



# Ringier Jahres- bericht 2010

# Ringier Jahresbericht 2010

D I WHY RELAX! *Good Morning*  
offering

## 1. Lightness:

“The only hero able to cut off Medusa’s head is Perseus, who flies with winged sandals;  
Perseus, who does not turn his gaze upon the face of the Gorgon but only upon her image reflected  
in his bronze shield.”\*

PROLOG, MICHAEL RINGIER	103
DAS RINGIER JAHR, CHRISTIAN UNGER	104
KENNZAHLEN	106
ERFOLGSRECHNUNG	107
DAS JAHR IN ZAHLEN	110
RINGIER AUF EINEN BLICK	116
PORTFOLIO	118
<hr/>	
RINGIER SCHWEIZ UND DEUTSCHLAND	130
PRINT SCHWEIZ	134
<hr/>	
RINGIER AXEL SPRINGER MEDIA AG	136
RINGIER UNGARN	140
RINGIER RUMÄNIEN	142
RINGIER ASIA PACIFIC	144
Ringier Vietnam	144
Ringier China	147
<hr/>	
WESENTLICHE BETEILIGUNGEN SCHWEIZ	150
WESENTLICHE BETEILIGUNGEN CENTRAL EUROPE / ASIA PACIFIC	152
<hr/>	
PROJEKTE	154
ORGANISATION	158
MITARBEITERSTRUKTUR	160
STANDORTE	161
<hr/>	
EPILOG, FRANK A. MEYER	164
<hr/>	
KÜNSTLERINNEN	166
<hr/>	
IMPRESSUM	189

\* I. Calvino / Six Memos For The Next Millennium

# Prolog

## Michael Ringier, Verleger

«Vietnam, mon amour» heisst die Biografie des Wiener Kommunisten und Juden Ernst Frey, der Ende der Dreissigerjahre vor den Nazis flüchten konnte und über Umwege nach Vietnam gelangte. Dort kämpfte er als Oberst in der Armee von Ho Chi Minh für die Unabhängigkeit des Landes und fand in Vietnam so etwas wie eine neue Heimat.

Auch die Künstlerinnen Kerstin Brätsch und Adele Röder haben Vietnam als Ausgangspunkt für den diesjährigen Jahresbericht gewählt. Und es ist ihnen wohl genauso ergangen wie dem Autoren Ernst Frey oder wie unseren Verantwortlichen von Ringier, die 1992 in Vietnam mit unseren Investitionen begonnen haben: Alle sind dem Charme dieses Landes und seiner Menschen erlegen.

Am intensivsten kämpft man für etwas, das man liebt. Nur deshalb können wir auch nach schwierigsten Jahren in Ho Chi Minh City und in Hanoi bald unser 20-jähriges Jubiläum feiern. Andere Medienhäuser haben es auch versucht, wir sind als einziges dort geblieben. Bei allem Respekt für Strategiepapiere, Studien und Standardrezepte: Die Stimmung und damit die Emotionen sind immer noch einer der stärksten unternehmerischen Motivatoren - im Mediengeschäft ganz besonders.

Aber unser Engagement und unser Durchhaltewillen in Vietnam stehen auch

noch für eine andere Tugend, die wir für die Zukunft mehr denn je brauchen: Pioniergeist. Wer sich Anfang der Neunzigerjahre getraut hat, in Osteuropa und Asien ein nachhaltiges Mediengeschäft aufzubauen, dem braucht auch im Umgang mit den neuen Technologien nicht bange zu werden. Nicht zu wissen, was auf einen zukommt, ist keine Bedrohung, sondern eine Herausforderung; dass wir diese meistern können, beweisen auch die Zahlen in diesem Jahresbericht. Nach einem brutalen 2009 mit Entlassungen, Budgetkürzungen und Objekteinstellungen als Folge zeigt das vergangene Jahr ein erfreuliches Bild. Wir sind in frischer Stärke wieder da. Dafür zollen die Aktionäre dem Management den allergrössten Respekt.

Dabei kommt uns zugute, dass das laufende Geschäft hervorragend auf Kurs ist - operative Baustellen sind rar geworden. Wir können uns mit vollem Elan dem Neuen und der Verbesserung des Alten widmen. Die finanzielle Ausstattung, die es dazu braucht, ist ebenfalls vorhanden. Auch wenn wir sie nicht zeigen, kann sich unsere Bilanz sehen lassen.

Eine solide finanzielle Basis brauchen wir auch für unsere Zukunft. Denn wir wollen und müssen investieren: in neue Technologien, in neue Projekte und in den Journalismus. Denn der ist nach wie vor der Hauptpfeiler unseres Geschäfts. Was immer wir angehen, hat damit zu tun, dass wir Inhalte produzieren. Da gibt

es ganz klar einen Nachholbedarf - finanziell und intellektuell.

Denn den Text «Print, mon amour» wollen wir auch nach 178 Jahren weiterschreiben. Bei «Digital, mon amour» arbeiten wir gerade am ersten Kapitel.

# Das Ringier Jahr

## Christian Unger, CEO Ringier AG

### 2010 - das erfreuliche Jahr nach der Krise.

2009 erlebte die Ringier Gruppe im Sog der weltweiten Finanzkrise die schlimmsten gesamtwirtschaftlichen Verwerfungen seit Jahrzehnten. Die globale Schieflage der Finanzmärkte hat sich zum Teil auch 2010 fortgesetzt, wenn auch nicht mehr in dem Masse wie im Jahr zuvor. In diesem immer noch schwierigen Marktumfeld, das zusätzlich durch Währungseffekte, insbesondere durch den starken Schweizer Franken belastet wurde, konnte die Ringier Gruppe mit einem Jahresgewinn nach Steuern von 61,8 Millionen Franken ein sehr erfreuliches Ergebnis erzielen und gegenüber Vorjahr deutlich zulegen. Der Konzernumsatz blieb auf Vorjahresniveau, und dies obwohl per Mitte Jahr drei osteuropäische Länder, die zuvor zu 100 Prozent eingerechnet waren, nur noch zu 50 Prozent konsolidiert in die Rechnung genommen wurden. Die zweite Jahreshälfte zeigte besonders in Asien und in der Schweiz, aber auch in Teilen Osteuropas bereits wieder eine Erholung in den Stammgeschäften. Viele Länder konnten ein Profitabilitätsplus und eine Vergrößerung des Marktanteils verzeichnen, was massgeblich zur Ergebnisverbesserung beigetragen hat. Ebenfalls ergebniswirksam wurden Sondereffekte vor allem im Zusammenhang mit der Joint-Venture-Ausgleichszahlung von Axel Springer an Ringier. Insgesamt konnte Ringier dank dieser Massnahmen und des erfreulichen Geschäftsganges in unseren Kernmärk-

ten 2010 ein deutlich verbessertes operatives Ergebnis erzielen und die Profitabilität in unseren Stammgeschäften steigern. Trotz nur langsam anziehender Märkte fiel das Jahresergebnis 2010 somit gesamthaft erfreulich positiv aus.

Den deutlichsten Turnaround konnte konzernweit die Schweiz erzielen. Die Zeitschriften - insbesondere die *Schweizer Illustrierte*, aber auch die Magazine in der Romandie - und die Blick-Gruppe - insbesondere *Blick* und *Blick.ch* - haben 2010 ein sehr gutes Ergebnis über Vorjahr erzielt. Auch *Blick am Abend* zeigt verglichen mit 2009 eine sehr positive Entwicklung.

In **Asien** gelang es uns, unser Portfolio zu erweitern, indem **Ringier Vietnam** einen Lizenzvertrag mit *Lagardère Active* zur Publikation der Zeitschrift *ELLE* abschliessen konnte - das Echo vom vietnamesischen Anzeigenmarkt war sehr positiv. Auch in **China** vermochte Ringier das Ergebnis stark zu verbessern.

In **Osteuropa** war 2010 eine leichte Erholung der Märkte zu beobachten, allerdings ist die Entwicklung in Rumänien weiterhin schwierig (der Anzeigenmarkt sank gegenüber 2009 um über 70 Prozent); trotzdem konnten hier klare Sanierungsfortschritte erzielt werden. In Lokalwährung haben Ungarn und Serbien, aber auch die Slowakei und Polen sehr gute Ergebnisse erzielt, die jedoch zum Teil durch den starken

Schweizer Franken in der Gesamtbilanz relativiert erscheinen.

**Die wichtigsten Weichenstellungen** in 2010 stehen ganz im Zeichen der weiteren Entwicklung von Ringier. Als strategischer Meilenstein in der Ringier Unternehmensgeschichte darf sicherlich die Gründung der **Ringier Axel Springer Media AG** bezeichnet werden. Mit der Umsetzung des Joint Ventures mit dem Axel Springer Verlag in Mittel- und Osteuropa, in dem die Aktivitäten von Ringier und Axel Springer in *Tschechien, Serbien, Polen* und der *Slowakei* zusammengeführt wurden, hat Ringier seine führende Position in Osteuropa weiter ausgebaut. *Ungarn* soll ebenfalls Teil von Ringier Axel Springer Media werden, sobald die lokale kartellrechtliche Prüfung abgeschlossen ist (bei Drucklegung dieses Jahresberichts war dieser Entscheid noch ausstehend). *Rumänien* ist vorderhand noch nicht Mitglied des Joint Ventures, könnte jedoch mittelfristig auch in das Gemeinschaftsunternehmen eingebracht werden.

Ringier hat das Joint Venture mit Axel Springer aufgebaut, um eine Stärkung des print-basierten Kerngeschäfts in Mittel- und Osteuropa zu erreichen und den Prozess der Digitalisierung in den **mittel- und osteuropäischen Märkten** mit einem starken Partner an der Seite schneller, effizienter und proaktiver vorantreiben zu können. Mit einem Anteil

des Digitalgeschäfts von 2 bis 3 Prozent am lokalen Konzernumsatz besteht in diesen Märkten noch zum Teil erhebliches Potenzial, das vor allem durch akquisitionsgetriebenes Wachstum erzielt werden soll. Durch die Zusammenarbeit mit Axel Springer kann das notwendige Investitionsvolumen zwischen den Mutterhäusern des Joint Ventures aufgeteilt werden. Ein erstes erfolgreiches Umsetzungsbeispiel dieser Strategie war die **Akquisition von Azet.sk**, die im Dezember 2010, also lediglich drei Monate nach Closing des Joint Ventures, realisiert wurde. *Azet.sk* ist das grösste slowakische Internetportal, und mit der Übernahme wurde Ringier Axel Springer Media in der Slowakei unmittelbar zum Marktführer im Internetbereich.

Durch Ringier Axel Springer Polska ist die Ringier AG nun auch 50-Prozent-Aktionärin des grössten polnischen Verlagsgeschäftes geworden und konnte dadurch ein neues, hochattraktives, Land erschliessen. In seiner Gesamtheit ist Ringier Axel Springer Media eines der grössten Medienunternehmen in Mittel- und Osteuropa geworden und bietet für Ringier die Grundlage für ein weiteres dynamisches Wachstum in dieser Region.

Die wichtigsten **Investitionen in unser Stammgeschäft** haben wir in der Schweiz und in Serbien durch die Schaffung zweier moderner **Newsrooms** getätigt. Der Schweizer Newsroom im Zürcher Pressehaus wurde im März 2010 in Betrieb genommen und gilt mittlerweile als viel beachtetes und erfolgreiches Aushängeschild für die Blick-Gruppe. Seit Anfang Dezember 2010 verfügt auch Serbien über einen Newsroom. Dieser fasst die Redaktionen der Tageszeitung *Blic*, der Gratiszeitung *24sata* sowie der Plattformen *Blic online* und *Žena online* zusammen. Im März 2011 erfolgte bei Ringier Rumänien die Eröffnung eines Newsrooms für die Tageszeitung *Libertatea*, und auch Tschechien, Ungarn und die Slowakei sollen sukzessive integrierte Newsrooms erhalten.

Auch ausserhalb des Kerngeschäfts dürfen wir auf ein gutes 2010 zurückblicken. Die 2009 gestartete **digitale Offensive** zeigt erste sehr erfreuliche Erfolge: 2010 konnten wir die digitalen Umsätze in allen Ringier Ländern deutlich steigern. In der Schweiz gelang dies durch die Realisierung neuer Geschäftsmodelle im Digitalbereich und durch eine Offensive an Mobile Applikationen für Tablets und Smartphones. Zudem haben sich die **Scout24-Plattformen** sehr gut entwickelt - das Wachstum dieser Portale ist überdurchschnittlich, da wir durch unsere marktführenden Positionen weiter Marktanteile hinzugewinnen konnten. Darüber hinaus konnten wir unser digitales Engagement mit der Akquisition von *anibis.ch* weiter ausbauen. Im Job-Bereich haben wir 15 Prozent am in der Schweiz führenden Internetportal *jobs.ch* erworben, dessen Börsengang noch 2011 geplant ist.

Für 2011 und die folgenden Jahre sehen wir, basierend auf einem starken und gesunden Kerngeschäft, eine anhaltende Entwicklung in Richtung digitaler Märkte und Entertainment. Ringier hat die neue, von der Konzernleitung Ende 2009 erarbeitete **Unternehmensstrategie** im Jahr 2010 sukzessive umgesetzt. Nach diesem Ansatz formieren sich die weltweiten Aktivitäten des Unternehmens um drei Hauptbereiche:

1. Das klassische, noch Print-dominierte Stammgeschäft der Informationsvermittlung, inklusive der Druckereien
2. Der Bereich Entertainment, der alle eigenen Aktivitäten und Beteiligungen rund um Fernsehen, Radio, Events und Services (wie z.B. Ticketing) enthält.
3. Das digitale Geschäft, vor allem Internet-basierte und mobile Services und transaktionsbasierte Online-Plattformen.

**In der Schweiz** ist diese Drei-Säulen-Strategie schon deutlich sichtbar. Im **Ausland** ist das Wachstum im Jahr 2011 vor allem im Bereich Internet zu erwarten. Ringier hat sich zum Ziel gesetzt,

mittelfristig über 20 Prozent des Konzernumsatzes in digitalen Geschäften zu erzielen. Die Akquisition von *Azet.sk* in der Slowakei zeigt, wie schnell man durch intelligente Zukäufe die Märkte erschliessen kann. Am Beispiel des 2010 gegründeten Immobilienportals *myproperty.ph* auf den Philippinen wird zudem sichtbar, wie man erfolgreich erprobte Modelle aus anderen Märkten importieren und mit der entsprechenden Lokalisierung verankern kann.

Trotz dieser Diversifikationsstrategie wird die Ringier AG das für uns so wertvolle Stammgeschäft nicht vernachlässigen und weiterhin in die journalistische Qualität seiner Publikationen und Plattformen investieren.

Dass Ringier den Turnaround in so kurzer Zeit geschafft hat, ist keine Selbstverständlichkeit. Mein Dank geht besonders an alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, aber auch an unsere Kunden und Geschäftspartner. Sie alle haben in schwierigen Zeiten loyal zu uns gehalten. Wir bei Ringier sind fasziniert von den gravierenden Veränderungsprozessen, die derzeit die Medienindustrie erfährt, und wollen dieses neue Umfeld auch in Zukunft proaktiv nutzen. Wir freuen uns auf eine weiterhin gute Zusammenarbeit mit Ihnen und danken Ihnen für Ihr Interesse an unserem Hause.

Ihr Christian Unger

# Kennzahlen

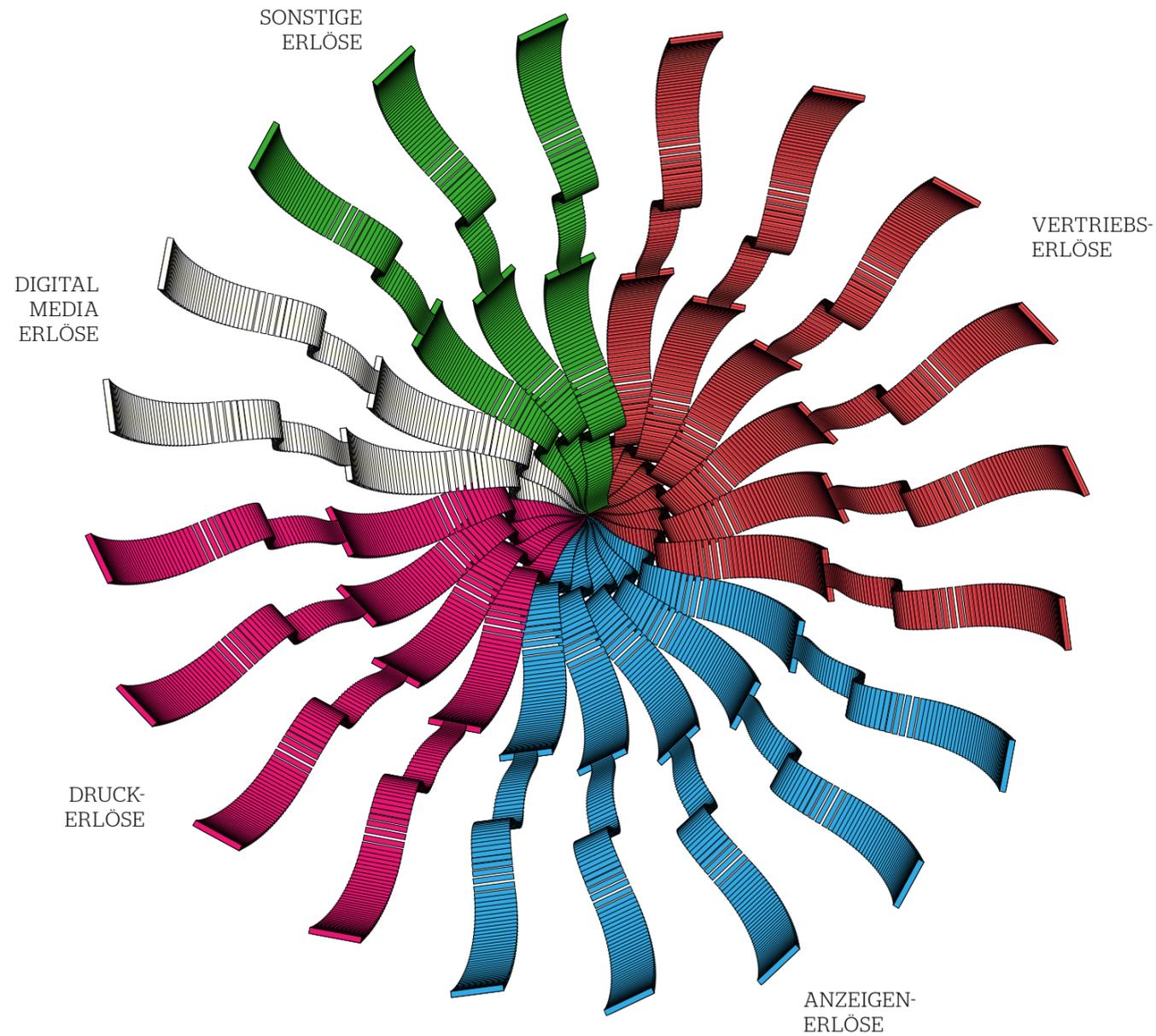
	2010	2009	2008	
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF	Veränderung
<b>UMSATZ NACH REGIONEN TOTAL</b>	<b>1 263.9</b>	<b>1 296.1</b>	<b>1 535.5</b>	<b>-2.5 %</b>
UMSATZ VERLAG SCHWEIZ UND DEUTSCHLAND	613.7	548.9	606.5	11.8 %
UMSATZ CENTRAL EUROPE	336.4	418.8	526.7	-19.7 %
UMSATZ ASIA PACIFIC	50.3	52.0	70.1	-3.2 %
UMSATZ PRINT SCHWEIZ	263.5	276.4	332.2	-4.6 %
CASHFLOW	161.1	93.8	146.9	71.8 %
in % des Umsatzes	12.7 %	7.2 %	9.6 %	
JAHRESGEWINN NACH STEUERN	61.8	17.2	62.2	359.8 %
in % des Umsatzes	4.9 %	1.3 %	4.0 %	
INVESTITIONEN	149.5	96.8	321.9	54.5 %
MITARBEITER	7 752	7 448	8 069	

# Erfolgsrechnung

	2010	2009	2008
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
<b>UMSATZ TOTAL</b>	<b>1 263.9</b>	<b>1 296.1</b>	<b>1 535.5</b>
Vertriebserlöse	347.0	390.8	422.2
Anzeigenerlöse	325.7	347.0	482.5
Druckerlöse	286.9	306.1	372.7
Digital Media Erlöse	130.1	112.3	130.5
Sonstige Erlöse	174.2	139.9	127.7
<b>AUFWENDUNGEN TOTAL</b>	<b>1 102.8</b>	<b>1 202.3</b>	<b>1 388.5</b>
<b>Personal</b>	<b>421.8</b>	<b>458.6</b>	<b>502.3</b>
Löhne und Gehälter	336.1	362.6	391.3
Sozialleistungen	61.9	72.1	78.5
Personalnebenkosten	23.8	23.9	32.5
<b>Material und Fremdleistungen</b>	<b>311.8</b>	<b>374.3</b>	<b>443.7</b>
Papier	152.2	189.5	222.8
Farbe	14.6	18.8	22.8
Übriges Material	39.0	42.0	47.1
Fremdleistungen	99.3	118.0	144.8
Sonstiger Marktaufwand	6.7	6.0	6.3
<b>Redaktionen, Verlage, Transport, Werbung</b>	<b>270.5</b>	<b>259.8</b>	<b>305.4</b>
Redaktionshonorare	60.4	43.2	52.7
Transporte	97.8	97.1	113.5
Werbung	89.7	91.5	107.0
Diverser Verlagsaufwand	22.6	28.0	32.2
<b>Allgemeiner Aufwand</b>	<b>98.7</b>	<b>109.6</b>	<b>137.2</b>
Fremdmieten, Energie, Reparaturen, Unterhalt	62.9	63.9	69.2
Allgemeine Verwaltung, Sonstiges	35.8	45.7	68.1
CASHFLOW	161.1	93.8	146.9
ABSCHREIBUNGEN	99.3	76.6	84.7
GEWINN NACH STEUERN	61.8	17.2	62.2

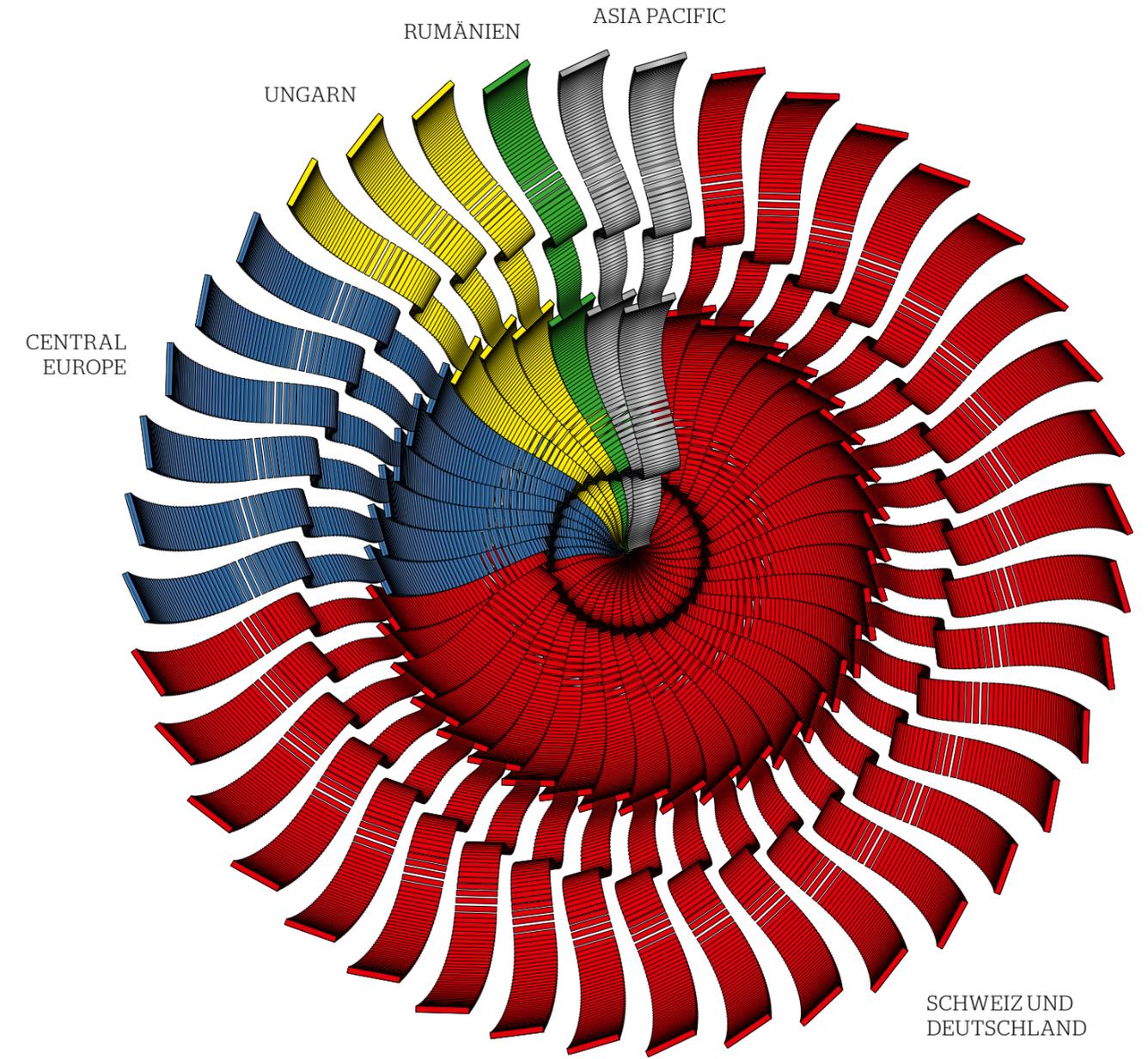
# Umsatzanteile nach Erlösart

A	VERTRIEBSERLÖSE		27.5 %
B	ANZEIGENERLÖSE		25.8 %
C	DRUCKERLÖSE		22.7 %
D	DIGITAL MEDIA ERLÖSE		10.3 %
E	SONSTIGE ERLÖSE		13.7 %



# Umsatzanteile nach Regionen

A	SCHWEIZ UND DEUTSCHLAND		69.4 %
B	CENTRAL EUROPE (TSCHECHIEN, SLOWAKEI, SERBIEN, POLEN)		17.1 %
C	UNGARN		7.5 %
D	RUMÄNIEN		2.0 %
E	ASIA PACIFIC		4.0 %



# Das Jahr in Zahlen

**Ringier in 2010 mit erfreulichem Jahresergebnis.** 2010 hat die Ringier Gruppe im operativen Geschäft auf den Wachstumskurs zurückgefunden und das operative Ergebnis deutlich steigern können. Vor allem das vierte Quartal 2010 zeigte in der Schweiz, in Asien sowie partiell auch bereits in Mittel- und Osteuropa deutliche Anzeichen der Erholung. Der Gruppenumsatz für 2010 liegt bei 1,3 Milliarden Franken - bereinigt um Sondereffekte, Wechselkurseinflüsse sowie Veränderungen im Konsolidierungskreis hätte dieser im Vorjahresvergleich sogar zugelegt. Das Ergebnis konnte gegenüber dem Vorjahr ebenfalls deutlich, vor allem resultierend aus dem operativen Geschäft, verbessert werden und liegt bei 61,8 Millionen Franken. In diesem Ergebnis sind auch Ausgleichszahlungen sowie nicht-cash-wirksame Elemente aus der Transaktion mit Axel Springer beinhaltet. Der Cashflow lag bei 161,1 Millionen Franken und liegt damit deutlich über Vorjahr (93,8 Mio. CHF).

Geprägt war das Jahr 2010 vor allem durch den Aufbau der neuen Joint-Venture-Holdinggesellschaft Ringier Axel Springer Media AG in Zürich per Mitte 2010. Der Umsatz und das Ergebnis der Länder Tschechien, Slowakei, Serbien und Polen sind nach Gründung des Joint Ventures ab dem zweiten Halbjahr 2010 in der Konsolidierung von Ringier nur noch zu 50 Prozent enthalten. Da wir in Ungarn noch auf die Freigabe des Joint

Ventures durch die Wettbewerbsbehörde warten, wurden für Ungarn ausschliesslich die Ringier Anteile zu 100 Prozent eingerechnet. Trotz der dadurch resultierenden massgeblichen Veränderung im Gesamt-Portfolio hat Ringier auch in diesem Jahr beträchtliche Mittel in Innovationsprojekte investiert, hauptsächlich im Bereich Digitalisierung und im Kerngeschäft um die starken Printmarken.

Basis für die erfreulichen Ergebnisse waren einerseits die konjunkturell wesentlich aufgehellte Wirtschaftslage, andererseits aber vor allem die durch mehrere Optimierungsprogramme verbesserte Kostenbasis sowie das Re-Engineering verschiedener Geschäftsbereiche.

Neben den erwähnten Konsolidierungs- und Währungseffekten hat auch ein sanfter Rückgang bei den Verkaufserlösen im Bereich Zeitungen und Zeitschriften zur leichten Umsatzabweichung zum Vorjahr beigetragen. Die Vertriebslöse stellen mit 27,5 Prozent aber immer noch den grössten Anteil aller Erlösarten dar, und wir sind damit vom sehr prozyklischen Werbemarkt weit weniger abhängig als andere Medienhäuser. Einen grossen Teil der negativen Auflagen-Effekte konnten wir auf der Kostenseite wettmachen - hier halfen zudem auch die volumenbedingten Reduktionen für Papier.

Nach 2009 konnten wir erfreulicherweise auch 2010 die Cashflow-Marge stark auf 12,7 Prozent verbessern. Aufgrund ihrer ausgezeichneten Marktstellung und durch die Kostensparprogramme konnten in allen Regionen die stärksten Print- und Online-Marken ihre relative Marktposition weiter verbessern und mit sehr beeindruckenden Margen arbeiten.

Der Anteil der digitalen Erlöse an den Gesamterlösen ist von 8,7 Prozent in 2009 auf 10,3 Prozent in 2010 gestiegen. Damit konnten wir unserem Mittelfristziel, einen Anteil von 20 Prozent an digitalen Erlösen zu erreichen, einen weiteren Schritt näher kommen.

Vor allem im Verlag Schweiz hat sich sowohl der Umsatz als auch das Ergebnis gegenüber Vorjahr sehr erfreulich entwickelt. Zu einem grossen Teil ist dies auf die erfolgreiche Strategie der marktführenden Printmarken, auf den Auf- und Ausbau des Entertainment-Bereichs, auf die intensiviertere Digitalisierung der bestehenden Titel sowie auf den Ausbau des Online-Portfolios zurückzuführen. Im Einklang mit der Unternehmensstrategie, den digitalen Bereich stärker auszubauen, stiegen die Erlöse für *Digital Media* um 15,8 Prozent zum Vorjahr (103,7 Mio. CHF) und liegen in 2010 bei 120,1 Millionen Franken. Damit liegt das Schweizer Verlags-Portfolio jetzt bei einem Digital-Anteil von 19,6 Prozent. Vor allem die

Online-Marktplätze der *Scout24*-Gruppe verzeichneten in 2010 erwartungsgemäss einen starken Umsatzanstieg.

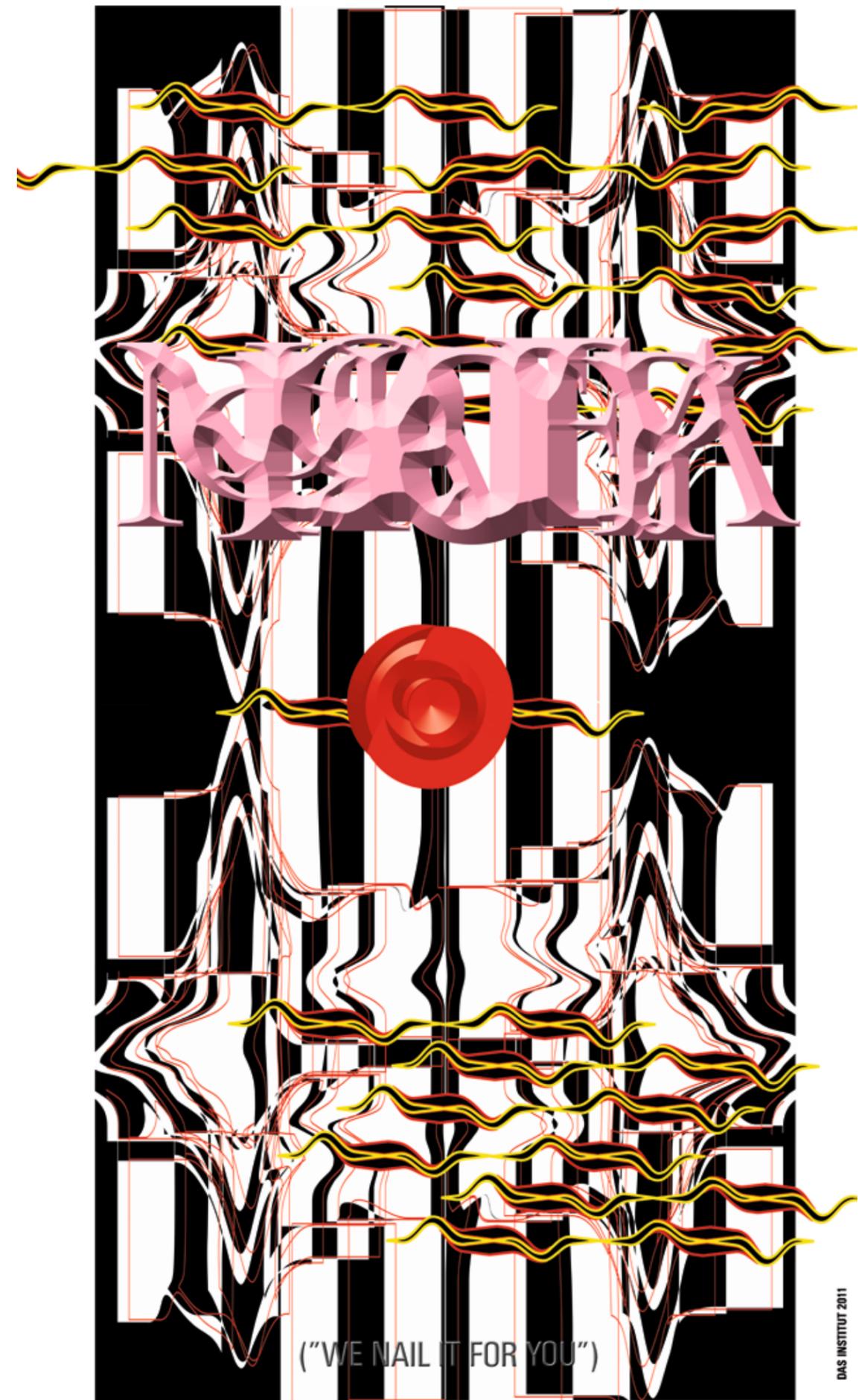
Der Bereich Print Schweiz mit der Swissprinters Gruppe und der Zeitungsdruckerei Print Adligenswil weist in der Gesamtbetrachtung gegenüber dem Vorjahr einen rückläufigen Umsatz und ein tieferes Ergebnis aus, behauptet sich jedoch dank modernster Technologie in einem äusserst anspruchsvollen Marktumfeld. Bei Swissprinters wurde 2010 der komplette Wechsel vom Tief zum Offsetdruck realisiert und dadurch eine wichtige strategische Weichenstellung vollzogen. Durch eine Vereinfachung von Prozessen und Organisation konnte zudem auch das Kostenniveau entsprechend angepasst werden. 2010 sah sich Print Schweiz durch den starken Schweizer Franken im Wettbewerb mit Produktionsstätten im Euro-Raum vor grosse Herausforderungen gestellt. Die Bündelung der Kräfte unter dem einheitlichen Namen Swissprinters, wie sie 2010 erfolgt ist, soll helfen, diese erfolgreich zu meistern.

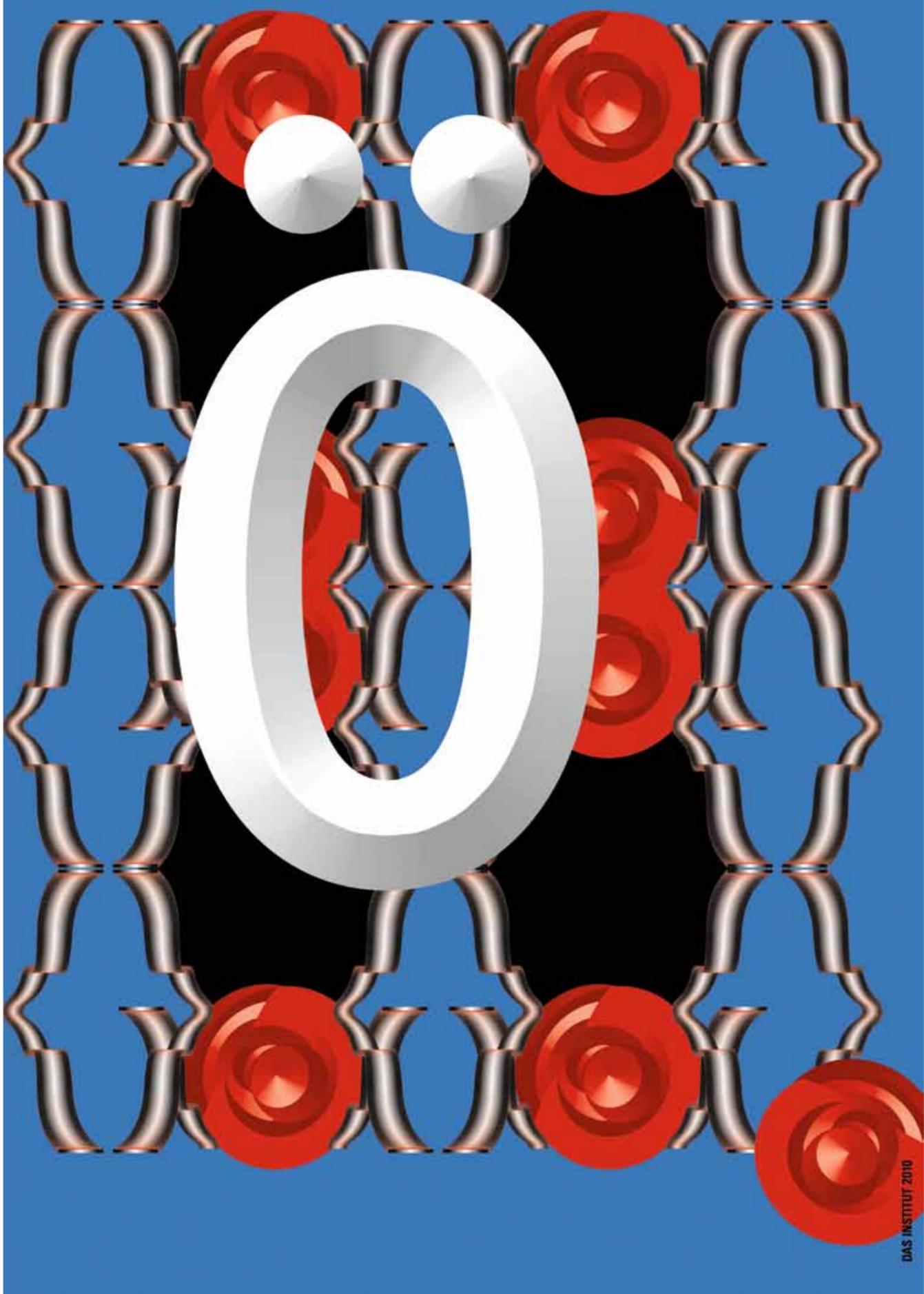
Insgesamt liegen die Investitionen für 2010 in der Gruppe bei 149,5 Millionen Franken. Neben dem integrierten Newsroom lag der Investitionsfokus auf der Neuausrichtung der Swissprinters-Gruppe sowie auf Investitionen ins Digitalgeschäft.

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

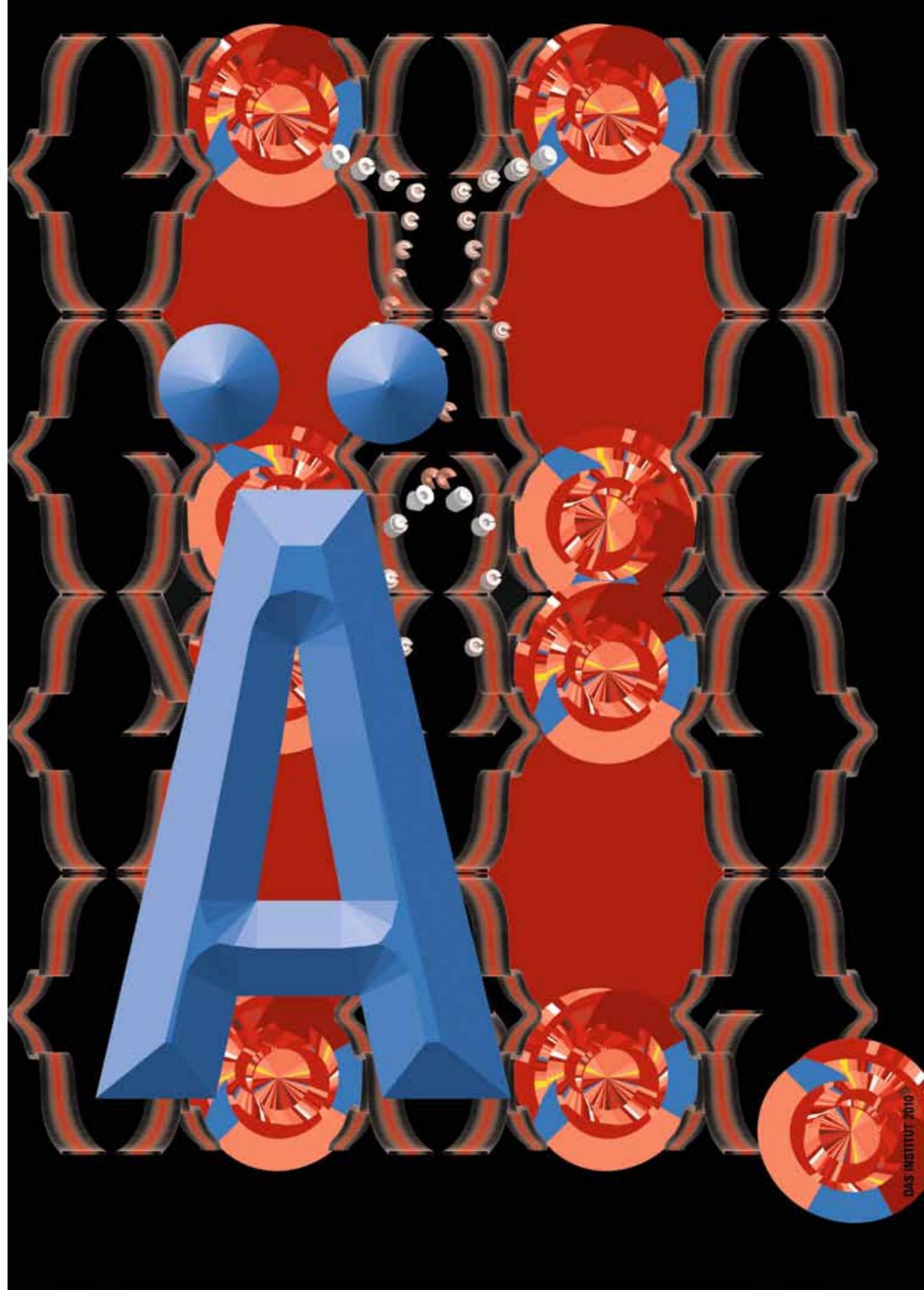
DI WHY RELAX! *Eat And Drink*  
extending  
6. Consistency \*

\* I. Calvino / Six Memos For The Next Millennium





DAS INSTITUT 2010



DAS INSTITUT 2010

# Ringier auf einen Blick

Seit der Pfarrerssohn Johann Rudolf Ringier im Jahr 1833 in Zofingen eine Buchdruckerei erwarb und damit offiziell die Firma Ringier gründete, durchlebte die Medienwelt und damit auch das Schweizer Verlagshaus verschiedene markante Wandlungen. Aus der nur lokal bekannten grafischen Zofinger Werkstätte entstand in kurzer Zeit ein bald auch nationaler Zeitungsverlag, und aus dem Schweizer Verlagshaus wurde mit dem Markteintritt in Osteuropa und Asien schliesslich der globale Anbieter multimedialer Plattformen, der sich auch heute noch immer in Familienbesitz befindet und in fünfter Generation von Michael Ringier geführt wird. Mitbesitzerinnen zu gleichen Teilen sind seine Schwestern Evelyn Lingg-Ringier und Annette Ringier.

Nach dem Ableben von Hans Ringier, der 2003 im Alter von 97 Jahren verstarb, übernahm sein Sohn Michael die Position des Verwaltungsratspräsidenten der Ringier Holding AG, zu der die Ringier AG und die Ringier Print Holding AG gehören. Das operative Geschäft der Ringier AG verantwortet die Konzernleitung unter dem Vorsitz von CEO Christian Unger. Das operative Geschäft auf Länderebene wird von der lokal eingesetzten Geschäftsleitung geführt. Die Führungsgremien werden auf Stufe Konzern von verschiedenen Ausschüssen unterstützt. Die Ringier Print Holding AG wird durch einen separaten Verwaltungsrat geleitet, dessen Präsident Martin Werfeli ist.

Heute ist Ringier ein **multinationales integriertes Medienunternehmen** mit Sitz in Zürich und Aktivitäten in der Schweiz, in Ungarn, Rumänien, Serbien, Tschechien, Polen, in der Slowakei, in Vietnam und China. Mit seinen weltweit rund **7700 Mitarbeitern** führt Ringier Medienmarken in den Bereichen Print, TV, Radio, Online und Mobile und ist erfolgreich im Druck-, Entertainment- und Internetgeschäft tätig. Herausragendes Kennzeichen des Portfolios der Ringier Gruppe ist eine breite Diversifizierung. Das Schweizer Familienunternehmen verfügt in den genannten Ländern über 120 Zeitungen und Zeitschriften, produziert und vermarktet Fernsehsendungen, hält wesentliche Beteiligungen an TV- und Radio-Kanälen, unterhält Web- und Mobile-Plattformen und betreibt Druckereien. Einige der bekanntesten Marken aus dem Ringier Konzern sind *Blick*, *Schweizer Illustrierte*, *L'illustré*, *Radio Energy*, *Ringier TV*, *Blesk*, *Fakt*, *Aha!*, *Blick*, *Nepszabadsag*, *ELLE Vietnam*, *Cicero*, *Monopol* oder *Betty's Kitchen*. Auch die Ringier Beteiligungen, die die Wertschöpfungskette von Ringier komplementieren, umfassen eine namhafte Markenpalette, wie *Ringier Axel Springer Media*, *Swissprinters*, *Scout 24*, *Good News*, *Ticketcorner*, *Betty Bossi*, *Infront Ringier* oder *media swiss*. Mit diesem breiten Portfolio und der internationalen Orientierung schafft Ringier ideale Voraussetzungen, um die Expansion gemäss der Konzernstrategie, die die drei Säulen Kerngeschäft, Digital Business und Enter-

tainment umfasst, weiter voranzutreiben.

Der Konzern als Ganzes, aber auch jeder einzelne Mitarbeiter folgt klar definierten ethischen und unternehmerischen Grundsätzen und einem für alle Standorte verpflichtenden Code of Conduct. Auch im Bereich Corporate Responsibility übernimmt Ringier mit seiner Nachhaltigkeitsstrategie Verantwortung, die sich an den relevanten Achsen Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft orientiert.



# Portfolio

## Nach Segmenten und Ländern

	CHINA	DEUTSCHLAND	INDONESIEN	KROATIEN	PHILIPPINEN	RUMÄNIEN	SCHWEIZ	SERBIEN	SLOWAKEI	TSCHECHIEN	UNGARN	VIETNAM
Boulevardtitel							•	•	•	•	•	
Tageszeitungen						•	•	•	•	•	•	
Sonntagszeitungen						•	•		•	•	•	
Gratiszeitungen							•	•				
Sportzeitungen							•			•	•	
Wirtschaftspublikationen							•	•	•	•		
Zeitschriften (Frauen, Jugend, People)	•					•	•	•	•	•	•	•
Fachpublikationen	•	•					•		•	•	•	•
Kochpublikationen	•						•	•		•	•	•
TV-Programmzeitschriften						•	•	•	•	•	•	
Radio							•					
Fernsehen						•	•					
Websites, Online-Titel	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
E-Commerce	•		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Rubriken, Verzeichnisse							•					
Events, Event Services							•					
Druckereien	•					•	•	•	•	•	•	

# Portfolio

## Entertainment

Stand 1. April 2011

### SCHWEIZ

RADIO	Radio Energy Zürich
	Radio Energy Bern
	Radio Energy auf DAB+

FERNSEHEN	Sat.1 (Schweiz)
	Grundy Schweiz
	Teleclub
	PresseTV
	RingierTV Productions
	Ringier WebTV

TV-SENDUNGEN	Auf SF 1: 5 gegen 5 - Wissens- und Ratespiel, wochentags täglich
	Ab in die Küche - Koch-Talentshow (ab 11.4.2011), wöchentlich, Staffel à 10 Folgen
	Die grössten Schweizer Talente - Castingshow, wöchentlich, Staffel à 8 Folgen
	Gesundheit Sprechstunde - Gesundheits- und Medizinsendung, wöchentlich
	Sicher ist sicher! - Sicherheitssendung, 6x jährlich
	Standpunkte - Diskussionssendung, wöchentlich
	Auf SF zwei: CashTV - Wirtschaftsmagazin, wöchentlich
	MotorShow tcs - Automobilsendung, wöchentlich
	Auf ProSieben: Fashion Days Model Challenge - Castingshow, wöchentlich, Staffel à 8 Folgen
	Auf Sat.1: Zimmer, Wohnung, Villa - Immobilienvermittlungsshow, wöchentlich, Staffel à 5 Folgen

EVENTS	The Classical Company - Klassische Konzerte von bekannten Stars und Newcomern
	Rose d'Or - Global Entertainment Television Festival mit Awardverleihung
	Good News - Marktführer Rock & Pop Konzert
	Energy Fashion Night - Fashionshow kombiniert mit Musik und Lifestyle
	Energy Live Session - Konzertsessions von bekannten Stars und Newcomern
	Energy Stars for Free - Grösstes Schweizer Indoor-Konzertereignis

SERVICES	Pool Position Switzerland - Management-Agentur für Schauspieler, Sportler, Models usw.
	Ticketcorner - Marktführer Ticketing
	Kommunikationstraining - Überzeugungs rhetorik in Medienauftritten und Präsentationen

# Portfolio

## Printmedien

Stand 31. Dezember 2010

<b>CHINA</b>		<b>AUFLAGE 2010</b>
Betty's Kitchen	Kochzeitschrift	489 300
CAAC	Bordmagazin	320 000
City Weekend	Ausgehmagazin	140 000
Shanghai Family	Magazin für Ausländer in Shanghai	32 000
Fachzeitschriften, 34 Titel	Fachzeitschriften	34 à 8 000
<b>DEUTSCHLAND</b>		<b>AUFLAGE 2010</b>
Cicero	Magazin für politische Kultur	82 363
Monopol	Kunstmagazin	35 000
<b>RUMÄNIEN</b>		<b>AUFLAGE 2010</b>
Bolero	Frauenzeitschrift	19 969
Bravo	Jugendmagazin	26 408
Bravo Girl	Jugendmagazin	28 225
Libertatea	Tageszeitung	139 829
Libertatea de duminica	Sonntagszeitung	72 263
Libertatea pentru femei	Frauenzeitschrift	59 731
Libertatea weekend	TV-Programmbeilage	199 222
Lumea Femeilor	Frauenzeitschrift	19 735
Unica	Frauenzeitschrift	19 124
<b>SCHWEIZ</b>		<b><sup>1</sup>AUFLAGE 2010</b>
Betty Bossi	Kochzeitschrift	<sup>2</sup> 825 000
Blick	Boulevardzeitung	214 880
Blick am Abend	Gratis-Abendzeitung	329 418
Bolero	Fashion- und Lifestyle-Magazin	21 904
edelweiss	Fashion- und Lifestyle-Magazin	21 439
GlücksPost	Frauenzeitschrift	190 151
GOAL	Sportmagazin	<sup>2</sup>
il caffè	Gratis-Sonntagszeitung	55 242
Le Temps	Tageszeitung	44 450
L'Hebdo	Nachrichtenmagazin	45 784
L'illustré	People-Magazin	90 369
Montres Passion / Uhrenwelt	Fachzeitschrift	<sup>2</sup> 90 000 / <sup>2</sup> 100 000
Schweizer Illustrierte	People-Magazin	213 243
SI GRUEN	Magazin für grünen Lifestyle	<sup>2</sup>
SI Style	Modemagazin	123 006

SonntagsBlick	Sonntagszeitung	238 178
SonntagsBlick Magazin	Wochenmagazin	<sup>2</sup>
TV8	Programmzeitschrift	86 030
TVtäglich	TV-Programmbeilage	<sup>2</sup> 1 155 000
<sup>1</sup> WEMF/SW-beglaubigt <sup>2</sup> nicht beglaubigt		

<b>SERBIEN</b>		<b>AUFLAGE 2010</b>
24sata	Gratiszeitung	135 136
ALO!	Boulevardzeitung	113 426
BLIC	Boulevardzeitung	146 545
BLIC Ljubavni Roman	Liebesromane	15 885
BLIC TV Magazin	TV-Programmbeilage	173 332
BLIC Zena	Frauenzeitschrift	199 119
BLIC Zena Kuhinja	Kochzeitschrift	34 279
NIN	Nachrichtenmagazin	16 093
Puls	People-Magazin	71 481

<b>SLOWAKEI</b>		<b>AUFLAGE 2010</b>
Eva	Frauenzeitschrift	55 160
GEO	Reportagemagazin	<sup>3</sup>
In len pre taba	Jugendmagazin	17 920
Madam Eva	Frauenzeitschrift	18 956
Nový Cas	Boulevardzeitung	143 191
Nový Cas Bývanie	Haushaltmagazin	49 333
Nový Cas Križovky	Kreuzworträtselheft	106 775
Nový Cas Nedela	Sonntagszeitung	51 883
Nový Cas pre Ženy	Frauenzeitschrift	163 913
Nový Cas Vikend	TV-Programmbeilage	208 718
Život	People-Magazin	101 567

<sup>3</sup>Lizenz seit November 2010

<b>TSCHECHIEN</b>		<b>AUFLAGE 2010</b>
Aha!	Boulevardzeitung	100 397
Aha! TV	TV-Programmbeilage	120 637
ABC	Jugendmagazin	47 677
Blesk	Boulevardzeitung	384 991
Blesk Hobby	Heimwerker-Magazin	50 000
Blesk Križovky	Kreuzworträtselheft	56 374

# Portfolio

## Printmedien

Stand 31. Dezember 2010

Blesk Magazin	TV-Programmbeilage	522 092
Blesk pro zeny	Frauenzeitschrift	194 885
Blesk Reality & Bydleni	Immobilienmagazin	119 848
Blesk Vase recepty	Rezept- und Kochmagazin	351 461
Blesk Zdravi	Gesundheitsmagazin	32 424
GEO	Reportagemagazin	<sup>4</sup>
Nedelni Aha!	Sonntagszeitung	90 459
Nedelni Blesk	Sonntagszeitung	224 598
Nedelni Sport	Sonntagssportzeitung	35 994
Reflex	Gesellschaftszeitschrift	63 585
Sport	Sonntagssportzeitung	54 413
Sport Magazin	Sportwochenzeitschrift	62 111

<sup>4</sup>Lizenz seit Oktober 2010

<b>UNGARN</b>		<b>AUFLAGE 2010</b>
Blikk	Boulevardzeitung	191 323
Blikk Nök	Frauenzeitschrift	125 436
Blikk Nök Konyha	Kochzeitschrift (Beilage)	42 130
Blikk TV Magazin	TV-Programmbeilage	202 092
Bravo	Jugendmagazin	29 422
Bravo Girl	Jugendmagazin	23 757
hot!	People-Magazin	86 000
Im	Jugendmagazin	32 904
Nemzeti Sport	Sportzeitung	66 813
Népszabadság	Tageszeitung	74 527
Népszabadság TV Magazin	TV-Programmbeilage	79 575
Vasarnapi Blikk	Sonntagszeitung	152 168

<b>VIETNAM</b>		<b>AUFLAGE 2010</b>
Bep Gia Dinh	Rezept- und Kochmagazin	45 000
Mua Ban Nah Dat	Immobilienmagazin	50 000
Phai Dep ELLE	Modemagazin	20 000
Thoi Trang Tre	Modemagazin	80 000

# Portfolio

## Websites

		Stand 1. April 2011	
<b>CHINA</b>	www.beitaichufang.com		www.jobscout24.ch
	www.cityweekend.com.cn		www.market.scout24.ch
	www.foodpacific.com		www.motorshow.ch
	www.icmedicalproducts.com		www.qualipet.ch
	www.industrysourcing.com		www.ringier.tv
	www.restaurateur.cn		www.ringier-specter.ch
	www.ringier.cn		www.rosedor.ch
	www.ringierpacific.com		www.schweizer-illustrierte.ch
	www.sensorschina.net		www.shopgate24.ch
	www.shfamily.com		www.sicher-ist-sicher.ch
<b>DEUTSCHLAND</b>	www.cicero.de		www.sistyle.ch
	www.monopol-magazin.com		www.sistyle-blog.ch
	www.ringier.de		www.vanilla.ch
<b>INDONESIEN</b>	www.kontan-online.com	RINGIER ROMANDIE	www.billetnet.ch
<b>KROATIEN</b>	www.foto-nekretnine.hr		www.bonresto.ch
<b>PHILIPPINEN</b>	www.myproperty.ph		www.cineromandie.ch
<b>RUMÄNIEN</b>	www.bolero.ro		www.citypass.ch
	www.bravonet.ro		www.edelweissmag.ch
	www.libertatea.ro		www.hebdo.ch
	www.libertateaerotica.ro		www.illustre.ch
	www.lumeafemeilor.ro		www.montrespasion.ch
	www.ringier.ro		www.quicklinks.ch
	www.unica.ro		www.tempslibre.ch
<b>SCHWEIZ</b>	www.blick.ch		www.trouvez.ch
	www.boleromagazin.ch		www.tv8.ch
	www.cash.ch		www.webdo.ch
	www.citykiss.ch		www.webdocine.ch
	www.classicalcompany.ch	RINGIER CORPORATE SITES	www.go4media.ch
	www.geschenkidee.ch		www.online-kiosk.ch
	www.gesundheit-sprechstunde.ch		www.pool-position.ch
	www.glueckspost.ch		www.previon.ch
			www.ringier.ch
			www.ringier.com
			www.ringier.tv
			www.ringier-online.ch
			www.ringierprint.ch

RINGIER BETEILIGUNGEN	www.autoscout24.ch
	www.baugate24.ch
	www.bettybossi.ch
	www.bola.ch
	www.energyzueri.ch
	www.gate24.ch
	www.goodnews.ch
	www.grundy-schweiz.ch
	www.ilcaffè.ch
	www.immoscout24.ch
	www.jobgate24.ch
	www.jobscout24.ch
	www.letemps.ch
	www.mapgate24.ch
	www.motoscout24.ch
	www.presetv.ch
	www.sat1.ch
	www.scout24.ch
	www.smd.ch
	www.sparksnetwork.com
	www.swissgeo.ch
	www.swissprinters.ch
	www.teleclub.ch
	www.ticketcorner.ch
	www.tvtaeglich.ch
	www.vitagate.ch
<b>SERBIEN</b>	www.24sata.rs
	www.alo.rs
	www.blic.rs
	www.e24.24sata.rs
	www.nin.co.rs
	www.nonstopshop.rs
	www.plusonline.rs
	www.ringieraxelspringer.rs
	www.sport.blic.rs
	www.superodmor.rs
	www.zena.blic.rs
<b>SLOWAKEI</b>	www.adam.sk
	www.cas.sk
	www.ktoskym.sk
	www.ktotoje.sk
	www.lesk.sk
	www.shopping.cas.sk
	www.tivi.sk
	www.vas.sk
	www.zivot.sk
<b>TSCHECHIEN</b>	www.ahaonline.cz
	www.auto.cz
	www.autofun.cz
	www.bijak.cz

	www.blesk.cz
	www.bleskhobby.cz
	www.bleskpromuze.cz
	www.bleskprozeny.cz
	www.geo-magazin.cz
	www.iabc.cz
	www.isport.cz
	www.i-autotip.cz
	www.i-svetmotoru.cz
	www.nejpes.cz
	www.njebabicka.cz
	www.reflex.cz
	www.ringier.cz
	www.ringieraxelspringer.cz
	www.ringierprint.cz
	www.sleviste.cz
<b>UNGARN</b>	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.nepsport.hu
	www.nepszabadsag.hu
	www.pink.hu
	www.pixter.hu
	www.pokermania.hu
	www.ringier.hu
	www.tvmusor.hu
<b>VIETNAM</b>	www.bepgiadinh.com
	www.elle.vn
	www.marry.vn
	www.muabannhadat.com.vn
	www.ringier.vn
	www.tapchithoitrangtre.com.vn

DI WHY RELAX! *Treat Your Own Neck*  
attempting

3. Exactitude:

“Why couldn't there be, in some way, a new science for every object? A mathesis singularis and no longer universalis.”\*

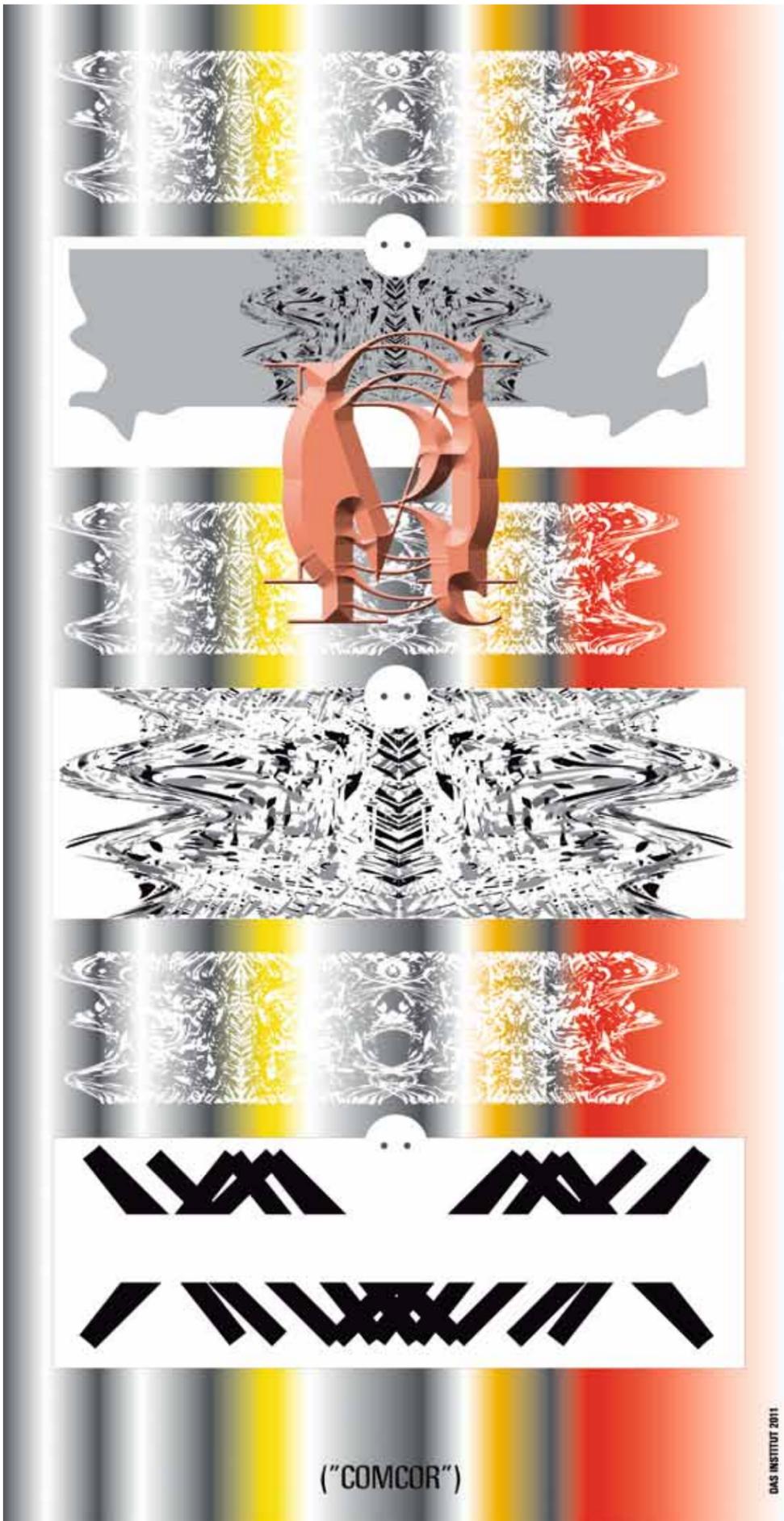
\* I. Calvino / Six Memos For The Next Millennium





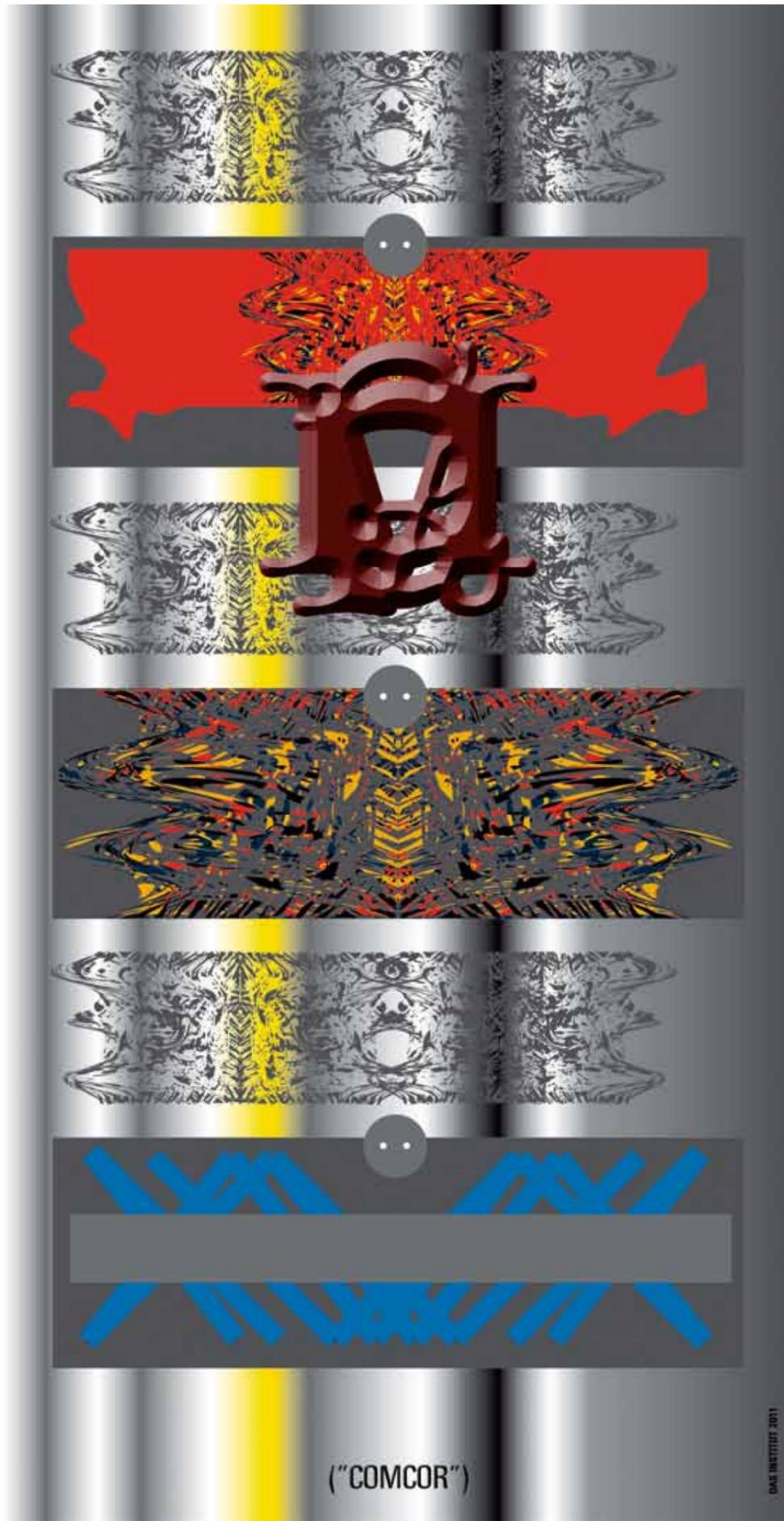
DAS INSTITUT 2011

COMCOR")



DAS INSTITUT 2011

("COMCOR")



DAS INSTITUT 2011

("COMCOR")

# Ringier Schweiz und Deutschland

## Ringier Schweiz

Das veränderte Mediennutzungsverhalten und der damit verbundene strukturelle Wandel in der Medienwelt setzte sich auch im Jahr 2010 fort. Erfreulicherweise erholte sich der Werbemarkt, was sich mit einem positiven Effekt auf das Ergebnis von Ringier Schweiz auswirkte. Die Umsetzung der **Strategie** mit den drei Säulen traditionelles Kerngeschäft, Digital Business und Entertainment trieb Ringier Schweiz 2010 konsequent voran.

Im traditionellen **Kerngeschäft** mit Zeitungen und Zeitschriften wurden zahlreiche Investitionen in die Ausweitung der publizistischen Inhalte auf digitale Plattformen wie iPhone und iPad getätigt. Die Blick-Gruppe bietet inzwischen eine stolze Zahl an Apps an: Nebst der Blick iPhone App und der Blick TV App zum gratis Fernsehen stehen spezifische Apps zu Sport-Themen zum Download (Fussball, Eishockey, Ski, Tennis).

Auch die *Schweizer Illustrierte*, *L'Hebdo*, *il caffè* und *GaultMillau* lancierten Apps. Im März startete der Newsroom der Blick-Gruppe. Die vormals örtlich und organisatorisch getrennten Redaktionen von *Blick*, *SonntagsBlick*, *Blick am Abend* und *Blick.ch* wurden in einem der modernsten Newsrooms Europas zusammengeführt. Von dort werden nun dem Mediennutzer jederzeit Informationen und Unterhaltung auf dem jeweils am

besten geeigneten Kanal zur Verfügung gestellt. Mit dem integrierten Newsroom verfügt die Blick-Gruppe fortan über die grösste und modernste Redaktion im Land. Jährlich werden über 21 000 journalistische Seiten produziert. *Blick*, die meistgekaufte Tageszeitung der Schweiz, entwickelte sich erfreulich: Die Rückkehr zum modern interpretierten Boulevard-Journalismus und damit zum Kern der Marke hat sich bewährt, was sich in stabilen Auflagenzahlen niederschlägt. *Blick am Abend* konnte im Lesermarkt um 38 Prozent kräftig zulegen. Dazu beigetragen hat die Gebietsausweitung in die Ost- und Zentralschweiz wie auch ein sanftes Facelifting. Die Werbewirtschaft honorierte diese Entwicklungen bei *Blick* und *Blick am Abend*, was sich in überproportionalen Steigerungsraten bei den Anzeigenbuchungen niederschlug (+18 Prozent). *Blick.ch* konnte die Position des meistbesuchten Newsportals der Schweiz weiter ausbauen. Allein im Dezember 2010 wurden über 25,4 Millionen Besuche gezählt.

Erfreulich entwickelten sich die **Zeitschriften** in der Deutsch- und Westschweiz. Die *Schweizer Illustrierte* ist weiterhin eine der meistgelesenen Zeitschriften der Schweiz, *SI Style* behauptet sich als grösste Frauenzeitschrift der Deutschschweiz, und die *GlücksPost* konnte erneut mehr Leser verzeichnen. Auch *L'Hebdo* und *TV8* konnten die Leserzahl steigern, *L'illustré* und *edelweiss* jeweils knapp halten. Dass im Print auch

<b>BEVÖLKERUNG</b>	<b>7.8 MILLIONEN</b>
<b>INTERNET-PENETRATION</b>	<b>83.5 %</b>
<b>BREITBAND-PENETRATION</b>	<b>35.3 %</b>
<b>MOBILE-PENETRATION</b>	<b>120 %</b>
<b>3 BESTVERKAUFTE PRINTTITEL 2010</b>	
SONNTAGSBLICK	238 178
BLICK	214 880
SCHWEIZER ILLUSTRIERTE	213 243
<b>3 FÜHRENDE WEBSITES, UNIQUE CLIENTS PRO MONAT</b>	
BLICK.CH	2 010 000
AUTOSCOOUT.CH	998 000
IMMOSCOOUT24.CH	794 000
<b>3 FÜHRENDE APPS</b>	
BLICK NEWS	
BLICK SUPER LEAGUE	
BLICK EISHOCKEY	
<b>MITARBEITER</b>	<b>3 009</b>

Innovation möglich ist, zeigen die Konzeptionsarbeiten zur Zeitschrift *Die Schweizer LandLiebe*. *LandLiebe* (Ersterscheinung Frühjahr 2011) wird den gesellschaftlichen Trend nach Entschleunigung aufnehmen und eine Nische in der Schweizer Magazinlandschaft besetzen.

Im Geschäftsbereich **Digital Business** verzeichneten die *Scout24*-Gruppe und *Geschenkidee.ch* sehr gute Ergebnisse. Mit der Gründung des Joint Ventures *Qualipet.ch*, dem führenden Zoofachhändler der Schweiz, baut Ringier Schweiz ein weiteres Standbein im E-Commerce auf. Geplant sind weitere Investitionen in den Wachstumsmarkt E-Commerce.

Im Geschäftsbereich **Entertainment** sind die Fernseh-, Radio- und Event-Aktivitäten sowie Event Services (Ticketing und Künstlermanagement) gebündelt. Mit der 50-Prozent-Beteiligung an Ticketcorner deckt Ringier nun einen entscheidenden Teil in der Entertainment-Wertschöpfungskette ab. Durch den Erwerb und die Übertragung der UKW-Konzession von Music First Network konnte Radio *Energy Zürich* gerettet werden. Bereits zum achten Mal fand Energy Stars For Free statt, erneut vor einem vollen Hallenstadion mit 13 000 begeisterten Musik-Fans. In Zusammenarbeit mit *SI Style* lanciert Radio *Energy* einen neuen Event: die Energy Fashion Night, eine Kombination von Fashion, Lifestyle

und Musik. Aus *Radio BE1* wurde *Energy Bern*. Die Zuhörerzahlen zeigen, dass *Energy Bern* die Nummer-1-Position halten und sogar stärken konnte.

RingierTV produzierte die *Fashion Days Model Challenge* auf *ProSieben*. Zudem sicherte sich RingierTV neue TV-Produktionsaufträge wie *Ab in die Küche*, die Nachfolgesendung von *al dente*, sowie *Die grössten Schweizer Talente*, welche im Schweizer Fernsehen gezeigt werden. Die *Rose d'Or*, eines der weltweit wichtigsten Festivals für die TV-Industrie, feierte 2010 ihr 50-Jahr-Jubiläum. Ringier gründete zusammen mit der DEAG Classics einen neuen Konzertveranstalter für klassische Musik: *The Classical Company*. Weltstar Lang Lang und Geigenvirtuose David Garrett spielten in ausverkauften Stadien. Mit der deutschen *kick-media* gründete Ringier die *Pool Position Switzerland*. Das Joint Venture mit Sitz in Zürich wird Schweizer Künstler unter anderem aus den Bereichen Musik, Film, Theater und Comedy sowie Sportler und Moderatoren betreuen. Mit Lara Gut und Fabian Cancellara sind bereits zwei Topathleten unter Vertrag.

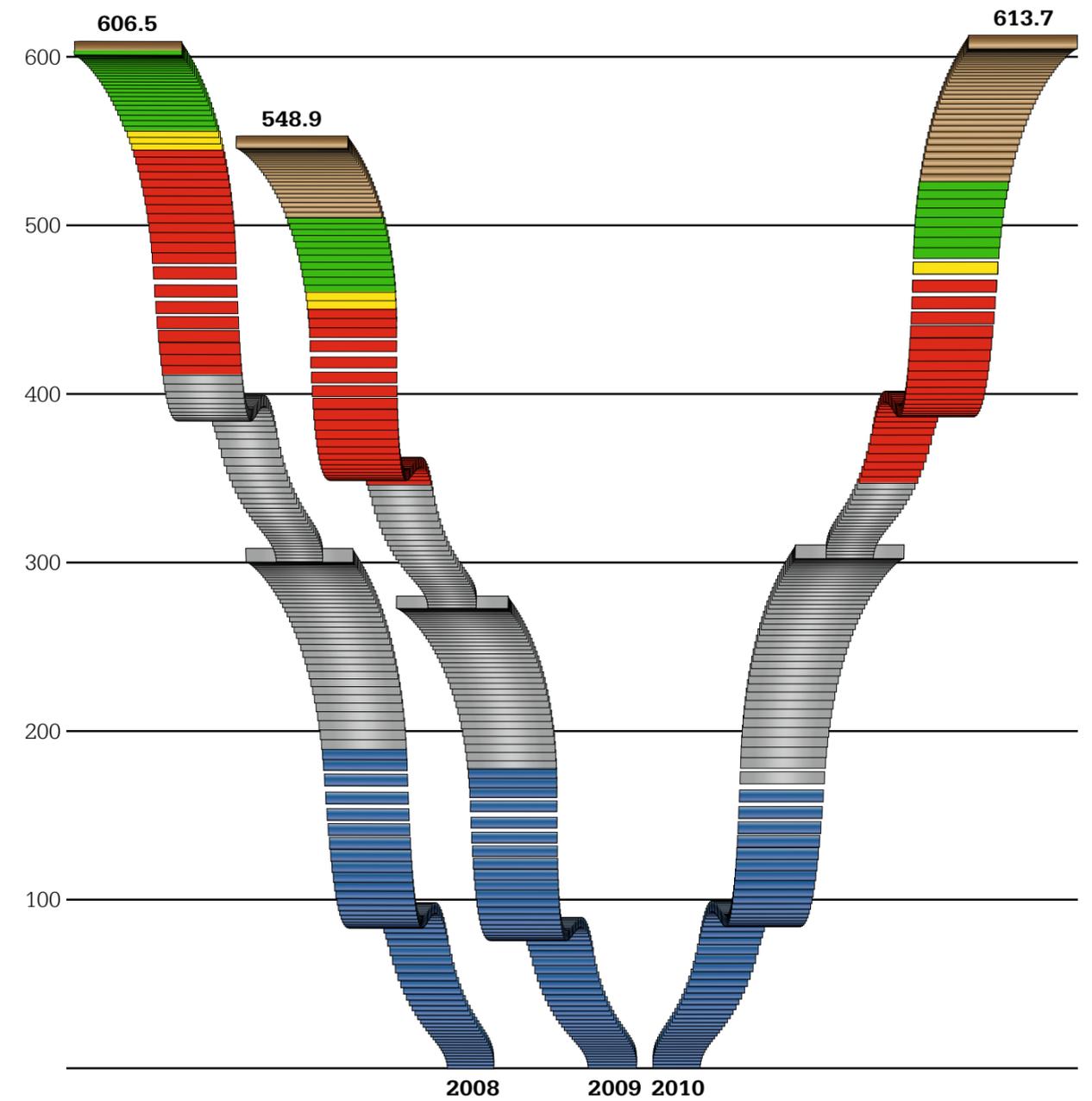
Im Dezember lancierten die *Stiftung MyHandicap* und Ringier Schweiz zusammen mit Partnern aus Wirtschaft, Verwaltung und Politik unter dem Motto *Jobs für Behinderte - Behinderte für Jobs* ein unabhängiges Mobilisierungs-, Motivations- und Sensibilisierungsprogramm. Das

<b>BEVÖLKERUNG</b>	<b>82.3 MILLIONEN</b>
<b>INTERNET-PENETRATION</b>	<b>65.9 %</b>
<b>BREITBAND-PENETRATION</b>	<b>23.8 %</b>
<b>MOBILE-PENETRATION</b>	<b>131.9 %</b>
<b>PRINTTITEL - VERKAUFTE AUFLAGE 2010</b>	
CICERO	82 363
MONOPOL	35 000
<b>WEBSITES - UNIQUE CLIENTS PRO MONAT</b>	
CICERO	120 000
MONOPOL	31 000
<b>APPS</b>	
CICERO	
MONOPOL (ENGLISH IPAD EDITION)	
<b>MITARBEITER</b>	<b>46</b>

## Ringier Deutschland

*Cicero* und *Monopol* behaupteten sich gut im hart umkämpften Leser- und Werbemarkt. Beide Zeitschriften sind in ihrem jeweiligen Lesersegment äusserst gut positioniert und bedienen eine anspruchsvolle Zielgruppe mit Journalismus auf höchstem Niveau. Sowohl *Cicero* als auch *Monopol* erzielten das jeweils beste Resultat ihrer Geschichte. Seit der Lancierung von *Cicero* konnte die Auflage in jedem Quartal gesteigert werden, dies zum 23. Mal in Folge! Zur *Art Basel Miami Beach* im Dezember 2010 lancierte *Monopol* die erste iPad App in Englisch.

UMSATZ VERLAG SCHWEIZ UND DEUTSCHLAND	2010	2009	2008
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
VERTRIEBSERLÖSE	169.1	175.7	187.8
ANZEIGENERLÖSE	180.1	167.1	223.0
DIGITAL MEDIA ERLÖSE	120.1	103.7	133.0
DEUTSCHLAND (Cicero / Monopol)	9.8	10.1	12.5
BETTY BOSSI	45.4	45.1	46.1
DIVERSES	89.2	47.2	4.1
<b>TOTAL</b>	<b>613.7</b>	<b>548.9</b>	<b>606.5</b>



# Print Schweiz

## Swissprinters Group

Swissprinters hat im Jahr 2010 die Weichen gestellt, um sich im Schweizer Markt als führendes Unternehmen der grafischen Industrie mit gebündelten Kräften und einer einheitlichen, starken Marke zu behaupten.

## Am 1. Juni trat die neue Organisation

in Kraft. Im Zentrum dieses Schrittes standen dabei schlanke, einheitliche Strukturen über alle Standorte hinweg Unternehmensleitung, Marke sowie die juristischen Namen der Tochtergesellschaften wurden entsprechend angepasst. Über ihre vier Standorte hinweg tritt Swissprinters seither als einheitlich geführtes Unternehmen mit zwei identischen Organisationen in Verkauf und Produktion in der französischen Schweiz und der Deutschschweiz auf. Dank den «Zentralen Management Services» können Abläufe über alle Standorte gesteuert und Prozesse schnell und effizient abgewickelt werden.

Ziel der Neuorganisation des Verkaufs in der Deutschschweiz war es, sich von einer klassischen produktionsbezogenen Orientierung zu lösen. Stattdessen richtet man sich neu konsequent auf die Bedürfnisse des Marktes aus, indem man sich in Branchensegmenten organisiert. Gleichzeitig zeigt sich die Swissprinters Gruppe mit einem neuen, frischen Gesicht und mit einem **einheitlichen Markenlogo**: *Swissprinters* in der Deutschschweiz, *Swissprinters IRL*

in der Romandie - die Namenszusätze der Tochtergesellschaften entfallen im Logo. Ausserdem ändern sich die juristischen Namen zugunsten der Standortbezeichnungen: Aus Zollikofer AG wird neu *Swissprinters St. Gallen AG*, aus NZZ Fretz AG die *Swissprinters Zürich AG*, aus Imprimeries Réunies Lausanne S.A. *Swissprinters Lausanne SA* und aus Ringier Print Zofingen AG wurde die *Swissprinters AG*.

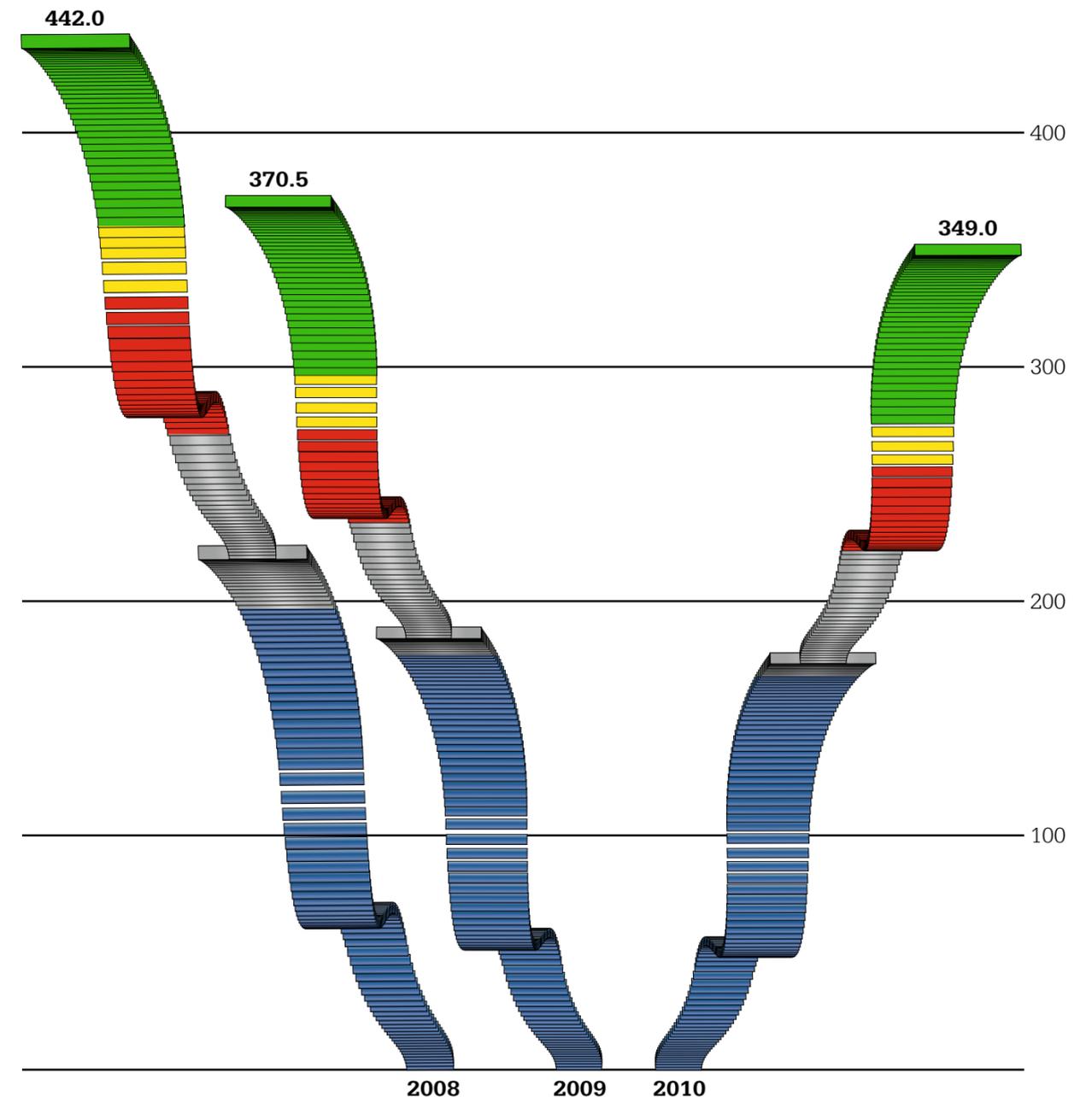
Zum neuen Auftritt kamen **Neuinvestitionen** in der Gesamthöhe von rund 35 Millionen Franken: Anfang Juni startete die 10-Farben-Bogenoffsetmaschine in Zürich, mit einer um 35 Prozent gesteigerten Leistung gegenüber der früheren Anlage und einem schonenderen Umgang mit den Ressourcen. Mitte Dezember nahm dann die 72-Seiten-Lithoman-Rollenoffsetanlage in Zofingen ihren Betrieb auf. Mit einer Kapazität von 3,6 Millionen A4-Seiten in der Stunde ist diese eine bedeutende Investition in die Swissprinters-Zukunft - und gleichzeitig das Ende einer Ära: Mit dem Start der neuen, auf den Namen «swissflagship» getauften Anlage wurden die letzten beiden Tiefdruckmaschinen stillgelegt. 1914 in einer vom damaligen Patron Paul August Ringier mitkonstruierter Maschine erstmals installiert, hatte dieses Tiefdruckverfahren dem Unternehmen in den letzten 96 Jahren im In- und Ausland zu grossem Renommee verholfen. Der Preiskampf im Tiefdrucksegment und nicht zuletzt eine bessere

Ökobilanz waren ausschlaggebende Argumente, künftig neben Bogenoffset und Digitaldruck vermehrt auf den Rollenoffset zu setzen. Zudem schafft Swissprinters als Ergänzung zum klassischen Druckangebot neue, kundenorientierte Angebote - sowohl im Premedia-Bereich und in der Weiterverarbeitung als auch in der digitalen Aufbereitung von Inhalten. Ziel ist es, sich als universaler Medien-Dienstleister zu behaupten.

## Ringier Print Adligenswil AG

Ringier Print Adligenswil behauptet sich gut im schwierigen Marktumfeld. Die neue Produktionsanlage, welche 2009 in Betrieb genommen wurde, gehört zum Modernsten, was weltweit im Zeitungsdruck anzutreffen ist. Ringier Print Adligenswil ist in der Lage, an einem einzigen Tag drei Millionen Zeitungen in variablen Formaten zu drucken und zu verarbeiten. Auch 2010 darf sich Ringier Print Adligenswil mit dem *Blick* über eine Auszeichnung des Weltverbands der Zeitungen und Nachrichtenanbieter freuen. Diese Ehre wird allen erfolgreichen Zeitungsdruckereien zuteil, die ihre Fähigkeiten beweisen, die Druckproduktion innerhalb der anspruchsvollen ISO-Normen durchzuführen. Ringier Print erhielt diese Anerkennung mit dem *Blick* bereits zum sechsten Mal.

UMSATZ (INKL. INTERNER UMSATZ)	2010	2009	2008
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
SWISSPRINTERS			
Swissprinters AG	167.9	176.8	197.9
Swissprinters St. Gallen AG	53.7	55.8	70.2
Swissprinters Lausanne S.A.	34.9	41.3	58.6
Swissprinters Zürich AG	19.8	21.2	27.6
RINGIER PRINT ADLIGENSWIL AG	72.7	75.4	87.7
<b>TOTAL</b>	<b>349.0</b>	<b>370.5</b>	<b>442.0</b>



# Ringier Axel Springer Media AG

Nach der offiziellen Ankündigung Anfang 2010 wurde das Osteuropa-Joint-Venture der Ringier AG und der Axel Springer AG, die Ringier Axel Springer Media AG, am 1. Juli 2010 operativ aktiv. In dieses Joint Venture mit Sitz in Zürich haben Ringier und Axel Springer mit einer Gesamtbeteiligung von jeweils 50 Prozent ihre osteuropäischen Medienaktivitäten in momentan vier Ländern (Tschechien, Polen, Slowakei und Serbien) eingebracht. Ungarn steht in Warteposition (das Kartellamtsverfahren ist dort zum Zeitpunkt der Drucklegung dieses Jahresberichtes noch nicht abgeschlossen).

Durch die Bündelung der Geschäftsfelder in Tschechien, Polen, der Slowakei und in Serbien gehört Ringier Axel Springer Media AG zu den führenden Multimedia-Unternehmen in Osteuropa. Starke, erfolgreiche Marken, ein breites Portfolio und der klare Fokus auf Wachstum und Digitalisierung machen das junge Unternehmen in den jeweiligen Ländern ausserdem zum Marktführer im Segment Boulevardzeitungen sowie zu einem der grössten Herausgeber von Zeitschriften.

Die Partnerschaft mit Axel Springer in Osteuropa bietet mit mehreren führenden Printprodukten in attraktiven Wachstumsmärkten eine hervorragende Basis, um unser publizistisches Kerngeschäft weiter auszubauen. Gleichzeitig schaffen wir damit ideale Voraussetzungen, um die Expansion im Bereich der digitalen Medien weiter voranzutreiben.

## Zusammenfassung

In Tschechien ist Ringier Axel Springer CZ a.s. das führende Verlagshaus mit drei Zeitungen und 16 Zeitschriften, publiziert Tschechiens grösste Boulevardzeitung *Blesk* und ist auch bei den Autozeitschriften Marktführer. Zudem stellt Ringier Axel Springer CZ mit *Blesk pro ženy* das Frauenmagazin mit der höchsten lokalen Reichweite.

In Polen gibt Ringier Axel Springer Media drei Zeitungen und 14 Zeitschriften heraus. Mit *Fakt* als führender Kaufzeitung und *Przegląd Sportowy*, der einzigen Sporttageszeitung des Landes, erreicht Ringier Axel Springer Polska - gemessen an der verkauften Auflage - einen Marktanteil von 39,7 Prozent bei den nationalen Tageszeitungen und ist damit der grösste Zeitungsverlag Polens.

Die Marktführerschaft in der Slowakei basiert weitgehend auf der Markenfamilie *Nový Čas*, bestehend aus einer Zeitung und vier Magazinen. Die gleichnamige Boulevardzeitung ist mit einem Marktanteil von 44,4 Prozent die grösste Zeitung des Landes. Insgesamt gibt Ringier Axel Springer Slovakia zwei Zeitungen und neun Zeitschriften heraus. Eine starke Position im slowakischen Online-Markt konnte sich Ringier Axel Springer Media bereits Ende 2010 durch die Übernahme von 70 Prozent der Anteile am führenden slowakischen Online-Portal *Azet.sk* sichern.

In Serbien ist das Joint Venture mit drei Zeitungen und vier Magazinen das Verlagshaus mit der grössten Gesamtauflage und -reichweite. Mit *Blic* stellt Ringier Axel Springer d.o.o. auch in Serbien die grösste Zeitung.

## Digitalisierung

Die Digitalisierungsstrategie von Ringier Axel Springer Media wurde 2010 auch international vorangetrieben und hat dem Joint Venture neue Märkte eröffnet. Die Internetplattformen in den Joint-Venture-Ländern konnten ihre Reichweiten jeweils signifikant steigern und ihre - teils marktführenden - Positionen ausbauen.

## Polen

Der polnische Markt ist neu für Ringier. Im Rahmen des Joint Ventures haben die Zeitungen und Zeitschriften in einem rückläufigen Markt ihre starken und zum Teil führenden Positionen behauptet. *Fakt* hielt seinen Marktanteil stabil und ist - trotz eines Rückganges um 5,8 Prozent mit einer durchschnittlichen Auflage von 440 000 Exemplaren - nach wie vor Polens meistverkaufte Tageszeitung. Ebenfalls erfolgreich war die Entwicklung der Zeitschriften: *Newsweek Polska* konnte ihre Auflage im Vorjahresvergleich um 12,1 Prozent steigern und belegte mit mehr als 120 000 verkauften Exemplaren Platz zwei unter den meinungsbildenden Magazinen Polens. Zudem war sie mit 1,4 Millionen Lesern 2010 erneut reichweitenstärkste Zeitschrift in ihrem Segment. Ebenfalls eine starke Reichweite erzielten in ihren entsprechenden Segmenten *Auto Swiat* und *Komputer Swiat* mit jeweils mehr als eine Million Lesern.

Vor allem im Bereich Custom Publishing hat das Joint Venture in Polen seine Aktivitäten in der zweiten Hälfte 2010 vorangetrieben, u. a. durch die Kooperation mit Polens grösstem TV-Betreiber *Cyfrowy Polsat*. Bei dieser Zusammenarbeit ist das Joint Venture in erster Linie für die redaktionellen Inhalte und die Werbevermarktung der zweiwöchentlich erscheinenden Programmzeitung *tv2Tygodnik* verantwortlich.

## Tschechien

Ringier Axel Springer CZ a.s. ist in Tschechien das führende Verlagshaus. Die Boulevardzeitung *Blesk* konnte mit einer durchschnittlich verkauften Auflage von 388 000 Exemplaren und einer Reichweite von 1,4 Millionen Lesern im Jahr 2010 die Führungsposition unter den tschechischen Tageszeitungen erneut für sich beanspruchen. Das landesweit führende Frauenmagazin *Blesk pro Ženy* ist nicht nur die bestverkaufte Frauenzeitschrift in der Tschechischen Republik, sie ist auch am weitesten verbreitet. Mit einer Auflage von 193 400 Exemplaren und mehr als 700 000 Lesern bewegt sie sich mit leichten Einbussen annähernd auf Vorjahresniveau. Ausserdem behauptete Ringier Axel Springer Media mit den Titeln *Svet Motoru* und *Auto Tip* im Jahr 2010 ihre Position als führende Anbieterin von Autozeitschriften. Das Portfolio des Joint Ventures wurde in Tschechien im Jahr 2010 mit der Lizenz für die Veröffentlichung des Magazins *GEO* sowie der Einführung des monatlichen Kochmagazins *Blesk Vase Recepty* erweitert.

## Slowakei

Durch das Joint Venture mit Axel Springer konnte Ringier 2010 auch in der Slowakei sein Portfolio merklich vergrössern. Unter den slowakischen Zeitungen und Zeitschriften nehmen die Titel von Ringier Axel Springer Slovakia in allen relevanten Segmenten führende Positionen ein. Der wichtigste Titel ist die Boulevardzeitung *Nový Čas* (Marktanteil 44,4 Prozent). Mit rund einer Million Lesern erreicht sie fast 23 Prozent der slowakischen Bevölkerung und erschien 2010 als erste Zeitung in Osteuropa im 3D-Format. Das bestehende Print-Portfolio wurde 2010 durch das Frauenmagazin *Madam Eva* und den Erwerb der Lizenzrechte für das Monatsmagazin *GEO* erweitert.

# Ringier Axel Springer Media AG

## Serbien

Auch in Serbien ist Ringier Axel Springer Media das Verlagshaus mit der grössten Gesamtauflage und -reichweite sowie mit den Boulevardzeitungen *Blic* und *Alo!* Marktführer. Die Auflage der grössten Kaufzeitung *Blic* ging 2010 zwar leicht zurück, dennoch blieb das Blatt mit 902 000 Lesern die meistgelesene Zeitung des Landes. Steigende Verkaufszahlen verzeichnete im Jahr 2010 der Boulevardtitel *Alo!*. Sie war die am schnellsten wachsende Kaufzeitung Serbiens und verzeichnet die zweithöchste Auflage unter den serbischen Tageszeitungen. Auch die neu eingeführte Sonntagszeitung *Sunday Alo!* hat sich im vergangenen Jahr bereits erfolgreich am Markt etabliert, und das Nachrichtenmagazin *Nin* erreichte nach einem grundlegenden Relaunch wieder steigende Auflagenzahlen. Im November wurde ausserdem ein neuer integrierter Newsroom eingerichtet, in dem die Redaktionen von *Blic*, *24sata*, *Blic Online*, *24sata Online* und *Zena Online* verknüpft arbeiten.

## Grafiken:

Die Länderdarstellungen erfolgen auf Basis der 100-prozentigen Sicht, um dem Vorjahresvergleich Stand zu halten. Dies im Gegensatz zur konsolidierten Darstellung, bei der eine anteilige Sichtweise gewählt wurde.

<b>TSCHECHIEN</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>	<b>2008</b>
	<b>Mio. CHF</b>	<b>Mio. CHF</b>	<b>Mio. CHF</b>
VERTRIEBSERLÖSE	74.6	78.4	86.5
ANZEIGENERLÖSE	48.9	48.8	65.2
DRUCKERLÖSE	12.0	14.0	17.7
DIVERSES	6.6	6.4	12.2
<b>TOTAL</b>	<b>142.1</b>	<b>147.6</b>	<b>181.6</b>

<b>SLOWAKEI</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>	<b>2008</b>
	<b>Mio. CHF</b>	<b>Mio. CHF</b>	<b>Mio. CHF</b>
VERTRIEBSERLÖSE	23.9	26.5	28.9
ANZEIGENERLÖSE	27.6	32.4	41.1
DIVERSES	4.5	6.7	14.4
<b>TOTAL</b>	<b>56.0</b>	<b>65.6</b>	<b>84.4</b>

<b>SERBIEN</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>	<b>2008</b>
	<b>Mio. CHF</b>	<b>Mio. CHF</b>	<b>Mio. CHF</b>
VERTRIEBSERLÖSE	23.1	26.4	28.2
ANZEIGENERLÖSE	21.2	24.9	30.3
DRUCKERLÖSE	0.3	0.5	0.6
DIVERSES	5.1	10.5	4.2
<b>TOTAL</b>	<b>49.7</b>	<b>62.3</b>	<b>63.3</b>

# Ringier Ungarn

BEVÖLKERUNG	9.9 MILLIONEN
INTERNET-PENETRATION	57.9 %
BREITBAND-PENETRATION	15.1 %
MOBILE-PENETRATION	76.9 %
<b>3 BESTVERKAUFTE PRINTTITEL 2010</b>	
BLIKK	191 323
BLIKK NÖK	125 436
HOT!	86 000
<b>3 FÜHRENDE WEBSITES, UNIQUE CLIENTS PRO MONAT</b>	
BLIKK.HU	764 753
NOL.HU	511 134
NEMZETISPORT.HU	436 875
<b>TOP APPS</b>	
NSO	
BLIKK	
<b>MITARBEITER</b>	
	1 147

2010 hat Ringier Ungarn das beste Ergebnis seit dem Markteintritt erreicht. Trotz schrumpfendem Werbemarkt, sinkenden Auflagen und hohen Steuern für die Firmen ist es Ringier in Ungarn gelungen, die Rentabilität der eigenen Titel auf ein Niveau zu heben, das höher ist als jenes vor der Wirtschaftskrise.

Die Boulevardzeitung *Blikk*, das Flaggschiff von Ringier Ungarn, hat ihre Marktführerschaft mit täglich 1,1 Millionen Lesern ausgebaut und verstärkt. *Blikk* ist nicht nur die meist verkaufte Zeitung in Ungarn, sondern auch bei den Anzeigenkunden am beliebtesten. Die leichten Auflagenrückgänge konnten durch das aussergewöhnliche Wachstum der Anzahl Onlinebesucher kompensiert werden: Über 200 000 User suchen täglich auf *Blikk online* aktuelle Storys, Fotos und Videos.

Im Bereich Sport bietet Ringier Ungarn den Lesern einen vollständigen multimedialen Service. *Nemzeti Sport* erreicht als einzige Sport-Tageszeitung Ungarns über 350 000 Leser, das Portal von *Nemzeti Sport* dient 195 000 Usern als Informationsquelle und ist damit die beliebteste Sport-Website des Landes. Auch der neue Sport-Blog, der im September 2010 seinen Betrieb aufnahm, wurde von den jungen Sport-Fans begeistert aufgenommen.

Nach der Umstrukturierung des Bereichs Frauen- und Jugendmagazine erreichte auch dieses Segment ein nie zuvor ausge-

wiesenes, positives Ergebnis. Die Beliebtheit von *Blikk Nők* stieg im Segment der wöchentlichen Frauenzeitschriften weiterhin an, und die Zeitschrift *hot!* vermochte die Marktanteile unter den ungarischen People-Magazinen weiter auszubauen. Beide Titel sind sowohl am Kiosk als auch bei den Anzeigenkunden sehr erfolgreich. Die Jugendzeitschrift *IM* feierte 2010 ihren 45. Geburtstag und sieht trotzdem noch immer jung aus. Sie hält ihre Beliebtheit, obwohl immer mehr junge Leser in die digitalen Medien abwandern.

Das **Online-Portfolio** von Ringier ist in Ungarn auch 2010 weiter angewachsen, es bietet den Anzeigenkunden mittlerweile auf allen Portalen eine attraktive Reichweite von rund einer Million Besuchern pro Tag.

Auch die Einnahmen aus den Bereichen Digital Publishing, E-Commerce und transaktionsbasiertes Internet gewinnen für den Verlag immer mehr an Bedeutung.

**Ringier Print Ungarn** vermochte auch 2010 wieder neue Kunden zu gewinnen und ist nach wie vor die Nummer eins unter den Coldset-Druckereien in der Region. Dank der besonderen Qualität, hohen Leistungsfähigkeit und attraktiven Preisgestaltung werden nun schon fünf der acht überregionalen Tageszeitungen bei Ringier gedruckt - der Grundstein zum hervorragenden Ergebnis von 2010.

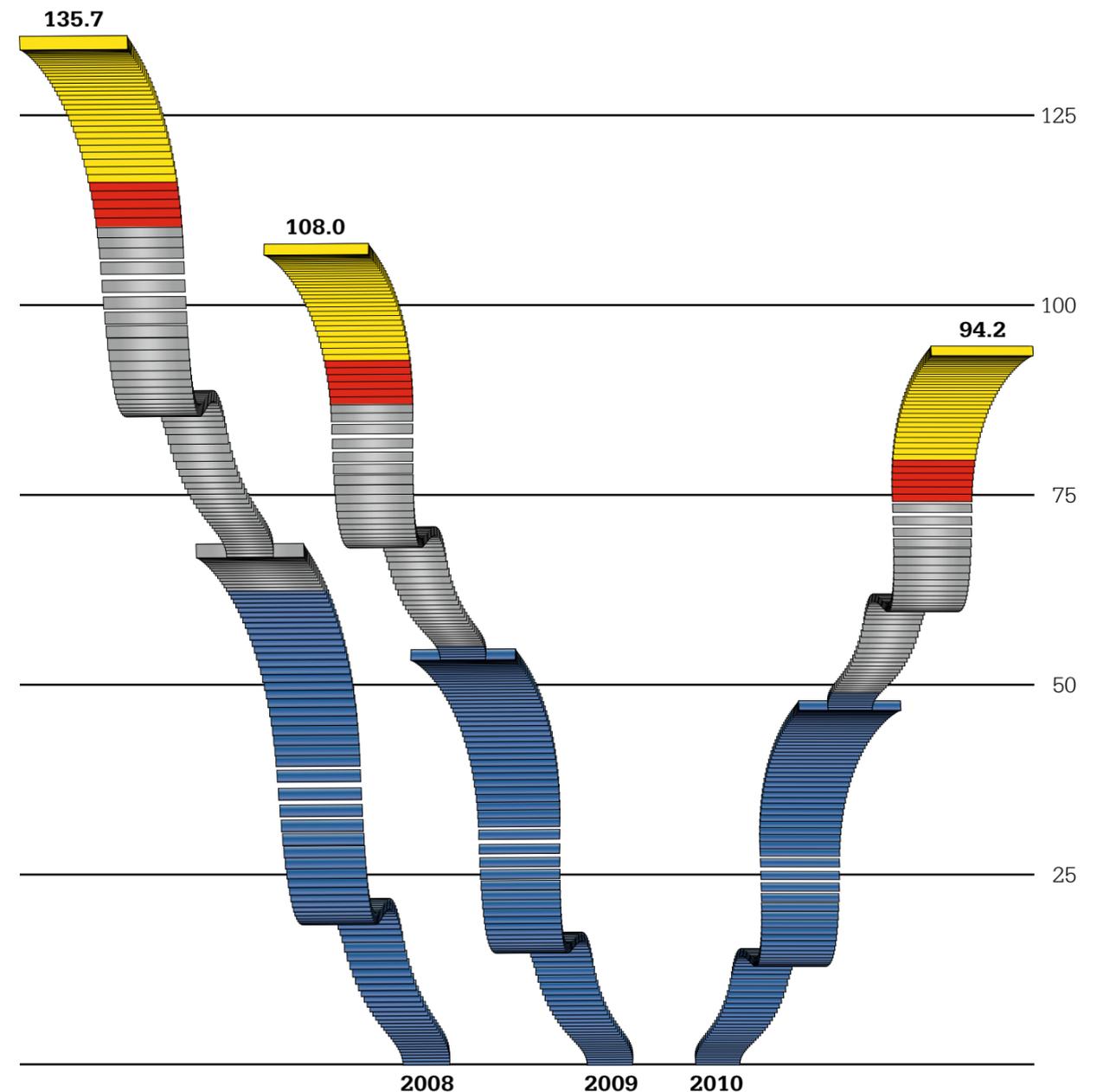
Die guten Zahlen von Ringier Ungarn sind umso bemerkenswerter als, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ja das ganze Jahr über auf die Genehmigung der Fusion mit Axel Springer Ungarn und des Beitritts zum grossen Joint Venture gewartet haben. Der Entscheid der ungarischen Kartellbehörde steht zur Drucklegung dieses Jahresberichtes immer noch aus.

#### Andere Tochtergesellschaften

Die Tageszeitung *Népszabadság*, an der Ringier beteiligt ist, wurde im Jahr 2010 einem Turnaround unterzogen. Das massive Kostensenkungsprogramm und die dazu gehörenden Restrukturierungsmaßnahmen sowie eine Leistungsoptimierung haben sich ausgezahlt: *Népszabadság* konnte bis Ende 2010 seine Verluste - gemessen am Vorjahr - halbieren. Nachdem Ringier Geschäftsführer Attila Mihók auch noch zum CEO von *Népszabadság* ernannt worden war, rückten Ringier und *Népszabadság* noch enger zusammen, und es gelang, neue gemeinsame Geschäftsfelder zu finden und Synergien noch effizienter zu nutzen, was beide Partner auch für die Zukunft sehr optimistisch stimmt.

Der Abonnementservice *MediaLOG*, ein Joint Venture zwischen Sanoma Budapest, *Népszabadság* und Ringier, überraschte die Besitzer erstmals mit einem Gewinn, und dies trotz schrumpfendem Abovolumen und stärkerer Konkurrenz.

	2010	2009	2008
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
VERTRIEBSERLÖSE	49.0	55.3	61.9
ANZEIGENERLÖSE	25.1	31.6	48.1
DRUCKERLÖSE	5.5	6.2	6.2
DIVERSE	14.6	14.9	19.5
<b>TOTAL</b>	<b>94.2</b>	<b>108.0</b>	<b>135.7</b>



# Ringier Rumänien

BEVÖLKERUNG	21.4 MILLIONEN
INTERNET-PENETRATION	36 %
BREITBAND-PENETRATION	15 %
MOBILE-PENETRATION	71.5 %
<b>5 BESTVERKAUFTE PRINTTITEL 2010</b>	
LIBERTATEA	138 829
LIBERTATEA PENTRU FEMEI	59 731
BRAVO GIRL	28 225
BRAVO	26 408
LUMEA FEMEILOR	19 735
<b>3 FÜHRENDE WEBSITES, UNIQUE CLIENTS PRO MONAT</b>	
LIBERTATEA.RO	1 780 718
UNICA.RO	324 694
BRAVONET.RO	218 795
MITARBEITER	389

Die ersten Anzeichen einer wirtschaftlichen Erholung, die andere Ringier Standorte bereits vermelden konnten, machen sich in Rumänien noch nicht bemerkbar. Die meisten Ringier Titel verloren im Vergleich zum Vorjahr mehr als die Hälfte ihrer Anzeigeneinnahmen. Die einzig positive Überraschung war im ersten Quartal die Entwicklung von *Bolero*.

Die massiven Restrukturierungsmaßnahmen, die schon im Jahr 2009 mit der Schliessung der Gratiszeitung *Compact* initiiert worden waren, mussten 2010 fortgesetzt werden. Um den Weg zum wirtschaftlichen Turnaround zu ebnen, verkaufte Ringier Rumänien im März 2010 die Zeitungen *Evenimentul Zilei* und *Capital* - inklusive der dazugehörigen Portale - und schloss das Magazin *Diva*. Starker Personalabbau und Lohnkürzungen bis zu 30 Prozent prägten das erste Quartal des vergangenen Jahres. Die Lohnreduzierungen verliefen allerdings überraschend positiv, nur wenige Mitarbeiter akzeptierten diese nicht.

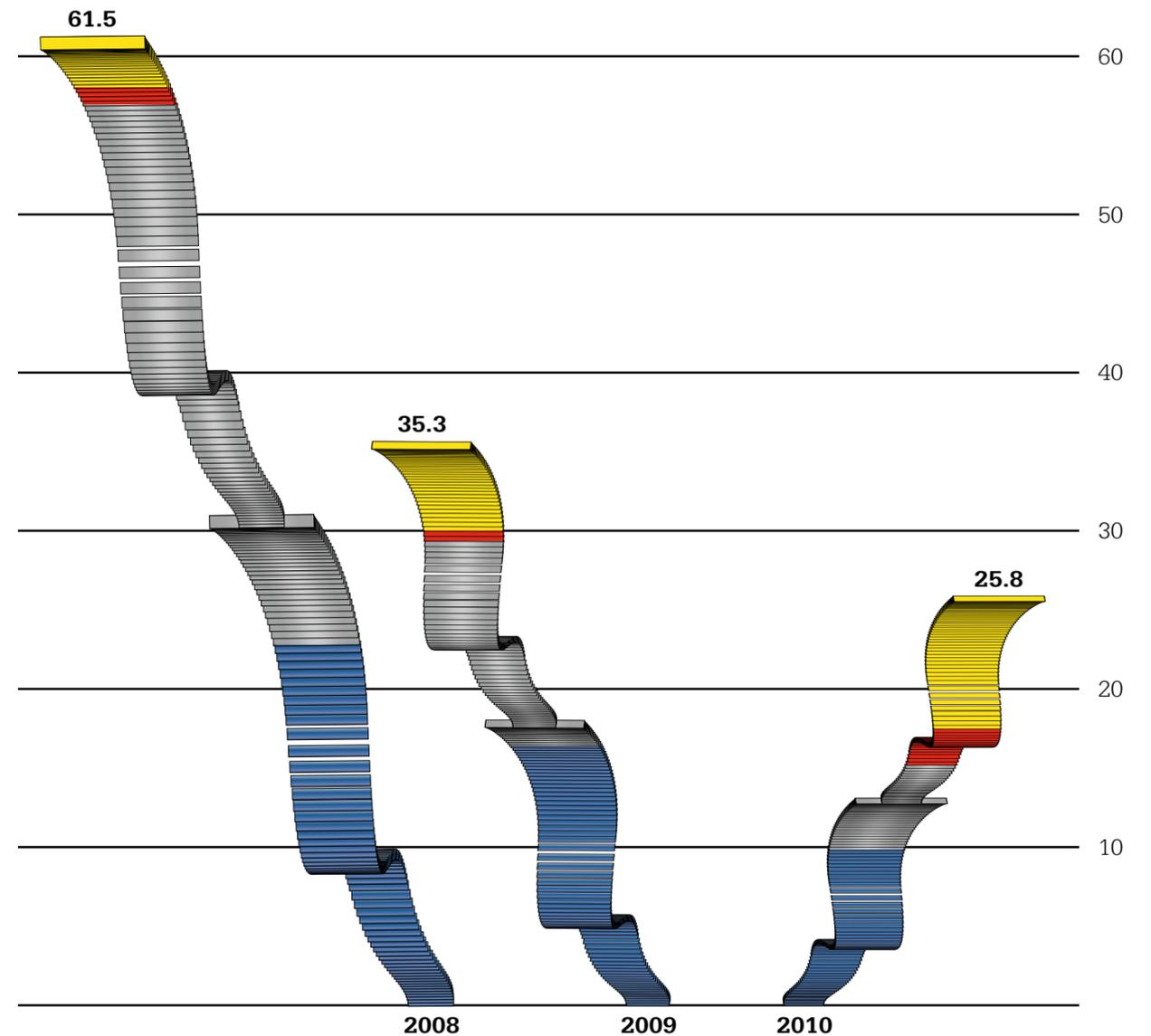
Dem Fernsehsender *Kanal D* gelang es bis März 2010, die Marktanteile zurückzuerobern, die man in der zweiten Hälfte 2009 verloren hatte. *Kanal D* klassierte sich Ende März auf Rang drei der rumänischen TV-Stationen, verlor in der Folge aber wieder an Terrain gegenüber der Konkurrenz. In der Folge beschloss Teilhaber Begum Dogan, eine Kapitalerhöhung durchzuführen. Da Ringier sich an dieser nicht betei-

ligen wollte, wurde unser Anteil von 25,1 Prozent auf 22,672 Prozent reduziert.

Im **Vertrieb** lagen sämtliche Titel bis zum Jahresende 2010 unter Vorjahr und Budget. Obwohl das Anzeigenvolumen langsam wieder zunahm, lag es nach wie vor massiv hinter dem Vorjahr. Praktisch alle rumänischen Zeitungen und Zeitschriften haben Leser verloren, was die Entwicklung der Auflagen widerspiegelt. Bei den **Zeitungen** liegen die Verluste zwischen 4 und 18 Prozent, bei den **Zeitschriften** zwischen 2 und 21 Prozent. *Bolero* hat 13 Prozent eingebüsst, *Unica* 2 Prozent, *Lumea Femeilor* 7 Prozent und *Libertatea Pentru Femei* 5 Prozent.

Im November löste **Mihnea Vasiliu** den bisherigen General Manager Marius Hagger ab. Unter Vasilius Geschäftsführung übernahm Ringier Ende 2010 die Lizenz des Pocket Glossys *Joy*, dem bisher grössten Konkurrenten des Ringier Glossys *Bolero*, und bereinigte damit den rumänischen **Pocket-Glossy-Markt**. Ausserdem startete Ringier im vierten Quartal 2010 das **Newsroom-Projekt** von *Libertatea*.

	2010	2009	2008
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
VERTRIEBSERLÖSE	9.9	16.7	23.1
ANZEIGENERLÖSE	5.2	12.6	33.9
DRUCKERLÖSE	2.4	0.7	1.0
DIVERSES	8.3	5.3	3.5
<b>TOTAL</b>	<b>25.8</b>	<b>35.3</b>	<b>61.5</b>



# Ringier Asia Pacific

BEVÖLKERUNG	89.6 MILLIONEN
INTERNET-PENETRATION	27.5 %
BREITBAND-PENETRATION	2.8 %
MOBILE-PENETRATION	157.7 %
<b>PRINTTITEL - VERKAUFTE AUFLAGE 2010</b>	
THÔI TRANG TRÉ	80 000
MUABÀNNHÀĐẠT	50 000
BÉP GIA ĐÌNH	45 000
PHÁI ĐẸP ELLE (ELLE VIỆT NAM)	20 000
<b>MITARBEITER</b>	<b>72</b>

## Ringier Vietnam

Ringier Vietnam erlebte 2010 ein wichtiges und ereignisreiches Jahr. Zusammen mit dem französischen Unternehmen *Lagardère Active* und dem lokalen vietnamesischen Partner *Women's Entrepreneur Association* lancierte Ringier Vietnam mit *ELLE* eine vietnamesische Lizenz-Ausgabe des bekannten und weltgrössten Frauenmagazins. Die erste Nummer erschien am 21. Oktober 2010 mit dem Konterfei des Hollywood-Stars Julia Roberts auf dem Cover und enthielt auch eine grosse Auswahl an lokalen Inhalten und Berichten. *ELLE* wird in Vietnam fortan monatlich erscheinen. Mit der *ELLE* erweitert und verstärkt sich Ringiers Portfolio in Vietnam, und nicht zuletzt dank dieser neusten Publikation erwartet Ringier Vietnam im Jahr 2011 eine Verdoppelung des Umsatzes.

Neben dem internationalen Titel *ELLE* gelang Ringier Vietnam auch mit der Zeitschrift *Bep Gia Dinh* ein eindrücklicher Erfolg. Das beliebte Kochmagazin schaffte es, 2010 zum Marktführer in diesem Segment aufzusteigen, unterstützt durch den kürzlichen Launch eines Netzwerks verschiedener Websites zu den Themen Ernährung, Kinder und Familie. Das erste dieser Portale, *www.marry.vn*, wurde erst im September 2010 eröffnet und ist jetzt schon die führende Website zum Thema Hochzeiten und Brautmode.

Ein erfreuliches Resultat verbuchte auch Ringiers vietnamesische Tochterfirma,

die Immobilien- und Technologiefirma *Nhat Viet Group*, mit ihrem Real-Estate-Portal *muabannhadat.com.vn*. Diese Website ist das grösste Immobilienportal Vietnams, aufgebaut auf *Media-Swiss-Plattformen*. Mit monatlich über einer Million Besuchern ist die Website im Jahr 2010 um mehr als 350 Prozent gewachsen. Um den Online-Auftritt zu unterstützen, lancierte die *Nhat Viet Group* im Mai 2010 erstmals das gedruckte Magazin *MuaBanNhaDat*. Im Softwarebereich entwickelte die *Nhat Viet Group* die Plattform *myproperty.ph*, eine Website, die *muabannhadat.com.vn* sehr ähnelt und für das philippinische Medienunternehmen *Summit Media* gemacht wurde, das auf den Philippinen ein Joint Venture mit Ringier betreibt. Ausserdem hat die *Nhat Viet Group* auch diverse Apps für Ringier Schweiz entwickelt, so zum Beispiel die Apps für *gate24*, *jobscout24* und *immoscout24*.

Weiterhin auf erfolgreichem Kurs ist auch *Thoi Trang Tre*. Das beliebte Modemagazin, das Ringier schon seit Jahren in Ho Chi Minh City zusammen mit einem lokalen Partner produziert, schaffte im vergangenen Jahr ein Anzeigenplus von 10 Prozent und wartet erneut mit einem starken Ergebnis für 2010 auf.

Zu einer zusätzlichen, besonderen Zusammenarbeit zwischen Ringier und *Thoi Trang Tre* kam es gegen Ende 2010, deren Resultat Sie, liebe Leserinnen und Leser, nun in der Hand halten:

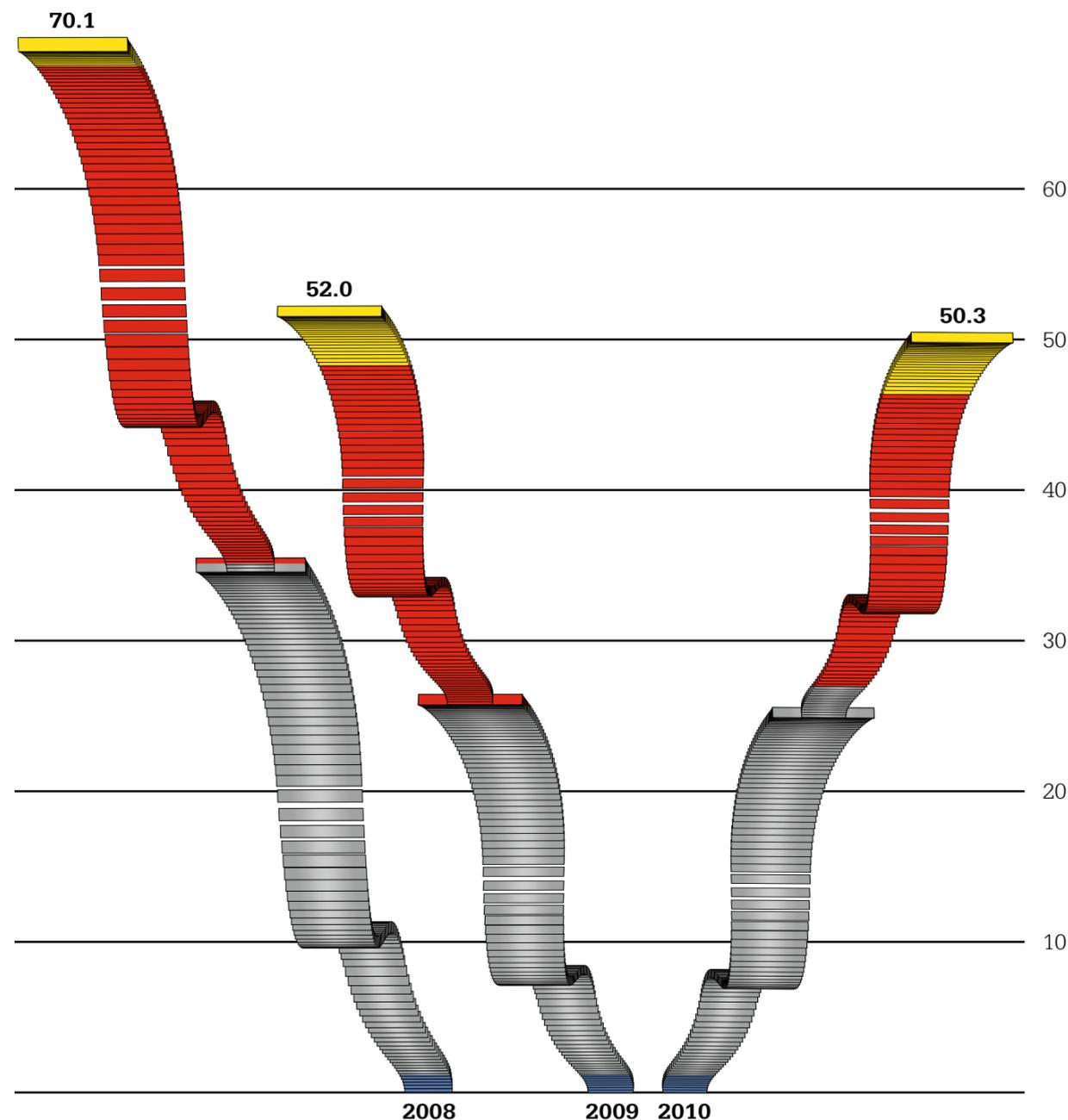
**Der Ringier Jahresbericht 2010** ist aus einer einzigartigen Kooperation zwischen den Verantwortlichen von *Thoi Trang Tre*, den Künstlerinnen *Kerstin Brätsch* und *Adele Röder* sowie Ringier entstanden.

Als Basis für die Produktion des Jahresberichts 2010 diente ein Fotoshooting mit den deutschen Künstlerinnen, die ihre selber entworfene Strick-Kollektion zur Schau stellten und von professionellen Modefotografen von *Thoi Trang Tre* an besonderen Plätzen in und um Ho Chi Minh City abgelichtet wurden. Die Foto-strecke wird als redaktioneller Inhalt in dieser aktuellen Ausgabe von *Thoi Trang Tre* gezeigt. Diese Ausgabe diente als Basis für den vorliegenden Jahresbericht. Nur dank der flexiblen Haltung der Verantwortlichen von *Thoi Trang Tre* und der tollen Koordination der Kollegen von Ringier Vietnam war es möglich, dieses spannende Resultat zu erzielen.

Erfolgreich war das Jahr 2010 auch für die **Dariu Foundation**. Die Stiftung baut Schulen und unterstützt jährlich über 1000 einheimische, bedürftige Familien, vor allem indem sie über Mikrokredite Hilfe zur Selbsthilfe bietet. Die *Dariu Foundation* gewann 2010 zum dritten Mal in Folge den Preis für die beste Mikrofinanz-Institution des Landes.

Mehr über die *Dariu Foundation* und andere Ringier Projekte lesen Sie auf Seite 154 «Projekte».

	2010	2009	2008
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
VERTRIEBSERLÖSE	1.0	1.2	1.1
ANZEIGENERLÖSE	25.8	24.3	33.7
DRUCKERLÖSE	19.4	22.7	32.7
DIVERSES	4.1	3.8	2.6
<b>TOTAL</b>	<b>50.3</b>	<b>52.0</b>	<b>70.1</b>
nicht konsolidierter Umsatz in Vietnam	1.3	1.4	1.4



# Ringier Asia Pacific

<b>BEVÖLKERUNG</b>	<b>1.4 MILLIARDEN</b>
<b>INTERNET-PENETRATION</b>	<b>31.8 %</b>
<b>BREITBAND-PENETRATION</b>	<b>8.5 %</b>
<b>MOBILE-PENETRATION</b>	<b>57 %</b>
<b>PRINTTITEL - VERKAUFTE AUFLAGE 2010</b>	
BETTY'S KITCHEN	489 300
CAAC	320 000
CITY WEEKEND	140 000
<b>WEBSITES - UNIQUE CLIENTS PRO TAG</b>	
BETTYSKITCHEN.COM.CN	65 000
CITYWEEKEND.COM.CN	20 000
<b>APPS</b>	
BETTY'S KITCHEN	
CITY WEEKEND	
<b>MITARBEITER</b>	<b>154</b>

## Ringier China

2010 erreichte Ringier China die besten Ergebnisse seiner Geschichte. Dies gelang einerseits dank einer spürbaren Erholung im Werbemarkt, andererseits aber auch durch ein straff durchgeführtes Kostensparprogramm und ein konsequentes Kostenmanagement während der abflauenden Wirtschaftskrise.

*City Weekend*, das englischsprachige Stadt- und Lifestyle-Magazin für Shanghai und Peking, hielt seine Stellung als Nummer 1 in diesem Segment mit einem Anzeigen-Marktanteil von 40 Prozent in beiden Städten. Dies ist allerdings sicher auch auf den Touristenboom während der Weltausstellung zurückzuführen. Auch *Shanghai Family*, das zweite englischsprachige Ringier Magazin, das sich an Eltern und Familien richtet, wies 2010 ein stabiles Wachstum aus.

Das chinesische Kochmagazin *Betty's Kitchen* erlebte ein schwierigeres Jahr, Grund dafür sind die noch immer sehr vorsichtigen Anzeigenkunden aus dem Lebensmittelbereich und eine verstärkte Konkurrenz, die Ende 2009 mit ähnlichen Produkten auf den Markt kam. Dennoch gelang es *Betty's Kitchen*, die Marktführerschaft unter den chinesischen Kochmagazinen zu behalten.

Das Inflight-Magazin *CAAC* erholte sich sehr gut vom Krisenjahr 2009, nicht

zuletzt auch wegen des Besucheransturms an der Expo in Shanghai.

Während sich der chinesische Magazinmarkt nur langsam erholt (für 2010 wurde ein Wachstum bei den Anzeigen von 9 Prozent erwartet, für 2011 rechnen wir mit 5 Prozent), boomen die digitalen Medien. Der Zuwachs von digitaler Werbung kletterte 2010 in ganz China auf über 40 Prozent, die digitalen Ringier Medien verzeichneten sogar einen noch höheren Anstieg. Ringier entwickelte 2010 eine Vielzahl von neuen Websites und anderen mobilen Applikationen von bestehenden Printmarken. Als Pioniere in diesem Segment lancierten *Betty's Kitchen* und *City Weekend* Mitte 2010 transaktionsbasierte Plattformen, um damit zusätzliche Umsätze zu generieren. Für 2011 hat Ringier China weitere interessante digitale Projekte in der Pipeline.

## Ringier Trade Media Group

Im Jahr 2010 stiegen die Einnahmen von Ringier Trade Media wieder auf den Stand von vor der Wirtschaftskrise.

Dank einer ausgefeilten und offensiven **Online**-Verkaufsstrategie vermochte Ringier Trade die Online-Einnahmen fast zu verdoppeln. Die Online-Umsätze werden vor allem auf der Website *industrysourcing.com* generiert und machen mittlerweile einen beträchtlichen Anteil des Gesamtumsatzes aus. Die Plattform wird auf Englisch und Chinesisch produziert.

Im Bereich **Print** brachte Ringier Trade Media 2010 in China mit *Renewable Energy Focus China* einen neuen Titel auf den Markt. Die drei in Middle East erscheinenden Titel verzeichneten ein bescheidenes Wachstum. Zusätzlich wurden sieben Apps lanciert, um die gedruckten Magazine in Asien und Middle East verkaufsmässig zu unterstützen. Im Februar 2011 werden weitere acht Apps für die chinesischen Magazine vorgestellt.

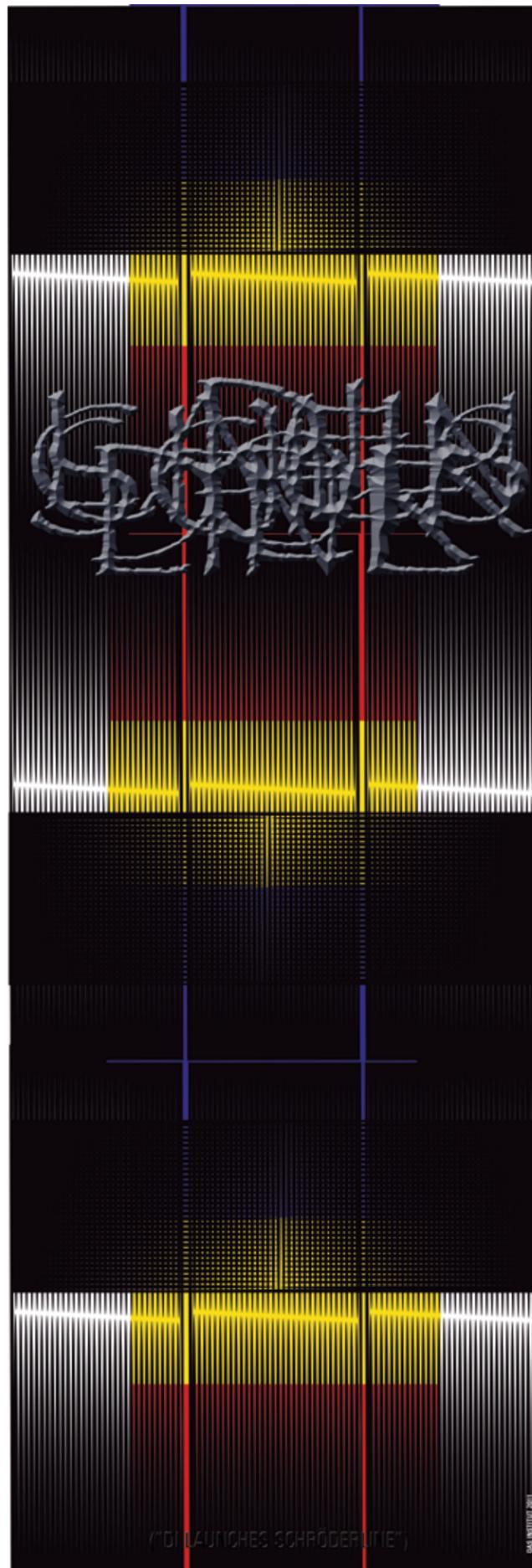
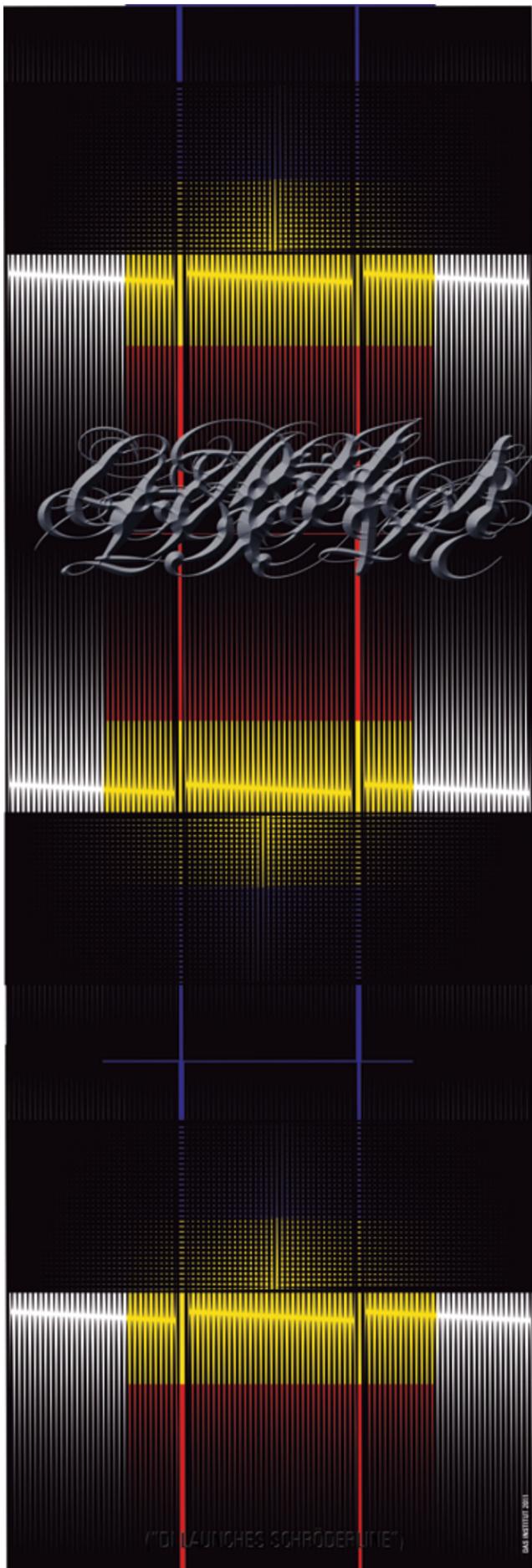
Ringiers drei **Hauptmärkte** China, Hongkong und Taiwan haben sich scheinbar von der grossen Wirtschaftskrise erholt.

Im Jahr 2010 wechselte Ringier Trade auch seinen Namen: Aus Ringier Trade Publishing Group wurde Ringier Trade Media Group, um unseren Kunden deutlich zu machen, dass wir nicht nur gedruckte Magazine herausgeben, sondern auch digitale Angebote haben.

## Ringier Print Hongkong

Die Ringier Druckerei in Hongkong hat im Jahr 2010 ihre Infrastruktur weiter modernisiert. Mehrere «QuadTech»-Farbkontrollsysteme wurden installiert, um die Druckqualität zu erhöhen. In der Folge gewann Ringier Print Hongkong die Bronzemedaille der *2010 Asian Print Awards* in der Kategorie «Web Offset Light Weight Coated».

Ausserdem wird im Juni 2011 eine neue Akzidenzdruckmaschine in Betrieb genommen.



D I WHY RELAX! *Exercise With Everybody!*  
pretending

2. Quickness:

"The events, however long they last, become puncti-form, connected by rectilinear segments, in a zigzag pattern that suggests incessant motion."\*

\* I. Calvino / Six Memos For The Next Millennium

# Wesentliche Beteiligungen

## Schweiz

In 2010 hat Ringier sein Engagement im Bereich Entertainment durch drei neue Joint Ventures signifikant verstärken können.

So haben Ringier und der führende Veranstalter von klassischen Konzerten in Deutschland die *DEAG Classics AG* ein Gemeinschaftsunternehmen in der Schweiz gegründet. Das 50:50-Joint-Venture *The Classical Company AG* mit Sitz in Zürich legt seinen Fokus auf die Vermarktung renommierter Stars der Klassik und der Nachwuchsförderung. Ziel ist es, die grössten Stars der Klassik für Konzerte in die Schweiz zu holen. Die *DEAG Classics AG* ist bereits unser langjähriger Partner bei der *Good News Production GmbH*.

Im Januar 2010 ist Ringier ein 50:50-Joint-Venture mit der grössten deutschen Künstler-Management-Firma *Pool Position GmbH* (ein Unternehmen der *kick-media ag*) eingegangen. Das Joint Venture *Pool Position Switzerland AG* (nicht konsolidiert in 2010) betreut Schweizer Künstler aus den Bereichen Musik, Film, Theater und Comedy sowie Sportler.

Ringier AG hat per Ende Dezember 2010 von der *CTS Eventim AG* 50 Prozent der *Eventim CH AG* erworben, welche im Frühjahr 2010 die *Ticketcorner AG* in Zürich übernommen hat. Die *Ticketcorner AG* ist in der Schweiz mit einem Markt-

anteil von rund 60 Prozent der Marktführer im Bereich Ticketing.

Auch im digitalen Bereich wurde ein Joint Venture gegründet, das aber noch nicht konsolidiert wurde - die *Qualipet Digital AG*. Ziel der digitalen Plattform *www.qualipet.ch* ist es, eine Community für Tierliebhaber aufzubauen und den Tierartikel-Versandhandel im Internet zu erweitern.

Die *Bolero Zeitschriftenverlag AG* wurde in die Ringier AG fusioniert.

Um die Marke *Swissprinters* zu stärken und eindeutig im Markt zu positionieren, tragen die Gesellschaften neu auch *Swissprinters* in ihren Namen.



Stand 31. Dezember 2010

Ringier AG, Zofingen	100 %
Ringier Print Adligenswil AG, Adligenswil	100 %
Ringier Print Holding AG, Zofingen	100 %
Energy Bern AG, Bern (Radio BE1)	100 %
Geschenkidee.ch GmbH, Opfikon	100 %
Original SA, Lausanne	100 %
Rose d'Or AG, Luzern	100 %
Prevision AG, Zofingen (e-nvention)	85 %
SMI Schule für Medienintegration AG, Zofingen	85 %
media swiss ag, Teufen (Gate24, Xmedia, Anibis, Scout24-Plattformen)	80 %
JRP   Ringier Kunstverlag AG, Zürich	80 %
Energy Schweiz Holding AG, Zürich (noch inaktiv)	65 %
Swissprinters AG, Zofingen	58.8 %
Swissprinters AG, Zofingen	
Swissprinters St. Gallen AG, St. Gallen	
Swissprinters Lausanne S.A., Renens	
Swissprinters Zürich AG, Schlieren	
Energy Zürich AG, Zürich (Radio Energy Zürich)	51 %
Betty Bossi Verlag AG, Zürich	50 %
Eventim CH AG, Zürich (Ticketcorner)	50 %
ER Publishing SA, Lausanne (Le Temps)	50 %
Pool Position Switzerland AG, Zürich	50 %
Sat.1 (Schweiz) AG, Zürich	50 %
The Classical Company AG, Zürich	50 %
Good News Productions AG, Zürich	48 %
2R Media SA, Locarno (il caffè)	45 %
Grundy Schweiz AG, Zürich	35 %
Teleclub AG, Zürich	33.3 %
SMD Schweizer Mediendatenbank AG, Zürich	33.3 %
PresseTV AG, Zürich	30 %
PrintOnline AG, Schlieren	25 %
Schober Direct Media AG, Bachenbülach	20 %

# Wesentliche Beteiligungen

## Central Europe

Ringier ist per 1. Juli 2010 ein 50:50-Joint-Venture mit der Axel Springer AG eingegangen, in dem die Osteuropa-Aktivitäten in Tschechien, Slowakei, Serbien und Polen von beiden Parteien zusammengeführt wurden. Ungarn wird voraussichtlich im Laufe von 2011 dazukommen. Ringier hält 50 Prozent an der Holding Ringier Axel Springer Media AG des neuen Joint Ventures.

Über die nun zum Joint Venture gehörende Ringier Axel Springer Slovakia a.s. wurde eine Mehrheitsbeteiligung von 70 Prozent an der führenden Online-Plattform *Azet.sk* erworben. *Azet.sk* bündelt als «Horizontales Internetportal» eine Vielzahl unterschiedlicher Websites und Online-Services. Das 1997 gegründete Unternehmen erreicht aktuell mehr als 75 Prozent der slowakischen Internet-Nutzer (ca. 1,9 Millionen Unique User) und nimmt die Spitzenposition im Online-Markt ein.

In Ungarn wurden Euromedia Bt. und Europress Kft. in Ringier Kiado Kft. fusioniert.

## Asia Pacific

Ringier hat mit dem philippinischen Medienunternehmen *Summit Media*, Marktführer im Magazinsbereich, das 50:50-Joint-Venture *Get Sold Corporation* gegründet. Das Joint Venture wird im Online-Kleinanzeigenmarkt tätig sein und dabei verschiedene Online-Marktplätze entwickeln. Im September wurde das Immobilienportal *myproperty.ph* aufgeschaltet.



Stand 31. Dezember 2010

Ringier Publishing GmbH, Berlin	100 %
Juno Kunstverlag GmbH, Berlin	100 %
Ringier France SA, Paris	100 %
Ringier Axel Springer Media AG, Zürich	50 %
Ringier Axel Springer CZ a.s., Prag	50 %
Ringier Axel Springer Print CZ a.s., Prag	50 %
Axel Springer Praha a.s., Prag	50 %
Anima Publishers s.r.o., Zlin	50 %
Ringier Axel Springer Slovakia a.s., Bratislava	50 %
Azet.sk - katalog s.r.o., Zlina	35 %
Ringier Axel Springer d.o.o., Belgrad	50 %
24sata d.o.o., Belgrad	50 %
Trans Press d.o.o., Belgrad	50 %
Alo Novine d.o.o., Belgrad	50 %
APM Print d.o.o., Belgrad	50 %
NIN d.o.o., Belgrad	49.84 %
Ringier Axel Springer Polska Sp.z.o.o., Warschau	50 %
Viviana Investments Sp.z.o.o., Warschau	50 %
Ringier Kiadó Kft., Budapest	100 %
Népszabadság Zrt., Budapest	70.77 %
MédiaLOG Logisztikai Zrt., Budapest	59.97 %
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	20.08 %
Foto-Nekretnine d.o.o., Zagreb (Kroatien)	56 %
Foto-Nekretnine d.o.o., Belgrad (Serbien)	56 %
Ringier Pacific Ltd., Hongkong	100 %
Ringier China Co. Ltd., Beijing	100 %
Ringier Print (HK) Ltd., Hongkong	100 %
Asia Inflight Ltd., Hongkong	100 %
Ringier Trade.com Ltd., Hongkong	90 %
Ringier Vietnam Company Ltd., Ho Chi Minh City	90 %
Nhat Viet Group, Ho Chi Minh City	56 %
Get Sold Corporation, Philippinen	50 %

# Projekte

## Newsroom

Der Newsroom der Blick-Gruppe nahm im März 2010 im Zürcher Pressehaus den Betrieb auf. Die zuvor örtlich und organisatorisch getrennten Redaktionen von *Blick*, *SonntagsBlick*, *Blick am Abend* und *Blick.ch* wurden in einem der modernsten Newsrooms Europas zusammengeführt. Von dort werden den Mediennutzern Informationen auf dem jeweils am besten geeigneten Kanal zur Verfügung gestellt. Mit dem integrierten Newsroom verfügt die Blick-Gruppe fortan über die grösste und modernste Redaktion im Land. Jährlich werden über 21 000 journalistische Seiten produziert. Im November 2010 wurde der zweite integrierte Newsroom bei Ringier Axel Springer Serbien eröffnet, in dem die Redaktionen von *Blic*, *24sata*, *Blic Online*, *24sata Online* und *Zena Online* verknüpft sind. Für die Zukunft sind auch noch Newsrooms in Rumänien, Tschechien, Ungarn und der Slowakei geplant. Und auch Ringier Axel Springer Polen zeigt Interesse an einem Newsroom. Bei Ringier Rumänien ist das Projekt bereits am Entstehen, dort werden im Frühjahr 2011 die Redaktionen von *Libertatea* Print und Online integriert, was etwa 100 Mitarbeiter betrifft.

## Joint Venture

Nach der offiziellen Ankündigung Anfang 2010 wurde das Osteuropa-Joint-Venture von Ringier AG und Axel Springer AG, die **Ringier Axel Springer Media AG**, am 1. Juli 2010 operativ aktiv. In dieses

Joint Venture mit Sitz in Zürich haben Ringier und Axel Springer mit einer Gesamtbeteiligung von jeweils 50 Prozent ihre osteuropäischen Medienaktivitäten in momentan vier Ländern (Tschechien, Polen, Slowakei und Serbien) eingebracht. Ungarn steht in Warteposition (das Kartellamtsverfahren ist dort zum Zeitpunkt der Drucklegung dieses Jahresberichts noch nicht abgeschlossen).

Durch die Bündelung der Geschäftsfelder in Tschechien, Polen, der Slowakei und in Serbien gehört Ringier Axel Springer Media AG zu den führenden Multimedia-Unternehmen in Osteuropa. Starke, erfolgreiche Marken, ein breites Portfolio und der klare Fokus auf Wachstum und Digitalisierung machen das junge Unternehmen in den jeweiligen Ländern ausserdem zum Marktführer im Segment Boulevardzeitungen sowie zu einem der grössten Herausgeber von Zeitschriften.

Die Partnerschaft mit Axel Springer in Osteuropa bietet mit mehreren führenden Printprodukten in attraktiven Wachstumsmärkten eine hervorragende Basis, um unser publizistisches Kerngeschäft weiter auszubauen. Gleichzeitig schaffen wir damit ideale Voraussetzungen, um die Expansion im Bereich der digitalen Medien weiter voranzutreiben.

## Ringier Entertainment

Im Geschäftsbereich Entertainment hat Ringier Schweiz im Jahr 2010 die Fern-

seh-, Radio- und Event-Aktivitäten sowie Event Services (Ticketing und Künstlermanagement) gebündelt. Mit der 50-Prozent-Beteiligung an *Ticketcorner* deckt Ringier nun einen entscheidenden Teil in der Entertainment-Wertschöpfungskette ab. Durch den Erwerb und die Übertragung der UKW-Konzession von *Music First Network* konnte *Radio Energy Zürich* gerettet werden. Bereits zum achten Mal fand *Energy Stars For Free* statt, erneut vor einem vollen Hallenstadion mit 13 000 begeisterten Musik-Fans. In Zusammenarbeit mit *SI Style* lancierte *Radio Energy* zudem einen neuen Event: die *Energy Fashion Night*, eine Kombination von Fashion, Lifestyle und Musik. Und *Radio Energy* hat in der Schweiz expandiert: Aus *Radio BE1* wurde *Energy Bern*, damit ist *Radio Energy* nun auch in der Bundeshauptstadt erfolgreich vertreten. Die Zuhörerzahlen zeigen, dass *Energy Bern* die Nummer-1-Position halten und sogar stärken konnte.

Auch die TV-Sparte ist mit neuen Formaten unterwegs: RingierTV produzierte *Fashion Days Model Challenge* auf *ProSieben*. Zudem sicherte sich RingierTV neue TV-Produktionsaufträge wie *Ab in die Küche*, die Nachfolgesendung von *al dente*, sowie *Die grössten Schweizer Talente*, welche im *Schweizer Fernsehen* gezeigt werden. Und die *Rose d'Or*, eines der weltweit wichtigsten Festivals für die TV-Industrie, feierte 2010 ihr 50-Jahr-Jubiläum. Die konsequente Verlängerung der Wertschöpfungskette hat zu-

Die Medienwelt ist global, digital und mobil geworden. Stets schneller drehen die Nachrichten. Überall und pausenlos wollen Leser informiert sein. Ringier lanciert deshalb eine voll integrierte Redaktion für die Blick-Gruppe.

Das Schweizer Verlagshaus Ringier startet in ein neues Zeitalter

Blick  
Sonntags  
Blick  
am  
Abend  
Blick

# Projekte

dem ein weiteres Geschäftsfeld zu Ringier Entertainment gebracht: Mit der deutschen *kick-media* gründete Ringier *Pool Position Switzerland*. Das Joint Venture mit Sitz in Zürich wird Schweizer Künstler unter anderem aus den Bereichen Musik, Film, Theater und Comedy sowie Sportler und Moderatoren betreuen. Mit Lara Gut und Fabian Cancellara sind 2010 bereits zwei Topathleten unter Vertrag.

## Corporate Responsibility

2010 stand im Zeichen der Weiterentwicklung unseres Corporate-Responsibility-Managements und der Vorbereitung auf den Nachhaltigkeitsbericht 2011. Um dem Bedarf nach erhöhter Transparenz Rechnung zu tragen, wurden die interne Reportingfrequenz erhöht und die Schlüsselindikatoren neu definiert und ergänzt. Zur Gewinnung und Verwaltung der relevanten Daten aus den Bereichen Umwelt, Gesellschaft, Mitarbeitende und Produktverantwortung wurde ein zentrales, cloudbasiertes Tool eingerichtet.

Auf operativer Ebene sind ermutigende Resultate ersichtlich: Verschiedene Massnahmen führten 2010 zu einer Senkung der CO<sub>2</sub>-Emissionen und des Energieverbrauchs. In Zürich wurde mit dem Neubau des integrierten Newsrooms eine neue Klimaanlage installiert, die das Pressehaus mittels Wasser aus dem Zürichsee heizt und kühlt. Am Swissprinters-Standort Zofingen wurde Ende 2010 die Tiefdruckanlage durch

eine neue Rollenoffset-Anlage ersetzt, woraus eine nachhaltige Reduktion des spezifischen Energieverbrauchs resultiert.

Auch 2010 hat sich Ringier in verschiedenen Ländern zugunsten Benachteiligter eingesetzt. Als Beispiel sei die von der Schweizer Blick-Gruppe unterstützte Aktion *Jobs für Behinderte - Behinderte für Jobs* der Stiftung *MyHandicap* erwähnt. Das Programm will mehr Menschen mit Behinderung den Zugang zum regulären Arbeitsmarkt verschaffen.

Bei Ringier engagieren sich die Mitarbeitenden auch direkt und unkompliziert für ihre Mitmenschen. Als Ungarn und China letztes Jahr von schweren Naturkatastrophen erschüttert wurden, sammelten die Ringier Publikationen in diesen Ländern bei Lesern und Mitarbeitenden Geld, das zur Linderung der grössten Not eingesetzt wurde. Und in Ungarn wurde an Weihnachten wiederum eine Charity-Aktion durchgeführt, bei der Mitarbeitende hundert arme Familien besuchten und ihnen dringend benötigte Gegenstände des täglichen Lebens schenkten.

Schon seit 2004 engagiert sich Ringier in der *Dariu Foundation*, die mit Mikrofinanzmodellen mittellosen Kindern und Familien in Vietnam eine Existenz aufbauen und sichern soll. Mit dem Geld der Stiftung werden im Hinterland von Ho Chi Minh City auch Schulen und Kin-

dergärten errichtet sowie Tausenden von Kindern Stipendien vergeben, die sonst keine Ausbildung erhalten könnten. Im Jahr 2010 konnte die Stiftung Mikrokredite in Höhe von drei Millionen Franken ausschütten, was gegenüber 2009 eine Steigerung um 40 Prozent bedeutet. Im Jahr 2010 profitierten über 15 000 Familien von den Mikrokredit-Programmen, bis Ende 2011 will die Stiftung diese Zahl auf 20 000 Familien ausweiten, bis 2016 ist sogar geplant, 50 000 Familien zu unterstützen. Für dieses aussergewöhnliche Engagement gegen die Armut erhielt die Stiftung im Jahr 2010 schon zum vierten Mal die Auszeichnung als beste Mikrofinanz-Stiftung in Vietnam.

## Digital Business

Bis Ende 2010 unterstützte die *Digital Media Unit* von Ringier als Kompetenzzentrum den Ausbau der digitalen Kanäle. In diesem Bereich wurden Online-Projekte realisiert, der digitale Markt beobachtet, Strategien erarbeitet und mögliche Akquisitionen geprüft und begleitet. Nachdem sich die Strategie des Unternehmens während des Berichtsjahrs ganz bewusst auf die drei Säulen Kerngeschäft, Entertainment und transaktionsbasierte Internetplattformen verlagert hatte, kam dem Bereich Akquisitionen eine immer grössere Bedeutung zu. 2010 wurden bereits diverse E-Commerce-Plattformen wie *geschenkidee.ch*, *qualipet.ch* sowie der Webdienstleister *Previon AG* von der

*Digital Media Unit* begleitet. Ende 2010 hat Ringier entschieden, die Unit *Digital Media* neu *Digital Business* zu nennen.

Konkret wurde 2010 die Realisierung von iPad-Lösungen angeschoben, und gemeinsam mit den Bereichen wurden erste Projekte dazu umgesetzt. App-Economy-Ideen und Social-Media-Trends wurden verankert sowie die Bereiche mit zentralen Services wie Suchmaschinenoptimierung, Web-Analytics oder Website Reviews unterstützt. *Digital Business* war dabei in verschiedenen Projekten involviert, u. a. bei der *Blick CMS* Selektion, der Auswahl des Produktionssystems für iPad-Applikationen sowie der Realisierung von diversen iPad-Applikationen (Apps für *Cicero*, *Schweizer Illustrierte*, *GaultMillau*, *Cash Insider*, *Parasit* oder *CityKiss*), von E-Reading-Prototypen und von Location Based Services für Mobile-Geräte. 2011 soll der weitere Ausbau der Geschäftsaktivitäten im digitalen Umfeld vorangetrieben werden, einerseits über Kooperationen mit neuen Partnern, andererseits durch die Optimierung von bestehenden Geschäftsfeldern.

# Organisation

Stand 1. April 2011

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 Dr. Christiane zu Salm, Mitglied
RINGIER KONZERNLEITUNG	Christian Unger, Vorsitzender, CEO Ringier AG Florian Fels, CEO Ringier Central Europe Samuel Hügli, CFO/Corporate Center Marc Walder, CEO Ringier Schweiz und Deutschland
RINGIER GROUP MANAGEMENT	Caterina Ammann, Rechtsdienst Joachim Aschoff, CIO Corporate IT Collin Crowell, Ringier Vietnam Matthias Graf, Corporate Communications Mike Hay, Ringier Trade Media, Hongkong Jean-Luc Mauron, Human Resources Attila Mihok, Ringier und Népszabadság, Ungarn Mihnea Vasiliu, Ringier Rumänien Thomas Trüb, New Markets, Ringier Asia Pacific Kenny Zhou, Ringier China
GESCHÄFTSLEITUNG SCHWEIZ UND DEUTSCHLAND	Marc Walder, Vorsitzender Marco Castellaneta, Entertainment Urs Heller, Zeitschriften Thomas Huwiler, Digital Business Daniel Pillard, Romandie Daniel Terzoni, Controlling Caroline Thoma, Blick-Gruppe Michael Voss, COO

RINGIER AXEL SPRINGER MEDIA AG VERWALTUNGSRAT	Ralph Büchi, Präsident Samuel Hügli, Mitglied Lothar Lanz, Mitglied Christian Unger, Mitglied
RINGIER AXEL SPRINGER MEDIA AG GESCHÄFTSLEITUNG	Florian Fels, CEO Patrick Boos, CDO Mark Dekan, CFO
SWISSPRINTERS VERWALTUNGSRAT	Martin Werfeli, Präsident Dr. Urs Schweizer, Vizepräsident Ulrich Flörchinger, Mitglied Samuel Hügli, Mitglied Peter Karlen, Mitglied Michel Preiswerk, Mitglied Jörg Schnyder, Mitglied
SWISSPRINTERS UNTERNEHMENSLEITUNG	Alfred Wälti, Vorsitzender Bruno Hörler, Marketing & Business Development Heinz Liebi, Management Services, ab 1.5.2011 Nicolas Sauvant, Verkauf, Produktion Westschweiz Alex Zahner, Produktion Deutschschweiz Marcel Zinniker, Finanzen
RINGIER PRINT HONGKONG GESCHÄFTSLEITUNG	Albert Lee

# Mitarbeiterstruktur

Stand 31. Dezember 2010

Ringier Gruppe	2010	2009	2008
China/Vietnam <sup>1</sup>	226	555	625
Deutschland	46	44	40
Rumänien	389	634	679
Schweiz	3 009	3 082	3 410
Ungarn <sup>2</sup>	1 147	1 554	1 794
<b>Ringier Axel Springer Media AG</b>	<b>2 935</b>		
Serbien <sup>3</sup>	663	477	481
Slowakei <sup>3</sup>	507	311	313
Tschechien <sup>3</sup>	977	791	727
Polen <sup>3</sup>	788		
<b>TOTAL</b>	<b>7 752</b>	<b>7 448</b>	<b>8 069</b>

<sup>1</sup> Ringier Print Hongkong neu integriert in Ringier Holding AG

<sup>2</sup> Inkl. MediaLOG und Népszabadsag

<sup>3</sup> Integriert in Ringier Axel Springer Joint Venture seit Juli 2010

Schweiz	2010	2009	2008
Ringier Schweiz Verlag <sup>4</sup>	1 479	1 471	1 602
Ringier Print Adligenswil AG	276	288	339
SWP Holding AG	7	6	8
Swissprinters AG	494	541	578
Swissprinters St. Gallen AG	218	224	247
Swissprinters Lausanne AG	178	212	225
Swissprinters Zürich AG	83	92	114
media swiss ag	129	110	159
Betty Bossi Verlag AG	145	138	138
<b>TOTAL</b>	<b>3 009</b>	<b>3 082</b>	<b>3 410</b>

<sup>4</sup> Ringier Schweiz Verlag: inkl. Previon AG, SMI, Grundy Schweiz AG, JRP | Ringier Kunstverlag AG, Energy ZH AG, Energy BE AG, Pool Position Switzerland

# Standorte

## CHINA

### Ringier China

Room 7002–7005,  
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 China

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 Pacific Ltd.

9F, Cheong Sun Tower  
118 Wing Lok Street  
Sheung Wan  
Hong Kong, P.R.C.  
Telefon +852 2369 8788  
Telefax +852 2869 5919  
services@ringierasia.com  
www.ringier.cn

## Asia Inflight Ltd.

9F, Cheong Sun Tower  
118 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 Trade Media Ltd.

9F, Cheong Sun Tower  
118 Wing Lok Street  
Sheung Wan  
Hong Kong, P.R.C.  
Telefon +852 2369 8788  
Telefax +852 2869 5919  
www.industrysourcing.com

### 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 Trade Media Ltd.

Unit 2, 9/F.  
200 Zhongming Road  
Taichung  
Taiwan  
Telefon +886 4 2329 7318  
Telefax +886 4 2310 7167  
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 +86 755 8341 7292  
www.industrysourcing.com

### Ringier Print (HK) Ltd.

11–13 Dai Kwai Street,  
Tai Po, Industrial Estate  
Tai Po, N.T. Hong Kong, P.R.C.  
Telefon +852 2660 2666  
Telefax +852 2664 1993  
info@ringierprint.com.hk  
www.ringierprint.com.hk

## DEUTSCHLAND

### Ringier Publishing GmbH

Friedrichstrasse 140  
DE-10117 Berlin  
Telefon +49 30 981 941 100  
Telefax +49 30 981 941 199  
info@cicero.de  
www.cicero.de

### Juno Kunstverlag GmbH

Friedrichstrasse 140  
DE-10117 Berlin  
Telefon +49 30 981 941 260  
Telefax +49 30 981 941 270  
verlag@monopol-magazin.de  
www.monopol-magazin.de

Stand 1. April 2011

## 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

## POLEN

### Ringier Axel Springer Polska

ul. Domaniewska 52  
PL-02-672 Warszawa  
Telefon +48 22 232 00 00/01  
www.axelspringer.pl

## 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

# Standorte

## SCHWEIZ

### Ringier AG

Dufourstrasse 23  
CH-8008 Zürich  
Telefon +41 44 259 61 11  
Telefax +41 44 259 43 79  
info@ringier.ch  
www.ringier.ch  
www.ringier.com

### Ringier 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

### Bolero, Ringier AG

Giesshübelstrasse 62i  
CH-8045 Zürich  
Telefon +41 44 454 82 82  
Telefax +41 44 454 82 72  
service@boleromagazin.ch  
www.boleromagazin.ch

### Ringier AG

RingierTV  
Hagenholzstrasse 83b  
CH-8050 Zürich  
Telefon +41 44 308 54 54  
Telefax +41 44 308 54 40  
info@ringier.tv  
www.ringier.tv

### Ringier 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

### SWP Holding AG

Brühlstrasse 5  
CH-4800 Zofingen  
Telefon +41 62 746 31 11  
Telefax +41 62 746 31 92  
ringierprint@swissprinters.ch  
www.swissprinters.ch

### Swissprinters AG

Brühlstrasse 5  
CH-4800 Zofingen  
Telefon +41 62 746 49 49  
Telefax +41 62 746 36 16  
info@swissprinters.ch  
www.swissprinters.ch

### Swissprinters Zürich AG

Zürcherstrasse 39  
CH-8952 Schlieren  
Telefon +41 58 787 50 50  
info@swissprinters.ch  
www.swissprinters.ch

### Swissprinters St. Gallen AG

Fürstenlandstrasse 122  
CH-9001 St. Gallen  
Telefon +41 58 787 57 57  
info@swissprinters.ch  
www.swissprinters.ch

### Swissprinters Lausanne SA

Chemin du Closel 5  
CH-1020 Renens  
Telefon +41 58 787 48 00  
info@swissprinters.ch  
www.swissprinters.ch

### Ringier Axel Springer Media AG

Dufourstrasse 43  
CH-8008 Zürich  
Telefon +41 44 267 29 29  
office.ras@ringieraxelspringer.com  
www.ringieraxelspringer.com

### 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

### 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

### 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

### Radio Energy Zürich

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

### Radio Energy Bern

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

### CTS Eventim Schweiz AG

Förllibuckstrasse 178  
CH-8005 Zürich  
Telefon +41 900 55 22 25  
Telefax +41 43 444 68 79  
info@eventim.ch  
www.eventim.ch

### Pool Position Switzerland AG

Dufourstrasse 23  
CH-8008 Zürich  
Telefon +41 44 259 62 40  
www.pool-position.ch

### Ticketcorner AG

Riedmatt-Center  
CH-8153 Rümlang  
Telefon +41 44 818 31 11  
Telefax +41 44 818 31 10  
www.ticketcorner.ch  
info@ticketcorner.ch

### The Classical Company AG

Ringier AG  
Dufourstrasse 23  
CH-8008 Zürich  
Telefon +41 44 259 67 50  
michael.voss@ringier.ch  
www.classicalcompany.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

### Betty Bossi Verlag AG

Bürglistrasse 29  
Post Box  
CH-8021 Zürich  
Telefon +41 44 209 19 19  
Telefax +41 44 209 19 20  
bettybossi@bettybossi.ch  
www.bettybossi.ch

### Prevision AG

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

### 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

### SERBIEN

**Ringier Axel Springer d.o.o.**  
Žorža Klemansoa 19  
RS-11000 Beograd  
Telefon +381 11 333 4 701  
Telefax +381 11 333 4 703  
www.ringieraxelspringer.rs

### NIN d.o.o.

Žorža Klemansoa 19  
RS-11000 Beograd  
Telefon +381 11 333 4 701  
www.nin.co.rs

### APM Print d.o.o.

III Bulevar 29  
RS-11070 Novi Beograd  
Telefon +381 11 313 0 438  
Telefax +381 11 313 0 439  
www.apmprint.rs

### Trans Press d.o.o.

Milutina Milankovi a 29  
RS-11070 Novi Beograd  
Telefon +381 11 333 4 701  
Telefax +381 11 337 6 996  
office@transpress.rs  
www.transpress.rs

### IP Euroblic Press d.o.o.

Miše Stupara 3  
RS-78000 Banja Luka  
Telefon +387 51 257 980  
Telefax +387 51 257 075  
office@euroblic.com

### SLOWAKEI

#### Ringier Axel Springer

**Slovakia, a.s.**  
Prievozska 14  
SK-812 09 Bratislava  
Telefon +421 258 227 111  
Telefax +421 258 227 450  
www.ringieraxelspringer.sk

### TSCHECHIEN

#### Ringier Axel Springer CR a.s.

Komunard 1584/42  
CZ-170 00 Praha 7  
Telefon +420 225 977 475  
www.ringieraxelspringer.cz

#### Ringier Axel Springer

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

#### Ringier Axel Springer

**Print CZ a.s.**  
Na Rovince 876  
CZ-720 00 Ostrava-Hrabová  
Telefon +420 596 668 111  
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 44 44  
Telefax +36 1 436 46 04  
www.nol.hu

### MédiaLOG Zrt.

Campona utca 1  
«K» Building, Ground Floor  
HU-1225 Budapest  
Telefon +36 1 501 87 55  
Telefax +36 1 501 81 00  
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 3747 1648  
Telefax +84 4 3747 1650  
www.ringier.vn

#### Ringier Vietnam Co. Ltd.

Head office  
111B Ly Chinh Thang  
Ward 7, District 3  
Ho Chi Minh City, Vietnam  
Telefon +84 8 3526 8154  
Telefax +84 8 3526 8153  
info@ringier.com.vn  
www.ringier.com.vn

Stand 1. April 2011

# Epilog

## Frank A. Meyer, Publizist

### Cool und uncool

Wir leben in unsicheren Zeiten... Welche Banalität! Wann waren die Zeiten denn einmal nicht unsicher? Im Zweiten Weltkrieg etwa, vor dessen Übergreifen die ganze Schweiz zitterte? Im Kalten Krieg vielleicht, dessen atomare Kälte den Menschen auch hierzulande unter die Haut fuhr?

Unerschüttert waren damals wenigstens der Glaube an Freiheit und Demokratie sowie an die Verkörperung dieser Werte in Parlament und Regierung. Vertrauen genossen auch die Parteien, die in der demokratischen Werkstatt ihr politisches Metier betreiben.

Das aktuelle Gefühl der Unsicherheit hat möglicherweise damit zu tun, dass sich dieses Vertrauen seit dem Ende des Kalten Krieges vor zwanzig Jahren verflüchtigt hat. Die Zweifel äussern sich in Fragen: Ist die Demokratie noch effizient genug, das Versprechen von Wohlstand und sozialer Sicherheit einzulösen? Sind die Parteien noch fähig, die Demokratie entsprechend den Wünschen des Volkes zu gestalten?

Doch ist Demokratie überhaupt eine Frage der Effizienz? Natürlich nicht. Sie ist der institutionelle Rahmen, in dem der Wille der jeweiligen Mehrheit umgesetzt wird, in der Regel mit Rücksicht auf die Minderheit.

Gerade diese Selbstverständlichkeit wird in jüngster Zeit zunehmend in Frage gestellt: Politikverdrossenheit, Demokratieverdrossenheit und Parteienverdrossenheit sind die Schlagworte - und werden zu Schlagzeilen in den Medien!

Haben wir Journalisten mit der Verdrossenheit der Bürgerinnen und Bürger überhaupt etwas zu tun? Wir berichten doch nur! Wir gehen lediglich unserem Metier nach! Arglos, unschuldig, stets bemüht, die Wirklichkeit wiederzugeben!

Oder?

Denken wir nur einmal daran, wie leicht uns der Begriff «Classe politique» in den Kopf kommt, auf den Bildschirm und ins Manuskript rutscht; ein abwertender Begriff; ein Begriff, der an Klassenkampf erinnert; ein Begriff, der das Volk von den Politikern trennt; ein Begriff, der durch Populisten in die politische Polemik eingeführt wurde.

Wer mit dem Finger auf die «Classe politique» zeigt, der behauptet damit, ausserhalb dieser «Classe» zu stehen, also anders zu sein - besser.

«Classe politique» übersetzt sich im Volksempfinden als «die da oben», als «politischer Klüngel». Dieser Klüngel beherrsche die Parteien, das Parlament, die Regierung: Herrschaften allesamt. Eine Herrschaft, die gebrochen werden muss. Im Namen des Volkes.

Es ist viel vom Volk die Rede in jüngster Zeit, von einer kritischen Masse, die der «Classe politique» mit Misstrauen gegenübersteht. Auch wir Journalisten schreiben oft und gern von diesem Misstrauen. Aber könnte es nicht sein, dass wir genau damit genau dieses Misstrauen verstärken? Weil wir nun mal Freude haben an der populistischen Randal?

Die Frage ist nicht nur eine schweizerische, wie es ja kaum noch rein schweizerische Fragen gibt. In ganz Europa wendet sich Volkes Stimme gegen die Art Politik, wie sie in den demokratischen Parteien betrieben wird.

Das Parlament gilt zahlreichen Bürgerinnen und Bürgern erneut als «Schwatzbude». Wie einst, als die Faschisten im Süden und die Nazis im Norden die noch ungesicherten Demokratien Italiens und Deutschlands enterten und zerstörten.

Haben wir Journalisten zur aktuellen Volksstimmung beigetragen? Wir berichten darüber. Wir erfüllen unsere Berufspflicht. Wir sagen, was ist. Dagegen wäre nichts einzuwenden. Doch berichten wir nicht allzu oft mit Begeisterung? Sind die neuen Helden des Volkes, deren Heldentum sich in Polemik gegen die «Classe politique» erschöpft, nicht auch unsere Helden? Jederzeit gut für Geschichten? Scharfe Schlagzeilen? Geile Quoten?

Ist es denn unsere Schuld, wenn den Mainstream-Politikern kein mediengerechter

Auftritt mehr gelingt? Die Medien sind nun mal härtester Konkurrenz unterworfen. Sie ringen täglich, ja stündlich, online gar minütlich um die Aufmerksamkeit der Leser, Zuschauer, User. Wer garantiert diesen Erfolg, wenn nicht die Krakeeler aus Showgeschäft und Politik? Jedenfalls nicht die langweiligen Handwerker der differenzierenden, immerzu nach Kompromissen suchenden Politiker der demokratisch moderaten Parteien - der «Classe politique».

Konkordanz und Konsens und Kompromiss sind: uncool. Putz und Pöbelei und Populismus sind: cool.

Müssen die Medien - wir Journalisten! - eine Grundloyalität gegenüber der Demokratie empfinden? Oder ist die Freiheit des medialen Spektakels schrankenlos?

Schrankenlos bedeutet beliebig. Beliebiger bedeutet, alles ist gleichwertig. Gleichwertig bedeutet: «Anything goes.» Wer an Werten festhält, steht unter Mainstream-Verdacht. Welcher Journalist will schon Mainstream sein?

Was ist noch Wahrheit, ist doch das Gegenteil ebenso Wahrheit? Und das Gegenteil der beiden Gegenteile? Also halten wir nur noch das Mikrofon hin: Jeder möge, möglichst knapp und möglichst spektakulär, seine Wahrheit hineinsprechen. Der Showdown der Wahrheiten erquickt Leser, Zuschauer, User. Sogar der Holocaust wäre - so gesehen -

nur die eine Wahrheit. Die Wahrheit der Holocaust-Leugner wäre die andere - lässt uns daraus eine spannende Debatte inszenieren.

Wo ist denn überhaupt noch sicherer Grund in diesen Zeiten ständig neuer Verwerfungen?

Die Institutionen der Demokratie müssen diesen sicheren Grund bilden. Sie sind die Wahrheit. Ohne sie ist kein demokratisches Leben vorstellbar. Ihnen muss unsere journalistische Loyalität gelten.

Es ist eine ganz konkrete Loyalität. Sie drückt sich aus im Respekt gegenüber der Mühsal politischer Arbeit; sie manifestiert sich im Bemühen um Differenzierung des politischen Geschehens; sie äussert sich in der Neugier auf die unauffälligen Arbeiter im Weinberg der Demokratie.

Umgekehrt drückt sich diese demokratische Loyalität in Skepsis gegenüber leichtfertiger, vorwitziger und lärmiger Politik aus.

Das alles ist leider nicht mehr einfach selbstverständlich. Die Auflösung bürgerlicher Gewissheiten prägt diese Jahre der Brüche und Umbrüche. Das Bürgertum entledigt sich seiner Bürgerlichkeit, lässt sie hinter sich fallen wie einen abgetragenen Mantel.

Bloss nicht bürgerlich sein! Bloss nicht Mainstream sein! Bloss keine Manieren

haben! Manieren sind nicht medientauglich.

Manieren auf Podien und an Rednerpulten, Manieren in Parteien und Parlamenten nannte man einst «politische Kultur». Journalistinnen und Journalisten - die Medien - galten einst als Wächter dieser «politischen Kultur». Sind sie es noch? Wo sie es nicht mehr sind, müssen sie es wieder werden.

Als Wächter der Demokratie.

# Beatrix Ruf im Gespräch mit Kerstin Brätsch und Adele Röder



**Beatrix Ruf:** Der Sticker auf dem Cover dieses vietnamesischen Magazins THOI TRANG TRE, das auch der Jahresbericht der Ringier AG ist und ein Künstlerbuch von DAS INSTITUT, kündigt die Kunst an mit: DAS INSTITUT (with a special feature by Kerstin Brätsch). Was ist DAS INSTITUT?

**Kerstin Brätsch und Adele Röder:** DI is a room without windows, a shaded space, a stairway, unfolding its Venetian blinds, obstructing the view into the Volksgarten.

Ein schöner Werbeslogan – das könnte alles und nichts sein: geschlossene, halbdunkle Räume, die mit Verführungen, aber auch einer Negation des Banalen operieren... Kerstin Brätsch und Adele Röder, ihr seid Künstlerinnen und arbeitet «für» DAS INSTITUT. Was steckt hinter diesem Konstrukt? Wie genau ist das Verhältnis von zwei Künstlerinnen zu einer Firma, zu einer Operation zu verstehen, die erst einmal auch die individuellen Namen der Künstler «verblendet»?

DI is the Volksgarten obstructed by Venetian blinds  
 DI is a gaze with multicolored shades  
 DI is simply not knowing his own name  
 DI is a character in various roles  
 DI is an open roof deck  
 DI is a moldy pond  
 DI is seaweed  
 DI is same old same old  
 DI is Röder and Brätsch

...Und DAS INSTITUT wohnt im Tiefparterre. Durch die Schleuse vom INSTITUT gibt es die Möglichkeit, unsere Namen zu «buchstabieren», neu zu gründen und in Richtungen zu schieben, wo wir sie uns hin vorstellen – oder schlicht: Den eigenen Namen nicht zu kennen. Die Nachwirkungen sind, über den Namen hinweg, sich selbst zu verschieben und ortskundig zu platzieren. Die Operation ist ein *Sinkloch*, das erstens durch das «Nichts» etabliert ist; es hat den Effekt, ausgedehnte Sichtverhältnisse zu erzeugen (die Technik des dritten Auges). Jeder Schritt ein Seitenschritt, Vorwärts- und Rückwärtsgang beim Bilden eines nicht benennbaren Dritten, das gleichzeitig Brätsch UND gleichzeitig Röder ist. Wer steht hinter dem Vorhang?

Wie seid ihr vorgegangen, als Kerstin Brätsch für DAS INSTITUT den Auftrag angenommen hat, den Jahresbericht 2010 für die Ringier AG zu realisieren?

DAS INSTITUT war gerade dabei, eine digitale Strickmoden – QUASI-FASHION – Produktion zu konkretisieren. Bei der Recherche, in welcher Form die Ringier AG in den verschiedenen Ländern vertreten ist, stiess Kerstin Brätsch auf eines der wenigen von der Ringier AG herausgegebenen Lifestyle- /Fashion-Magazine, THOI TRANG TRE, das in Ho Chi Minh City produziert und in ganz Vietnam vertrieben wird. Folgerichtig trat Kerstin Brätsch an DAS INSTITUT heran, um eine mögliche Veröffentlichung des

Strickmoden-Projekts (SchröderLine) in diesem vietnamesischen Magazin zu realisieren. Das Spannende und Herausfordernde dabei war, sich im vorgegebenen Rahmen eines Magazins zu bewegen, sich dessen Strukturen anzupassen und vor Ort mit dem vietnamesischen Team zusammenzuarbeiten. Es geht aber auch um die Benutzung der Künstlerfigur als Staffage im Format «Modezeitung» und des Künstlersnamens Kerstin Brätsch im Format «Jahresbericht». «Who's Kerstin Brätsch?»

Woher kommt der Name «SchröderLine»?

Sch von Brätsch und Röder = SchröderLine. Die SchröderLine ist eine QUASI-FASHION-Produktion des DAS INSTITUTs, sie besteht aus zwei massgeschneiderten Hosenanzügen, ihr Strickstoff entstand mit einem digitalen Strickverfahren. Sie wurden für das Fotoshooting vor Ort in Vietnam verwendet, aber bereits auch in Ausstellungen gezeigt. Ausserdem gibt es in der SchröderLine auch fünf unterschiedliche «Parasite Patches» aus digitalen Strickelementen. Diese «Parasiten» kann man tragen, indem sie der Benutzer mit einem Druckknopf an vorhandene Kleidungsstücke heftet. Jeder «Parasit» hat vier Lagen, die auf unterschiedliche Art und Weise faltbar und zu arrangieren sind. Jeder kann sich so seinen eigenen Werbeslogan schaffen. Man kann den «Parasite Patch» auch lose tragen, als abstraktes Element, ein Stück Stoff. Wie DAS INSTITUT

selbst können diese Flickenstücke in alles, was bereits vorhanden ist, «reinge-drückt werden».

Ihr habt euch also vorgenommen, ein bestehendes Magazin zu «eurem» Jahresbericht zu machen – und das im doppelten Sinne – Kerstin Brätsch veröffentlicht ja auch ihren eigenen, fiktiven oder realen, wir wissen es nicht, Geschäftsabschluss darin – das ist ebenfalls «parasitär».

Aber zurück zu THOI TRANG TRE: DAS INSTITUT nennt sich immer wieder auch eine Import-Export Company. Wie seht ihr die Beziehungen zu einem Magazin in Vietnam, das von einer Schweizer Firma produziert wird?

DAS INSTITUT hat im Magazin THOI TRANG TRE ein Feature – und der Ringier Jahresbericht 2010 wird sozusagen ebenso im THOI TRANG TRE gefeatured, als erweitertes Magazin, das die Inhalte und Grafiken des Berichts ebenso enthält wie die Fotostrecke und Materialien von DAS INSTITUT. Zudem wird das sonst nur in Vietnam erhältliche Magazin in dem westlichen Leserraum exportiert und so wieder importiert an den Ort des Produzenten. DAS INSTITUT und das Magazin THOI TRANG TRE sind in einem gegenseitigen Umwerben verstrickt. DAS INSTITUT ist parasitär gegenüber sich selbst und auch in seiner Funktion im Magazin – und es wird immer auch eine unterschwellige Serviceleistung geliefert.

Worauf bezieht sich Import und Export sonst noch so alles in eurer Arbeit?

Import / Export steht irgendwie für eine Art «dubiöses Geschäft», in dem alle möglichen Arten von Service geleistet werden können – das Einzige, das man aber sicher weiss, ist, dass eine Nachfrage erfüllt wird. Auf welche Weise diese Leistung erbracht wird, weiss man nicht unbedingt... So viel auch zu unserer Arbeitshaltung: DAS INSTITUT ist eine Schablone. Es greift herkömmliche Dienstleistungsmechanismen auf und fügt sie als neue Variable der künstlerischen Arbeit hinzu.

Am Beispiel dieses Jahresberichts ausgeführt: Der Künstler Brätsch wird hier als Model einer Künstlerfigur Brätsch benutzt. Auf den Künstler Brätsch wird das aus dem wirtschaftlichen Bereich importierte Format des Jahresberichts angewandt und die aus der Kunst importierte Brätschfigur in die wirtschaftliche Struktur exportiert. Dieses Rollenspiel findet auf allen Ebenen statt, Brätsch wird zu «Brätsch», Röder zu «Röder», und in der Camouflage entsteht DAS INSTITUT.

Im Magazin THOI TRANG TRE platziert DAS INSTITUT Werbung für die eigene Organisation und transformiert sich selbst in einen Kunden. Es bietet damit gleichzeitig auch verschiedensten Kunden eine Serviceleistung an, sei es Galerien (die Information über Kunst), dem

Magazin selbst (die Fotostrecke) oder dem Medienunternehmen Ringier (der Jahresbericht).

Was heisst das in Bezug auf euer Kunstverständnis?

Das heisst: Für uns bedeutet dies in erster Linie, einen grösstmöglichen Freiraum für und innerhalb unserer Arbeit zu schaffen. Es geht um die Vermischung von Identitäten: Der Autorenschaft, des Rezipienten, des Werbers, der Systeme. Es geht auch um ein Ineinandergreifen unterschiedlicher Realitätsbereiche, darum zum Beispiel in andere Felder ausserhalb des Kunstbereichs zu «expandieren» und dadurch Verantwortung in Bereichen zu übernehmen und auch abzugeben, wo es eigentlich unangebracht «wäre». Uns interessiert eine Horizontalisierung der Dinge, in dem die Arbeiten (das Gedankengut, die Produkte) und Künstler (die Personen, die Stellvertreter, die Charaktere) selbst mehrfache Funktionen übernehmen. Was Promoting, Branding, Ineinanderfalten, Zweifeln ist, wird alles gleich am eigenen Beispiel durchdekliniert.

Übersetzt spielt Import und Export auch eine Rolle in eurer persönlichen Zusammenarbeit – ihr lasst Motive und Elemente individuellen Arbeitens in das Gemeinsame wandern, hin und her, so dass sich Identität und Autorenschaft aufheben. Könnt ihr beschreiben, wie und auch wo sich dies in eurem Projekt für den Ringier Jahresbericht zeigt?

Ein Beispiel ist vielleicht die Verwendung des immer wiederkehrenden «Schleifelement»-Designs, welches auf ein formales Hintergrundmotiv in einem Poster von DAS INSTITUT zurückgeführt werden kann. Dieses Poster basiert auf einer Textilie von Adele Röder für DAS INSTITUT, die aus einem von «Röder» am Computer entworfenem Muster hervorging, welches möglicherweise Momente aus Gemälden von «Brätsch» für DAS INSTITUT berührt. Dieses «Schleifelement» kommt im THOI TRANG TRE Magazin wie auch im Ringier Jahresbericht in unterschiedlichen Anwendungen vor und wird so zum «DI Branding». Es mutiert vom Werbeposter zum Fingernagel-Design, vom gestrickten Muster hin zu einer Verwendung als Umsatzgrafik für die Ringier AG und auch für die Geschäftsfigur Brätsch.

*Eure Arbeiten gibt es in Form von Gemälden, Stoffen, Folien, Stickern, Büchern, Drucken, eine wohl unabschliessbare Aufzählung. Welche Rolle spielen für euch Produktionsverfahren und Kommunikationsweisen, die von den neuen Medien geprägt sind?*

Wir sind an Vervielfältigungsmethoden auf vielen unterschiedlichen Ebenen interessiert, die uns ermöglichen, das Werk in einen multiplen und breiten Umlauf zu bringen, heraus aus einer linearen Sichtweise. So wird zum Beispiel ein Gemälde zum Sticker und Abziehbild für den alltäglichen Gebrauch oder dient als Vorlage für die Übersetzung in ein ande-

res Medium – das Gemälde, das Original selbst aber behält seinen Stellenwert.

*Wie stellt ihr euch die Wege, Bewegungen und Wirkungen des Magazins, des Jahresberichts und der Künstlerbuchversion – alles Realitätsformen dieses einen Produkts THOI TRANG TRE mit DAS INSTITUT (with a special feature by Kerstin Brätsch) vor? Was erwartet ihr?*

Dass durch die «Methode DAS INSTITUT» dem Modemagazin, dem Künstlerbuch und dem Jahresbericht jeweils multiple Identitäten und Funktionen gegeben werden.

#### **Kerstin Brätsch und Adele Röder**

sind in Deutschland geboren und leben und arbeiten in New York. 2007 haben sie DAS INSTITUT gegründet. Arbeiten für DAS INSTITUT waren in folgenden Ausstellungen zu sehen: New Museum, New York (2009), Kunsthalle Zürich (2009), Giò Marconi, Mailand (2010), Sculpture Center, New York (2010), VilmaGold, London (2010) und PS1 MOMA, New York (2010). DAS INSTITUT hatte Einzelausstellungen im Swiss Institute, New York (2009) und New Jersey, Basel (2010). Brätsch und DAS INSTITUT hatten Einzelausstellungen bei BaliceHertling, Paris (2009), Hermes und der Pfau, Stuttgart (2009), Art 41 Basel Statements (2010), Centre d'Art Contemporain, Pougues-les-Eaux (2010), und beim Kölnischen Kunstverein (2011).