

○○○ Ringier

Jahres bericht 2014

Liebe Leserin, lieber Leser

Sie halten den Jahresbericht von Ringier für das Jahr 2014 in den Händen. Obwohl alle Welt von Digitalisierung spricht, entschloss sich der diesjährige Künstler Wade Guyton aus New York, mit Fotografie und Print zwei «alte» Künste für die Umsetzung vorzugeben.

Verleger Michael Ringier erklärt gleich nebenan, wie er das Werk, das Guyton für uns schaffte, versteht. Mehr zum Künstler selber, zu seinem Gesamtwerk und seiner Bedeutung in der heutigen Kunstwelt schreibt die Kuratorin der Ringier-Sammlung, Beatrix Ruf, auf Seite 30.

Der Rapportteil, der hier beginnt, ist wie jedes Jahr den Geschehnissen bei Ringier gewidmet. CEO Marc Walder entwirft mit grossem Pinsel ein Bild der digitalen Welt, in der wir uns immer stärker befinden, und zeigt, was dies für Ringier bedeutet, um weiterhin kompetitiv zu bleiben.

CFO Annabella Bassler und die Kollegen aus dem Group Executive Board erläutern im Detail Hochs und Tiefs aus dem letzten Jahr. Nach so viel Optik zum Start sind die Bilder im Rapportteil zurückhaltend gesetzt. Der neue Claim von Ringier heisst ja «We inform, we entertain, we connect». Verbindung schaffen tut Ringier zum Beispiel mit Events, und zwar weltweit. Quasi als Portfolio zeigen wir Bilder von Ringier-Events aus dem letzten Jahr.

Nun wünschen wir Ihnen eine informative und unterhaltsame Lektüre!

Für das ganze Produktions-Team
Bernhard Weissberg

Inhalt

Michael Ringier	3
Marc Walder, CEO	4
Das Unternehmen	6
Annabella Bassler, CFO	8
Erfolgsrechnung & Umsatz	10
Publishing	13
Entertainment	17
Digital	19
Afrika	23
Asien	25
Osteuropa	27
Der Künstler	30
Standorte	32
Wesentliche Beteiligungen	34
Frank A. Meyer	36



Michael Ringier

Was Sie hier in der Hand halten, ist eigentlich ein Kunstwerk aus der Sammlung Ringier – im Original 8,60 Meter lang und 2,75 Meter breit. Es ist in einem ziemlich komplizierten Prozess erst im Computer als Programm entwickelt worden und dann von einem der grössten existierenden Tintenstrahldrucker der Welt als eine Art Gemälde in eine Form gebracht worden, für die wir selbst im Pressehaus keine geeignete Wand finden konnten. Und es ist bereits heute ziemlich wertvoll.

Der amerikanische Künstler Wade Guyton zeigt allerdings nicht allzu grossen Respekt vor seinem eigenen Werk. **Für die Gestaltung dieses Jahresberichts zerlegte er sein Bild in circa 360 Einzelteile**, woraus zusammen mit zusätzlichen Textblättern auf einer herkömmlichen Maschine ein Buch von 2,5 Kilogramm gedruckt wurde, das jedermann gratis bekommen kann.

Der Künstler, der vor wenigen Jahren schon als Vierzigjähriger mit einer Retrospektive im Whitney Museum in New York zu hohen Ehren gekommen ist, nimmt also seinen aufwendig konzipierten Inhalt, zerstückelt ihn in kleine Bestandteile und gibt das Ganze gratis als neue Version ab.

Und da soll mir noch einer sagen, Kunst hätte nichts mit der Wirklichkeit zu tun. Was Wade Guyton hier als künstlerische Idee zelebriert, ist seit Jahren unsere Realität als Verleger von gedruckten Inhalten. Einen Unterschied allerdings gibt es. Während ich mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit davon ausgehen kann, dass das gedruckte Original des Künstlers in unserer Sammlung immer wertvoller wird, sind doch einige Zweifel angebracht, ob unser traditionelles Geschäft mit dem gedruckten Journalismus noch solche Wertsteigerungen erfahren wird.

Es gibt noch eine weitere Parallele zwischen der Kunstsammlung und dem Unternehmen. Bei beiden haben wir als typische Familienfirma noch nie in der Kategorie «Asset» gedacht und hinter allen Leistungen, Werken oder Aktivitäten stehen in erster Linie Menschen und nicht Zahlen. Das traditionelle Geschäft wird immer noch von Tausenden leistungswilligen und einsatzfreudigen Mitarbeitern betrieben. **Und mit Ihnen und für sie werden wir weiterhin verändern, verbessern, optimieren, innovieren und kämpfen, damit auch dieser Teil des Unternehmens seinen Platz in der Zukunft findet.**

Denn das Geschäft mit den Inhalten ist nicht beliebig austauschbar. Zeitungen, Zeitschriften oder Bücher sind nicht einfach durch ein paar Zeilen auf dem iPhone oder dem Blackberry zu ersetzen. Die gesellschaftliche Wirkung und die sozialen Konsequenzen sind nicht dieselben. Und der Bedarf und die Nachfrage nach Journalismus – auch gedruckt – sind immer noch beeindruckend. Was immer schwieriger wird, ist die Finanzierung, was immer intensiver wird, ist die digitale Konkurrenz. Erst langsam wird uns bewusst, welche Konsequenzen die komplette Digitalisierung unseres Lebens hat. Wir sind komplett transparent, wir hinterlassen Spuren, die ohne unser Einverständnis verfolgt werden, wir werden überwacht, bespitzelt und ständig beobachtet, wir werden heimlich oder ganz offensichtlich analysiert, unsere Gewohnheiten werden vorausgesagt und damit manipuliert, und es wird uns eine Realität vorgespielt, die gar nicht unsere eigene ist. Unser Tun, unser Dasein, unser Leben sind komplett transparent, aber diejenigen, die das verantworten, agieren meistens im Dunkeln.

Es geht in diesen Jahren und Jahrzehnten massiver Veränderungen nicht bloss darum, dass wir unser Unternehmen in dieses neue Zeitalter hineinkatapultieren müssen, wobei wir auch 2014 wichtige Meilensteine setzen konnten. Es reicht nicht, dass wir uns dem Neuen stellen, es annehmen, es mitprägen und dass wir gleichzeitig alles daran setzen, das traditionelle Geschäft zu verändern und in die Zukunft mitzunehmen.

Die entscheidende Aufgabe wird sein, dass die Gesellschaft, von der auch wir ein kleiner Teil sind, die Diskussion über die neuen Realitäten intensiviert, dass sie neue Regeln setzt, dass sie Grenzen zieht, dass sie Transparenz schafft, wo keine besteht. Ich möchte weiterhin Teil einer Gesellschaft sein, die von einem demokratischen Rechtssystem geregelt wird und nicht von einem anonymen Algorithmus. Und ich möchte selber bestimmen können, wer mir wann und wohin auf meinen digitalen Spuren folgt.

Was unser Unternehmen betrifft, bleibe ich bei meinem Optimismus, dass wir in einigen Jahren nicht nur zu den Überlebenden, sondern zu den Gewinnern der neuen Medienrealität gehören werden. Mit erheblichen Investitionen haben wir uns in dieser neuen Welt einen Platz erkaufte und vor allem das Know-how und das Wissen angeeignet und die Menschen als neue Mitarbeiter für uns gewonnen, welche in der Lage sind, diese Zukunft zu prägen und zu gestalten. Allerdings stehen für die Mitarbeiter und die Aktionäre dieses Unternehmens in den kommenden Jahren vor allem Anstrengungen, Veränderungen, Innovationen und Investitionen im Vordergrund, bevor sich die Ergebnisse wieder auf dem gewohnten und notwendigen Niveau einpendeln können.

Aber auch da kann uns die Kunst Hoffnung verheissen. Wenn es einem Künstler aus Hammond im amerikanischen Indiana, das als einzigen Geschichteintrag bei Wikipedia ein Zugsunglück vor einhundert Jahren aufzuweisen hat, gelingt, die Malerei quasi neu zu erfinden, kann es auch ein 182-jähriges traditionelles Medienunternehmen aus der schweizerischen Provinz schaffen, sich immer wieder neu aufzustellen.

Es war vielleicht der markanteste Satz am Weltwirtschaftsforum 2015 in Davos. Und der Satz, eine eigentliche Provokation, fällt ganz zum Schluss eines Panelgespräches der Internet-Giganten, quasi als alle bereits gehen wollen. «Das Internet», so Eric Schmidt, Executive Chairman von Google, ganz leise, «das Internet wird verschwinden!» Gemurmel im Congress Centre.

Nach einer wohldosierten Pause zieht Schmidt das Mikrofon noch etwas näher zu sich und fügt hinzu:

«Das Internet als solches wird verschwinden, weil alles miteinander verbunden wird: die Uhr, der Kühlschrank, das Auto, der Thermostat, der Fernseher. Einfach alles.»

«Internet of everything» heisst die neue Realität – und wird die Unternehmen aller Industrien vor die nächste ganz grosse Herausforderung stellen: Wie gehen wir mit der gigantischen Masse von Daten um, die täglich, stündlich, minütlich generiert werden? Wem gehören diese Daten? Wie analysieren, wie bündeln wir diese Daten? Wie monetarisieren wir diese Daten? Wie reagieren die Menschen, die diese Daten preisgeben? Und – speziell für Medienunternehmen: Was bedeutet dies für den Umgang mit unseren Inhalten und den Daten unserer Tochterunternehmen?

Zwei Aussagen gelten weltweit als gesetzt, eine zum Thema Technologie, eine zur Weiterentwicklung der eigenen Geschäftsmodelle: Jedes Unternehmen ist (auch) ein Technologie-Unternehmen.

Und: Wer sich nicht selbst disruptiert, wird disruptiert – und verschwindet.

Die Transformation der Ringier Gruppe wurde auch 2014 in hohem Tempo weiterverfolgt. Ringier ist heute sowohl geografisch wie auch thematisch eines der breitest diversifizierten Medienunternehmen Europas.

Mittlerweile in 15 Ländern tätig, erwirtschafteten wir 2014 mit digitalen Geschäftsmodellen einen Umsatz von 32,1 Prozent, was die ursprüngliche, ambitionierte Mittelfrist-Planung übertrifft. Der Umsatz blieb mit 988,5 Millionen Schweizer Franken knapp unter Vorjahresniveau. Das EBITDA beträgt, beeinträchtigt unter anderem durch transformationsbedingte Sondereffekte, 82,3 Millionen Franken. Die EBITDA-Marge sank dadurch von 12,0 Prozent auf 8,3 Prozent.

Der 2007/2008 begonnene und seither konsequent vollzogene Diversifikations-Prozess wird noch Jahre weitergehen. Ja, er wird wohl gar nie enden. Verwaltungsratspräsident Michael Ringier sagte vor einem Jahr: «In den vergangenen fünf, sechs Jahren hat sich Ringier stärker verändert als in den 175 Jahren davor. Und das wird wohl so bleiben.» Die strategische Stossrichtung dafür bleibt unverändert:

Erstens: Ringier agiert als führendes Publishing-Haus in vielen Ländern. Dies auf Zeitungs- und Zeitschriften-Papier genauso wie auf sämtlichen digitalen Plattformen.

Zweitens: Ringier investiert in Entertainment-Aktivitäten (Ticketing, Radio, Events, Sport-Vermarktung und TV-Vermarktung).

Drittens: Ringier betreibt transaktionsbasierte, digitale Geschäfte. Also Online-Rubrikenmärkte (Stellenanzeigen, Immobilien, Automobile und gemischte Kleinanzeigen), eCommerce-Plattformen und die immer zentraler werdende Vermarktung digitaler Plattformen.

Diese Diversifikation steht keineswegs in Konkurrenz mit der weiterhin substanziellen Bedeutung des publizistischen Geschäftes. So plant Ringier denn auch, zusammen mit Axel Springer

Schweiz, ein Joint Venture einzugehen («Ringier Axel Springer Medien Schweiz AG»). Im zukünftigen Unternehmen wären alle Zeitschriften von Ringier Schweiz (unter anderem Schweizer Illustrierte, SI Style, GlücksPost, Schweizer LandLiebe, Bolero, L'illustré, L'Hebdo, TV8, Edelweiss) und die Zeitung Le Temps gebündelt mit dem Portfolio von Axel Springer Schweiz (unter anderem Bilanz, Handelszeitung, Tele, TV Star, Beobachter). Dieses geplante Gemeinschaftsunternehmen würde eine hervorragende Grundlage bieten für die Weiterentwicklung dieser starken Medienmarken. Die Transaktion steht unter dem Vorbehalt der Zustimmung der Wettbewerbsbehörden.

Erstmals in der Geschichte des Familienunternehmens ist Ringier im August 2014 eine Partnerschaft mit einem Finanzinvestor eingegangen: KKR, einer der weltweit führenden Investoren, beteiligte sich mit einem Anteil von je 44 Prozent an den Ringier Digital AG Tochterfirmen Scout24 Schweiz AG und Omnimedia AG. Ziel des langfristig angelegten Joint Ventures ist es, gemeinsam substanzielles Wachstum im Schweizer Classifieds- und Vermarktungs-Bereich von Ringier zu erzielen. Auch in Osteuropa wird die Transformation konsequent vorangetrieben: Unser Joint Venture mit Axel Springer «Ringier Axel Springer Media AG» erwirtschaftet bereits einen digitalen Umsatz von 33 Prozent.

Nach dem erfolgreichen Verkauf unserer Aktivitäten in Tschechien wurden im Oktober, nach Freigabe durch die ungarischen Kartell- und Medienbehörden, die beiden ungarischen Portfolios beider Unternehmen ins Joint Venture eingebracht. Um auch in Ungarn die digitale Entwicklung zu beschleunigen, steht die Akquisition der führenden E-Recruiting-Plattform profession.hu vor dem Abschluss.

In Polen übernahm unser Joint Venture das Preisvergleichsportal skapiec.pl und das Produktvergleichsportal opineo.pl. Nicht im Joint Venture befindet sich Rumänien, das sich weiterhin sehr erfreulich entwickelt.

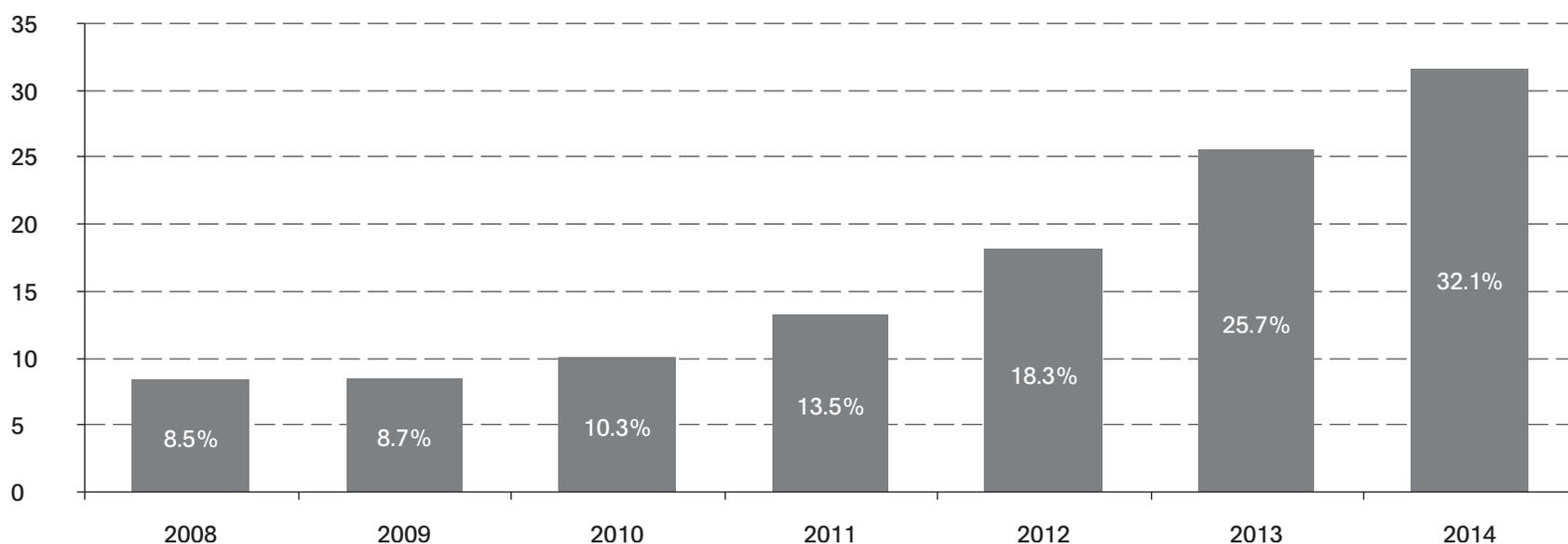
In China und Vietnam haben wir 2014 eine Abkühlung des Werbemarktes erfahren. Sehr gut positioniert sind in China die englischsprachigen Publikationen und Plattformen von «City Weekend», «Shanghai Family» und «Shanghai Expat», darüber hinaus unser erfolgreiches Boardmagazin «Asia Inflight Magazine», dessen Produktionsvertrag erfolgreich um weitere zehn Jahre bis Ende Dezember 2024 verlän-

gert werden konnte. In Vietnam wiederum investieren wir – nebst dem bestehenden Geschäft mit Zeitschriften – konsequent in den Ausbau unserer Immobilien-Plattform muabannhadat.com.vn.

Im Wachstumsmarkt Afrika ist Ringier mittlerweile in Kenia, Nigeria, Ghana und neu auch in Senegal und Tansania engagiert. Dies in den vier digitalen Geschäftsbereichen eCommerce, Kleinanzeigen, Journalismus und Vermarktung. **Diese geografische Expansion gehört zur DNA von Ringier, das vor rund 25 Jahren als eines der ersten westlichen Medienunternehmen den Schritt nach Osteuropa wagte.** Die Resultate in Afrika lassen

sich sehen: Alle Plattformen wachsen stark und konstant. Bereits sechs Plattformen sind heute Marktführer in ihrem jeweiligen Land. Wir beurteilen dies als gute Voraussetzung, ähnlich wie vor Jahren in Osteuropa, neue Märkte langfristig mit Erfolg erschliessen zu können. Die Familie Ringier investierte in den vergangenen sieben Jahren rund 1,6 Milliarden in die Transformation ihres Unternehmens. Diese grossen Anstrengungen haben es Ringier ermöglicht, komplett neue und zukunftssträchtige Ertragsströme zu erschliessen – und so die Digitalisierung unserer Gesellschaft als Opportunität zu nutzen. **Die Besitzer von Ringier beweisen damit unternehmerische Weitsicht.**

Entwicklung Digitalerlöse nach Erlösart
[Digitalanteil in % des Umsatzes]



Eigentümer

Annette Ringier
Evelyn Lingg-Ringier
Michael Ringier

Verwaltungsrat

Michael Ringier, Präsident
des Verwaltungsrates



Uli Sigg, Vizepräsident
des Verwaltungsrates



Claudio Cisullo



Jan O. Frøshaug



Martin Werfeli



Christiane zu Salm



Group Executive Board

Marc Walder,
CEO Ringier AG



Annabella Bassler
CFO Ringier AG



Thomas Kaiser
CEO Ringier Digital



Michael Voss, CEO Ringier
Publishing und Entertainment



2014

Schweiz und Deutschland
Osteuropa
Asien und Afrika
Total

2 660
3 024
776
6 460



Sport verbindet – auch im Geschäft: In der ersten Schweizer Ausgabe des internationalen Firmenanlasses B2RUN legten 1033 Läuferinnen und Läufer aus 74 Unternehmen die sechs Kilometer lange Strecke zurück. Das Team Ringier schaffte es auf den tollen fünften Rang. Lanciert und vermarktet wird der Event vom Sportmarketing-Unternehmen InfrontRingier Sports & Entertainment Switzerland AG.

Der strukturelle Wandel der Medienbranche setzte sich auch im Geschäftsjahr 2014 unvermindert fort. Die Ringier Gruppe treibt den Transformationsprozess erfolgreich voran und baut seine Position im digitalen Marktumfeld erneut aus. Mit der Akquisition der Scout24 Schweiz sowie dem Beteiligungsausgleich bei JobCloud wurden **bereits knapp 50 Prozent des EBITDA 2014 von 82.3 Millionen Franken mit digitalen Medien erwirtschaftet. Der Umsatz beträgt 988.5 Millionen Franken – der Digitalanteil stieg von 25,7 in 2013 auf 32,1 Prozent.**

Dank der frühzeitig initiierten Diversifikationsstrategie kann die Ringier Gruppe die Einbussen im weiterhin anspruchsvollen Marktumfeld bei den Druckereien und dem generell rückläufigen Leser- und Werbemarkt zu einem grossen Teil kompensieren. Im Vergleich zum Vorjahr liegt das EBITDA ohne Berücksichtigung von Sondereffekten aus dem Verkauf von Liegenschaften um etwa 8 Prozent tiefer. Mit dem Kauf der Mehrheitsbeteiligung an der Scout24 Schweiz und dem Einstieg der Investmentfirma KKR als Co-Investor wird im Bereich «Marketplaces» die Marktposition auch für die Zukunft weiter gestärkt. In Osteuropa stand die Fokussierung auf digitale Wachstumsmärkte weiterhin im Vordergrund, um die führende Wettbewerbsposition in diesem Bereich ausbauen zu können. Damit ist auch der Verkauf der vornehmlich im Zeitungsgeschäft tätigen Beteiligung in Tschechien begründet sowie die Einbringung von Ungarn in das Joint Venture mit Axel Springer. Die Ringier Gruppe hat durch die Änderungen im Konsolidierungskreis im Geschäftsjahr 2014 einen weiteren strategisch wichtigen Schritt zur digitalen Neuausrichtung gemacht.

Der EBITDA-Rückgang gegenüber Vorjahr ist einerseits auf Sonder- und Einmaleffekte, die positiv auf das EBITDA 2013 gewirkt hatten, zurückzuführen, andererseits auf das schwierige Marktumfeld im Kerngeschäft. Hiervon betroffen sind nebst den Druckereien auch die Zeitungen und Zeitschriften im In- und Ausland. Die in den letzten Jahren getätigten Investitionen in digitale Plattformen können jedoch bereits im Jahr 2014 einen überwiegenden

Teil dieses rückläufigen Trends im Kerngeschäft kompensieren. Dank seiner Drei-Säulen-Strategie ist Ringier heute ein breit aufgestelltes digitales Medienunternehmen mit klassischen Wurzeln.

Der Jahresumsatz 2014 liegt mit 988.5 Millionen Franken im Vorjahresvergleich um 3,7 Prozent tiefer. Der leichte Rückgang gründet hauptsächlich im Verkauf des tschechischen Geschäfts und der AIO Group AG Ende 2013 sowie in der Portfolio-Straffung in Ungarn. Nebst diesen Effekten aus Veränderungen im Konsolidierungskreis wirkt der Rückgang im klassischen Nutzer- und Anzeigenmarkt negativ. Davon betroffen sind vor allem der geographische Markt Schweiz und Deutschland, mit einem Umsatzrückgang von 1,4 Prozent. Studien zeigen auf, dass in diesem Marktsegment auch künftig von einem jährlichen Rückgang von durchschnittlich 3,9 Prozent für die nächsten Jahre auszugehen ist. Das angestrebte Joint Venture im Zeitschriftenbereich zwischen Ringier und Axel Springer Schweiz ist die logische Konsequenz dieser Entwicklung und wird den Zeitschriftenmarkt Schweiz nachhaltig positiv beeinflussen. Im Druckereimarkt Schweiz steigt der Preisdruck erneut durch die Wettbewerber aus dem Ausland.

Ausserst erfreulich ist die kontinuierliche Entwicklung des digitalen Umsatzanteils auf neu 32,1 Prozent. Dazu tragen insbesondere das starke Wachstum im eCommerce- und Classified-Geschäft, aber auch die konsequente Digitalisierung unserer bekannten Printmarken bei. Mit der Übernahme der Mehrheit an Scout24 Schweiz und der Erhöhung der Beteiligung bei JobCloud sind weitere strategisch wichtige Investitionen erfolgt. Erfreulich ist auch das organische Wachstum von JobCloud, DeinDeal und Geschenkidee von bis zu 20 Prozent.

In Osteuropa stand mit dem Ausstieg in Tschechien per Ende April und der Einbringung von Ungarn im November eine Straffung des Länder-Portfolios der Ringier Axel Springer Media AG im Mittelpunkt des Geschäftsjahres. Der Umsatzrückgang von 16,7 Pro-

zent gründet zu einem grossen Teil im Verkauf Tschechiens. Trotz angespannter Marktsituation konnte in den verbleibenden Ländern eine Umsatzsteigerung von 1,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr erwirtschaftet werden. Dank der in den letzten Jahren erfolgten Zukäufe von Onet in Polen, Azet in der Slowakei und eJobs in Rumänien konnte der Digitalanteil am Umsatz aller osteuropäischen Aktivitäten auf 23,4 Prozent gesteigert werden.

Der Umsatz in Afrika wuchs gegenüber 2013 um das Sechsfache. Das starke Wachstum resultiert aus einer erfolgreichen Skalierung existierender Produkte und dem Gewinn namhafter Weltkonzerne als Medien- und Werbepartner. Zudem wurde das Portfolio um weitere Beteiligungen in Senegal und Tansania erweitert. Der leichte Umsatzrückgang in Asien von 1,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr ist durch den anhaltend rückläufigen Werbemarkt begründet. Aber auch im asiatischen Classified Markt spielt Ringier eine tragende Rolle, wie beispielsweise mit der grössten vietnamesischen Immobilien-Plattform muabannhadat.com.vn.

Das stringente Kostenmanagement wurde auch 2014 konsequent fortgeführt. Neben den konsolidierungsbedingten Veränderungen und der Kosteneffizienz in allen Bereichen werden bestehende Strukturen stets kritisch hinterfragt und optimiert. **Als Folge der ergriffenen Massnahmen ging der Betriebsaufwand um 3,3 Prozent zurück. Dies führt zu einem Jahresergebnis von 21.4 Millionen Franken.**

Für das Geschäftsjahr 2015 steht die weitere Digitalisierung der Ringier Gruppe im Fokus der Aktivitäten. Themen sind unter anderem verbesserter Zugriff auf mobile Plattformen, wirksamere Social Media-Vernetzung, stärkere Einbindung von Videoformaten, kreativere Werbeformen und weitere Investitionen in Technologien. Dank solcher Massnahmen und der in den letzten Jahren erfolgten Portfolio-Diversifikation ist die Ringier Gruppe in der Lage, den einschneidenden Veränderungen im Markt entgegenzuwirken.

	2012 Mio. CHF	2013 Mio. CHF	2014 Mio. CHF
Umsatz nach Regionen Total	1 087.6	1 026.3	988.5
Schweiz und Deutschland	618.2	595.5	611.1
Print Schweiz	153.2	115.2	110.1
Osteuropa ¹	286.7	289.5	241.1
Asien und Afrika	29.5	26.1	26.2
EBITDA	99.5	123.1	82.3
EBITDA-Marge	9.1%	12.0%	8.3%
Jahresgewinn nach Steuern	32.2	26.5	21.4
Gewinnmarge	3.0%	2.6%	2.2%
Investitionen	397.0	70.0	359.8

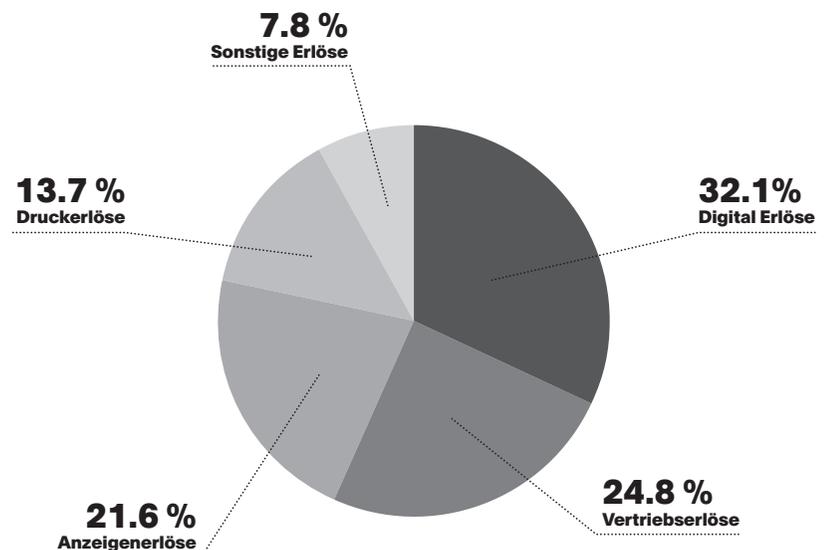
¹ Umsatz Ringier Axel Springer Media AG quotenkonsolidiert (50 %)

Umsatzanteile nach Erlösart

Digital Erlöse
 Vertriebs Erlöse
 Anzeigenerlöse
 Druckerlöse
 Sonstige Erlöse

32.1%
 24.8%
 21.6%
 13.7%
 7.8%

 100%



	2012 Mio. CHF	2013 Mio. CHF	2014 Mio. CHF
Umsatz Total	1 087.6	1 026.3	988.5
Digital Erlöse *	198.7	263.9	316.9
Vertriebserlöse	296.1	279.2	245.5
Anzeigenerlöse	263.5	234.0	213.9
Druckerlöse	181.6	145.4	135.2
Sonstige Erlöse	147.7	103.8	77.0
Aufwendungen Total	1 055.4	999.8	967.1
Personal	378.7	346.7	334.7
Löhne und Gehälter	304.7	276.3	268.5
Sozialleistungen	53.6	52.0	54.2
Personalnebenkosten	20.4	18.4	12.0
Material, Fremdleistungen und Handelswaren	279.2	258.1	238.8
Papier und Farbe	114.9	97.5	90.1
Fremdleistungen	105.1	103.2	80.0
Handelswaren und übriges Material	54.7	56.1	65.5
Sonstiger Marktaufwand	4.5	1.3	3.2
Werbung, Transport, Redaktion und Verlag	248.7	221.4	232.4
Werbung	100.2	93.2	107.3
Transporte	89.2	75.1	71.5
Redaktion und Verlag	59.3	53.1	53.6
Allgemeiner Aufwand	49.7	93.0	49.4
Abschreibungen	99.1	80.6	111.8
Gewinn nach Steuern	32.2	26.5	21.4
EBITDA	99.5	123.1	82.3

* Digital Erlöse umfassen Digital Business, Digital Media, Radio und TV.

	2012 Mio. CHF	2013 Mio. CHF	2014 Mio. CHF
Schweiz und Deutschland			
Digital Erlöse	171.7	205.0	256.4
Vertriebserlöse	170.9	158.8	156.1
Anzeigenerlöse	169.0	155.1	153.4
Diverses	106.6	76.6	45.2
Total	618.2	595.5	611.1
Print Schweiz			
Swissprinters Gruppe	165.1	114.0	102.5
Ringier Print Adligenswil AG	68.5	63.9	65.7
Total	233.6	177.9	168.2
inklusive interner Umsatz			
Osteuropa *			
Digital Erlöse	23.5	56.0	56.5
Vertriebserlöse	123.3	118.5	88.3
Anzeigenerlöse	70.5	58.2	41.3
Druckerlöse	30.7	31.6	25.9
Diverses	38.7	25.2	29.1
Total	286.7	289.5	241.1
Asien und Afrika			
Digital Erlöse / Diverse	5.6	4.9	6.4
Vertriebserlöse	0.8	0.8	0.7
Anzeigenerlöse	23.1	20.4	19.1
Total	29.5	26.1	26.2

Schweiz	Print Medien	Verbreitete Auflage 2014	Mobile Apps	Publishing Services
Blick	Boulevardzeitung	163 627	L'illustré	go4media
Blick am Abend	Gratis-Abendzeitung	284 771	Ringier Corporate	JRPIRingier
SonntagsBlick	Sonntagszeitung	188 302	Blick am Abend	Ringier RS
il caffè	Gratis-Sonntagszeitung	1 722	Blick Eishockey NLA	Ringier Print
Le Temps	Tageszeitung	37 021	Blick Fussball	Adligenswil AG
Schweizer Illustrierte	Illustrierte	186 197	Blick HD	Swissprinters AG
al dente deutsch	«al dente» – das SI-Magazin für Geniesser	186 197	Blick News	SMD
SI Auto	Automobiles Lifestyle-Magazin	186 197	Blick Ski alpin	
SI Grün	Magazin für grünen Lifestyle	186 197	Blick Tennis	Websites
SI Sport	Das Magazin zum Sport	186 197	BlickTV	blick.ch
SI Golf	Lifestyle- und People-Magazin zum Golfsport	186 197	Edelweiss	blickamabend.ch
SI Travel	Das Lifestyle-Magazin rund ums Reisen	186 197	Energy Radio	boleromagazin.ch
Schweizer LandLiebe	Landmagazin	178 398	Gault Millau	glueckspost.ch
GlücksPost	Frauenmagazin	156 098	il caffè	hebdo.ch
SI Style	Frauenmagazin	153 922	L'Hebdo	illustre.ch
L'illustré	Illustrierte	80 344	L'Hebdo HD	letemps.ch
TV8	TV-Programmzeitschrift	65 350		montrespasion.ch
L'Hebdo	Nachrichtenmagazin	38 325	ePapers und eMagazines	schweizer-illustrierte.ch
Bolero	Magazin für Mode, Beauty und Lifestyle	33 111	Blick am Abend	schweizer-landliebe.ch
BoleroMen	Der Guide für den Mann mit Stil	60 000	Blick HD App	sistyle.ch
L'HebdoMen	Der Guide für den Mann mit Stil	65 000	SonntagsBlick	tv8.ch
Edelweiss	Frauenmagazin	19 154	Schweizer Illustrierte	tvtaeglich.ch
MontresPassion	Uhrenmagazin	60 000	Schweizer LandLiebe	ringier.com
	Exemplare (frz.)	60 000	GlücksPost	caffe.ch
	Exemplare (dt.)	50 000	SI Style	edelweissmag.ch
SonntagsBlick Magazin	Das Magazin im SonntagsBlick	188 302	Bolero	
TVtäglich	TV-Programmbeilage	650 000	Domo	
Domo	Unternehmensmagazin	12 400		
Deutschland	Print Medien	Verbreitete Auflage 2014	Mobile Apps	Websites
Cicero	Magazin für politische Kultur	88 936	Cicero	cicero.de
Monopol	Magazin für Kunst und Leben	* 40 000	Monopol International Edition	monopol-magazin.de
Literaturen	Zeitschrift für Leser	70 000		ringier.de

Der Konzernbereich Ringier Publishing ist nicht nur wichtige strategische Säule innerhalb der Ringier Gruppe, er ist auch ein zusätzlicher Wachstumsmotor für viele digitale Geschäftsmodelle. Ringier agiert mit seinen Publikationen aus einer Position der publizistischen Stärke mit hoher Akzeptanz bei Lesern, Nutzern und Werbekunden.

Trotz anspruchsvollen Marktumfeldern im Kernbereich von Ringier ist es gelungen, die führenden Marktpositionen zu behaupten und innovative Angebote im Markt zu etablieren. Der digitale Auftritt von Blick am Abend etwa konnte bereits im ersten Jahr des Bestehens mit über einer Million Unique Clients pro Monat einen Achtungserfolg erzielen.

Blick-Gruppe

Stabile Leserzahlen in einem schwierigen Marktumfeld beweisen, dass der Blick als Kern der Markengruppe nichts an Stärke eingebüsst hat. Der neuen Chefredaktion des Blick ist es vielmehr gelungen, die publizistische Relevanz des Blick deutlich zu erhöhen. Mit 667 000 Lesern ist der Blick weiterhin die meistgelesene Bezahlzeitung der Schweiz (Quelle: MACH Basic 2014-2). Auch der Sonntags-Blick konnte seine führende Marktposition als meistgelesene Sonntags-Publikation behaupten. 760 000 Leser konsumieren Sonntag für Sonntag den SonntagsBlick, der seit Mai 2014 mit einem neu konzipierten Magazin für den Sonntag erscheint. Mit über vier Millionen Unique Clients ist blick.ch weiterhin eines der beliebtesten Medienportale der Schweiz. Auch hier sorgt seit April 2014 eine neue Führungscrew für neue Impulse in der Blick-Gruppe. Für 2015 lautet das Ziel, täglich mindestens 35 neue Videos den

Nutzern auf blick.ch zur Verfügung zu stellen. Die Blick-Gruppe behauptete sich 2014 im Werbemarkt gegenüber dem Vorjahr gut und legte beim Umsatz in fast allen Produkten zu.

Zeitschriften

Die Zeitschriften von Ringier konnten durch einen guten Jahresendspurt das hervorragende Ergebnis aus dem Vorjahr fast behaupten und tragen weiterhin wesentlich zum Ergebnis von Ringier Publishing bei. Die GlücksPost, die Schweizer LandLiebe sowie SI Style inklusive aller Sonderhefte konnten ihre Ergebnisse zum Vorjahr sogar verbessern. Durch den Verlust einzelner wesentlicher Werbebudgets von Grosskunden ist es der Schweizer Illustrierten nicht gelungen, das Ergebnis auf dem Niveau des Vorjahres zu halten. Die Schweizer Illustrierte bleibt mit 712 000 Lesern aber weiterhin die grösste Familien- und People-Zeitschrift des Landes. Herausragend war wiederum 2014 die Entwicklung der Leserzahlen der Schweizer LandLiebe. Mehr als eine halbe Million Leser erfreuen sich mittlerweile an jeder Ausgabe dieser Publikation.

Im Dezember konnten Ringier und Axel Springer Schweiz verkünden, ein Joint Venture im Bereich ihrer publizistischen Titel einzugehen. Alle Schweizer Zeitschriften und Zeitungen von Ringier mit Ausnahme der Blick-Gruppe sowie alle Produkte von Axel Springer in der Schweiz wären unter dem Dach eines Gemeinschaftsunternehmens gebündelt. Der Zusammenschluss der Aktivitäten steht unter dem Vorbehalt der Zustimmung der Eidgenössischen Wettbewerbskommission. **Dieses geplante Joint Venture wäre ideale Voraussetzung, die Weiterentwicklung der starken Marken – vor allem auch**

im digitalen Umfeld – gegen wachsende internationale Konkurrenz voranzutreiben.

Ringier Romandie

Die Titel von Ringier Romandie konnten die wirtschaftlichen Ziele des Jahres 2014 nicht erreichen. Lediglich die Programmzeitschrift TV8 konnte sich gegen den Trend der anderen Publikationen gut behaupten. Um dieser negativen Entwicklung entgegenzuwirken, hat Ringier seine Marktposition in der Romandie weiter ausgebaut und die Tamedia-Aktienanteile an der Gesellschaft von Le Temps übernommen. Für das Frühjahr 2015 ist die Einrichtung eines gemeinsamen Newsrooms von L'Hebdo, Le Temps und Edelweiss am Standort Lausanne geplant. Durch die Umsetzung des Newsrooms und die Integration des Verlages von Le Temps in die Struktur von Ringier Romandie wird sich die Wirtschaftlichkeit in 2015 deutlich verbessern.

Ringier Print

Die Zeitungsdruckerei in Adligenswil arbeitete auch 2014 sehr erfreulich. Die hohe Qualität und der gute Service für Kunden waren wiederum Basis für diesen seit Jahren bestehenden Erfolg. Mehrere wichtige Druckaufträge von Kunden konnten langfristig gesichert werden, sodass auch die mittelfristigen Zukunftsaussichten erfreulich sind. Das stete Verbessern der Qualität führte auch 2014 dazu, dass die Zeitungsdrucker von Ringier Print die internationale Auszeichnung des International Newspaper Color Quality Club (INCQC) bereits zum achten Mal holten.

Swissprinters

Den Wettbewerbsdruck durch eine sich stetig verschärfende Preissituationen vor allem aus dem Ausland spürte auch Swissprinters. Die Aufwertung des Schweizer Frankens seit Beginn des Jahres 2015 wird die Wettbewerbsfähigkeit der angebotenen Dienstleistungen von Swissprinters nochmals verschärfen. Die Geschäftsleitung von Swissprinters wird sich 2015 zum wiederholten Male der Herausforderungen stellen, Konzepte für die zukünftige Ausrichtung des Unternehmens zu erarbeiten.

Deutschland

Ringier Deutschland konnte sich gegenüber Vorjahr steigern, aber die geplanten Ziele – vor allem beim Anzeigenerlös des Magazins Cicero – wurden noch nicht erreicht. Entgegen den Markttrends ist es Cicero dagegen gelungen, die hart verkaufte Auflage aus Abonnements und Einzelverkauf um 3,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr zu steigern (Quelle: IVW Q4/2014). Basis dieses Erfolges ist neben der publi-

zistischen Qualität auch die erfolgreiche Umsetzung verschiedener Kooperationen mit Regionalzeitungen in Deutschland. Nach dem Umbau der Verkaufsorganisation ist es vorrangiges Ziel, 2015 eine deutliche Verbesserung am Werbemarkt zu erreichen. In diesem Zusammenhang werden in enger Kooperation mit den Zeitschriften von Ringier in der Schweiz (Bolero und Montres Passion) vier neue Supplements von Cicero im Bereich Fashion, Lifestyle und Uhren herausgegeben.

Monopol hat die geplanten wirtschaftlichen Ziele des Jahres 2014 nur knapp verfehlt. Wie im Vorjahr zählte Monopol zu den Gewinnern der Lead Awards 2014. Diese Auszeichnung bestätigt in eindrucksvoller Form die journalistische Ausnahmestellung von Monopol im Segment der Kunstmagazine.

Ringier Publishing steht in den nächsten Jahren vor grossen Herausforderungen, hat aber andererseits hervorragende Chancen, aus den führenden Positi-

onen neue digitale Geschäftsmodelle rund um die bestehenden Marken zu entwickeln. Um den Konzernbereich Ringier Publishing in eine neue digitale Ära zu führen, wurden im Herbst 2014 fünf Initiativen als wesentliche strategische Stossrichtungen definiert: **Mobile, Creative Advertising, Technology, Social Media und Video sollen mittels einer international besetzten Digital Task Force 2015 vorangetrieben und in den Produkten des Publishing umgesetzt werden.**

Steve Jobs sagte: «Und noch mal, ihr könnt die Punkte nicht beim Blick nach vorne verbinden, sondern erst, wenn ihr zurückschaut.» Ringier Publishing wird auch in der Zukunft klar und konsequent daran arbeiten, innovativ zu sein, ohne zu vergessen, woher unsere Marken und Erfolge kommen.

Michael Voss, CEO Ringier
Publishing und Entertainment



Blick in die Ausstellung «Blick» im Aargauer Kunsthaus in Aarau. Das Medienunternehmen Ringier hat 2009 dem Kanton Aargau sein rund sieben Millionen Bilder umfassendes Archiv überlassen. Für die Ausstellung «Blick» haben Kunstschaffende aus dem Material eigenständige Werke entwickelt.



Frischer Wind: Mit Energy Air lancierte die Energy-Gruppe erfolgreich einen ersten Open-Air-Anlass. 40 000 Musikbegeisterte rockten fünfeinhalb Stunden lang das Stade de Suisse in Bern.

Fernsehen

Energy TV
Sat.1 (Schweiz)
LandLiebe TV

Radio

Energy Zürich
Energy Bern
Energy Basel
LandLiebe Radio

Websites

classicalcompany.ch
energy.ch
infrontringier.ch
landlieberadio.ch
sat1.ch
moonandstars.ch
ticketcorner.ch

Mobile Apps

Energy Radio
Energy Stars For Free
Energy Air
Energy Fashion Night
Ticketcorner
LandLiebe Radio

Events

The Classical Company
Energy Stars For Free
Energy Live Session
Energy Fashion Night
Energy Air
Moon & Stars Festival

Services

InfrontRingier
Ticketcorner

«Wer Visionen hat, braucht eine Spur Pathos.» Das sagte der kürzlich verstorbene Entertainer Udo Jürgens. Ringier Entertainment zeigt 2014 in allen einzelnen Unternehmen beides: Visionen, und dies immer mit einer Prise Pathos. Oder anders gesagt: «Liebe Schweizerinnen und Schweizer, Sie waren ein wunderbares Publikum!»

Ringier will ein diversifiziertes Unternehmen sein, und der Bereich Entertainment spielt hierfür eine wichtige Rolle. **Dabei zeichneten sich die einzelnen Gesellschaften nicht nur allein durch hohe Profitabilität aus, sondern waren auch im Zusammenspiel mit anderen Unternehmen der Ringier Gruppe verlässliche Partner für unsere Kunden.**

Dank Konsequenz ist es etwa Energy im Jahr 2014 gelungen, die Stärke seiner Marke weiter auszubauen. Energy ist heute weit mehr als nur ein Radio. Energy ist eine der stärksten Medienmarken der Schweiz.

Zunächst ein Blick auf den Kern der Marke, das Radio: Energy Zürich ist unangefochten und so deutlich wie noch nie das stärkste Schweizer Privatrado bei der werberelevanten Zielgruppe der 15- bis 49-Jährigen. Dies zeigen die Hörerzahlen des zweiten Halbjahres 2014, die von Mediapulse veröffentlicht wurden. Die Erfolgsgeschichte geht nicht nur in Zürich, sondern auch in Basel und Bern eindrücklich weiter: Energy Zürich, Bern und Basel erreichen in der Deutschschweiz täglich 480 000 Hörer (Bruttowerte).

Auch online ist Energy erfolgreich: Kein Schweizer Privatrado erreicht gemäss NET-Matrix online mehr User. 323 000 Unique Clients sorgen monatlich für rund 1,9 Millionen Visits auf energy.ch. Mit der neuen Radio App ist Energy auch unterwegs mit Smartphone oder Tablet zu geniessen. Zusammen mit dem Partner Swisscom hat Energy seine Events im Jahr 2014 weiter ausgebaut: Vor 40 000 Zuschauern wurde erstmals die fünfeinhalbstündige Open-Air-Show «Energy Air» im Stade de Suisse veranstaltet. Neben dem fulminanten Erfolg auf Seite der Zuschauer wird das Ziel für 2015 sein, weitere kom-

merzielle Partner für diese Veranstaltung zu gewinnen. Neben Energy Air konnten in gewohnter Form unter anderem die Events Energy Fashion Night, die Energy Live Sessions sowie das Energy Stars For Free überzeugen.

Ticketcorner hat seine starke Position im Markt weiter ausgebaut. Wichtige Veranstalter wie Carré Events und Good News Productions haben langfristige Verträge abgeschlossen. Neue Kunden wie das Stade de Suisse konnten gewonnen werden. Die bewährte gute Zusammenarbeit im Joint Venture zwischen Ringier und der CTS Eventim AG, dem führenden europäischen Ticketanbieter, setzt weiterhin starke Signale gegenüber dem Wettbewerb. Besonders die enge Zusammenarbeit zwischen dem Konzernbereich Publishing und Ticketcorner trägt hier Früchte. **Medienpartnerschaften mit Publikationen von Ringier sind wichtige Erfolgsfaktoren für die Veranstalter und somit Garanten für Wachstum bei Ticketcorner.**

Der viel zitierte Satz von Wayne Gretzky, «I skate to where the puck is going to be, not where it has been», trifft im wörtlichen und übertragenen Sinne auf InfrontRingier zu. Am 1. Oktober 2014 wurde der Swiss Ice Hockey Cup nach 42 Jahren durch InfrontRingier Sports & Entertainment Switzerland AG, ein Joint Venture von Ringier mit Infront Sports & Media AG, erfolgreich neu lanciert. InfrontRingier zeichnete hierbei für die Umsetzung sowie den Vertrieb der Medien-, Marketing- und Merchandising-Rechte verantwortlich. Ein sehr innovatives, digitales TV-Konzept konnte hierbei zusammen mit blick.ch umgesetzt werden. InfrontRingier ist es über die letzten Jahre gelungen, strategisch und konsequent das Wachstum zu forcieren und im Sinne von Gretzky vorausschauend zu agieren. 2015 wird InfrontRingier erstmalig als Veranstalter und exklusiver Vermarkter der Tour de Suisse in Erscheinung treten. Beim grössten und populärsten Sportanlass der Schweiz werden eine Million Zuschauer am Strassenrand erwartet. Seit 2014 ist InfrontRingier auch neuer strategischer Partner der Swiss Indoors Basel für die Vermarktung der Mainsponsorships. Die Swiss Indoors gehören

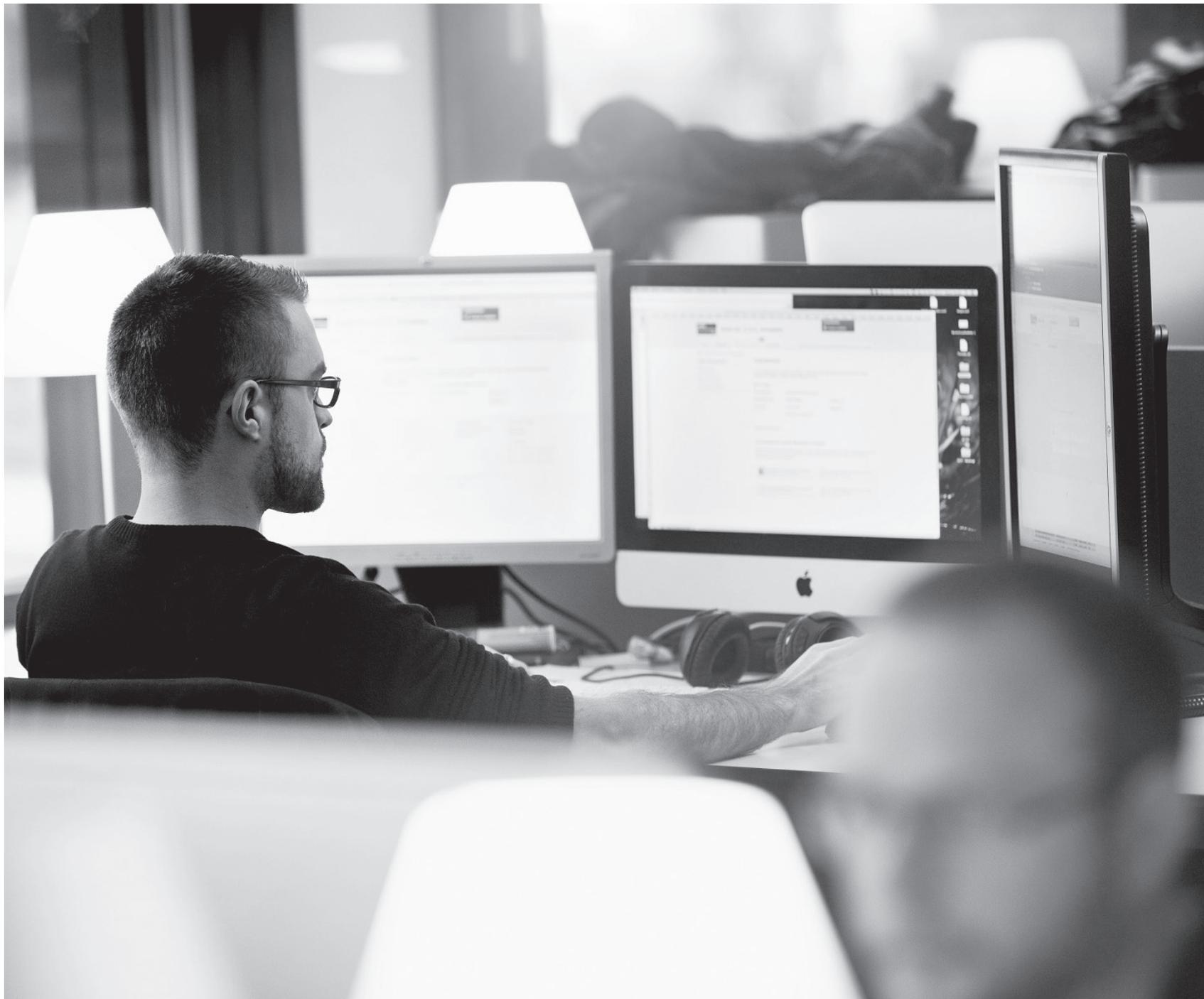
zum exklusiven Kreis der ATP 500 Turniere. Darüber hinaus wird 2015 der B2RUN Schweizer Firmenlauf mit sechs eigenen Sportveranstaltungen auf- und ausgebaut.

Die Beteiligung an Sat.1 (Schweiz) führte zu erfreulichen Ergebnissen im Jahr 2014. **LandLiebe TV, eine Produktion von Ringier Entertainment, erreichte im Schweizer Fenster von Sat.1 die höchsten durchschnittlichen Einschaltquoten des gesamten Jahres 2014 für den Sender.** Ein weiteres TV-Format, «Energy now», konnte sich auf dem anspruchsvollen Schweizer TV-Markt gut behaupten. Einen Glanzpunkt im Bereich TV setzte Ringier in der Vermarktung von TF1. 2014 wurde für den Sender das beste Ergebnis seit Übernahme durch Ringier erwirtschaftet. TF1 ist der reichweitenstärkste private Fernsehsender in der Westschweiz und erreicht einen Marktanteil von bis zu 12,7 Prozent (Quelle: TV Panel Mediapulse). 2014 ist es Ringier gelungen, den Vermarktungsvertrag von TF1 für das Schweizer Fenster langfristig zu verlängern.

Das Festival Moon & Stars in Locarno hat 2014 die Erwartungen nicht erfüllt. Die Zuschauerzahlen enttäuschten. Verschiedene Gründe waren Ursache für dieses Ergebnis. Das Programm, aber auch das schlechte Wetter, die parallel dazu verlaufende Fussball-Weltmeisterschaft sowie die Ferienzeiten haben sich negativ auf den Verkauf der Tickets ausgewirkt. Für 2015 wird – neben den nicht beeinflussbaren exogenen Faktoren – die Qualität des Programms gesteigert werden.

Pathos trifft nicht zuletzt auch auf die klassische Musik bei Ringier Entertainment zu. Die Classical Company, ein Joint Venture mit der deutschen DEAG, konnte mit kleinen, aber feinen Konzerten von David Garrett sowie den Piano Guys ein erfreuliches Ergebnis im Jahr 2014 erzielen und rundet das Portfolio von Ringier Entertainment im Bereich der Events wunderbar ab.

Michael Voss, CEO Ringier Publishing und Entertainment



Wer kauft, kauft nicht mehr im Warenhaus, sondern online. Und der Verkäufer trägt nicht mehr Anzug und Kravatte, sondern Pulli und Brille: Blick auf die digitalen Marktplätze in Flamatt, Schweiz.

Marketplaces

alpha.ch
anibis.ch
autoscout24.ch
immoscout24.ch
jobscout24.ch
jobup.ch
jobs.ch
topjobs.ch

eCommerce

cash.ch
deideal.ch
geschenkidee.ch
geschenkidee.de
geschenkidee.at
idecadeau.ch
idecadeau.fr
parfumidee.ch
qualipet.ch

Digital Marketing

omnimedia.ch

Mobile Apps

MotoScout24
ALPHA
Anibis
AutoScout24
cash
DeinDeal
Geschenkidee
ImmoScout24
jobs.ch
JobScout24
jobup.ch

2014 war in allen Belangen ein Rekordjahr für Ringier Digital. **Das Umsatzwachstum des Geschäftsbereichs im Vergleich zum Vorjahr betrug 30 Prozent. Der Ergebnisbeitrag für das Gesamtunternehmen ist inzwischen substanziell.** Das Digitalportfolio zeichnet sich durch einen Mix aus etablierten Online-Marktplatz- und aufstrebenden Online-Handelsgeschäften aus. Mit der Ringier Digital Ventures AG wurde zudem ein Gefäss geschaffen, das Investitionen in Start-up-Unternehmen ermöglicht. Somit deckt das Digitalportfolio sämtliche Entwicklungsphasen im sich rasch wandelnden Digitalmarkt ab.

Im Bereich der Online-Marktplätze baute Ringier Digital seine Marktstellung durch die Übernahme der Mehrheit an der Scout24 Schweiz Gruppe erheblich aus. Die Scout24 Schweiz Gruppe wird seit Mitte 2014 zusammen mit KKR, einem der bedeutendsten globalen Finanzinvestoren, weiterentwickelt. Schwerpunkte bilden dabei der Ausbau der Leistungen für den Automobil- und Immobiliensektor sowie die Professionalisierung im Bereich der Online-Werbung. AutoScout24, ImmoScout24 und Anibis gehören heute zu den in ihren Marktsegmenten führenden Online-Marktplätzen der Schweiz. Zusammen mit der JobCloud AG, die eine Vielzahl von Online-Stellenportalen unter ihrem Dach vereint, verfügt Ringier Digital nun in allen Classifieds-Bereichen über eine führende Stellung.

Alle Online-Classifieds-Marktplätze sind auch aufgrund zahlreicher Innovationen organisch stark gewachsen. AutoScout24 positionierte sich stark als Drehscheibe für die Vermarktung von Neuwagen, nachdem heute bereits ein Grossteil der Gebrauchtwagen in der Schweiz über die Plattform vermittelt

wird. ImmoScout24 konnte weitere Partner gewinnen, die Dienstleistungen rund um den Kauf oder die Miete einer Immobilie anbieten. JobCloud unterstützt Stellensuchende und -anbieter mit dem Ausbau der CV-Cloud-Angebote. Diese Angebote stehen stellvertretend für einen Paradigmenwechsel im Online-Jobmarkt: Qualifizierte Bewerberprofile werden vermehrt auch aktiv über Online-Netzwerke angesprochen. **Sowohl Scout24 als auch JobCloud konnten im Jahr 2014 die besten Ergebnisse in ihrer Firmengeschichte erzielen!**

Einen weiteren Schwerpunkt bilden die eCommerce-Angebote von DeinDeal, Geschenkidee, Qualipet Digital, cash zweiplus und Recommerce (verkaufen.ch). Das im Bereich von lokalen Gutscheineangeboten vor fünf Jahren gestartete Unternehmen DeinDeal gehört heute zu den zehn grössten Onlineshops der Schweiz. Durch die systematische Ausweitung des Produkteangebots in den Kategorien Travel, Brands & Products, Home & Living, Fashion & Design, Sport, Wine & Gourmet konnte das Unternehmen 2014 mehr als 560 000 Bestellungen abwickeln.

Mehr als 34 Prozent der Kunden nutzen inzwischen die Such- und Bestellmöglichkeiten über Smartphones und Tablet-Computer. Eine ähnlich rasante Entwicklung verzeichneten die Plattformen von Geschenkidee in der Schweiz sowie im angrenzenden europäischen Ausland. Geschenkidee etablierte eine Plattform-Strategie, die es ermöglicht, mit minimalem Aufwand und Risiko neue Zielgruppen- oder themenspezifische Onlineshops zu lancieren. So wurden parfumidee.ch und blickshop.ch erfolgreich weiter ausgebaut. Es konnten dabei auch wertvolle Erfahrungen gesammelt werden,

wie die Reichweite der Ringier Medien für die Vermarktung von eCommerce-Angeboten eingesetzt werden kann. Dies jedoch stets klar abgegrenzt von den redaktionellen Inhalten. Der Anteil der mobilen Nutzung ist bei allen Onlineangeboten 2014 sprunghaft angestiegen. Entsprechend herausfordernd sind Aufgaben zur Darstellung der Angebote auf den verschiedenen Ausgabegeräten. Die Crosschannel-User Experience und die Personalisierung der Angebote rücken in den Vordergrund der Produktentwicklung. Die technische Raffinesse der Angebote und deren Vermarktung werden zusehends anspruchsvoller.

Der sorgfältige und zielgerichtete Umgang mit der Vielzahl an verfügbaren Daten ist für das weitere Wachstum aller Onlineangebote zu einer zentralen Herausforderung geworden. Entsprechend viel Augenmerk wird auf die Entwicklung von Fachkräften und Talenten in diesem Bereich gelegt werden. **In diesem Kontext ist auch die Initiative zu sehen, über die Ringier Digital Ventures AG in einer frühen Phase der Unternehmensentwicklung in Start-up Unternehmen zu investieren.** Dies ermöglicht Ringier nicht nur frühzeitig Chancen im schnelllebigen Digitalmarkt zu erkennen, sondern sich auch als attraktives «House of Entrepreneurs and Talents» zu präsentieren.



Eine Fussballlegende zum Anfassen: Ottmar Hitzfeld besucht Books and Boots, ein Wohltätigkeitsprogramm, das von Ringier Ghana unterstützt wird.





Ein Chef zum Anfassen: Marc Walder zu Besuch beim Team von Tisu.com.gh im Ringier Office in Accra, Ghana.

Afrika

Websites

Ghana

allsports.com.gh
tisu.com.gh
pulse.com.gh

Kenia

pigiame.co.ke
rupu.co.ke

Nigeria

pulse.ng
ady.ng

Senegal

expat-dakar.com
zoomtanzania.com

Tansania

Ringier Africa will eines der führenden digitalen Medien-Unternehmen in ganz Afrika werden. Das ist unsere Vision. **Wir erlebten bei der Verfolgung dieses Ziels ein aufregendes, herausforderndes, aber auch erfolgreiches Jahr 2014, in dem wir zum Beispiel die Einnahmen zum Vorjahr um den Faktor sechs steigern konnten.** Sechs Plattformen sind in ihrem Land bereits Marktführer.

Digitale Inhalte

Die traditionelle Zeitung war in Afrika über Jahrzehnte ein Medium für die Eliten und verfügte wegen der schwierigen Distributionswege nur über eine beschränkte Verbreitung über diese Schichten hinaus. Der afrikanische Markt aber hat ein riesiges Potenzial, das Ringier mit dem Bau von Content-Plattformen anzapft. Diese Plattformen bieten dem Publikum relevanten Inhalt auf den passenden digitalen Kanälen. Zum Beispiel pulse.ng in Nigeria, das als Marktführer mittlerweile zwei Millionen Unique Visits pro Monat erreicht. Und auch

die kürzlich lancierte Schwester-Plattform pulse.com.gh in Ghana verzeichnet stetiges Wachstum. Dieses grosse Publikum ist mittlerweile so attraktiv für Werbetreibende, dass nicht alleine Standard-Anzeigen online geschaltet werden, sondern auch Native Advertisement. Die Kunden wünschen aber auch Video-Produktionen oder digitale Marketing-Services. **Oft spielt Ringier eine Pionierrolle. So zum Beispiel als wir auf allsports.com.gh die allerersten Werbespots vor den Online-Videos schalteten.**

Classifieds

Ringier Afrika verbindet Verkäufer und Käufer in vier Ländern. Wir konzentrieren uns auf Qualität und Conversion. Wir kontrollieren deshalb, dass nur relevante Produkte und Dienstleistungen angeboten und gefunden werden. Diese Politik hilft uns sehr, Vertrauen und Akzeptanz in diesen Märkten zu schaffen und zu erhalten. Im letzten Jahr expandierten wir in zwei Länder, Senegal und Tansania,

wo wir die Mehrheiten an den grössten Marktplätzen – expat-dakar.com und zoomtanzania.com – erwarben.

eCommerce

Unser Einnahmen-Wachstum kommt insbesondere vom Markterfolg der eCommerce-Plattformen rupe.co.ke und tisu.com.gh. Beide Plattformen werden bei den lokalen Klein-Unternehmen immer bekannter und schaffen so interessante und attraktive Angebote und Dienstleistungen für das Publikum. Afrikanische Kunden sind zwar vorsichtig und müssen zuerst Vertrauen in neue Angebote haben, was den ersten Schritt nie einfach macht. Wenn sie aber das Vertrauen gewonnen haben, sind sie extrem loyal. **Auf diesem Schritt-um-Schritt-Konzept baut Ringier Afrika seit mittlerweile vier Jahren erfolgreich auf und kann nun die ersten Früchte ernten.**

Robin Lingg, CEO Ringier Africa & Asia

China	Print Medien	Verbreitete Auflage 2014	Mobile Apps	Events
Betty's Kitchen	Kochzeitschrift	719 200	Betty's Kitchen	Shanghai Family
Caac	Bordmagazin	350 000	City Weekend	School Expo
Shanghai Family	Magazin für Ausländer in Shanghai	45 000		City Weekend
City Weekend	Ausgehmagazin	120 000		Readers' Choice Awards
				Shanghai Expat Job Fair
Vietnam	Print Medien	Verbreitete Auflage 2014	Mobile Apps	Events
Elle	Fashion and Beauty Magazine	20 000	Elle Weekly Edition	Marry.vn
Elle Man	Fashion and Grooming Magazine	20 000	Women's Health	Wedding Day
Elle Decoration	Home Decoration Magazine	20 000		MarryBaby.vn Day
Women's Health	Women's Magazine	20 000	Websites	Elle Women in Music Concert
			marry.vn	Elle Fashion Show
			marrybaby.vn	Women's Health Day
			bepgiadinh.com	
			muabannhadat.com.vn	
			elle.vn	
			womenshealthvn.com	
			tapchithoitrangtre.com.vn	



Eine Braut kommt selten allein – zumindest an der Hochzeitsmesse von Ringier Vietnam. Heiraten und Familie gründen sind hier und auf dem Web das grosse Thema.

Das Jahr 2014 wird Ringier Asia Pacific als Meilenstein in Erinnerung bleiben. **Wir verstärkten die internationale Unterstützung für unsere Geschäfte und legten einen klaren Fokus auf die Modernisierung und Weiterentwicklung der lokalen Einheiten.**

Vietnam

Ringier Vietnam ordnete seine Aktivitäten in drei klar abgegrenzte Säulen, um das Wachstum unter einem engagierten Management zu beschleunigen. Der Bereich Publishing erzielte eine Umsatzsteigerung für seine beiden Titel Elle und Women's Health. Beide Marken gingen inzwischen vollständig zu einer 360-Grad-Publishing-Strategie über. Dabei verlagern sie das Schwergewicht ihrer Tätigkeit zunehmend auf das Internet, die Social-Media-Kanäle sowie hochstehende Events, um ihre Hochglanz-Druckausgaben zu ergänzen.

Das Digital-Geschäft verzeichnete einen markanten Anstieg: Die im Januar 2014 lancierte Website marrybaby.vn übertraf sämtliche Erwartungen und wurde innerhalb von lediglich einem Jahr zum meistbesuchten Webportal des Unternehmens. Mehr als 160 000 Mütter und Bräute wurden als aktive Mitglieder dieses Netzwerks gewonnen. Damit wurde der

Grundstein zu einem robusten Below-the-Line-Promotion-Business in den Sektoren Kindererziehung und Hochzeit gelegt.

Der Classified-Bereich, repräsentiert durch die Immobilien-Website muabannhadat.com.vn, erhielt im Juli 2014 ein eigenes, dediziertes Management und leitete erfolgreich eine Reihe grundlegender Reformen ein. **Erfreulich ist insbesondere, dass Ringier Vietnam davon ausgeht, 2015 mehr als 60 Prozent des Umsatzes ausserhalb des Printgeschäfts zu erwirtschaften.**

China

Dank einer radikalen Umstellung und Integration von Sales und Marketing konnte das englischsprachige Portfolio des Unternehmens wichtige Ziele erreichen. Insbesondere erzielte das digitale Format von City Weekend beeindruckende Fortschritte, erhöhte sich doch der Umsatz um 86 Prozent.

Betty's Kitchen behauptete sich am schwierigen Printmarkt, indem die medienübergreifenden Angebote für Werbekunden wie auch für Leser von Zeitschriften und Websites hin zu den sozialen Medien und zu Offline-Kochkursen verlagert wurden. Zudem ging Betty's Kitchen eine strategische Part-

nerschaft mit Philips Consumer Lifestyle (Global) ein – es ist die erste Medienpartnerschaft von Philips in China überhaupt.

Ein strategisch wichtiger Erfolg für Ringier in China war die Erneuerung des Kooperationsvertrags mit der chinesischen Zivilluftfahrtbehörde (CAAC) im Oktober 2014 betreffend der Herausgabe des CAAC Inflight Magazins für die nächsten zehn Jahre. Dieses Board-Magazin, welches an Board von über 1700 Flugzeugen von sieben grossen chinesischen Airlines distribuiert wird, erreicht monatlich über 7,4 Millionen Flugpassagiere.

Ringier Trade

Ringier Trade verteidigte erfolgreich ihre Position als führendes B2B-Medienunternehmen in China und Südostasien. Der Digital-Bereich verzeichnete ein beträchtliches Wachstum.

Robin Lingg, CEO Ringier Africa & Asia

Polen	Print Medien	Verbreitete Auflage 2014	Mobile Apps	Websites
Fakt	Boulevardzeitung	320 910	Newsweek	blog.pl
Przegląd Sportowy	Nationale Sporttageszeitung	33 686	Newsweek Historia	biznes.pl
Sport Katowice	Sportmagazin	5 908	Forbes	autoswiat.pl
Fakt TV	TV-Programmbeilage	449 286	Auto Swiat	motogrono.pl
Fakt Gwiazdy	Lifestylebeilage	304 061	AS 4*4	jak-naprawic.info
Newsweek	Nachrichtenmagazin	94 294	Przewszy Milion	topgear.com.pl
Newsweek Historia	Geschichtsmagazin	26 590	Przegląd sportowy	plejada.pl
Forbes	Nachrichtenmagazin	19 930	Fakt	zumi.pl
Auto Swiat	Automagazin	74 536	Mecz	komputerswiat.pl
Komputer Swiat	Computermagazin	30 310	Tempo.	ks-ekspert.pl
Pierwszy Milion	Business-Magazin	9 276	Przegląd sportowy (Volleyball)	pclab.pl
Top Gear	Automagazin	37 628	Przegląd sportowy (Euro 2012)	slovníkkomputerowy.pl
Auto Swiat Poradnik	Automagazin	39 111	Szkola Foto	sympatia.pl
Auto Swiat Katalog	Automagazin	23 545	Komputer Swiat	sympatiaplus.pl
Auto Swiat 4x4	Automagazin	10 476	Gamezilla	forbes.pl
Auto Swiat Classic	Automagazin	10 293	Porady do IOS 5	prezentyi-zyczenia.pl
KS Twoj Niezbednik	Computermagazin	21 683	Porady do IOS 6	gamezilla.pl
KS Gry Extra	Computermagazin	5 233	Biznes	newsweek.pl
KS Gry dla Dzieci	Computermagazin	2 430	Blog	onet.pl
Tempo	Sportmagazin	5 358	Dysk	agdlab.pl
Mecz	Sportmagazin	7 790	Ekstraklasa.tv	vumag.pl
Przegląd Sportowy	Sportmagazin	4 821	Onet News	fakt.pl
Tygodnik			Pogoda	digart.pl
			Sport	zapytaj.onet.pl
			Sympatia	czasnabieganie.pl
			To czy To	katowickisport.pl
			Vod	przegladsportowy.pl
			Vod Bajk	wprzerwie.pl
				vod.pl
				onet.tv
				ofeminin.pl
				ekstraklasa.tv
				medonet.pl
				opineo.pl
				skapiec.pl
				targsmaku.pl

1 WEMF/SW-beglaubigt
2 nicht beglaubigt

Events

Sports Champions Gala of Przegląd Sportowy
Great Forbes Ball
Congress of Regions
Bank Gala of Newsweek and Forbes
Activist of the Year Gala
Gala of Teresa Torńska Contest
Golden Wheel of Auto Świat
Heart for Children
Gala Blog Roku
Plejada Top10

Die Ringier Axel Springer Media AG ist das Gemeinschaftsunternehmen der Ringier AG und Axel Springer SE und ist in Polen, Ungarn, der Slowakei und in Serbien Marktführer im Publishing-Geschäft. Das Medienportfolio umfasst aktuell mehr als 160 digitale und gedruckte Angebote. **2014 stand für die Ringier Axel Springer Media AG weiterhin im Zeichen der Digitalisierung und der Diversifikation des Portfolios.** Ein Meilenstein war die Einbringung der ungarischen Aktivitäten der beiden Mutterhäuser zum 1. November 2014. Das digitale Portfolio wird erweitert durch Akquisitionen des führenden Jobportals profession.hu, des zweitgrössten Shopping-Vergleichsportals Skapiec.pl, der führenden Website für Produktvergleiche Opineo.pl und der führenden Gaming-Plattform nk.pl. Wichtige Wachstumsinitiativen im Bereich Bewegtbild wurden gestartet, um den Video-Anteil zu steigern. Auch wurden die Newsrooms auf «digital first» umgestellt. In Polen wurde «Media Impact Polska» gegründet. Das Joint Venture zwischen Onet und Ringier Axel Springer Polska ist die grösste Vermarktungsorganisation des Landes.

In Polen erreicht das Joint Venture mit der führenden polnischen Online-Gruppe Onet rund 70,6 Prozent der Internetnutzer des Landes. Mit Fakt, als führender Kaufzeitung, und Przeglad Sportowy, als nationaler Sporttageszeitung des Landes, erreicht es – gemessen an der verkauften Auflage – einen Marktanteil von 46,7 Prozent bei den nationalen Tageszeitungen und ist damit der grösste Zeitungsverlag Polens. Das stärkste Wachstum in Real Usern realisierte 2014 das Newsportal fakt.pl. Onet hat zudem 80 Prozent der Anteile an Skapiec.pl, dem zweitgrössten Shopping-Vergleichsport-

in Polen, und Opineo.pl, der führenden Website für Produktvergleiche in Polen, übernommen. Eine Vereinbarung über den Erwerb von nk.pl wurde ebenfalls unterzeichnet. **Die 2006 gegründete Onlineplattform nk.pl gehört zu den führenden Gaming-Plattformen in Polen und ist eines der wichtigsten sozialen Netzwerke des Landes.**

Darüber hinaus wurde im Januar 2014 Media Impact Polska, die gemeinsame Sales Organisation von Ringier Axel Springer Poland und Onet, gegründet. Media Impact Polska ist die grösste Sales-Organisation auf dem polnischen Markt. Das Angebot umfasst starke Marken und bietet den Kunden innovative und integrierte Werbelösungen. In der Slowakei ist die Mehrheitsbeteiligung azet.sk das führende Internetportal und erreicht rund 83,2 Prozent der Internetnutzer. Die Marktführerschaft im Printgeschäft basiert weitgehend auf der Markenfamilie Novy Cas, bestehend aus zwei Zeitungen und vier Magazinen. Die gleichnamige Boulevardzeitung ist mit einem Marktanteil von 45,2 Prozent die grösste Zeitung des Landes. Insgesamt gibt Ringier Axel Springer Media in der Slowakei neun Zeitschriften heraus.

In Serbien ist Ringier Axel Springer Media mit drei Zeitungen, sieben Magazinen und den dazugehörigen Internetangeboten das Verlagshaus mit der grössten Gesamtauflage und -reichweite. Mit Alo! und Blic stellt das Gemeinschaftsunternehmen auch in Serbien die grössten Boulevardzeitungen und Online-Portale mit hoher Reichweite.

Das Portfolio von Ringier Axel Springer Media in Ungarn setzt sich aus Titeln mit starker Position in

ihren jeweiligen Bereichen und guter Digitalisierungsperspektive zusammen, die vor allem das Boulevard- und Frauensegment inklusive der führenden Boulevardmarke Blikk umfassen. Die Ringier Axel Springer Media AG hat zudem eine Vereinbarung über den Erwerb des ungarischen Jobportals profession.hu unterzeichnet. Profession.hu ist das führende Jobportal mit dem höchsten Online-Traffic unter den Jobportalen des Landes. Der Vollzug der Transaktion soll nach Freigabe durch die ungarische Kartellbehörde im vergangenen Oktober im ersten Quartal 2015 erfolgen.

Auch 2015 wird Ringier Axel Springer Media die Digitalisierung und Diversifikation des eigenen Portfolios weiter vorantreiben und weiterhin aktiv an der Gestaltung der Zukunft des digitalen Journalismus mitwirken. Der Fokus wird auf die Umsetzung der Digital-Publishing-Strategie und auf den weiteren Ausbau des Classified-Portfolios gelegt.

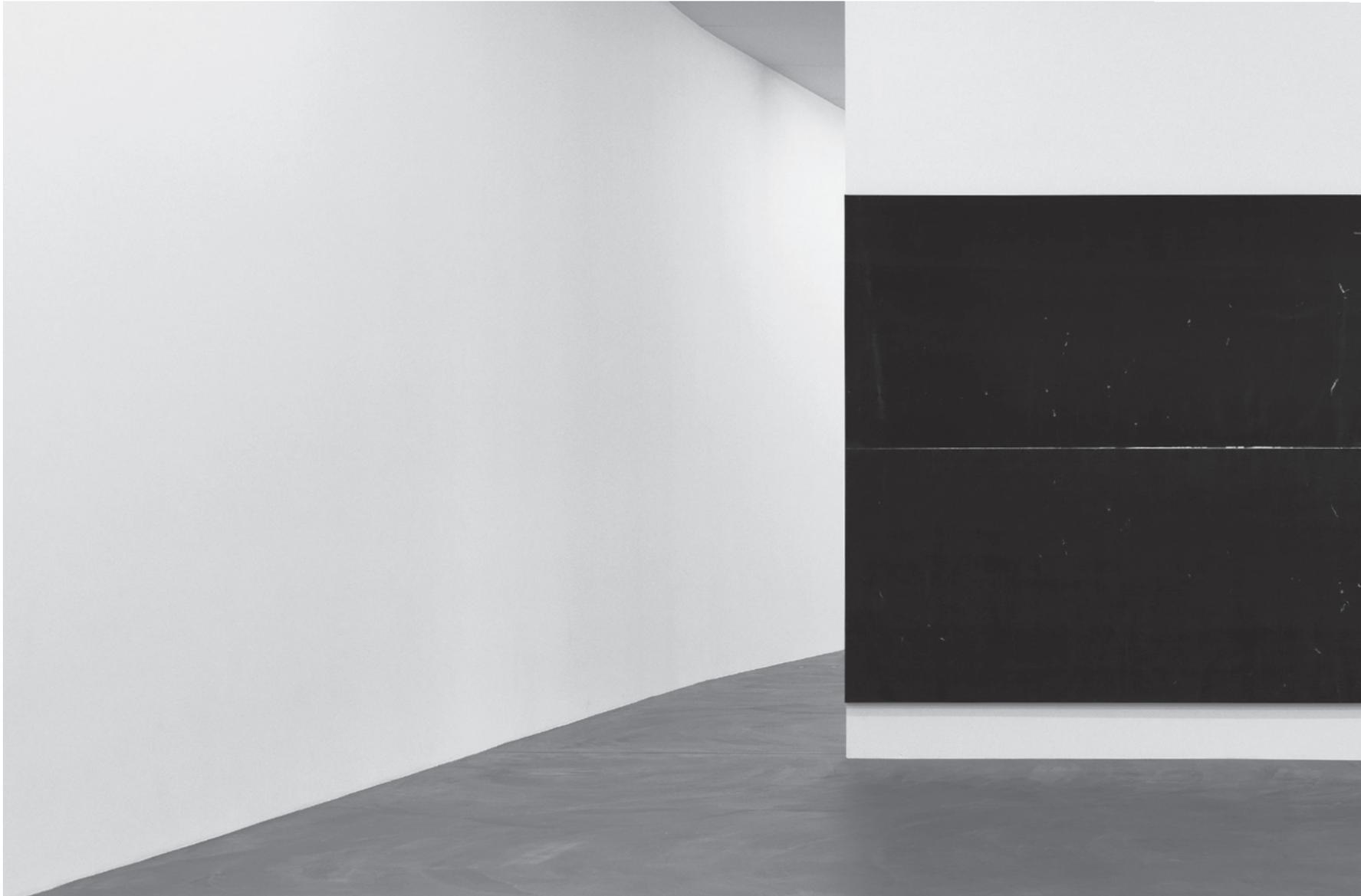
In Rumänien leiden die Auflagen der Printtitel unter dem anhaltend schwierigen Distributionsmarkt. Der Anzeigenmarkt dagegen ist stabil. Ringier Rumänien verzeichnet dank seines starken Portfolios stetiges Wachstum – der digitale Umsatzanteil konnte durch ejobs.ro, sportnews.ro und dem Online-Auftritt der führenden Print-Titel Libertatea und Unica erneut gesteigert werden. Bemerkenswert ist die erfolgreiche Neulancierung von Glamour, durch die Ringier Rumänien die Marktführerschaft im hochpreisigen Frauenmagazinmarkt übernommen hat.

Serbien	Print Medien	Verbreitete Auflage 2014	Mobile Apps	Websites
Blic	Boulevardzeitung	109 767	Blic	blic.rs
Alo!	Boulevardzeitung	91 625	Mojauto	alo.rs
24 Sata	Gratiszeitung	103 000	Alo	24sata.rs
Puls	Peoplemagazin	31 758		blic.sport.rs
Nin	Nachrichtenmagazin	8 910	Events	puls.rs
Blic Zena	Frauenzeitschrift	140 887	Best Women Award,	nin.co.rs
Blic Zena love novel	Taschenbuchreihe	12 422	Golden Car	zena.rs
Blic Zena specials	Zeitschrift	22 797	2014 Award	nonstopshop.rs
Blic Zena kuhinja	Kochzeitschrift	32 456		superodmor.rs
Auto Bild	Automagazin	18 538		nekretnine.rs
				mojauto.rs
Slowakei	Print Media	Verbreitete Auflage 2014	Mobile Apps	Websites
Novy Cas	Boulevardzeitung	95 817	Novy Cas	azet.sk
Novy Cas nedela	Sonntagszeitung	41 420	Cas.sk	cas.sk
Novy Cas Vikend	TV-Programmbeilage	146 532	Foto spravy	vas.cas.sk
Zivot	Peoplemagazin	73 922	iStanok	zivot.sk
Novy Cas pre zeny	Frauenzeitschrift	98 544		cas pre zeny
Novy Cas Byvanie	Lifestylmagazin	32 733		kucharky.sk
Novy Cas Krizovky	Kreuzworträtselheft	81 982		adam.sk
Novy Cas pre zeny extra	Frauenzeitschrift	33 847		tivi.sk
Eva	Frauen-Hochglanzmagazin	43 443		ktotoje.sk
Madam Eva	Frauenzeitschrift	18 148		istanok.sk
Adam	Männer-Lifestylmagazin	(Beilage)		klobook.sk
Auto Bild	Automagazin	7 490		eva.sk
Geo	Reportagemagazin	5 610		autobild.sk
Ungarn	Print Media	Verbreitete Auflage 2014	Mobile Apps	Websites
Blikk	Boulevardzeitung	134 731	glamouronline.hu	kiskegyed.hu
Blikk TV	TV-Programmbeilage	137 260	kiskegyed.hu	glamouronline.hu
Blikk Rejtvény	Kreuzworträtselheft	136 665	blikk.hu	blikk.hu
Vasárnapi Blikk	Sonntagszeitung	112 361		
Blikk Nők	Frauenzeitschrift	71 348		
Blikk Nők Konyha	Kochzeitschrift	14 795		
Blikk Nők Otthon&Kert	Haus & Interieur	19 138		
Blikk Extra Receptek	Kochzeitschrift	39 331		

Rumänien	Print Media	Verbreitete Auflage 2014	Mobile Apps	Events
Auto Bild	Automagazin	7 346	Elle	Elle Style Awards
Avantaje	Frauenzeitschrift	11 102	eJobs	UNICA Summer
Elle	Modezeitschrift	11 555	Libertatea	Bike Fiesta
Elle Decoration	Dekorations-Magazin	4 350	Unica	VIVA Garden Party
Glamour	Frauenzeitschrift	8 303	Viva!	
Intamplari adevarate	Frauenzeitschrift	15 318		
Libertatea	Tageszeitung	69 825		
Libertatea de duminica	Sonntagszeitung	39 288		
Libertatea pentru femei	Frauenzeitschrift	52 033		
Libertatea pentru femei Retete	Kochzeitschrift Beilage	27 917		
Libertatea pentru femei Retete de colectie	Kochzeitschrift Beilage	26 570		
Libertatea Weekend	TV-Programmbeilage	99 596		
Lucru de mana	Handwerkermagazin	11 953		
Povestea mea	Illustrierte	13 953		
Povesti de viata	Frauenzeitschrift	11 263		
Psychologies	Illustrierte	8 052		
Super Bravo Girl	Jugendzeitschrift	12 777		
Unica	Frauenzeitschrift	11 536		
Viva!	Frauenzeitschrift	9 057		



Der ELLE Style Award ist mit über 1500 Gästen Rumäniens grösste Fashion Show des Jahres. Sie findet jeweils Anfang Dezember im Parlaments-Palast statt.



Das Riesenwerk von Wade Guyton: Die Originalgrösse beträgt 8,60 Meter auf 2,75 Meter. Für den Jahresbericht von Ringier hat Wade Guyton das Bild in 360 Einzel-Fotografien zerlegt.

Seit 2003 tritt der 1972 in Indiana geborene amerikanische Künstler Wade Guyton mit Werken hervor, die in radikal reduzierter Weise die digitale Verbreitung von historischen und aktuellen Materialien und Informationen, wie Bücher, Magazine, Werbemittel oder Nachrichten, thematisiert. Wade Guytons erste Zeichnungen etwa waren schwarze X-Zeichen, die auf herausgerissenen Blättern aus Zeitschriften, Kunstgeschichtsbüchern und Designkatalogen gedruckt wurden. Die Reduktion auf die Grundpalette der Druckerfarben und die Zeichenhaftigkeit der digitalen Information wie die Buchstaben X und U oder fragmentierte Bildzei-

chen wie die Flamme sind zu Markenzeichen seines Schaffens geworden.

Guyton arbeitet sowohl bei seinen Arbeiten auf Papier wie auf Leinwänden konsequent mit Inkjet-Druckern. Ausgedruckt werden digitale Files, die Guyton auf dem Computer aus diesem erweiterten und endlosen Feld der Distribution von Informationen herausgefiltert und mit Photoshop bearbeitet hat. Die digitale Verfügbarkeit der Bilder gerät in den Materialisierungen, die Wade Guyton im Druck auf Papiere wie auf die für Inkjet-Printer nicht geeigneten Leinwände wählt, in Konflikt. Im Produktionspro-

zess schleichen sich Fehler ein und Scheitern der Druckverfahren in die digitale Information, Komposition entsteht durch das Verhalten der Materialien, nicht durch die Intention des Künstlers.

Die Zweckentfremdung der Maschine wird als generatives Verfahren zur Bildentstehung genutzt, ein Missbrauch, der die digitale Information der Bilder zu unerwarteten Ergebnissen führt. Die durch die Maschine gezwungene Leinwand, das Stottern oder Scheitern der Bildinformation, führt zu Fehlern in der Ausführung der Farbbereiche, zu Verschmutzungen und Verschiebungen.



Wade Guytons Radikalisierung künstlerischen Schaffens auf die Re-Materialisierung von Informationen, die in die digitale Abstraktion überführt waren, und die Wahl der Materialien, mit denen er sie wieder in Umlauf bringt, bringen sowohl die grossen Linien der Kunstgeschichte als Weiterentwicklung der Konzeptkunst, des Amerikanischen Expressionismus wie die Konstruktiv-Konkreten Kunst in das Heute, wie auch Fragen nach der Aktualität künstlerischer Vorgehensweisen und der Identität und Einzigartigkeit künstlerischer Bilder.

Für den Geschäftsbericht 2014 der Ringier AG hat Wade Guyton ein 2014 für eine Ausstellung in Zürich entstandenes Gemälde, das eine über 13 Meter breite Wand als Formatvorlage wiederholte. Das überdimensionierte abstrakte Gemälde basierte auf einem schwarzen digitalen A4-File und war von den oben erwähnten Fehlern, Verzerrungen und materialen Imperfektionen geprägt. In einem aufwendigen Verfahren wurde das Gemälde in Fragmenten, die das Zusammensetzen zum Gesamtbild im Originalformat ermöglichen, fotografiert. Diese Fragmente sind jedes für sich ein voll gültiges abstraktes Bild und bilden hier die Einzelseiten des Geschäftsberichts.

Wade Guyton stellt diesen in die Reihe der Künstlerbücher, die er kontinuierlich parallel zu seinen Werken entwickelt – und reiht die Reproduktion seines Bildes ein in den Prozess von Reproduktion, Produktion, Wiederverwendung und Re-Distribution und die damit potenziell endlose Re-Aktualisierung von Bildern und Informationen im Zusammenspiel der digitalen und analogen Realitäten.

Beatrix Ruf, Leiterin Stedelijk Museum Amsterdam & Kuratorin Sammlung Ringier

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.com

Ringier SA

Pont Bessières 3
Postfach 7289
CH-1002 Lausanne
Telefon +41 21 331 70 00
Telefax +41 21 331 70 01
info@ringier.ch
www.ringier.com

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 Print Adligenswil AG

Ebikonstrasse 75
CH-6043 Adligenswil
CH-6002 Luzern
Telefon +41 41 375 11 11
Telefax +41 41 375 16 55
info.rpa@ringier.ch
www.ringierprint.ch

SWP Holding AG

Brühlstrasse 5
CH-4800 Zofingen
Telefon +41 58 787 30 00
Telefax +41 58 787 30 01
info@swissprinters.ch
www.swissprinters.ch

Swissprinters AG

Brühlstrasse 5
CH-4800 Zofingen
Telefon +41 58 787 30 00
Telefax +41 58 787 30 01
info@swissprinters.ch
www.swissprinters.ch

Ringier Axel Springer Media AG

Kreuzstrasse 26
CH-8008 Zürich
Telefon +41 44 267 29 29
pr@ringieraxelspringer.com
www.ringieraxelspringer.com

Ringier Digital AG

Industriestrasse 44
CH-3175 Flamatt
Telefon +41 31 744 21 70
Telefax +41 31 744 21 55
info@ringierdigital.ch
www.ringierdigital.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

Omnimedia AG

Industriestrasse 44
CH-3175 Flamatt
Telefon +41 31 744 21 77
Telefax +41 31 744 11 10
info@omnimedia.ch
www.omnimedia.ch

cash.ch

cash zweiplus ag
Bändliweg 20
Postfach
CH-8048 Zürich
Telefon +41 44 436 77 77
Telefax +41 44 436 77 78
contact@cash.ch
www.cash.ch

DeinDeal AG

Okenstrasse 4
CH-8037 Zürich
Telefon +41 800 33 99 33
Telefax +41 44 533 11 51
support@deindeal.ch
www.deindeal.ch

Geschenkidee.ch GmbH

Okenstrasse 4
CH-8037 Zürich
Telefon +41 848 40 44 44
Telefax +41 44 874 10 01
info@geschenkidee.ch
www.geschenkidee.ch

Qualipet Digital AG

Industriestrasse 34
CH-8305 Dietlikon
Telefon +41 44 835 77 77
fragen@qualipet.ch
www.qualipet.ch

JobCloud AG

Carmenstrasse 28
CH-8032 Zürich
Telefon +41 44 254 69 00
Telefax +41 44 254 69 01
info@jobs.ch
www.jobs.ch

JobCloud SA

Rue des Alpes 15
Postfach 1730
CH-1211 Genf 1
Telefon +41 22 707 14 00
Telefax +41 22 707 14 09
info@jobup.ch
www.jobup.ch

Energy Schweiz AG

Energy Media AG
Kreuzstrasse 26
CH-8008 Zürich
Telefon +41 44 250 90 90
Telefax +41 44 250 90 04
energy@energy.ch
www.energy.ch

Energy Basel AG

Münchensteinerstrasse 43
CH-4052 Basel
Telefon +41 61 366 60 00
Telefax +41 61 366 60 10
energy@energy.ch
www.energy.ch

Energy Bern AG

Dammweg 3
CH-3013 Bern
Telefon +41 31 340 50 50
Telefax +41 31 340 50 99
energy@energy.ch
www.energy.ch

Energy Zürich AG

Kreuzstrasse 26
CH-8000 Zürich
Telefon +41 44 250 90 00
Telefax +41 44 250 90 01
energy@energy.ch
www.energy.ch

InfrontRingier Sports & Entertainment Switzerland AG

Grafenauweg 2
Postfach 442
CH-6304 Zug
Telefon +41 58 733 31 31
Telefax +41 58 733 31 32
info@infrontringier.ch
www.infrontringier.ch

JRPIRINGIER Kunstverlag AG

Limmatstrasse 270
CH-8005 Zürich
Telefon +41 43 311 27 50
Telefax +41 43 311 27 51
info@jrp-ringier.com
www.jrp-ringier.com

The Classical Company AG

Dufourstrasse 23
CH-8008 Zürich
Telefon +41 44 259 62 15
patrizia.pesenti@ringier.ch
www.classicalcompany.ch

Ticketcorner AG

Oberglatterstrasse 35
Riedmatt-Center
CH-8153 Rümlang
Telefon +41 44 818 31 11
Telefax +41 44 818 31 10
info@ticketcorner.ch
www.ticketcorner.ch

Deutschland

Geschenkidee D&A GmbH

info@geschenkidee.de
Telefon +49 30 31 98 64 10

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

Ungarn

Ringier Axel Springer Magyarország Kft.
Városmajor utca 11.
Városmajor utca 12-14.
HU-1122 Budapest
Telefon (+36-1) 488-5700
www.ringieraxelspringer.hu

Blikk Kft.
Városmajor utca 11.
HU-1122 Budapest
Telefon (+36-1) 488-5700
www.ringieraxelspringer.hu

AS-Nyomda Kft.
Mindszenti krt. 63.
HU-6000 Kecskemét
Telefon (+36-76) 481-401
www.ringieraxelspringer.hu

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 22 011
info@ringier.ro
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 22 011
info@ringier.ro
www.ringier.ro

Polen

Ringier Axel Springer
Polska z.o.o.
Ul. Domaniewska 52
PL-02-672 Warszawa
Telefon +48 22 232 00 00
www.ringieraxelspringer.pl

Grupa Onet.pl
ul. Pilotów 10
31-462 Kraków
Telefon +421 12 277 40 00
Telefax +421 12 277 49 99
www.ofirmie.onet.pl

Slowakei
Ringier Axel Springer
Slovakia, a.s.
Prievozská 14
SK-821 09 Bratislava
Telefon +421 2 582 27 111
www.ringieraxelspringer.sk

Azet.sk, a.s.
Murgašova 2
SK-010 01 Žilina
Telefon +421 41 32 10 133
www.azet.sk

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

APM Print d.o.o.
Milutina Milankovića 29
RS-11070 Novi Beograd
Tel/fax +381 11 713 0 438
www.apmprint.rs

Trans Press d.o.o.
Žorža Klemansoa 19
RS-11000 Beograd
Telefon +381 11 333 4 701
Telefax +381 11 333 4 703
www.transpress.rs

ID Euroblic Press d.o.o.
Miše Stupara 3
BA-78000 Banja Luka
Telefon +387 51 257 980
Telefax +387 51 257 075
office@euroblic.com

Asien

Ringier China
Room 303-305
Shou Dong International Tower
Building 5 Guangqu Jiayuan
Dongcheng District Beijing
China, 100022
Telefon +8610 5637 2388
www.ringier.cn

Ringier China
Room 1501,
Ying Shi Building,
180 Tianjin Road,
Huangpu District Shanghai,
China, 200001
Telefon +8621 6039 8288
www.ringier.cn

Ringier Pacific Ltd.
9F, Cheong Sun Tower
118 Wing Lok Street
Sheung Wan
Hong Kong, China
Telefon +852 2369 8788
services@ringierasia.com
www.ringier.cn

Asia Inflight Ltd.
9F, Cheong Sun Tower
118 Wing Lok Street
Sheung Wan
Hong Kong, China
Telefon +852 2524 1520
info@asiainflight.com
www.ringier.cn

Ringier Trade Media Ltd.
9F, Cheong Sun Tower
118 Wing Lok Street
Sheung Wan
Hong Kong, China
Telefon +852 2369 8788
www.industrysourcing.com

Ringier Trade Media Ltd.
Shanghai Representative Office
Room 1001, Tower 3
Donghai Plaza
No. 1486 West Nanjing Road
Shanghai, China, 200040
Telefon +8621 6289 5533
www.industrysourcing.com

Ringier Trade Media Ltd.
Unit 2, 9/F.
200 Zhongming Road
Taichung, Taiwan
Telefon +8864 2329 7318
www.industrysourcing.com

Shenzhen Ringier
Trade Advertising Ltd.
Room 201-08, 2F, Wing B
Haisong Building
Tai Ran 9 Road, Futian District
Shenzhen, China, 518040
Telefon +86 755 8835 0829
www.industrysourcing.com

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

Nhat Viet Group Co. Ltd.
157 Vo Thi Sau Street
Ward 6, District 3
Ho Chi Minh City, Vietnam
Telefon +84 8 3820 2334
info@nhatvietgroup.com.vn
www.nhatvietgroup.com.vn

Get Sold Corporation
8/F Robinsons Cybergate
Tower 3, Pioneer St.
Mandaluyong City
Philippines 1550
Telefon + 63 2 451 8888
local 1126
info@myproperty.ph
www.getsold.ph

Afrika

Ringier Kenya Ltd.
P.O Box 40034
Saachi Plaza, block A, office suite A8
00100 Nairobi, Kenya
Telefon +254 020 8022588
info@ringier.co.ke
www.ringier.co.ke

Ringier Ghana Ltd.
74 Boundary Road
P. O. Box: CT 9364
East Legon, Accra
Telefon +233 302 960 494
info@ringier.com.gh
www.ringier.ng

Ringier Sénégal S.A.
Sacre Coeur 3
Villa 9343 - VDN
BP 45940
Nafa VDN Dakar
Sénégal
Tel. +221 33 827 83 03

Ringier Nigeria
3, Iweanya Ugbogoh Street
Lekki Phase 1
Off Durosimi-Etti Drive
Lagos
Nigeria
Telefon +234 1 295 10 53
info@ringier.ng
www.ringier.ng

ZoomTanzania.com
EverythingDar.com Limited
Amverton Office Park
Plot 105, Corner of Mugalo
Magore Reds, Upanga
Dar es Salaam
Tanzania
Telefon +255 786 264 687
info@zoomtanzania.com
www.ZoomTanzania.com

Beteiligungshöhe konsolidiert, Stand 31.12.2014

Europa

Schweiz

Ringier AG, Zofingen	100.0%
Ringier Print Adligenswil AG, Adligenswil	100.0%
Ringier Africa AG, Zofingen	100.0%
Ringier Digital AG, Wünnewil-Flamatt	100.0%
Geschenkidee.ch GmbH, Zürich	100.0%
Ringier Digital Ventures AG, Zürich	100.0%
MSF Moon and Stars Festivals SA, Locarno	100.0%
Le Temps SA, Genf	92.5%
DeinDeal AG, Zürich	86.2%
JRP Ringier Kunstverlag AG, Zürich	80.0%
Swissprinters AG, Zofingen	70.0%
Energy Schweiz Holding AG, Zürich	65.0%
Omnimedia AG, Wünnewil-Flamatt	52.5%
Scout24 Schweiz AG, Wünnewil-Flamatt	52.5%
cash zweiplus ag, Zürich	50.0%
InfrontRingier Sports & Entertainment Switzerland AG, Zug	50.0%
JobCloud AG, Zürich	50.0%
Qualipet Digital AG, Dietlikon	50.0%
Ringier Axel Springer Media AG, Zürich	50.0%
The Classical Company AG, Zürich	50.0%
Ticketcorner AG, Rümlang	50.0%
2R Media SA, Locarno (il caffè)	45.0%
Sat. 1 (Schweiz) AG, Küsnacht	40.0%

Deutschland

Ringier Publishing GmbH, Berlin	100.0%
Juno Kunstverlag GmbH, Berlin	100.0%
Geschenkidee D&A GmbH, Berlin	50.0%

Frankreich

Ringier France SA, Paris	100.0%
--------------------------	--------

Rumänien

S.C. Ringier Romania S.R.L., Bukarest	100.0%
Ejobs Group S.A., Bukarest	70.0%
S.C. Editura Bauer Ringier S.R.L., Bukarest	50.0%

Ungarn

Blick Kft., Budapest	50.0%
Ringier Axel Springer Magyarorszàg Kft., Budapest	48.2%
AS-Nyomda Kft., Ketschkemet	48.2%

Slowakei

Ringier Axel Springer Slovakia a.s., Bratislava	50.0%
Azet.sk a.s., Zilina	35.0%

Serbien

Ringier Axel Springer d.o.o., Belgrad	50.0%
RAS Online d.o.o., Belgrad	50.0%
APM Print d.o.o., Belgrad	50.0%

Polen

Ringier Axel Springer Polska Sp. z.o.o., Warschau	50.0%
Media Impact Polska Sp. z.o.o., Warschau	43.8%
Grupa Onet.pl SA, Krakau	37.5%
Opineo Sp. z.o.o., Breslau	30.0%
Skapiec.pl Sp. z.o.o., Breslau	30.0%

Afrika

Ghana

Ringier Ghana Limited, Accra	100.0%
------------------------------	--------

Kenia

Ringier Kenya Limited, Nairobi	100.0%
--------------------------------	--------

Nigeria

Ringier Media Nigeria Limited, Lagos	100.0%
--------------------------------------	--------

Senegal

Ringier Sénégal SA, Dakar	51.0%
---------------------------	-------

Tansania

EverythingDar.com Limited, Dar es Salam	51.0%
---	-------

Asien

China

Ringier China, Beijing	100.0%
Ringier Pacific Limited, Hong Kong	100.0%
Asia Inflight Limited, Hong Kong	100.0%
Ringier Trade Media Limited, Hong Kong	90.0%

Vietnam

Nhat Viet Group Co. Ltd., Ho Chi Minh City	100.0%
Ringier Vietnam Company Limited, Ho Chi Minh City	90.0%

Philippinen

Get Sold Corporation, Manila	50.0%
------------------------------	-------

SCHWEIZER LUSTRIERTE



Bereits fester Bestandteil des Jahreskalenders in der Schweizer Wirtschaft: Die Kür des Auto des Jahres, präsentiert von der Schweizer Illustrierten.

Michel Houellebecq, Frankreichs erfolgreichster Schriftsteller, sieht den Untergang des Westens ganz lakonisch: «Das republikanische Modell mit seinem Freiheits- und Gleichheitsideal zerbricht. Wir wohnen der Rückkehr des Religiösen bei.» In seinem aktuellen Bestseller «Unterwerfung» wählen die Franzosen das islamische Gesellschaftsmodell.

Schluss mit Freiheit, Gleichheit, Brüderlichkeit!

Ja, das wird gerade Mode: westlicher Kulturpessimismus, der sich in der Prophezeiung suhlt, die freie, offene Gesellschaft sei altersschwach, die dazugehörige Demokratie deshalb nicht länger lebensfähig. Schuld am Elend: der Kapitalismus. Wer denn sonst?

Die Beschwörung des Untergangs unserer westlichen Zivilisation ist gerade das angesagte Geschäftsmodell der Philosophen: Der Serbe Slavoj Žižek schwärmt von der inneren Grösse des Stalinismus; der Italiener Giorgio Agamben sieht die kapitalistische Welt als Konzentrationslager. Der Franzose Alain Badiou predigt den wahren Kommunismus.

Der hohe Ton der Denker wird begleitet vom Chor der Publizisten. In der linken Berliner «Tageszeitung» forderte deren Chefredaktorin Ines Pohl die Abschaffung der «christlich-abendländischen weissen Standards», also der Werte des deutschen Grundgesetzes, das ganz den Werten des Westens verpflichtet ist.

Der Schwanengesang ist nur so zu verstehen: Es wird, es soll, es muss ein Ende haben mit dem normativen Projekt des Westens, mit dem Projekt der

unveräusserlichen Menschenrechte und Bürgerrechte, den Werten der amerikanischen Unabhängigkeitserklärung von 1776, der Französischen Revolution von 1789.

Und was käme danach?

Der totalitäre Markt? Die totalitäre Religion? Die totalitäre Welt von Big Data?

Es steht schlecht um die Sache der Freiheit!

Wirklich?

Beim deutschen Philosophen Odo Marquard ist zu lesen, dass es zum Alltag der offenen Gesellschaft gehört, bestritten zu werden: «Herrschende Lehre wurde und ist: die Verweigerung der Bürgerlichkeit. Ausgemacht scheint zu sein: Bürgerlichkeit ist schlimm, Verweigerung der Bürgerlichkeit ist gut. Dadurch gewinnt jene Geschichtsphilosophie Konjunktur, die die Menschen antreibt, die bürgerliche Welt hinter sich zu lassen, um eine bessere und definitiv heile Welt zu erreichen.»

Das Paradies?

Wahrlich, die bürgerliche Welt ist alles andere als paradiesisch. Sie ist eine unheile Welt. Zugleich ist sie quicklebendig. Wovon auf ganz besonders eindrückliche Weise die Tiraden jener zeugen, die sie in den Orkus wünschen.

Bürgerlichkeit ist weniger Philosophie denn Praxis – der lebenspralle Alltag von Bürgern. Zu diesem Alltag gehört der Journalismus, der die Kritik alles Bürgerlichen einschliesst, ja, solche Kritik innig umarmt, denn Bürgerlichkeit

ist, wie Odo Marquard es sagt: «oppositions-haltig» – oder sie ist nicht.

Entweder! Oder!

Zum Entweder gehören die Journalisten. Sie garantieren die «Oppositionshaltigkeit».

Auf welche Weise tun sie das? Durch ihre eigene aufsässige Meinung? Das auch. Wodurch noch? Durch das beredte Auflisten des Tagesgeschehens? Das allein ist schon tüchtig, sehr tüchtig sogar, wenn es, wie im Netz, von Minute zu Minute geschieht. Aber genügend ist es nicht. Denn das Geschehen, vor der Tür wie auf dem Bildschirm, will begriffen werden, soll anwendbar sein: dem souveränen Bürger nützlich, weil begreifbar.

Das Begreifen lässt sich besser begreifen, wenn man die erste Silbe abtrennt: be-greifen, also greifen.

Der Bürger muss die Dinge, die wir ihm berichten, greifen können. Sie müssen griffig sein, handlich, auf sinnliche Weise erfahrbar. Darum auch ist der Journalismus Handwerk. Denkhandwerk. Bürgerhandwerk.

Wie aber ist ein solches Berichten handwerklich herstellbar? Ganz einfach dadurch, dass man es dreidimensional gestaltet – wie ein Bildhauer. Die Fakten, die Ereignisse, die Akteure bilden eine dieser Dimensionen: die Jetzt-Dimension. Sie ist zu ergänzen durch die Tiefendimension, durch Hintergründe und Geschichte, denn Fakten, Ereignisse und Akteure haben immer Geschichte, haben immer Herkunft und Vergangenheit. Hinzu gesellt sich die Dimension der Breite, weil alles,

was berichtenswert ist, mit anderem zu tun hat, das beachtenswert ist: mit Politik, Wirtschaft, Kultur, Umwelt, Recht. Auf diese Weise entsteht dreidimensionaler Journalismus: der Journalist als Gestalter der Wirklichkeit, der Greifbares bildet – Begreifbares.

Um beim Wortstamm zu bleiben: Bilden ist auch Bildung. Das Wissen des Worthandwerkers muss mehr sein als Laptop-flach, soll sein Werk zur Bürgerbildung beitragen. So altmodisch das hehre Wort «Bildungsbürger» klingt, so unverzichtbar ist es für den Citoyen, der doch die Substanz der Gesellschaft ausmacht, die gerade wieder und auf allen Kanälen bestritten wird: die bürgerliche Gesellschaft.

Bildungsbürger für Bildungsbürger sein: Das ist die Rolle des Journalisten.

Sie beschränkt sich nicht auf die sogenannten «ernsten Themen» wie Politik, Wirtschaft oder Kultur. Sie ist beispielsweise im People-Journalismus genauso wichtig, da gerade dort, wo die wichtige Welt so weit weg zu sein scheint, die wirkliche Welt wirkt.

Die Moden sind die Schaumkronen der Gesellschaft – ihrer Strömungen.

Ist das nicht alles selbstverständlich? Nein! Nicht in Zeiten von Online-Journalismus, nicht in Zeiten, in denen die Welt zum Newsroom schrumpft und der Newsroom zum Laptop und der Laptop zum iPhone. Nicht in Zeiten, in denen das Checken das Lesen ersetzt. Denn darin liegt die reale Gefahr für eine Gesellschaft, die ihre Werte der Aufklärung und den bürgerlichen Revolutionen verdankt.

Verdankt? Errungen hat sie diese Werte! Nicht zuletzt – oder sogar vor allem – mit Hilfe militanter Schreiber, mit Hilfe von Handwerkern des Denkens, die einst begreifbar machten, was Freiheit statt Feudalismus bedeutete.

Seit mehr als zweihundert Jahren machen Journalisten die Freiheit immer wieder greifbar – und riskieren auch ihre persönliche Freiheit, sogar ihr Leben.

Die Kräfte aber, denen die Freiheit abgerungen werden musste, in Kämpfen und unter schrecklichsten Niederlagen, sind immer noch da. In neuem Gewand zwar, doch sie bestürmen weiterhin Tag für Tag ohne Unterlass das Projekt der Bürgerlichkeit. Nicht nur von links, vom Philosophen Badiou bis zur Chefredaktorin Pohl, auch von rechts, von den Markt-Gläubigen bis zu den Big-Data-Propheten.

Es gibt viel zu tun, Kollegen!



Frank A. Meyer

Herausgeberin: Ringier AG,

Corporate Communications.

Verantwortlich: Edi Estermann,

Leiter Konzernkommunikation.

Gesamtleitung: Bernhard Weissberg,

Weissberg Consulting, Zürich.

Kunst: Wade Guyton, New York.

Kunst-Koordination: Beatrix Ruf,

Direktorin Stedelijk-Museum Amsterdam.

Technische Koordination Kunst:

Lionel Bovier, JRP|Ringier Kunstverlag, Zürich.

Redaktionelle Mitarbeit: Bettina Bono, Elisabeth Ehrsam.

Layout, Lithographie: Michael Zwyszig,

Premedia Swissprinters AG.

Lektorat: Ringier AG,

Redaktions-Services, Zürich.

Übersetzung: Nicholas MacCabe,

Zürich (Englisch); Chloé Varrin,

Versoix (Französisch).

Druck-Koordination: Michael Passen,

Leitung Produktion, Zürich.

Papier Umschlag: Swissboard 350 g;

Papier Innenseiten Profitop matt, 90 g.

Druck Neidhart + Schön AG.

Weiterverarbeitung: Neidhart + Schön AG.

Verpackung, Versand: Drahtzug, Soziale

Arbeiten, Zürich.

Kontakt:

Ringier AG, Corporate Communications,

Dufourstrasse 23, 8008 Zürich, Schweiz

Telefon +41 44 259 61 11

info@ringier.ch,

www.ringier.com

Zürich, April 2015