	39.5
DIVERSES	3.8	2.6	3.5
TOTAL	52.0	70.1	71.3
nicht konsolidierter Umsatz in Vietnam	1.4	1.4	1.3


2009
1.2
24.3
22.7
3.8
2008
1.1
33.7
32.7
2.6
2007
0.9
27.4
39.5
3.5
VERTRIEBSERLÖSE
ANZEIGENERLÖSE
DRUCKERLÖSE
DIVERSES

SCHWEIZ

Durch den Erwerb von 100 Prozent der anibis sàrl, Betreiber des in der Romandie führenden Kleinanzeigen-Portals *anibis.ch*, baute media swiss ag ihre digitalen Marktplätze weiter aus. Auch die Ausweitung des Aktionsradius auf weitere Länder schritt voran. Unter anderem kamen durch Übernahme einer 70-Prozent-Mehrheit an der kroatischen Firma Foto Nekretnine d.o.o., einem Anbieter von Immobilienplattformen, Kroatien und Serbien hinzu. In Vietnam erwarb media swiss ag eine 70-Prozent-Mehrheit an der Nhat Viet Group, einem Software-Entwickler für Online-Applikationen.

Previon, führender Anbieter von Lösungen im Informations-Management, übernahm im Juli die Software-Produktionsfirma e-nvention aus Luzern. Durch den Zusammenschluss entstand ein starker Technologie-Dienstleister im Medien- und Kommunikationsbereich.

Mit dem Erwerb von 100 Prozent der Rechte am Rose d'Or Festival verstärkte Ringier sein Engagement im Bereich Entertainment. Die Rose d'Or gehört weltweit zu den Highlights der Fernsehunterhaltung; in den vergangenen Jahren entwickelte sich das Festival zunehmend auch zu einem globalen Forum für Entscheidungsträger der Medienbranche.

Im November 2009 konnte Radio *Energy Zürich* von der Musik First Network eine Konzession für den UKW-Sendebetrieb im Grossraum Zürich (Region 24) erwerben. Der Übertragung der einen von ursprünglich zwei der Music First Network zugesprochenen Konzessionen auf Radio *Energy Zürich*, stimmte das UVEK* Anfang Januar 2010 zu. Im Sinne der konsequenten Digitalisierung seiner Angebote beteiligte sich Ringier 2009 an der Betreibergesellschaft Swiss Media Cast AG und verbreitet das Programm von Radio *Energy Zürich* seit Oktober überregional im DAB+ Format.

* Bundesamt für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation

Addictive Productions AG, Zürich	100%
Bolero Zeitschriftenverlag AG, Zürich	100%
Geschenkidee.ch GmbH, Opfikon	100%
Original SA, Lausanne	100%
Ringier AG, Zofingen	100%
Ringier Print Adligenswil AG, Adligenswil	100%
Ringier Print Holding AG, Zofingen	100%
Rose d'Or AG, Luzern	100%
Previon AG, Zofingen (e-nvention)	85%
SMI Schule für Medienintegration AG, Zofingen	85%
Radig AG, Bern (Radio BE1)	80.7%
media swiss ag, Teufen und Flamatt (Gate24, Xmedia, Anibis, 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%
SwissMediaCast AG, Wangen SZ	19.03%
zusätzlich halten Radig AG und Radio Z AG je 0.29%	

CENTRAL EUROPE

Xmedia AG, eine Tochtergesellschaft der media swiss ag, übernahm die Mehrheit an der kroatischen Firma Foto Nekretnine d.o.o., die 2004 gegründet wurde und Immobilienplattformen in Kroatien und Serbien betreibt. Die kroatische Website ist mit durchschnittlich 25 000 Angeboten Marktführer in ihrem Segment; sie deckt rund 70 Prozent des kroatischen Immobilienangebots ab. Die Plattform in Serbien wurde Ende 2008 lanciert.

In Serbien übernahm Ringier zu 86,495 Prozent das renommierte Nachrichten- und Politmagazin *NIN*. Die 1935 lancierte Zeitschrift ist eines der traditionsreichsten politischen Magazine des Landes. Seine Themenschwerpunkte liegen in den Bereichen Politik, Gesellschaft, Kunst, Wissenschaft und Sport.

Durch eine Kapitalerhöhung wurde die Beteiligung an *Népszabadság,* der auflagenstärksten überregionalen Qualitätstageszeitung Ungarns, von 67,64 Prozent auf 70,44 Prozent erhöht.

PACIFIC

Der Ausbau der digitalen Kanäle war für Ringier auch in Asien von herausragender strategischer Bedeutung. In Vietnam konnte media swiss ag die Nhat Viet Group erwerben. Unter deren Dach sollen künftig alle Onlineaktivitäten in Vietnam konzentriert werden. Mit seinem Offshore-Softwareentwicklungsteam erbringt die Nhat Viet Group zudem Informatik-Dienstleistungen für Ringier und media swiss group.

Ringier Publishing GmbH, Berlin	100%
Juno Kunstverlag GmbH, Berlin	100%
Ringier France SA, Paris	100%
Ringier CR a.s., Prag	100%
Ringier Print CZ a.s., Prag	100%
Ringier Print s.r.o., Ostrava	100%
PNS a.s., Prag	27.02%
Ringier Slovakia a.s., Bratislava	100%
Ringier Kiadó Kft., Budapest	100%
Népszabadság Zrt., Budapest	70.44%
MédiaLOG Logisztikai Zrt., Budapest	59.86%
Euromedia Bt., Budapest	100%
Europress Kft., Budapest	100%
S.C. Ringier Romania s.r.l., Bukarest	99.9%
S.C. Ringier Print s.r.l., Bukarest	99%
S.C. Editura Bauer s.r.l. Bukarest	50%
Dogan Media International SA, Bukarest	25.1%
Ringier d.o.o., Belgrad	100%
Euro Blic Press d.o.o., Banja Luka	100%
24 sata 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%
NIN d.o.o., Belgrad	86.5%
Foto-Nekretnine d.o.o. Zagreb (Kroatien) und Foto-Nekretnine d.o.o. Belgrad (Serbien)	56%
Ringier Pacific Ltd., Hongkong	100%
Ringier Print (HK) Ltd., Hongkong	100%
Asia Inflight Ltd., Hongkong	100%
Bei ing Ringier Int. Advertising Co., Ltd., Bei ing	97.8%
Ringier Trade Media Ltd., Hongkong	90%
Ringier Vietnam Company Ltd., Ho Chi Minh City	90%
Nhat Viet Group, Ho Chi Minh City	56%
Adnet Co. Ltd., Hanoi	51%

NO SMO
ON THIS VESS
WITHIN 300 Y
OF JETTY A
TANKERS
HUSBANDS SHIPYARDS

Corporate Center
Corporate Communications
Corporate Social Responsibility

Corporate Center

MITARBEITERSTRUKTUR

RINGIER GRUPPE	2009	2008	2007
China/Vietnam	555	625	595
Deutschland	44	40	54
Rumänien	634	679	734
Schweiz	3 082	3 410	3 295
Serbien	477	481	340
Slowakei	311	313	301
Tschechien	791	787	793
Ukraine	0	0	135
Ungarn[1]	1 554	1 794	2 068
TOTAL	7 448	8 129	8 315

1 inkl. MédiaLOG und Népszabadság

SCHWEIZ	2009	2008	2007
Ringier Schweiz Verlag[2]	1 471	1 602	1 539
Ringier Print Adligenswil AG	288	339	364
Swiss Printers AG	6	8	4
Ringier Print Zofingen AG	541	578	608
Zollikofer AG	224	247	260
Imprimeries Réunies Lausanne SA	212	225	235
NZZ Fretz AG	92	114	92
Zürcher Druck und Verlag AG	0	0	62
media swiss ag	110	159	0
Betty Bossi Verlag AG	138	138	131
TOTAL	3 082	3 410	3 295

2 Ringier Schweiz Verlag: inkl. Previon AG, SMI, Bolero, Grundy Schweiz AG, JRP | Ringier Kunstverlag AG, Radio Z, ER Publishing SA, Addictive Production AG, Rincovision AG, Radig AG

Das Corporate Center ist 2009 neu definiert worden und besteht aus den Bereichen Finanzen, IT, Group HR, Ringier Academy und Rechtsdienst. Im historisch einmaligen Transformationsprozess, in dem sich die Verlagsbranche zurzeit befindet, sind anpassbare, flexible, kleine Organisationen am besten für die Herausforderungen geeignet. Diese Einsicht hat sich das Corporate Center zur Maxime gemacht: Entlang von festgelegten Prinzipien sollen Ringiers Mitarbeiter künftig möglichst dezentral reagieren können. Für ein Medienhaus bedeutet das, dass die Mitarbeiter von überallher und mit verschiedenen Endgeräten, sei es ein PC, ein Laptop oder ein Smartphone, auf Dokumente, E-Mails und Kalender zugreifen können. Am Aufbau solcher Infrastrukturen hat die IT 2009 intensiv gearbeitet. So werden 2010 im ganzen Konzern einheitlich E-Mail- und Kalenderlösungen sowie weitere Kollaborations-Instrumente von Google eingesetzt.

Group HR hat am Ziel einer hohen Mitarbeiterzufriedenheit festgehalten. 2009 hat sie Massnahmen aus einer im Jahr zuvor gestarteten gruppenweiten Mitarbeiterbefragung eingeleitet. Sie hat beispielsweise Workshops durchgeführt, in denen von Mitarbeitern monierte Mängel diskutiert und Lösungen erarbeitet worden sind, die es nun umzusetzen gilt. Qualitätssicherungssysteme, die länderübergreifend Vergleiche zulassen, sind implementiert. Ausserdem hat Human Resources mit dem Programm Peak Excellence ein inzwischen rege genutztes Weiterbildungsangebot für Geschäftsleitungsmitglieder aufgebaut.

Ringier entwickelt sich im Sog des strukturellen Wandels rasant vom klassischen Verlagshaus zum Multimedia-Unternehmen. Das stellt ganz neue Anforderungen an die Mitarbeiter. Sie in diesem Wandel zu begleiten, ist Aufgabe der Ringier Academy. Fast 700 Mitarbeiter haben 2009 an knapp 30 von der Ringier Academy organisierten Kursen und Informationsveranstaltungen teilgenommen. Die Ringier Academy versteht sich als eine konzernweite Einrichtung, die den Wissens- und Erfahrungsaustausch in der Ringier Gruppe fördert und die Angebote entlang der Konzernstrategie ausrichtet. Der Fokus der Weiterbildung liegt zurzeit bei digitalen Themen, wie Crossmedia-Verkauf im Verlagsbereich und Medienkonvergenz im Journalismus.

Corporate Communications

Wer die Liste der im letzten Jahr verschickten Medienmitteilungen überfliegt, trif t auf vielerlei Meldungen zu Zukäufen, Lancierungen, vereinzelt aber auch zu Einstellungen von Titeln. Eine der wichtigsten Aufgaben der internen Kommunikation war es, die Mitarbeiter der Ringier AG durch die Zeit des Umbruchs zu begleiten. Wichtigste Aufgabe war Ende September 2009 die Vermittlung der neuen Konzernstrategie. In einer ersten Phase wurden die Mitarbeitenden «top-down» informiert, das heisst die Informationen vom Management wurden aufbereitet und den Mitarbeitenden durch die Kanäle der internen Kommunikation zur Verfügung gestellt. In einer zweiten Phase werden sie im direkten Dialog mit ihren direkten Vorgesetzten die neue Strategie und die Auswirkungen auf ihre tägliche Arbeit diskutieren.

In der internen Kommunikation verfolgt Ringier den Ansatz «Online first» und benutzt dazu den 2008 installierten und inzwischen etablierten digitalen Kanal *eDOMO*. Das gedruckte Mitarbeitermagazin *DOMO International* wiederum erschien 2009 zum ersten Mal auch in Serbisch und Chinesisch – mittlerweile gibt es das Ringier-Mitarbeitermagazin in acht Sprachen für zehn Länder.

Der strukturelle Wandel im Medienmarkt bestimmte auch die wichtigste Aufgabe der externen Unternehmenskommunikation: sämtlichen Stakeholders verständlich und nachvollziehbar darzulegen, wie sich Ringier mit dieser Herausforderung auseinandersetzt und wie der Konzern seine Aktivitäten auch angesichts grosser gegenwärtiger Beanspruchungen an der Zukunft orientiert.

Corporate Communications hat den Umbruch im eigenen Haus aktiv begleitet, aber auch seine Organisation den neuen Aufgaben angepasst und neu ausgerichtet: Unter der Leitung eines Chief Communication Of cers verantworten nun der Leiter Kommunikation Ringier Schweiz und der Head Group Communications die Kommunikation von Ringier Schweiz und Deutschland respektive die Konzernkommunikation.

44 Fotografen von Ringier nutzten im vergangenen Jahr erneut die Möglichkeit, ihre Bilder zur Prämierung im gruppenweiten Ringier Photo Award einzureichen. Eine unabhängige Jury aus Bildchefs und Chefredaktoren von jedem Ringier Standort kürte unter der Leitung des Kurators des Fotomuseums Winterthur die besten Bilder. Der erste Preis ging für seine Aufnahme einer Demonstrationsszene unter dem Titel «Kosovo Independence» an den serbischen *BLIC*-Fotografen Marco Djurica. Der tschechische Fotograf Michal Beránek (*Sport*) belegte den zweiten Rang, Viktor Veres (*Blikk*) aus Ungarn den dritten.

Ringier ist überzeugt: Verantwortung beginnt zu Hause. Auf dieser Überzeugung basiert die Nachhaltigkeitsstrategie mit dem Titel INSIDE-OUT, die im April von der Konzernleitung verabschiedet worden ist. Sie orientiert sich an den für die Nachhaltigkeit relevanten Achsen Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft und bildet die Grundlage für Ringiers Anstrengungen in ebendiesen Bereichen.

Ringier geht mit Energie und anderen Ressourcen haushälterisch um. Gemäss dem INSIDE-OUT-Ansatz beginnt das bereits im Innern. Ringier Tschechien beispielsweise ist dem «Green Company»-Projekt beigetreten, welches das Recycling von Elektronikgeräten fördert. Den Mitarbeitenden von Ringier Tschechien stehen im Büro Sammelstellen für Batterien und ausgediente elektronische Geräte zur Verfügung, in denen sie auch Elektroabfälle aus dem Haushalt entsorgen können. Um konzernweit den Papierverbrauch in Redaktionen und Administration zu senken, sind mit dem Projekt «Paperless Administration» eine mehrwöchige interne Kommunikationskampagne zur Sensibilisierung der Mitarbeitenden durchgeführt worden. Grössere Wirkungen entfalten die Massnahmen im Druckbereich. In der Prager Druckerei ist seit Ende Jahr ein neuer Kompressor installiert, der im Vergleich zum alten eine Energieeinsparung von über 50 Prozent bewirkt. In Rumänien ist eine alte Druckerei durch eine neue ersetzt worden, die – auch betref end Umweltstandards – höchste Ansprüche erfüllt. Doch Ringier setzt sich auch gegenüber Geschäftspartnern für den Umweltschutz ein: Papierlieferanten beispielsweise müssen unter anderem ein Nachhaltigkeitsmanagement betreiben. Die Swissprinters Gruppe bietet ihren Kunden den klimaneutralen Druck an.

Der Gesellschaft Gutes tun, auch das gehört zu Ringiers Verständnis von Verantwortung. Darunter ist mehr zu verstehen, als ein guter Arbeitgeber zu sein und gemeinnützigen Organisationen Inseraterabatte zu gewähren. Ringier unterstützt Bedürftige und setzt sich im Ausbildungsbereich ein. In Tschechien und der Slowakei beispielsweise sind im letzten Jahr erneut Journalismus-Kurse für Studenten angeboten worden. Das Catedra Ringier Projekt der Ringier Foundation in Rumänien unterstützt bedürftige Kinder in der Oberstufe mit Nachhilfestunden, damit sie den Schritt an die Universität schaf en. In Ungarn hat Ringier die Bator-Tabor-Stiftung, die Hunderten von kranken Kindern Sommerlager ermöglicht, publizistisch, finanziell und mit Freiwilligenarbeit unterstützt. Ein Erfolg ist auch 2009 die KAPOCS Weihnachtsaktion von Ringier Ungarn. Mitarbeitende haben hundert bedürftige Familien besucht und Geschenke, Lebensmittel und dringend benötigte Alltagsgegenstände mitgebracht. Ringier Ungarn hat zudem zum ersten Mal einen eigenen CSR-Bericht veröf entlicht, der sich an den Richtlinien der Global Reporting Initiative GRI orientiert.

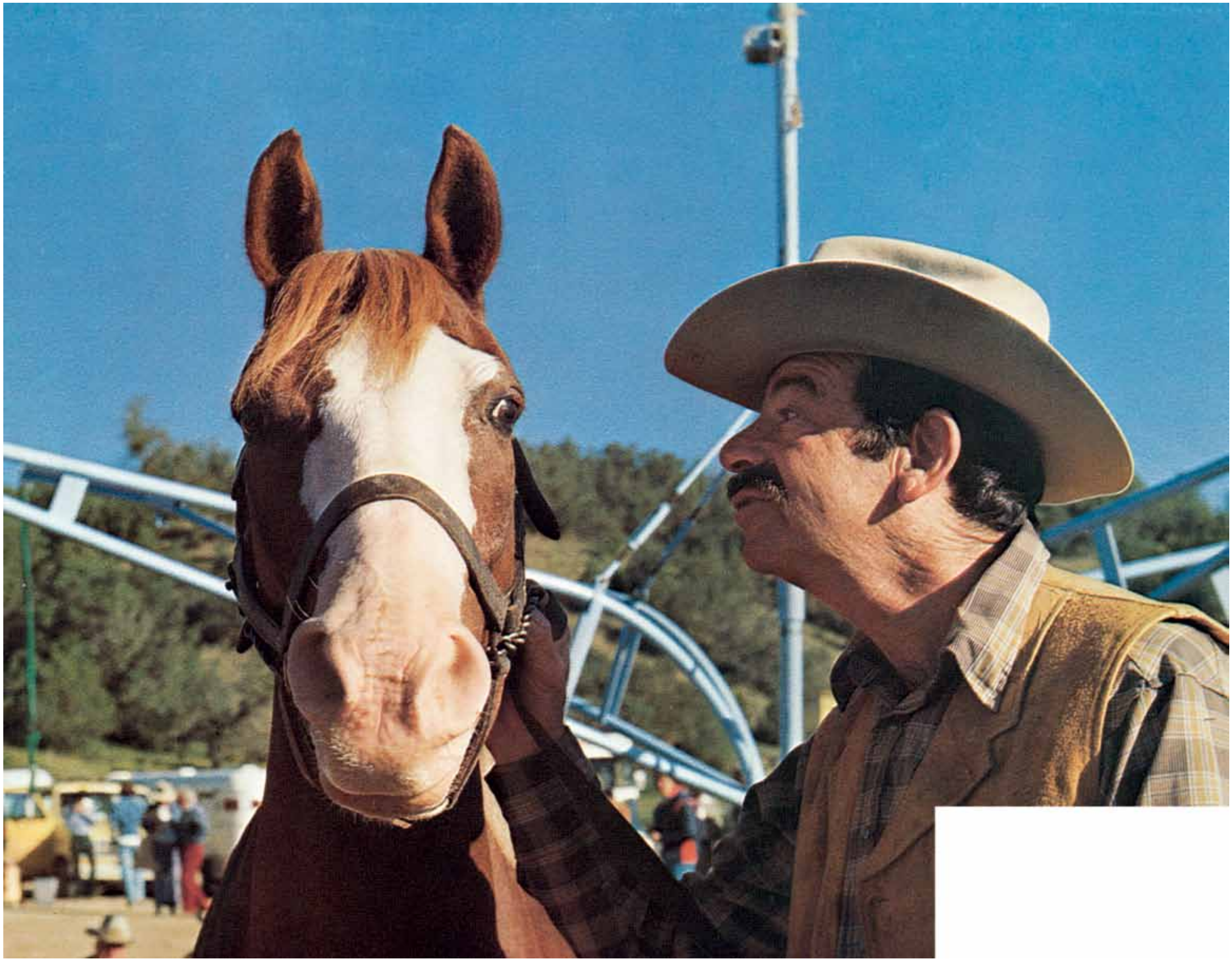
Ringier betreibt neben der Ringier Foundation in Rumänien auch die Hans Ringier Stiftung in der Schweiz und die Dariu Foundation in Vietnam. Die Dariu Foundation baut Schulhäuser, vergibt Stipendien und betreibt ein Mikrokredit-Programm. Dieses ist in Vietnam erneut als eines der besten seiner Art ausgezeichnet worden. Unterdessen partizipieren mehr als 12 000 Familien in diesem Programm und haben dadurch die Aussicht auf eine bessere Zukunft.

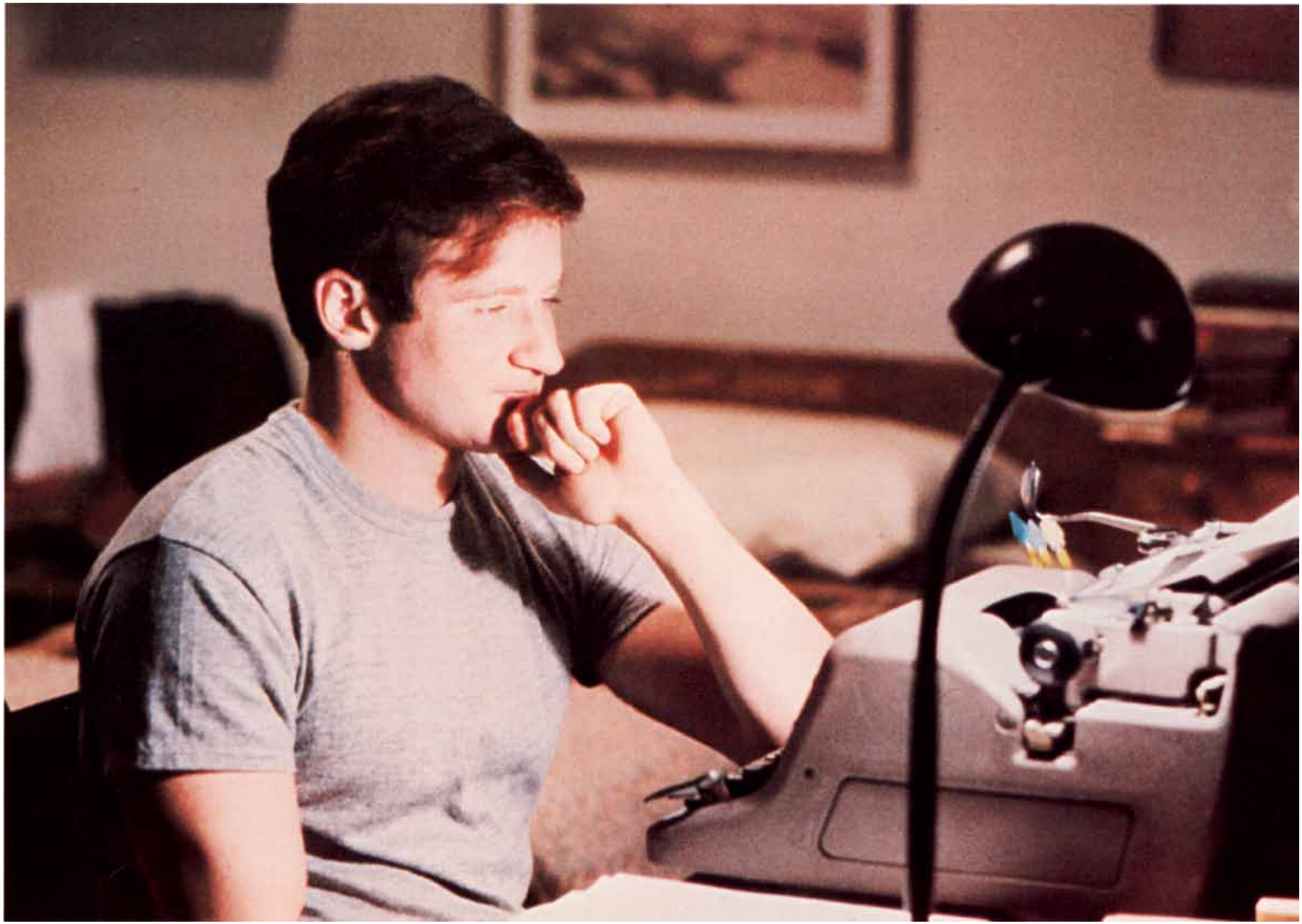
Das Jahr 2010 steht im Zeichen des nächsten Nachhaltigkeitsberichts, der 2011 erscheinen wird. Zurzeit wird eine zentrale Datenbank zur Sammlung und Auswertung der für das Nachhaltigkeitsmanagement relevanten Daten aufgebaut. Der nächste Nachhaltigkeitsbericht wird sich, wie bereits der Bericht aus dem Jahr 2008, an den Richtlinien der Global Reporting Initiative GRI orientieren.

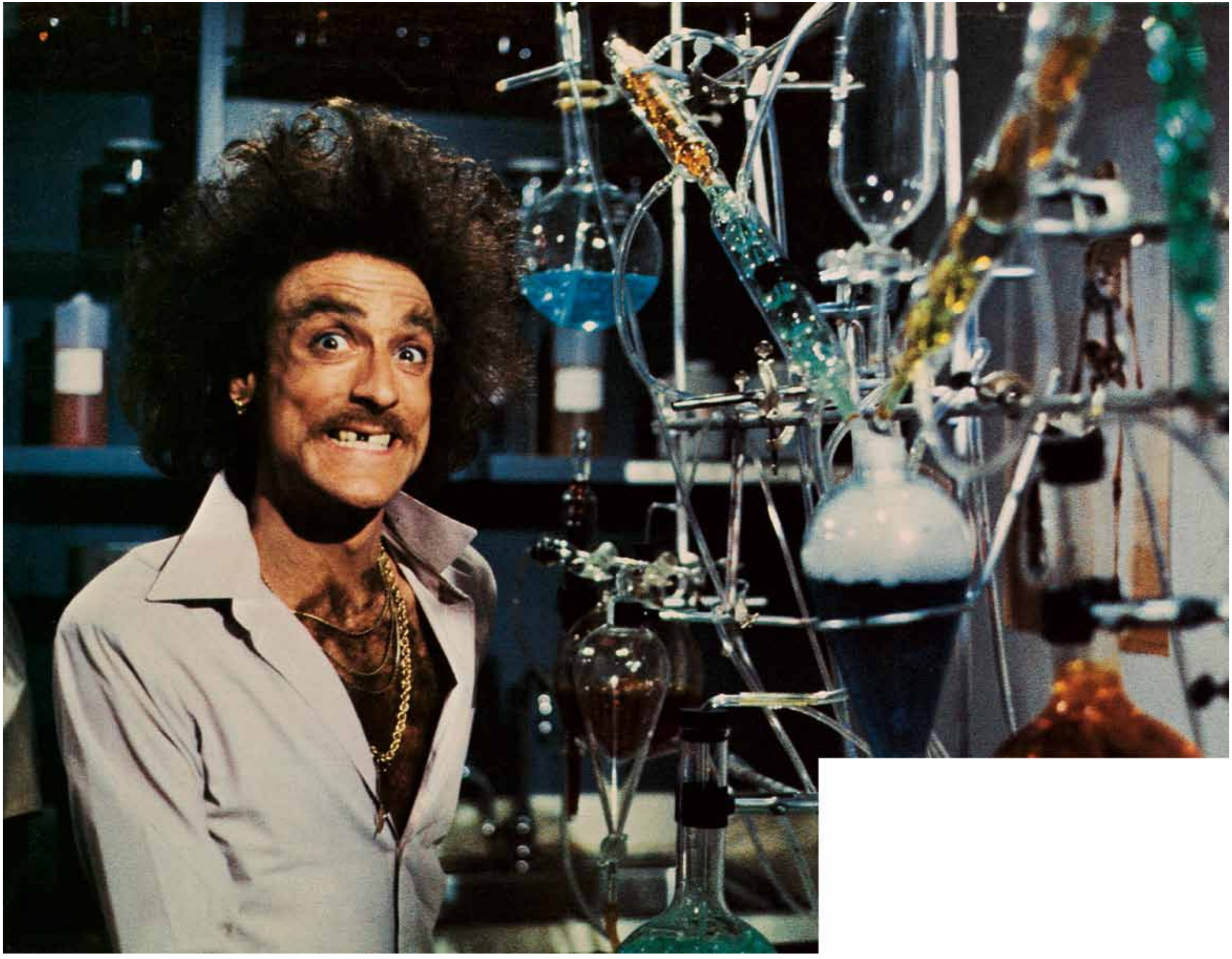
Weitere Informationen zum Ringier Nachhaltigkeitsprogramm sind auf *www.ringier.com/nachhaltigkeit* zu finden.

FRANCE

APPROUVE







DREAM

LADIES WARDROBE
PIC. 789 DATE 1/24/57
TITLE 3 faces of Eve
DIR. N. Johnston
ACTOR A. Murray
PART OF Sec
CHANGE # 1
WORN
SC
8
DESIGNER Renié
8X10

STRUKTUREN

Ringier mit Hauptsitz in Zofingen/Schweiz ist ein reines Familienunternehmen, das auch in der fünften Generation von einem Familienmitglied geführt wird. Michael Ringier ist Präsident des Verwaltungsrates der Ringier Holding AG, zu welcher die Ringier AG und die Ringier Print Holding AG gehören. Die Ringier Print Holding AG wird durch einen separaten Verwaltungsrat geleitet, dessen Präsident Martin Werfeli ist.

Die Ringier Holding AG und die Ringier AG werden durch einen mindestens dreiköpfigen Verwaltungsrat geleitet. Das operative Geschäft der Ringier AG verantwortet die Konzernleitung unter dem Vorsitz von CEO Christian Unger. Ringier AG ist in die folgenden Konzernbereiche eingeteilt: Ringier Schweiz und Deutschland, Ringier Central Europe, Ringier Digital, Ringier Pacific/New Markets, Corporate Center und Corporate Communications.

Das operative Geschäft auf Länderebene wird von der lokal eingesetzten Geschäftsleitung geführt. Die Führungsgremien werden auf Stufe Konzern von verschiedenen Ausschüssen unterstützt, welche klar definierte Verantwortungsbereiche haben und sich regelmässig tref en.

RINGIER HOLDING AG EIGENTÜMER	Evelyn Lingg-Ringier
	Annette Ringier
	Michael Ringier
RINGIER HOLDING AG VERWALTUNGSRAT	Michael Ringier, Präsident
	Dr. Uli Sigg, Vizepräsident
	Jan O. Frøshaug, Mitglied
	Prof. Dr. h.c. Hans-Olaf Henkel, Mitglied
	Martin Werfeli, Mitglied
	Christiane zu Salm, Mitglied
RINGIER KONZERNLEITUNG	Christian Unger, Vorsitzender, CEO Ringier Group
	Marco Castellaneta, CCO/Corporate Communications, CSR Delegierter
	Florian Fels, CEO Ringier Central Europe
	Samuel Hügli, CFO/CIO/Corporate Center
	Thomas Trüb, CEO Ringier Pacific/New Markets
	Marc Walder, CEO Ringier Schweiz und Deutschland
RINGIER GROUP MANAGEMENT	Collin Crowell, Ringier Vietnam
	Jelena Drakulic-Petrovic, Ringier Serbien
	Marius Hagger, Ringier Rumänien
	Mike Hay, Ringier Trade Media, Hongkong
	Radomir Klein, Ringier Print Europa
	Tibor Kovács, Népszabadság, Ungarn
	Peter Mertus, Ringier Slowakei
	Attila Mihok, Ringier Ungarn
	Libuse Smuclerova, Ringier Tschechien
	Kenny Zhou, Ringier China
	Caterina Ammann, Rechtsdienst
	Urs Gerhard, IT-Services
	Jean-Luc Mauron, Human Resources
SWISS PRINTERS AG VERWALTUNGSRAT	Martin Werfeli, Präsident
	Ulrich Flörchinger, Mitglied
	Samuel Hügli, Mitglied
	Peter Karlen, Mitglied
	Michael Preiswerk, Mitglied
	Jörg Schnyder, Mitglied
	Dr. Urs Schweizer, Mitglied
SWISS PRINTERS AG GESCHÄFTSLEITUNG	Rudolf Lisibach, Geschäftsführer
	Bruno Hörler, Marketing
	Marcel Zinniker, Finanzen
GESCHÄFTSFÜHRER SWISSPRINTERS GESELLSCHAFTEN	Rudolf Lisibach, Ringier Print und NZZ Fretz
	Gérald Lechault, IRL
	Alex Zahner, Zollikofer
RINGIER PRINT HONGKONG GESCHÄFTSLEITUNG	Albert Lee

Ereignisse

01.01.2009	GRUPPE	Martin Werfeli wechselt in den Verwaltungsrat der Ringier AG und bleibt weiterhin Verwaltungsratspräsident der Ringier Print Holding AG
01.01.2009	GRUPPE	Christian Unger wird neuer CEO der Ringier AG
01.01.2009	SLOWAKEI	Übernahme der Mehrheitsanteile von Frauenportal lesk.sk
01.01.2009	KROATIEN	Übernahme der Mehrheitsanteile von Photo Nekretnine d.o.o. und Markteintritt in Kroatien
05.02.2009	UNGARN	Produktlinienerweiterung der Frauenzeitschrift Blikk Nök durch die Lancierung des Kochmagazins Blikk Nök Konyha
26.02.2009	RUMÄNIEN	Einstellung der Gratiszeitung Compact
01.03.2009	SCHWEIZ	Bernhard Krättli wird Geschäftsführer Radio BE1
05.03.2009	UNGARN	Produktlinienerweiterung der Tageszeitung Nemzeti Sport durch die Lancierung des Nemzeti Sport Magazins
09.03.2009	TSCHECHIEN	David Šaroch wird neuer Verlagsdirektor der Bereiche Zeitungen, Magazine und Online
19.03.2009	SERBIEN	Übernahme der Mehrheitsanteile des Nachrichtenmagazins NIN
23.03.2009	SCHWEIZ	Einstellung der Gratis-Wirtschaftszeitung cash
01.04.2009	RUMÄNIEN	Eröf nung der neuen Druckerei Ringier Print
01.04.2009	SERBIEN	Ernennung von Sandra Radovanovic zur Verlagsleiterin Magazine; Ernennung von Jovan Protic, Verlagsleiter 24sata und Spezialprodukte, zum Leiter E-Media
01.04.2009	SCHWEIZ	Rolf Cavalli wird Chefredaktor blick.ch
20.04.2009	GRUPPE	Alexander Theobald verlässt die Ringier Konzernleitung; die Konzernleitung wird von sieben auf sechs Mitglieder verkleinert
24.04.2009	GRUPPE	Der New Yorker Künstler Josh Smith gestaltet den Ringier Jahresbericht 2008
24.04.2009	GRUPPE	Ringier mit Umsatz von 1 536 Mio. CHF auf neuer Rekordhöhe
01.05.2009	TSCHECHIEN	Lukáš Tomek wird Chefredaktor der Tageszeitung Sport
14.05.2009	SCHWEIZ	Daniel Hügli wird Chefredaktor von cash, der Finanz- und Wirtschaftsplattform
18.05.2009	SLOWAKEI	Relaunch des Frauenportals lesk.sk
20.05.2009	UNGARN	Lancierung der Community Site neon.hu
01.06.2009	RUMÄNIEN	Lancierung der täglichen TV-Sendung Evenimentele zilei in Zusammenarbeit mit Kanal B1
01.06.2009	SERBIEN	Ernennung von Antonije Kovacevic zum Chefredaktor der Gratistageszeitung ALO!
01.06.2009	SCHWEIZ	Jürg Lehmann wird Leiter Ringier Journalistenschule
04.06.2009	SCHWEIZ	Erfolgreiche Inbetriebnahme der neuen Zeitungsproduktionsanlagen bei Ringier Print in Adligenswil
05.06.2009	SLOWAKEI	Lancierung von Nový Čas Zdravie, neue Wochenbeilage zu Gesundheit und Wellness
22.06.2009	VIETNAM	Ringier Tochtergesellschaft media swiss ag übernimmt die Firma Nhat Viet Group, unter deren Dach alle künftigen Onlineaktivitäten des Konzerns in Vietnam aufgebaut werden.
24.06.2009	UNGARN	Lancierung des Frauenportals pink.hu
30.06.2009	CHINA	Veräusserung der Betriebsrechte des Bordmagazins Oriental Sky
01.07.2009	RUMÄNIEN	Schaf ung der Online-Division von Ringier Rumänien mit über 100 Arbeitsplätzen
01.07.2009	SCHWEIZ	Christoph Bauer, Leiter New Media/Mitglied der Geschäftsleitung, wechselt zur AZ Medien Gruppe
01.07.2009	VIETNAM	Collin Crowell wird Geschäftsführer von Ringier Vietnam
01.07.2009	RUMÄNIEN	Eröf nung neuer Online-Division, Leitung ad interim Marius Hagger

07.07.2009	UNGARN	Ringier AG übernimmt sämtliche Anteile des deutschen Verlags Bauer Media Group am gemeinsamen Joint Venture Euromedia
10.07.2009	SCHWEIZ	Veräusserung der Betriebsrechte des Gesundheitsmagazins Gesundheit Sprechstunde
17.07.2009	SCHWEIZ	Caroline Thoma wird Leiterin Blick-Gruppe/Mitglied der Geschäftsleitung
29.07.2009	SCHWEIZ	Marco Castellaneta leitet die neue Ringier Unit Entertainment und wird Mitglied der Geschäftsleitung Ringier Schweiz
31.07.2009	CHINA	Veräusserung der Betriebsrechte des Frauenmagazins Xinim Bella
01.08.2009	TSCHECHIEN	Ernennung von Daniel Hort zum Marketingleiter und Mitglied der Geschäftsleitung
01.08.2009	TSCHECHIEN	Pavel Šafr wird Chefredaktor der Jugendzeitschrift ABC
01.08.2009	SCHWEIZ	Sabina Diethelm wird Chefredaktorin SI Style
17.08.2009	SCHWEIZ	Gratis-Abendzeitung Blick am Abend neu auch in Luzern, St. Gallen und Zug erhältlich
01.09.2009	TSCHECHIEN	Ernennung von Lubor Cernohlavek zum Chefredaktor der Boulevardzeitung Aha!
01.09.2009	CHINA	Akquisition der Familienzeitschrift Shanghai Family
01.09.2009	GRUPPE	Ringier bündelt seine Aktivitäten im Bereich der digitalen Medien im neuen Geschäftsbereich Digital Media, Leitung Thomas Huwiler
10.09.2009	SLOWAKEI	Lancierung von Vas.cas, Webportal für partizipativen Journalismus
30.09.2009	TSCHECHIEN	Lancierung der neuen Blesk Monatsbeilage Blesk Reality & Bydlení (Bauen & Wohnen)
01.10.2009	CHINA	Unternehmens-Rebranding als Ringier China
01.10.2009	VIETNAM	Lancierung des Koch- und Rezeptmagazins Bep Gia Dinh
13.10.2009	SCHWEIZ	Ringier übergibt 7 Millionen Fotos an das Staatsarchiv des Kantons Aargau
15.10.2009	SCHWEIZ	Relaunch der Boulevard-Tageszeitung Blick (50-jährig) wieder im Grossformat
22.10.2009	SLOWAKEI	Einstellung des Frauenmagazins Rebecca
22.10.2009	UNGARN	Produktlinienerweiterung des Frauenmagazins Blikk Nök durch die Lancierung des Haus- und Garten-Magazins Blikk Nök – Otthon & Kert
30.10.2009	UNGARN	Lancierung des ersten CSR-Berichts gemäss den Vorgaben der Global Reporting Initiative
12.11.2009	UNGARN	Produktlinienerweiterung von Bravo durch die Lancierung des Jugendheftes Bravo Love
16.11.2009	TSCHECHIEN	Lancierung des Frauenportals bleskprozeny.cz
19.11.2009	GRUPPE	Rolf Probala wird Festivaldirektor der Rose d'Or
26.11.2009	GRUPPE	Verleihung des 4. Ringier Photo Awards
01.12.2009	SCHWEIZ	Ringier lanciert exklusiven Club, Leitung Markus Helbling
17.12.2009	SCHWEIZ	Ringier und CTS Eventim gründen Schweizer Ticketing-Firma EVENTIM CH AG
18.12.2009	SCHWEIZ	Ringier AG und DEAG Classics AG gründen zur Veranstaltung von klassischen Konzerten in der Schweiz The Classical Company AG
18.12.2009	VIETNAM	Die Dariu Foundation in Vietnam wird zum dritten Mal in Folge für die Leistungen im Bereich Microfinance durch das nationale Komitee der Microfinance-Unternehmen in Vietnam ausgezeichnet

CHINA

RINGIER CHINA 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.ringier.cn

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
thaihoa@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.ringier.cn

RINGIER CHINA LTD.
Room 1501, 500 Guandong Road
Shanghai, 200001, P.R.C.
Telefon +86 21 6362 0022
Telefax +86 21 6360 5200
services@ringierasia.com
www.ringier.cn

RINGIER TRADE MEDIA 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 SHANGHAI CONFERENCE CO. LTD.
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 4855
www.industrysourcing.com

RINGIER TRADE MEDIA LTD.
401-405 New Victory House
93-103 Wing Lok Street
Sheung Wan
Hong Kong
Telefon+852 2369 8788
Telefax +852 2869 5919
www.industrysourcing.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

RINGIER PRINT (HK) LTD.
11-13 Dai Kwai Street,
Tai Po, Industrial Estate
Tai Po. N.T. Hong Kong
Telefon +852 2660 2666
Telefax +852 2664 1993
info@ringierprint.com.hk
www.ringierprint.com.hk

DEUTSCHLAND

RINGIER PUBLISHING GMBH
Lennéstrasse 1
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 Strasse 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
Telefon +40 21 20 30 800
Telefax +40 21 20 30 801
www.ringier.ro

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

APM PRINTING PLANT D.O.O.
III Bulevar 29
RS-11070 Novi Beograd
Telefon +381 11 313 0438
Telefax +381 11 313 0439
office@apmprint.rs
www.apmprint.rs

TRANSPRESS D.O.O.
Milutina Milankovica 29
RS-11070 Novi Beograd
Telefon +381 11 337 6994
Telefax +381 11 337 6996
office@transpress.rs
www.transpress.rs

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

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

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

RADIO BE1
Optingenstrasse 56
Post Box 492
CH-3000 Bern 25
Telefon +41 31 340 50 50
Telefax +41 31 340 50 55
kontakt@radiobe1.ch
www.radiobe1.ch

RINGIER SA
Pont Bessières 3
Post Box 7289
CH-1002 Lausanne
Telefon +41 21 331 70 00
Telefax +41 21 331 70 01
info@ringier.ch
www.ringier.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

RINGIER PRINT ADLIGENSWIL AG
Post Box 2469
CH-6002 Luzern
Telefon +41 41 375 11 11
Telefax +41 41 375 16 68
info.rpa@ringier.ch
www.ringierprint.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

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

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

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

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

ZOLLIKOFER AG
Fürstenlandstrasse 122
Post Box 2362
CH-9001 St. Gallen
Telefon +41 71 272 77 77
Telefax +41 71 272 74 72
zollikofer@swissprinters.ch
www.swissprinters.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

IMPRIMERIES RÉUNIES LAUSANNE SA
Chemin du Closel 5
Post Box 350
CH-1020 Renens
Telefon +41 21 349 53 49
Telefax +41 21 349 53 53
irl@swissprinters.ch
www.swissprinters.ch

BETTY BOSSI VERLAG AG
Bürglistrasse 29
Post Box
CH-8021 Zurich
Telefon +41 44 209 19 19
Telefax +41 44 209 19 20
bettybossi@bettybossi.ch
www.bettybossi.ch

NZZ FRETZ AG
Zürcherstrasse 39
Post Box
CH-8952 Schlieren
Telefon +41 44 258 14 44
Telefax +41 44 258 18 80
nzz-fretz@swissprinters.ch
www.swissprinters.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

PREVION AG
Bahnhofplatz
CH-4800 Zofingen
Telefon +41 62 745 90 00
Telefax +41 848 840 181
info@previon.ch
www.previon.ch

ROSE D'OR AG
Sempacherstrasse 3
CH-6003 Luzern
Telefon +41 41 242 09 05
Telefax +41 41 242 09 06
info@rosedor.com
www.rosedor.com

THE CLASSICAL COMPANY AG
c/o Ringier AG
Dufourstrasse 23
CH-8008 Zurich
Telefon +41 44 259 67 50
michael.voss@ringier.ch
www.classicalcompany.ch

SLOWAKEI

RINGIER SLOVAKIA, A.S.
Prievozska 14
SK-812 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.
Černokostelecká 613/145
CZ-100 00 Praha 10
Telefon +420 225 283 111
Telefax +420 225 283 288
www.ringierprint.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

UNGARN

RINGIER KIADÓ KFT.
Futó u. 35-37.
HU-1141 Budapest
Telefon +36 1 460 25 00
Telefax +36 1 460 25 01
kiado@ringier.hu
www.ringier.hu

NÉPSZABADSÁG ZRT.
Bécsi út 122-124
HU-1034 Budapest
Telefon +36 1 436 4444
Telefax +36 1 436 4604
www.nol.hu

MÉDIALOG ZRT.
Campona utca 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 1650
www.ringier.com.vn

RINGIER VIETNAM CO. LTD.
128 Phan Dang Luu, Floor 4
Ward 3, Phu Nhuan District
Ho Chi Minh City, Vietnam
Telefon +84 8 3995 2646
Telefax +84 8 3995 2645
collin@ringier.com.vn
www.ringier.com.vn

Epilog
Frank A. Meyer

«It’s the journalism, stupid!»

Worüber reden wir am liebsten? Am liebsten reden wir über unsere Befindlichkeit. Denn wir fühlen uns bedroht: vom «newsroom», von «online», von «free content» – vor allem reden wir in letzter Zeit über Dinge, die nichts zu tun haben mit dem guten alten Journalismus.

Und wo reden wir? Auf «workshops», an «panels», bei «brain stormings»: über die Zukunft unseres Metiers – über die Krise unseres Metiers.

Medienwissenschaftler haben sich unseres Berufs bemächtigt. Wahlweise verkünden sie den fundamentalen Umbruch oder das nahe Ende der gedruckten Zeitung. Wir gucken ihnen mit schreckgeweiteten Augen in die professoralen Nasenlöcher – und glauben, was sie sagen.

Journalisten sind vernarrt in die Apokalypse, spielen am liebsten täglich, stündlich mit ihr, vom Klimawandel über den Tsunami bis zur Schweinegrippe. Jetzt spielt die Apokalypse mit uns.

Es ist ja wahr, vieles mussten wir über uns ergehen lassen: Wie in der globalen Wirklichkeit hat die Finanzwirtschaft in den Verlagen die Macht über die Realwirtschaft errungen. Und genau wie in der globalen Wirklichkeit trieb die Finanzwirtschaft auch in den Verlagen die Rendite hoch und beschädigte die Realwirtschaft: den Journalismus.

Wir haben die Rollkof er-Kommandos der «controller» und «consultants» über uns ergehen lassen müssen, die anhand von «flipcharts», «overhead projections» und «PowerPoint presentations» erläuterten, dass wir «content for people» zu produzieren hätten, der aber «per page» noch zu teuer sei, weshalb ein «relaunch» unumgänglich werde. Die Sendboten der neuen Zeit, ausgebildet in Boston und St. Gallen, lizenziert in ökonomischem Obskurantismus, predigten uns die Heiligkeit des «consumers».

Diese «executives» der neuen Macht – in ihrer Menschenferne zu besichtigen im Film «Up in the Air» mit George Clooney – haben uns per «powertalk» auch noch unserer Sprache beraubt: Deutsch.

Sprachlos geworden, haben wir kapituliert.

Ja, jetzt reden auch wir Globalesisch. Macht sich gut auf jeder «session», bei jeder «convention», die unseren Untergang zum Thema hat. Schliesslich sind wir in einem Punkt noch immer Journalisten der guten alten Art: Uns imponiert stets am meisten, was gerade «mainstream» ist.

Doch lehrt uns die allerjüngste Vergangenheit auch: Wer sich in den «mainstream» verguckt, dem fehlt der Blick für das, was wirklich geschieht. Die Finanzwirtschaft hat es vorgemacht. Müssen wir es nachmachen?

Nein. Denn es geht um etwas, wovon wir eigentlich schon mal gehört haben sollten: Es geht um Journalismus. Oder, zum besseren Verständnis, auf Globalesisch und frei nach Bill Clinton: «It’s the journalism, stupid!».

Nur – was ist das: Journalismus? Es ist die Kultur der Sprache, der wir leidenschaftlich dienen. Es ist der Glaube an die Kraft der Sprache als Alpha und Omega unseres Berufs. Freilich nicht Sprache als Verpackung, nicht Sprache um der Sprache willen, sondern Sprache um der Klärung willen.

Der Begrif Aufklärung allerdings gilt nicht mehr als zeitgemäss. Der Zeitgeist hört auf den Begrif Kunde, nicht auf den Begrif Bürger.

Auch wir Journalisten haben uns auf den «consumer» dressieren lassen – den Verbraucher an Stelle des Lesers. Der Leser, das war der Bürger. Ein unberechenbarer, ja gefährlicher Mensch in Zeiten des totalen «controlling».

Dem Leser, dem Bürger Sprache geben – das ist, das wäre, das war unsere Kernkompetenz. Des Bürgers Bürgermacht nämlich gründet auf dieser täglichen und alltäglichen Leistung: dass wir Journalisten ihm ein Instrument zur Klärung der Dinge in die Hand geben. Damit er mehr sein kann als nur Konsument.

Deshalb ist das unzeitgemässe Wort Aufklärung das richtige Wort für diese Zeit. Denn es reimt sich auf Journalismus.

Wenn aber Journalismus wieder etwas mit Aufklärung zu tun haben soll, dann muss unser Thema wieder das Handwerk sein: das Ringen um das Wort, um die Sprache, um die Geschichte, um die Reportage, um das Interview, um den Kommentar, um den Essay. Kämpfer müssen wir sein, leidenschaftliche: für unseren Journalismus.

Kämpfer müssen aber auch die Chefredaktoren endlich wieder sein: um die besten Rechercheure, die besten Schreiber, die besten Reporter, die besten Kolumnisten. Kämpfen müssen sie – und sich kümmern, indem sie kritisieren und loben, aufrütteln und beruhigen, fordern und begeistern.

Das haben unsere Chefredaktoren zu tun. Nichts anderes. Ihr «workshop» ist die Redaktion, ihr «panel» ist die Redaktion, ihre «convention» ist die Redaktion. Für «meetings» mit «controllern» und «consultants» fehlt ihnen die Zeit.

Ist das bloss die Schwärmerei von einer längst versunkenen Zeit, als der Chefredaktor spät abends den letzten Text umschrieb, die letzte Schlagzeile formulierte und anschliessend mit den letzten Kollegen in die letzte Kneipe zog – um über das Blatt von morgen zu diskutieren? Alles vorbei und vergessen?

Nein, so funktioniert der wirkliche Journalismus: intellektuell und emotional, narzisstisch und altruistisch, libertär und autoritär, oft auch chaotisch.

Die Redaktion ist ein Klub, der die Gesellschaft durch Geschichten aus ihrer eigenen Mitte heraus gestaltet, sie dadurch lesbar, erfahrbar, erkennbar und veränderbar macht. Journalisten sind Denkhandwerker, die aus der Gegenwart jeden Tag Geschichten schöpfen – und damit Alltagsgeschichte schreiben.

So – und nicht anders – funktioniert unsere Realwirtschaft: der Journalismus. Er ist das Gegenteil von Management. Was geschieht, wenn die Realwirtschaft beschädigt wird, hat uns die globale Finanzwirtschaft soeben vor Augen geführt. Sollten wir daraus nicht etwas lernen?

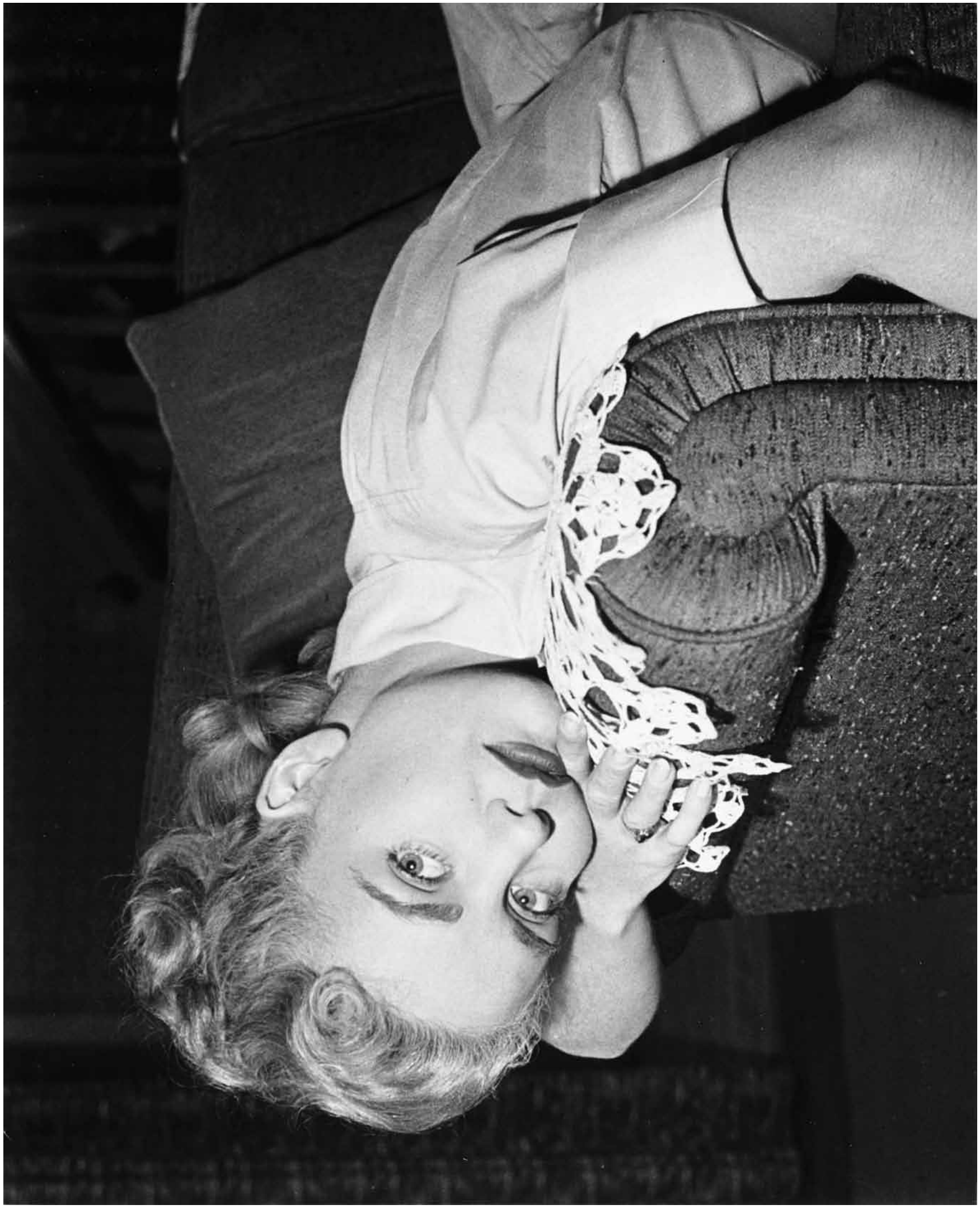
Es ist wieder Zeit für Journalismus!

Zum Künstler John Baldessari
Beatrix Ruf

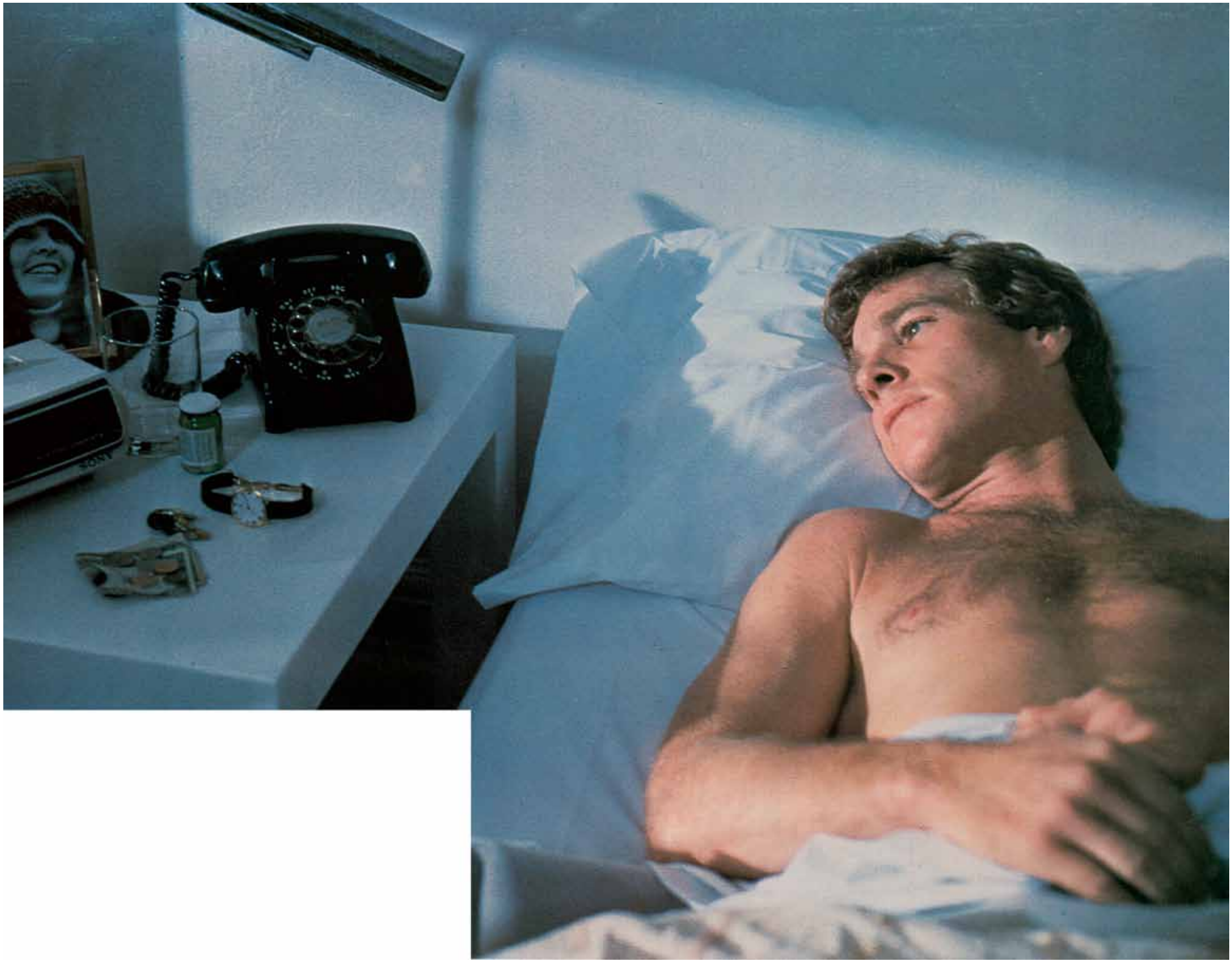
John Baldessari (*1931) ist einer der bedeutendsten Vertreter der Konzeptkunst und eine der wichtigsten Figuren der zeitgenössischen Kunst seit den 1960er-Jahren. Seit er 1970 in dem aufsehenerregenden «Cremation Project» sämtliche seiner zwischen 1953 und 1966 entstandenen Malereien verbrannt hat, kreist seine Arbeit um die Wechselbeziehungen zwischen den beiden Ausdrucksformen Sprache und Bild. In Malerei, Fotografie, Film und Video, Collage und Reliefs untersucht Baldessari die Mechanismen medialer Repräsentation und immer auch das künstlerische Arbeiten selbst. Seit Ende der 1960er-Jahre verwendet der Künstler Bildmaterial aus den Massenmedien, das er in vielen Werkgruppen mit Schrift kombiniert.
Mit Humor und Ironie thematisiert er in seinem gesamten Œuvre so Pop- und Konzept-Kunst gleichzeitig und kritisiert beide konstruktiv in entdogmatisierender Leichtigkeit. Schon früh beginnt Baldessari, Bilder und Texte aus der Werbe- und Filmbranche in seine Arbeiten zu integrieren und ein grosses Archiv von Stills aus Filmen, Werbe- und Pressefotos anzulegen. Er kontrastiert, beschneidet und bearbeitet das Bildmaterial in zahlreichen Varianten und Umsetzungen. Seine Montagen aus Fotografie und Schrift kontern immer wieder die von den einzelnen Szenen ausgelösten narrativen Assoziationen und bieten ein breites Spektrum an Bedeutungen. Vielschichtige, immer humorvolle Kompositionen lassen unterschiedlichste Deutungen zu und unterstreichen, wie relativ Bedeutung sein kann. Ab 1980 arbeitet der Künstler meist ohne Text in Fotoserien und Bildern, thematisiert aber wie in seinen frühen Bild-Text-Montagen Konflikte und Konstruktionen narrativer Inhalte. So zum Beispiel auch in der Serie mit seinen zur Signatur gewordenen «Dots» in Weiss, Rot oder Grün, mit denen er Gesichter und später auch andere Details gefundener Bilder überdeckt und sich streitende Bildinformationen übereinanderlagert. Bis heute stehen das Spiel mit und die Kritik an der Popkultur und an der Lesbarkeit und Manipulation von Bildern im Mittelpunkt seiner künstlerischen Arbeit. Übermalungen, Leerstellen, Zwischenräume, Entzug von Information übernehmen im Verlaufe seines Schaf ens zunehmend die Funktion der Sprache, die nun im Betrachter evoziert wird. Baldessari verwendet dabei in seinen Arbeiten immer Bilder, die aus der grossen Masse und der B-Klasse der Pop- und Medienindustrie stammen. «Stars» würden die Bilder in ihrer of enen Bedeutungsproduktion einschränken, den Dialog der Bilder in der Betrachtung limitieren und das Wechselspiel von Vergessen und Erinnerung an Bilder, die wir aus dem Kino oder, noch weiter gefasst, aus den Medien in innere Dialoge speisen, in begrenzte Narrationen leiten.

Für diesen Geschäftsbericht hat John Baldessari ein Künstlerbuch entwickelt, das mit der Gleichzeitigkeit von Erinnerung und Vergessen, evozierten, aber nicht vollzogenen Narrationen aus Fragmenten von Bildern und mit der subjektiven Grammatik der Lesenden zu einer Konstruktion von Bedeutungen und Erzählungen führt. Wir wandern durch seitenweise Fragmente von Filmstills – vom Künstler zu spannungsvollen Layouts gruppiert – zu einem zweiten Buchkapitel mit «vollständigen» Bildern. In diesen scheinbar die volle Information und eine Narration liefernden Buchteil ist der aktuelle Geschäftsbericht eingestreut.

John Baldessari jongliert mit Themen der Komposition, der Auslassung und des Rhythmisierens. Über die Abfolge der Seiten des Geschäftsberichts könnte man sich ein Gesamtbild zusammensetzen, aber auch seine Erinnerungen und seine Voreingenommenheiten prüfen. Mit fragmentierten Bildinformationen stellt Baldessari Bezüge her zum allgemeinen Umgang mit Informationen und ihrer Konstruktion – und dies im Geschäftsbericht eines Medienunternehmens, das selbst mit der Evokation, Erinnerung und Manipulierbarkeit von Bildern täglich umgeht.

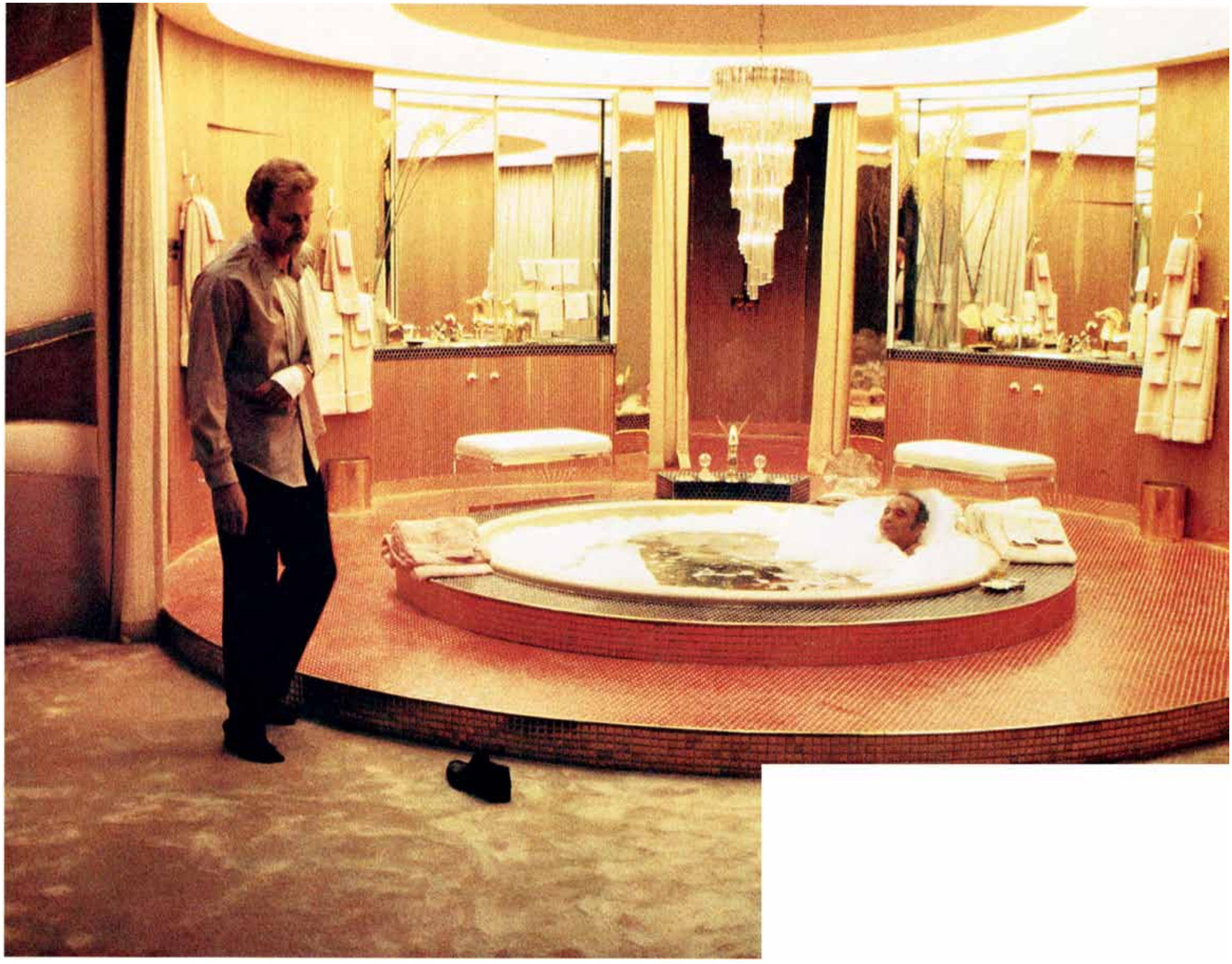


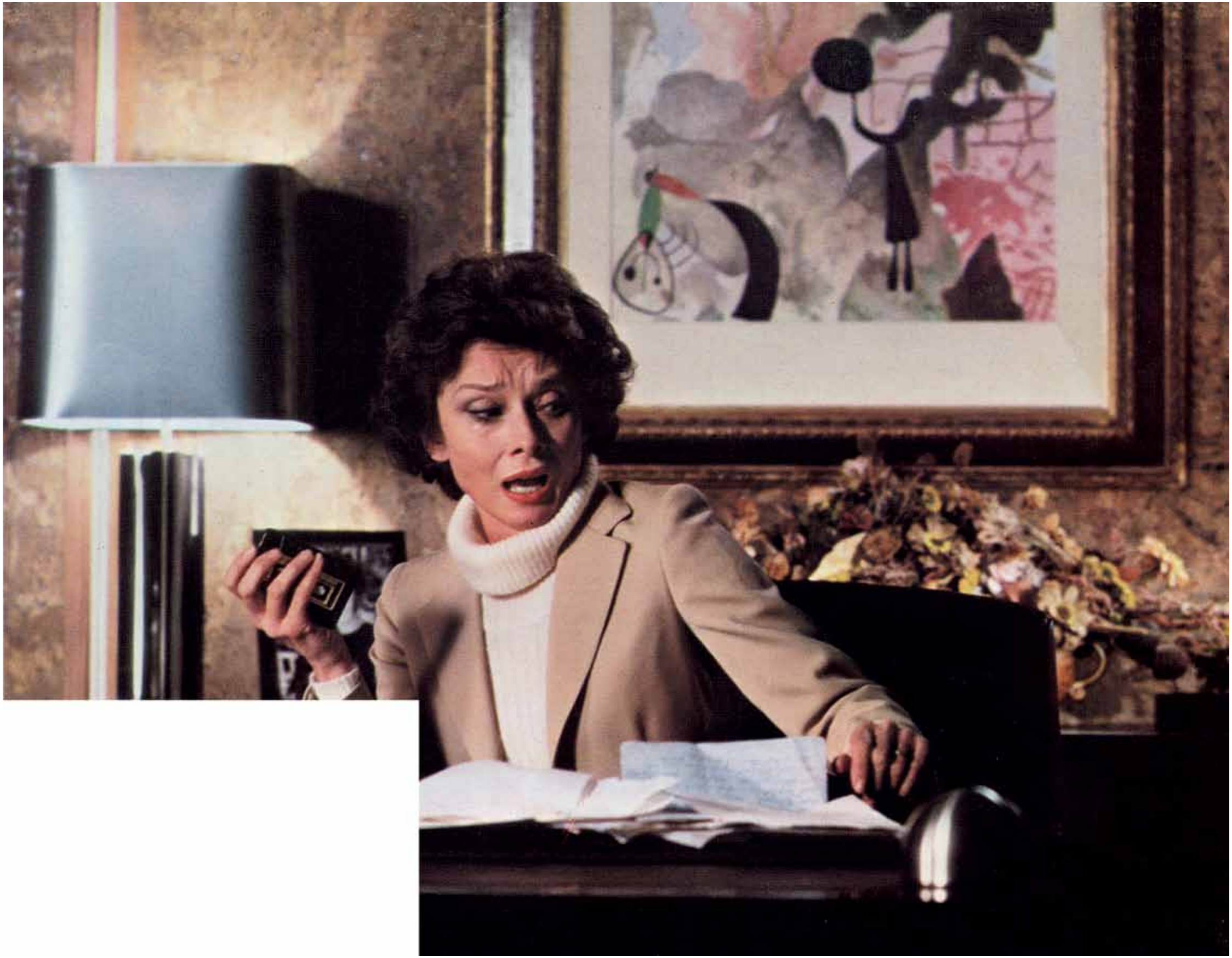
YNH 966 F

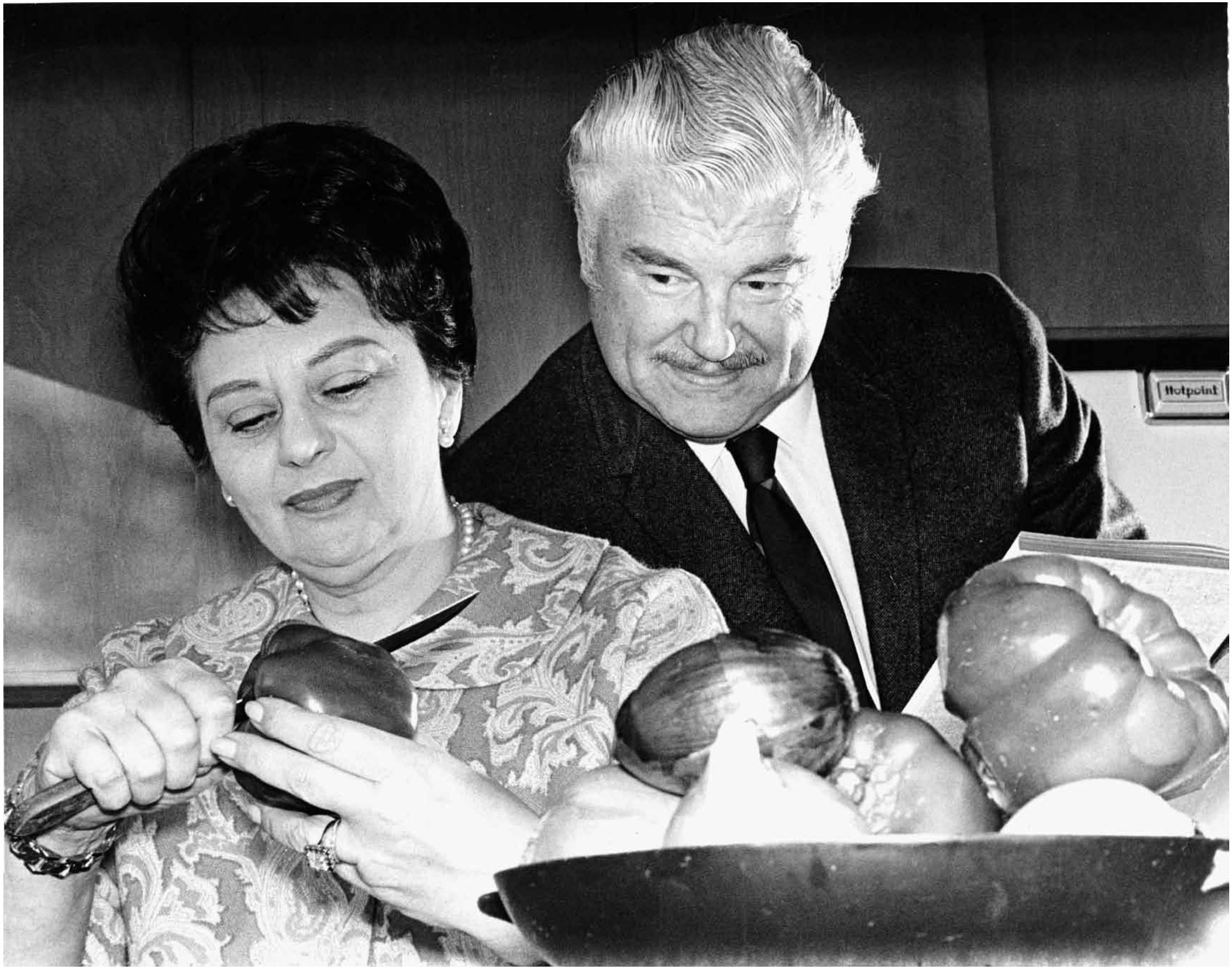

SONY

SHIP TO
E-T MAG
SCORPION
E-T II
SPEC.

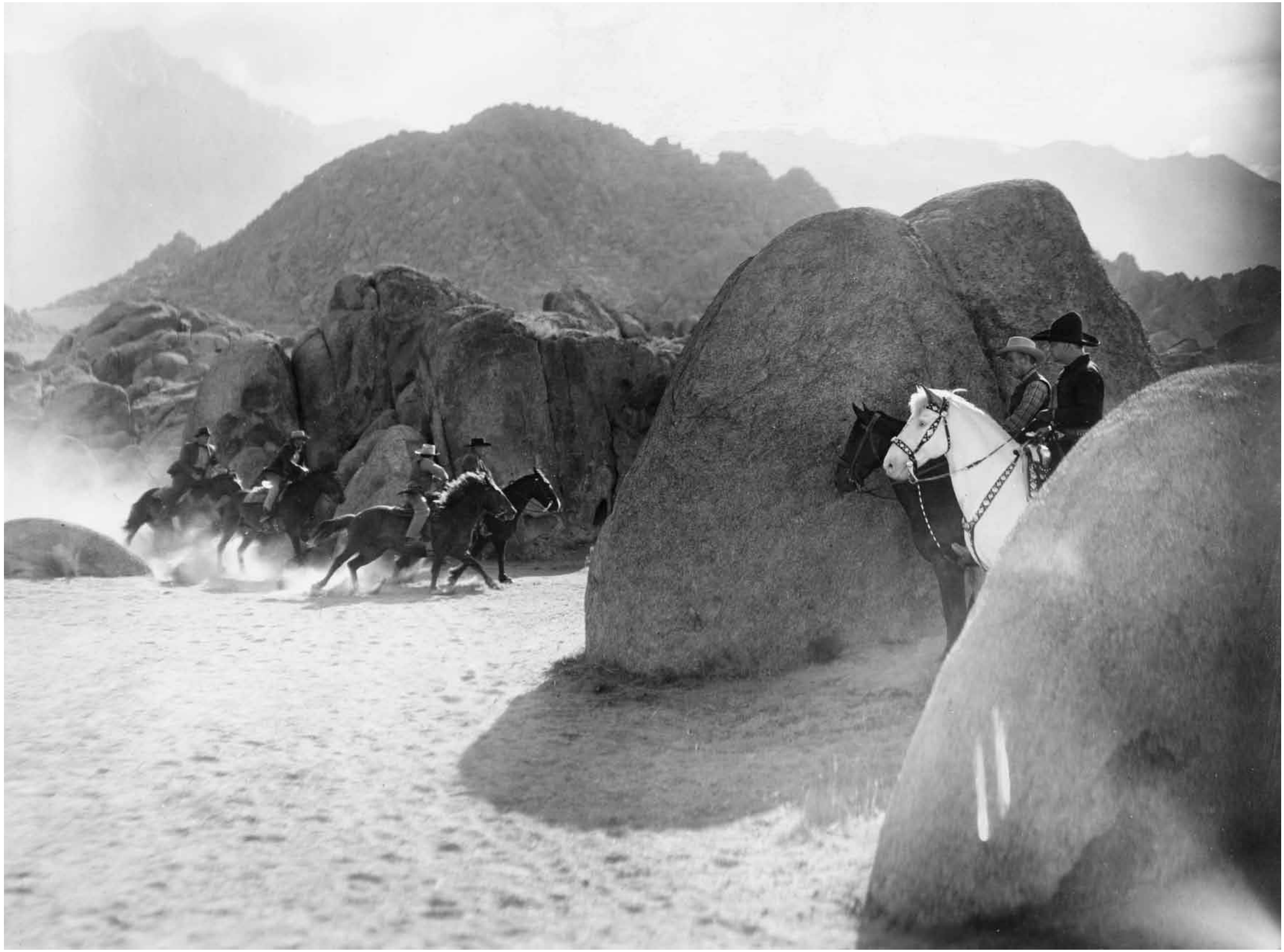
TUDOR COURT
CAFETERIA






Hotpoint

QUAKER
CORN
FLAKES



Impressum

Zürich, April 2010

Herausgeberin	Ringier AG, Corporate Communications, Dufourstrasse 23, CH-8008 Zürich www.ringier.ch, www.ringier.com
Gesamtleitung	Marco Castellaneta, CCO/Leiter Corporate Communications
Projektleiterin	Myrta Bugini, Corporate Publishing und Design, Group Communications
Kuratorin	Beatrix Ruf, Kuratorin Ringier Sammlung, Direktorin Kunsthalle Zürich
Künstler	John Baldessari, Santa Monica, USA
Grafik	Gavillet & Rust, Genf
Schrift	Executive (www.optimo.ch)
Lektorat	Ringier AG Specter, Zürich, und Apostroph AG, Luzern
Übersetzung	Apostroph AG, Luzern
Sprachversionen	Deutsch, Französisch, Englisch
Dank	Der Künstler dankt Brienne Arrington, Lionel Bovier, Carmelo Buffoli, Vincent Devaud, Gilles Gavillet,
	Shelly George, Io Olivera, Beatrix Ruf, Kim Schoenstadt, Salome Schnetz und Franziska Wagner

Weitere Exemplare erhalten Sie bei
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

Das Künstlerbuch als Buchhandelsausgabe (ohne Geschäftsbericht) können Sie bestellen via www.jrp-ringier.com
(ISBN 978-3-03764-117-0)