

# JAHRESBERICHT RINGIER 2015



Ringier AG, Dufourstrasse 23, 8008 Zürich, Schweiz  
info@ringier.ch T +41 44 259 61 11

Printed in Switzerland



---

# INHALT

Prolog – Michael Ringier	5
Das Jahr 2015 – Marc Walder, CEO	7
Organisation	10
Das Jahr in Zahlen – Annabella Bassler, CFO	11
Kennzahlen & Erfolgsrechnung	13
Publishing	16
Entertainment	20
Digital	22
Afrika	24
Asien	26
Osteuropa	28
Standorte	34
Wesentliche Beteiligungen	38
Die Künstlerin Helen Marten – Beatrix Ruf	41
Epilog – Frank A. Meyer	42

---

## VORWORT

Liebe Leserin, lieber Leser

Weit über 200 Mails schwirrten zwischen Zürich, Genf, London und New York hin und her, bis die diesjährige Gestalterin des Jahresberichtes von Ringier, die britische Künstlerin Helen Marten, zufrieden mit Konzept, Materialien und Umsetzung war. Druckerei, Buchbinder und Gestalter suchten nach passenden Materialien, mit Eilpost wurden Muster versandt, studiert, akzeptiert und wieder zurückgewiesen. Und dabei haben wir nicht einmal über Worte und Zahlen gesprochen, die über den Geschäftsgang im vergangenen Jahr berichten.

Der Geschäftsbericht eines Medienunternehmens regt bei den jeweiligen Künstlern offensichtlich die Lust am Haptischen an: Vor zwei Jahren standen Farben und Siebdruck im Mittelpunkt, letztes Jahr war es eine in einen dicken Band gestückelte Riesen-Fotografie. Und dieses Jahr eine Schachtel voller Überraschungen, inklusive Wursthüllen. Was es mit der Wursterei auf sich hat und mehr, erklären Verleger Michael Ringier, Kuratorin Beatrix Ruf und die Künstlerin in den verschiedenen Teilen des Berichtes gleich selber.

An dieser Stelle gilt es zuerst einmal allen Beteiligten im Hintergrund zu danken, ohne die es ein so komplexes Werk gar nicht gibt. John Morgan und sein Team setzten die Ideen von Helen Marten in klare Spezifikationen um, Michael Passen suchte und lieferte die gewünschten Muster und Materialien, Lionel Bovier und Rahel Blättler koordinierten in Kleinstarbeit zwischen London und Zürich, Zuni Halpern waltete am Layout-Desk, Bettina Bono und Elisabeth Ehrsam sorgten dafür, dass alle Fakten und Details über das Unternehmen richtig sind. Und CFO Annabella Bassler und ihr Team stellten sicher, dass die Zahlen auch ganz korrekt im Jahresbericht stehen. Während des ganzen Prozesses hielt Bernhard Weissberg als Projektleiter die vielen Fäden straff in den Händen, damit am Ende der Deckel erfolgreich auf die gut gefüllte Box gestülpt werden konnte.

Ihnen und allen anderen guten Geistern im Hintergrund, in- und extern, ein grosses Dankeschön!

## PROLOG

Wenn ein Medienunternehmen, das mit grossem Aufwand und auch einem gewissen Stolz seit über 100 Jahren Inhalte produziert, mit einer Wurstfabrik in Zusammenhang gebracht wird, fühlt man sich als Aktionär dieser Firma nicht unbedingt geschmeichelt. Als Verleger bin ich dem Zeitungsstand doch wesentlich näher als dem Wurststand. Die englische Künstlerin Helen Marten wirft aber nicht den zynischen Blick eines Journalisten auf unser Geschäft, sondern sie analysiert mit Humor und Hochachtung die Herstellung von traditioneller Wurst und vergleicht sie mit der Produktion von journalistischer Wirklichkeit – immer noch ein gewichtiger Teil und eine tägliche Herausforderung unseres Geschäftes.

Das erste Bild in Helen Martens Kunstteil mit den vielen Häuten steht in der Tat wie kaum ein anderes für den Alltag unserer Firma in den letzten Jahren. So oft wie in den vergangenen sieben Jahren hat sich dieses Unternehmen noch nie gehäutet. Und auf unserer Theke befinden sich heute Angebote, von denen wir vor Jahren nicht einmal wussten, dass es sie gibt. Die traditionellen Aktivitäten spielen allerdings immer noch eine zentrale Rolle.

Ein beliebter Ratschlag für etablierte Firmen lautet: «Benimm dich wie ein Start-up.» Das ist, mit Verlaub gesagt, ziemlicher Unsinn. Ein Unternehmen mit Tausenden von Mitarbeitern, mit gewachsenen Strukturen, mit Hierarchien und mit Traditionen kann und wird sich nie wie ein Start-up benehmen können. Selbst Start-ups benehmen sich nach einigen Jahren nicht mehr wie zu Gründungszeiten.

Deswegen ist «verändern» wesentlich schwieriger als «neu starten». Und deswegen kommen die fundamentalen Innovationen praktisch nie aus den grossen Unternehmen. Das Internet ist weder von Microsoft oder IBM noch von Samsung oder Apple marktfähig gemacht worden. Sondern von einer Handvoll Ingenieuren, die sich Mitte der Achtzigerjahre in Kalifornien zum ersten Mal getroffen haben und die Standards geschaffen haben, welche – laut Mission Statement vorgeschrieben – seit nunmehr dreissig Jahren in einem offenen Prozess ständig angepasst werden.

Nachdem traditionelle Firmen das Neue oftmals zuerst denunzieren, stehen sie irgendwann vor einem strategischen Wendepunkt: entweder weiter ignorieren oder endlich akzeptieren und an den neuen Märkten partizipieren. Was sich in zwei Sätzen beschreiben lässt, ist allerdings ein jahrelanger Weg. Und ein steiniger dazu. Veränderung und Erneuerung stossen auf ständigen Widerstand – Frustration und Kapitulation sind die ständigen Begleiter.

Im Mediengeschäft kommt eine Besonderheit dazu: Mit der Digitalisierung der bestehenden Marken hat man nur einen Teil seiner Hausaufgaben gemacht. Um in der Zukunft wirklich bestehen zu können, braucht es neue Geschäftsmodelle und neue Märkte. Denn eine Erkenntnis ist für die traditionellen Verlagsunternehmen extrem ernüchternd: Mit Inhalten lässt sich im Netz nur schwer Geld verdienen. Der Vergleich mit dem traditionellen Printmodell lässt einen ganz wehmütig werden. Die verschiedenen nationalen Sprachen, in denen wir tätig sind, machen die Märkte noch kleiner. Wie soll man mit Inhalten auf Polnisch, Ungarisch oder Deutsch Geld verdienen, wenn nicht mal die englischsprachigen Teilnehmer im globalisierten digitalen Markt auf einen grünen Zweig kommen?

Das Jahresergebnis 2015 ist von dieser Ausgangslage geprägt. Das traditionelle Geschäft muss weiter Federn lassen, und viele der neuen Aktivitäten sind wie diejenigen in Afrika noch längere Zeit in einer Investitionsphase oder noch nicht in der Masse profitabel, um die Einbusen im angestammten Geschäft wettzumachen. Dazu kommt, dass wir

als Familienunternehmen lieber defensiv abschreiben, anstatt offensiv Gewinne zu zeigen. Allerdings sind wir sehr zuversichtlich, dass es nicht bloss beim EBITDA, sondern auch unter dem Strich in Zukunft wesentlich besser aussehen wird.

Denn so sehr wir um jeden Franken im traditionellen Printgeschäft kämpfen müssen, so optimistisch sehen wir die finanzielle Zukunft einiger unserer neu akquirierten digitalen Unternehmen. Besonders das Geschäft mit den Kleinanzeigen entwickelt sich kulinarisch betrachtet zu einem Galadinner, nachdem wir jahrzehntelang im Print nur die Brosamen einsammeln durften. Dies hat ohne Frage auch mit der Wahl der richtigen Partner zu tun. Das zeigen die Ergebnisse bei *Jobs.ch* auf höchstem Niveau und bei *Scout24* mit einer geradezu phänomenalen Entwicklung.

Unsere Ziele und unser Anspruch an uns selbst bleiben unverändert. Wir wollen dieses Unternehmen in den digitalen Märkten weiter nach vorne bringen, und wir wollen die traditionellen Aktivitäten mit allen notwendigen Anstrengungen in die Zukunft führen. Die Geschwindigkeit und die Intensität der inhaltlichen Anpassung an die Gewohnheiten der Leser und Nutzer in der digitalen Realität bleiben unentwegt hoch. Denn eines bestätigt auch Helen Marten mit ihrem Geschäftsbericht: Der Inhalt ist alles – nicht bloss für die Wurst.

## DAS JAHR 2015

Die Transformation der Medienindustrie geht in hohem Tempo weiter. Besonders radikal trifft es die US-Presse: 46 Milliarden Dollar verdienten die US-Zeitungen 2003 mit Werbung. Heute sind es noch – Print und Digital zusammen – 16,4 Milliarden. In Europa sind die Zahlen weniger dramatisch. Dennoch: Die Tendenz ist die gleiche. Zeitungen und Zeitschriften verlieren Leser. Und sie verlieren Werbung.

Die digitalen journalistischen Plattformen wiederum haben zwei fundamentale Probleme:

1. Ein Grossteil der Leser von Nachrichtenportalen kommt mittlerweile via Facebook, Google, Twitter etc. auf die Webseite. Beim digitalen Erfolgsportal BuzzFeed beispielsweise sind es schon über 75 Prozent. Immer weniger Nutzer steuern also die Homepage direkt an.
2. Der digitale Werbemarkt in den USA beträgt 42 Milliarden Dollar. Der Anteil, der auf die journalistischen Plattformen entfällt, lag 2003 bei 16 Prozent. Heute sind es noch 7 Prozent.

Fazit: Zeitungen verlieren Leser und Werbung. Digitale journalistische Plattformen wiederum haben ihren Vertrieb weitestgehend an Dritte, an technologiegetriebene Plattformen, abgeben müssen. Und ihr Anteil am Werbekuchen wird immer kleiner. Das heisst: Die Umwälzungen in der – klassischen – Medienindustrie bleiben radikal.

Ringier hat 2007/2008 eine Diversifikations-Strategie initiiert, die seither konsequent verfolgt wird. Weniger Abhängigkeit vom Kerngeschäft, also den Zeitungen und Zeitschriften, ist das Ziel. Dies heisst keinesfalls, dass Journalismus nicht mehr relevant für unser Unternehmen ist. Jedoch wurden zusätzliche Ertragsquellen in neuen Geschäftsfeldern erschlossen. Dazu zählen das digitale Kleinanzeigengeschäft, eCommerce, Radio, Ticketing oder die Sportvermarktung.

Die Ergebnisse dieser Strategie zeigen sich 2015 im erfreulichen Ergebnis: 60,6 Prozent unseres EBITDA erwirtschafteten wir im vergangenen Jahr mit digitalen Geschäftsmodellen. Zum Vergleich: Vor vier Jahren betrug der digitale EBITDA-Anteil 0,1 Prozent.

Das EBITDA der Ringier Gruppe erhöhte sich 2015 um 16,8 Prozent auf 96,1 Millionen Franken. Der Umsatz blieb mit 946,0 Millionen Franken knapp unter Vorjahresniveau. Die EBITDA-Marge stieg von 8,4 Prozent im Vorjahr auf 10,2 Prozent.

Diese Transformation der Ringier Gruppe geht in hohem Tempo weiter. 2015 war – erneut – ein ereignisreiches Jahr: Gemeinsam mit der SRG und der Swisscom gründeten wir 2015 eine neue, innovative Vermarktungsorganisation. Das Zusammengehen mit diesen starken Partnern erlaubt es uns, in Zukunft noch besser auf die sich schnell verändernden Bedürfnisse der Werbeaufraggeber eingehen zu können. Die Bündelung der Medienangebote und Werbepattformen der drei Unternehmen ermöglicht das Anbieten individueller und zielgruppenspezifischer Kommunikationslösungen über alle Medienkanäle hinweg. Dieses Joint Venture ist ein ganz starkes Zeichen für die hiesige Werbeindustrie in einem zunehmend globalisierten und von amerikanischen Technologieunternehmen dominierten Werbemarkt.

Das im September 2015 unterzeichnete und im Januar 2016 operativ gestartete Gemeinschaftsunternehmen zwischen Ringier und Axel Springer Schweiz, die Ringier Axel Springer Schweiz AG, ist ein deutliches Bekenntnis zur weiterhin substantziellen Bedeutung des publizistischen Geschäftes bei Ringier. Das Portfolio von Ringier Axel Springer Schweiz AG umfasst einerseits sämtliche Deutschschweizer und Westschweizer Zeitschriftentitel von Ringier, also unter anderem *Schweizer*

*Illustrierte, Schweizer LandLiebe, GlücksPost, Style, Bolero, L'illustré, L'Hebdo, TV8* sowie auch die Westschweizer Qualitätszeitung *Le Temps*. Andererseits gehören alle Titel von Axel Springer Schweiz dazu, unter anderem *Bilanz, Handelszeitung, Beobachter, Tele* oder *TV Star*.

Der Zusammenschluss bietet eine hervorragende Grundlage für den Ausbau der digitalen Angebote dieser bekannten und starken Marken. Gemeinsamer Standort des von Ringier vollkonsolidierten Joint Ventures wird ab Ende 2016 der moderne Medienpark in Zürich-West sein.

Mit der Akquisition von *MyStore*, einem der führenden Westschweizer eCommerce-Unternehmen, konnten wir unsere Marktposition weiter stärken. *MyStore* ergänzt mit seinem grossen Know-how im Produkteinkauf und der starken Präsenz in der Westschweiz die Geschäfte von *DeinDeal* ideal. Beide Unternehmen bilden zusammen die in der Schweiz führende Smart-Shopping-Plattform.

Die Transformation unseres Unternehmens wird seit Sommer auch an unserem Pressehaus in Zürich ersichtlich, das sich nach einer neunmonatigen Umbauzeit offener, moderner und kunstvoller präsentiert. Mit *The Gallery* ist im Erdgeschoss eine vom renommierten britischen Objektkünstler Liam Gillick gestaltete Begegnungszone entstanden. Und *Radio Energy* ist mit dem spektakulären *Energy Flagship Studio* und der Café-Bar *The Studio* eingezogen. Die Investitionen in die Marke Energy zahlen sich indes aus: *Energy Zürich* ist neu – und erstmals überhaupt – das meistgehörte Privatrado der Schweiz.

In Osteuropa konnte unser Joint Venture mit Axel Springer, die Ringier Axel Springer Media AG, den digitalen EBITDA-Anteil auf 53,1 Prozent erhöhen. Dank der Übernahme der führenden ungarischen eRecruiting-Plattform *Profession.hu* besitzt das Joint Venture nun in allen vier Ländern führende, zukunftsfruchtige und ertragsreiche digitale Plattformen.

In Polen wurde mit *Noizz.pl* zudem ein Millennial-Produkt lanciert, das neue Massstäbe im Bereich Content, Distribution und Native Advertising setzt. Auch unsere Geschäftsaktivitäten in Rumänien, die nicht Teil dieses Joint Ventures sind, entwickeln sich weiterhin äusserst erfreulich.

In Afrika konnte der Umsatz gegenüber Vorjahr dank starkem Traffic-Wachstum deutlich gesteigert werden. Bereits über 250 Mitarbeitende arbeiten für Ringier in den Ländern Kenia, Nigeria, Ghana, Senegal und Tansania in den vier digitalen Geschäftsbereichen eCommerce, Kleinanzeigen, Journalismus und Vermarktung. Der noch jungen Digitalagentur Ringier Digital Marketing ist es 2015 gelungen, grosse und wichtige Kunden zu gewinnen. Insgesamt sind alle unsere Plattformen Marktführer respektive starke Nummern 2 in ihrem jeweiligen Land.

In Asien wiederum sind wir neben unseren Aktivitäten in Vietnam und China neu auch auf dem Wachstumsmarkt Myanmar aktiv, wo wir Ende 2015 das News-Portal *Duwun.com.mm* in burmesischer Sprache lancierten. *Duwun* ist die erste Webseite dieser Art in Myanmar.

Die geografische Expansion nach Myanmar, einem Land mit rasant steigender Smartphone- und Internetnutzung, unterstreicht einmal mehr den unternehmerischen Anspruch und Pioniergeist von Ringier, konsequent neue Märkte zu erschliessen.

2015 war erneut ein ereignisreiches und herausforderndes, zugleich aber auch lehrreiches Jahr, in dem wir substanzielle Veränderungen vollzogen. Wir sind stolz darauf, was unsere gut 6500 Mitarbeitenden in den vergangenen zwölf Monaten alles bewegt haben. Doch wir wollen uns bewusst sein: Die einzige Konstante bleibt der rasante Wandel der Medienindustrie. Wir werden ihn weiterhin aktiv mitgestalten.

Dank der unternehmerischen Weitsicht unserer Aktionäre ist Ringier heute ein weitgehend digitalisiertes und diversifiziertes Unternehmen.

---

## MITARBEITER 2015

Schweiz und Deutschland	2 646
Osteuropa	3 277
Asien und Afrika	621
<b>Total</b>	<b>6 544</b>

## ORGANISATION

### EIGENTÜMER

Annette Ringier, Evelyn Lingg-Ringier, Michael Ringier.

### VERWALTUNGSRAT



Michael Ringier  
Präsident des  
Verwaltungsrates



Uli Sigg  
Vize-Präsident 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



Xiaoqun Clever  
Chief Technology and Data  
Officer Ringier AG



Robin Lingg  
CEO Ringier Africa & Asia



Alexander Theobald  
COO Ringier Switzerland

## DAS JAHR IN ZAHLEN

Die Medien- und Werbebranche durchlebte 2015 ein weiteres Jahr des digitalen Umbruchs. Dank der in den Vorjahren erfolgreich eingeleiteten digitalen Neuausrichtung partizipiert die Ringier Gruppe am schnell voranschreitenden strukturellen Wandel des Marktes und erzielt im Jahr 2015 bereits über 60 Prozent des EBITDA mit digitalen Produkten.

Das EBITDA 2015 beträgt 96,1 Millionen Franken und konnte im Vorjahresvergleich um 16,8 Prozent gesteigert werden. Die markante Entwicklung ist überwiegend auf die digitalen Geschäftseinheiten zurückzuführen. Insbesondere der Bereich Marketplaces mit Marken wie *Scout24* und *Jobs.ch* verzeichnet kontinuierlich erfreuliche Wachstumsraten und hat sich zu einem weiteren starken Pfeiler der Ringier Gruppe entwickelt. Aber auch unsere klassischen Print-Titel folgen der Digitalisierungsstrategie und weisen signifikante Steigerungsraten beispielsweise bei den Videoabrufen aus. Dies geht einher mit hohen journalistischen Anforderungen zur Sicherung unseres publizistischen Geschäftes.

Der konsolidierte Jahresumsatz 2015 beträgt 946,0 Millionen Franken bei einem digitalen Umsatzanteil von 36,6 Prozent. Gegenüber Vorjahr liegt der Umsatz 4,3 Prozent tiefer, was aber überwiegend aus der Währungsumrechnung von ausländischen Abschlüssen resultiert. Wird der Währungseffekt und der Umsatzverlust der verkauften Titel aussen vor gelassen, konnte der Umsatz konstant gehalten werden. In der Schweiz (inkl. Deutschland) stiegen die Umsätze um 3,6 Prozent, vor allem aufgrund der digitalen Erlöse. Auch in Osteuropa wird das nachhaltige Wachstum durch die Akquisitionen der letzten Jahre in digitale Geschäftseinheiten sichergestellt, aber auch die klassischen Print-Titel gewinnen bei den Digitalerlösen. In Asien führten die Verkäufe von *GetSold*, der Immobilienplattform auf den Philippinen, und Ringier Trade sowie die allgemeine Rezession im Geschäftsjahr 2015 zu einem Umsatzrückgang. Wachstum verzeichnen wir hingegen bei der vietnamesischen Immobilienplattform *Muabannhadat.vn* und durch die Lancierung unserer News-Plattform *Duwun.com.mm* in Myanmar. In Afrika haben wir unsere Umsätze verdreifacht und fokussieren hier auf Digital – namentlich Classified, eCommerce, Digital Marketing und eContent.

2015 weisen wir ein Ergebnis von 11,3 Millionen Franken aus. Wie schon in den Vorjahren wird es stark belastet durch die Kosten, die aus der Erschliessung neuer Märkte und Produkte für die Ringier Gruppe entstehen. Im angespannten Marktumfeld steht für uns jedoch die Sicherung der Diversifikation des Unternehmens im Vordergrund. Während das Jahresergebnis 2014 noch von ausserordentliche Positionen, wie beispielsweise Gewinne aus dem Verkauf von Tochtergesellschaften – insbesondere Tschechien –, positiv beeinflusst war, sind im Geschäftsjahr 2015 keine vergleichbaren Sachverhalte zu verzeichnen, was den Rückgang auf Stufe Jahresergebnis erklärt.

Mit der Aufhebung des Euro-Mindestkurses zu Beginn des Jahres 2015 und der damit einhergehenden allgemeinen Verunsicherung am Standort Schweiz wurde der bereits anspruchsvolle Werbemarkt weiter gefordert. Mit der Initiierung eines Kostenprogramms unmittelbar nach dem Entscheid der Schweizer Nationalbank wurde dem Umsatzrisiko für die Ringier Gruppe entgegengesteuert und das angestrebte Jahresergebnis gesichert. Von den im Ausland ansässigen Unternehmen erhalten wir aufgrund der veränderten Wechselkurssituation ein im Vergleich zum Vorjahr um 2,6 Millionen Franken geringeres EBIT.

Das reine Printgeschäft befindet sich in einem weiterhin rückläufigen Marktumfeld und erfordert ein proaktives Handeln. Mit der Errichtung neuer Joint Ventures mit gleichgesinnten Partnern werden wir hier auch für die Zukunft gerüstet sein. Insbesondere den rückläufigen Auflagen bei den Print-Titeln und dem unaufhaltsamen Digitalisierungstrend im

Werbemarkt, an dem internationale Player derzeit stärker profitieren können als wir, muss besondere Beachtung geschenkt werden. Durch das Joint Venture Ringier Axel Springer Schweiz, welches wir vollkonsolidieren, können wir unsere Publikumszeitschriften und die Fach- und Wirtschaftsmedien von Axel Springer in einer Organisationseinheit bündeln und dadurch Synergien realisieren. Die Kooperation mit der SRG und Swisscom ermöglicht die Einrichtung einer zentralen Vermarktungsorganisation für die Schweiz, die alle aktuell bekannten und zukünftigen Nutzerformen und damit verbundenen Erlösquellen abdecken wird. Unsere in den Vorjahren eingegangenen Kooperationen zahlen sich aus und belegen einmal mehr, wie wichtig ein gemeinschaftliches Arbeiten geworden ist – die Entwicklung unserer Classified-Unternehmen ist höchst erfreulich.

Die Druckereien behaupten sich weiterhin erfolgreich im Markt und sicherten sich eine aussichtsreiche, jedoch nicht minder anspruchsvolle Ausgangssituation für das Jahr 2016.

Durch den Erwerb von *Profession.hu*, der grössten Online-Jobbörse in Ungarn, wurde das digitale Portfolio in Osteuropa weiter ausgebaut. Die Entwicklung bei *Profession.hu* in den ersten Monaten übertrifft alle Erwartungen und wird durch einen intensiven Ideen- und Informationsaustausch mit anderen Gesellschaften der Ringier Gruppe zusätzlich gefördert.

Mit der Akquisition von *MyStore* kann die Dominanz im Schweizer eCommerce-Markt weiter gesichert werden. Die Integration von *MyStore* in *DeinDeal* zu Beginn des Jahres 2016 vereinigt das gemeinsame Know-how künftig in einer Gesellschaft, um das langfristige Fortbestehen im hoch kompetitiven Wettbewerbsumfeld, insbesondere mit Konkurrenten aus den Euro-Ländern, zu gewährleisten.

Der digitale Transformationsprozess wird auch im Geschäftsjahr 2016 im Fokus der Aktivitäten der Ringier Gruppe stehen. Und die neu eingegangenen Kooperationen, wie das Zeitschriften-Joint-Venture Ringier Axel Springer Schweiz oder die geplante gemeinsame Vermarktungsorganisation mit der SRG und Swisscom, spiegeln den unaufhaltsamen Trend wider, neue Formen der Zusammenarbeit zu entwickeln, um im nationalen und internationalen Wettbewerb weiterhin erfolgreich zu bestehen.

## KENNZAHLEN

	2013 Mio. CHF	2014 Mio. CHF	2015 Mio. CHF
<b>Umsatz nach Regionen Total</b>	<b>1026.3</b>	<b>988.5</b>	<b>946.0</b>
Schweiz und Deutschland	595.5	611.1	632.8
Print Schweiz	115.2	110.1	109.2
Osteuropa	289.5	241.1	183.9
Asien und Afrika	26.1	26.2	20.1
<b>EBITDA</b>	<b>123.1</b>	<b>82.3</b>	<b>96.1</b>
EBITDA-Marge	12.0%	8.3%	10.2%
Jahresgewinn nach Steuern	26.5	21.4	11.3
Gewinnmarge	2.6%	2.2%	1.2%
Investitionen	70.0	359.8	105.3

## ERFOLGSRECHNUNG

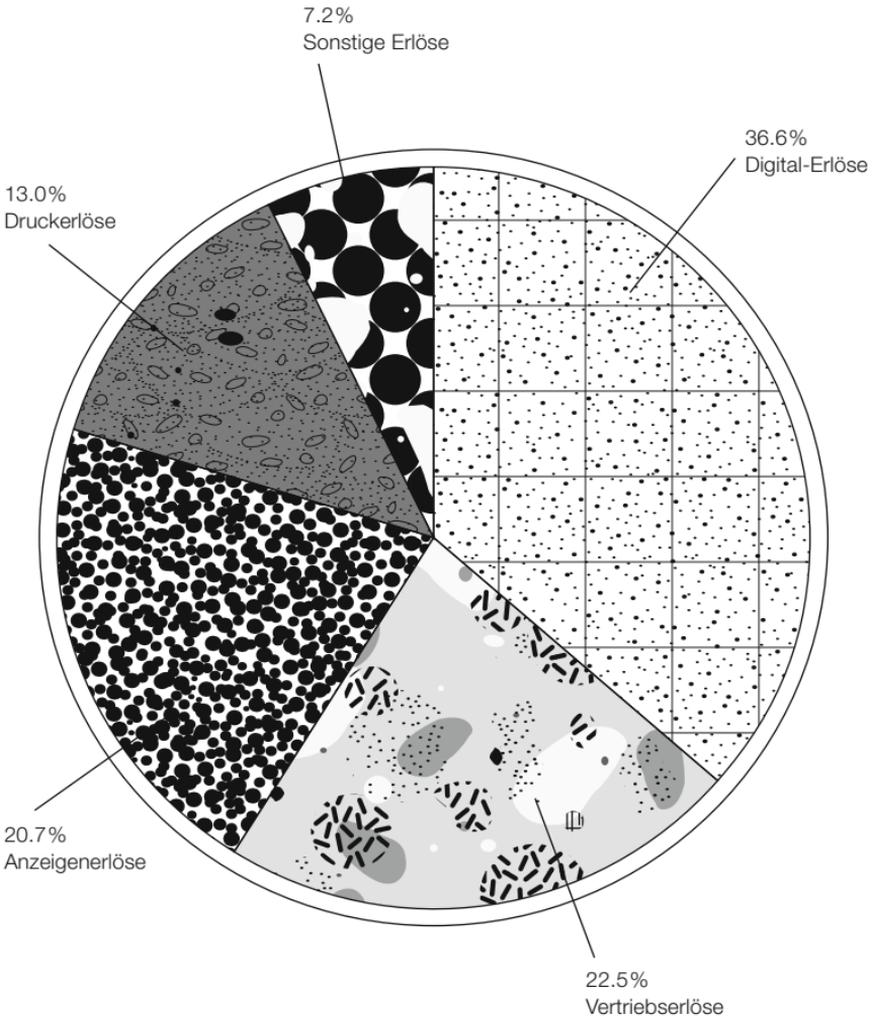
	2013 Mio. CHF	2014 Mio. CHF	2015 Mio. CHF
<b>Umsatz Total</b>	<b>1026.3</b>	<b>988.5</b>	<b>946.0</b>
Digital-Erlöse	263.9	316.9	346.0
Vertriebserlöse	279.2	245.5	213.2
Anzeigenerlöse	234.0	213.9	195.8
Druckerlöse	145.4	135.2	122.8
Sonstige Erlöse	103.8	77.0	68.2
<b>Aufwendungen Total</b>	<b>999.8</b>	<b>967.1</b>	<b>934.7</b>
<b>Personal</b>	<b>346.7</b>	<b>334.7</b>	<b>323.5</b>
Löhne und Gehälter	276.3	268.5	259.6
Sozialleistungen	52.0	54.2	51.2
Personalnebenkosten	18.4	12.0	12.7
<b>Material, Fremdleistungen und Handelswaren</b>	<b>258.1</b>	<b>238.8</b>	<b>205.4</b>
Fremdleistungen	103.2	80.0	69.5
Papier und Farbe	97.5	90.1	68.2
Handelswaren und übriges Material	56.1	65.5	66.4
Sonstiger Marktaufwand	1.3	3.2	1.3
<b>Werbung, Transport, Redaktion und Verlag</b>	<b>221.4</b>	<b>232.4</b>	<b>225.6</b>
Werbung	93.2	107.3	97.4
Transporte	75.1	71.5	73.3
Redaktion und Verlag	53.1	53.6	54.9
Allgemeiner Aufwand	93.0	49.4	98.9
Abschreibungen	80.6	111.8	81.3
Gewinn nach Steuern	26.5	21.4	11.3
<b>EBITDA</b>	<b>123.1</b>	<b>82.3</b>	<b>96.1</b>

## UMSATZ

	2013 Mio. CHF	2014 Mio. CHF	2015 Mio. CHF
<b>Schweiz und Deutschland</b>			
Digital-Erlöse	205.0	256.4	277.5
Vertriebserlöse	158.8	156.1	156.1
Anzeigenerlöse	155.1	153.4	153.0
Diverses	76.6	45.2	46.2
<b>Total</b>	<b>595.5</b>	<b>611.1</b>	<b>632.8</b>
<b>Print Schweiz</b>			
Swissprinters Gruppe	114.0	102.5	106.6
Ringier Print Adligenswil AG	63.9	65.7	59.8
<b>Total</b>	<b>177.9</b>	<b>168.2</b>	<b>166.4</b>
inklusive interner Umsatz			
<b>Osteuropa*</b>			
Digital-Erlöse	56.0	56.5	63.9
Vertriebserlöse	118.5	88.3	56.5
Anzeigenerlöse	58.2	41.3	29.1
Diverses	25.2	29.1	20.9
Druckerlöse	31.6	25.9	13.5
<b>Total</b>	<b>289.5</b>	<b>241.1</b>	<b>183.9</b>
<b>Asien und Afrika</b>			
Anzeigenerlöse	20.4	19.1	13.7
Digital-Erlöse/Diverses	4.9	6.4	5.9
Vertriebserlöse	0.8	0.7	0.5
<b>Total</b>	<b>26.1</b>	<b>26.2</b>	<b>20.1</b>

\* Ungarn ab November 2014 quotenkonsolidiert, Tschechien Ausstieg ab April 2014

# ERFOLGSRECHNUNG



Digital-Erlöse	36.6%
Vertriebsserlöse	22.5%
Anzeigenerlöse	20.7%
Druckerlöse	13.0%
Sonstige Erlöse	7.2%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

# PUBLISHING PORTFOLIO SCHWEIZ

Schweiz	Print-Medien	Verbreitete Auflage 2015
Blick	Boulevardzeitung	157 671
Blick am Abend	Gratis-Abendzeitung	281 204
SonntagsBlick	Sonntagszeitung	184 089
SonntagsBlick Magazin	Das Magazin im SonntagsBlick	184 089
il caffè	Gratis-Sonntagszeitung	57 397
Le Temps	Tageszeitung	36 802
Schweizer Illustrierte	Illustrierte	173 205
al dente deutsch	«al dente» – das SI-Magazin für Geniesser	173 205
SI Auto	Automobiles Lifestyle-Magazin	173 205
SI Grün	Magazin für grünen Lifestyle	173 205
SI Sport	Das Magazin zum Sport	173 205
SI Golf	Lifestyle- und People- Magazin zum Golfsport	173 205
SI Travel	Das Lifestyle-Magazin rund ums Reisen	173 205
Schweizer LandLiebe	Landmagazin	200 110
GlücksPost	Frauenmagazin	152 791
Style	Frauenmagazin	158 371
L'illustré	Illustrierte	74 901
TV8	TV-Programmzeitschrift	63 958
L'Hebdo	Nachrichtenmagazin	39 766
Bolero	Magazin für Mode, Beauty und Lifestyle	34 031
Bolero Men	Der Guide für den Mann mit Stil Exemplare (dt.)	60 000
	Exemplare (frz.)	65 000
L'Hebdo Men*	Der Guide für den Mann mit Stil	
Montres Passion	Uhrenmagazin Exemplare (dt.)	50 000
	Exemplare (frz.)	60 000
TVtäglich	TV-Programmbeilage	510 000
Domo	Unternehmensmagazin	12 400

\*L'Hebdo Men heisst seit September 2015 Bolero Men

## Websites

blick.ch  
blickamabend.ch  
boleromagazin.ch  
glueckspost.ch  
hebdo.ch  
illustre.ch  
letemps.ch  
montrespasion.ch  
schweizer-illustrierte.ch  
schweizer-landliebe.ch  
sistyle.ch  
tv8.ch  
tvtaeglich.ch  
ringier.com  
caffe.ch  
online-kiosk.ch

## Mobile Apps

L'illustré  
Blick am Abend  
Blick News  
BliQ  
Blick Sport  
Energy Radio  
GaultMillau Guide 2016  
il caffè  
LandLiebe Radio  
L'Hebdo  
L'Hebdo HD  
Bolero  
Le Temps

## ePapers & eMagazines

Blick am Abend  
Blick HD  
SonntagsBlick  
Schweizer Illustrierte  
eMagazin  
Schweizer LandLiebe  
eMagazin  
SI Style  
SI Style eMagazin  
Domo  
GlücksPost eMagazin

## Publishing Services

go4media  
JRP|Ringier  
Ringier RS  
Ringier Print  
Adligenswil AG  
Swissprinters AG  
SMD  
Pixobello24

## PUBLISHING PORTFOLIO DEUTSCHLAND

Deutschland	Print-Medien	Verbreitete Auflage 2015
-------------	--------------	-----------------------------

Cicero	Magazin für politische Kultur	88 214
Monopol	Magazin für Kunst und Leben	* 40 000

\* nicht beglaubigt, Druckauflage

### Websites

cicero.de  
monopol-magazin.de  
ringier.de

### Mobile Apps

Cicero

## PUBLISHING

«Die Transformation der Medienindustrie geht in hohem Tempo weiter.» Das schreibt Ringier-CEO Marc Walder zu Beginn dieses Geschäftsberichtes. Das betrifft insbesondere den Publishing-Bereich. Das muss nicht nur negativ sein, denn Druck spornt oft auch an. Alle Mitarbeiter in Ringier Publishing mussten sich fragen, wo die Zukunft liegt – und fanden Antworten. Sei es mit der Video-Offensive in der *Blick*-Gruppe oder der neu gegründeten Fashion Factory für das Mode-Angebot bei den Zeitschriften, sei es der neu geschaffene Newsroom in der Westschweiz oder die Online-Kampagne für Druckproduktionen: Die Transformation geht weiter, lässt Altes verschwinden und Neues entstehen.

### BLICK-GRUPPE

Die *Blick*-Gruppe hat 2015 ihre starke Position im Schweizer Medienmarkt behauptet. Mit einer Gesamtreichweite von 2,330 Millionen Usern pro Woche (Quelle: Total Audience 2015-2) erreichten die Zeitungen, Webseiten und Apps der *Blick*-Familie jeden Zweiten in der Deutschschweiz. Der *Blick* ist mit 642 000 Lesern weiterhin die meistgelesene Bezahlzeitung der Schweiz (Quelle: MACH Basic 2015-2). Auch der *SonntagsBlick* konnte seine führende Marktposition als meistgelesene Sonntagszeitung mit 686 000 Lesern behaupten.

Auch die Online-Angebote der *Blick*-Gruppe bleiben auf der Erfolgsspur: *Blick.ch* erreicht jeden Tag 784 000 Unique User (Quelle: NMP 2015-2), pro Monat besuchen mehr als 2,2 Millionen die Webseite. Auch das Online-Angebot von *Blick am Abend* erreicht pro Monat 932 000 Unique User. *Blick.ch* und *Blickamabend.ch* gehören damit weiterhin zu den beliebtesten Webangeboten der Schweiz.

Besonders dynamisch entwickelte sich 2015 das Webvideo-Angebot der *Blick*-Gruppe. Die Zahl der auf den Webseiten von *Blick* und *Blick am Abend* abgerufenen Videos stieg von knapp 60 Millionen im Jahr 2014 auf über 175 Millionen im Jahr 2015 (Quelle: Google Analytics). Dementsprechend war die Reorganisation des Newsrooms und dessen konsequente Ausrichtung auf eine multimediale Produktion 2015 eines der wichtigsten Projekte.

Die *Blick*-Gruppe konnte ihre Position in einem schwierigen Werbemarkt gut behaupten. Rückgänge im Anzeigengeschäft bei *Blick* und *SonntagsBlick* konnten dank eines starken Wachstums der digitalen Vermarktungserlöse überkompensiert werden.

## RINGIER ZEITSCHRIFTEN

2015 war erneut ein erfolgreiches Jahr für die Zeitschriften mit wichtigen Neuerungen: Die *Schweizer Illustrierte (SI)* überarbeitete ihr Konzept und erscheint jetzt am Freitag. Sie bleibt dabei das People Magazin Nr. 1 im Land. Aber sie hat den Begriff VIP neu definiert: Nicht nur die Stars aus Politik, Wirtschaft, Showbusiness und Sport sind bei der *SI* «Promis», auch noch unbekannte Menschen mit aussergewöhnlichen Talenten und Leidenschaft haben VIP-Status. Sie werden porträtiert, in aussergewöhnlichen, grosszügigen Reportagen und faszinierenden Bildern. Die *Schweizer Illustrierte* erscheint seit 28. August immer am Freitag; das neue Konzept, der neue Drive und der neue Termin wirken sich auf die Abo-Auflage positiv aus.

Ebenfalls neu: Die gebündelten Kräfte und Kompetenzen aller Frauen-Magazine fliessen in die im letzten Juni kreierte Fashion Factory. Hier entstehen die Magazine *Style*, *Bolero* und *Bolero Men*; *Bolero* und *Bolero Men* erscheinen auch mit französischen Ausgaben. Die Redaktorinnen der Factory sind auch zuständig für die Themen Fashion & Beauty in der *Schweizer Illustrierten*.

Die *Schweizer LandLiebe* bricht alle Rekorde und übertrifft sämtliche Erwartungen. Sie begeistert immer mehr Leser und Anzeigenkunden und steigert so auch den kommerziellen Erfolg. Nach fünf starken Jahren ist der nächste Schritt zwingend: Aus der Zeitschrift *LandLiebe* wird eine Marke. *LandLiebe*-Kurse, *LandLiebe*-Reisen und *LandLiebe*-Bücher sind in Vorbereitung. Und: *LandLiebe* zieht aus dem urbanen Bürogebäude aufs Land!

Die *GlücksPost* trotzt dem harten Konkurrenzkampf auf dem Markt der «Yellowpress» souverän. Die Magazine sind also gut gerüstet für ein neues Abenteuer – für das vielversprechende Zeitschriften-Joint-Venture von Ringier und Axel Springer Schweiz.

## RINGIER ROMANDIE

Das prägendste Ereignis im Jahr 2015 war für Ringier Romandie die Einführung des Newsrooms für *Le Temps* und *L'Hebdo* in Lausanne. Am Montag, 4. Mai 2015 war es so weit: Rund hundert Personen – Journalisten, Grafiker, Layouter usw. – verliessen den Bahnhof Cornavin in Genf, wo *Le Temps* seit seinem Start 1998 seinen Standort hatte, um sich in ihrer neuen Heimat in Lausanne einzuquartieren; dort, wo die Redaktion des Wochen-Magazins *L'Hebdo* zu Hause war und ist. Dieses Zusammenrücken und die gemeinsame Nutzung von Infrastruktur und zentralen Diensten wird zwar im Jahr 2016 erhebliche Einsparungen bringen. Für das Berichtsjahr 2015 hingegen bedeuteten die Investitionen zuerst einmal erhebliche finanzielle Mehrbelastungen für den Titel, was sich im Betriebsergebnis widerspiegelte.

Die Fusion des Frauen-Magazins *Edelweiss* mit dem Deutschschweizer Pendant *Bolero* brachte sofort Reduktionen bei den Produktionskosten bei beiden Magazine. Die lokale Verankerung in der Romandie wird durch die publizistische Abdeckung von Westschweizer Modemachern über jeweils rund 20 Seiten in den Heften abgesichert.

*L'illustré* eiferte konzeptionell dem Erfolgsrezept der *Schweizer Illustrierten* nach: Die Weiterentwicklung von neuen Supplements wird von den Anzeigenkunden sehr begrüsst. Das TV-Magazin *TV8* übertraf wiederum seine Ziele dank dem unvergleichlichen Erfolg im Lesermarkt: *TV8* ist das meistverkaufte Magazin an den Kiosken in der Westschweiz!

In diesem Jahr wird *L'Hebdo* dank der Annäherung an die Wochentitel von Axel Springer Schweiz (*Bilanz*, *Handelszeitung*) neue Synergien nutzen können, wovon sicher auch *Le Temps* profitieren wird.

## RINGIER PRINT

Die Schweizer Zeitungsdruckbranche hat ein anspruchsvolles Jahr hinter sich. Ringier Print konnte sich jedoch in einem deutlich rückläufigen Markt klar behaupten. Alle Ziele wurden erreicht oder sogar übertroffen. Dies ist umso erfreulicher in Anbetracht von Schliessungen und zunehmender Verlagerung von Druckaufträgen ins Ausland. Das Wahljahr 2015 hat zum Geschäftserfolg von Ringier Print merklich beigetragen. Einerseits wurde vermehrt und umfangreich über die Wahlen berichtet, was eine Erhöhung der Auflagezahlen zur Folge hatte. Zusätzlich konnten mit einer gezielten crossmedialen Werbekampagne praktisch alle relevanten Parteien dazu animiert werden, spezifische Wahlzeitungen zu produzieren. Besondere Aufmerksamkeit erhielten dabei virale Spots, die über den Newsfeed von *Blick.ch* verbreitet wurden. Ebenfalls erwähnenswert ist die intensivierete Zusammenarbeit zwischen den Druckstandorten von Ringier Print in Adligenswil und Swissprinters in Zofingen. 2015 war geprägt von diversen Projekten, welche eine deutliche Verbesserung der Synergien zur Folge hatten.

## SWISSPRINTERS

Swissprinters blickt auf ein erfreuliches Jahr zurück. Trotz der Aufwertung des Schweizer Frankens, welcher die Wettbewerbssituation nochmals deutlich verschärfte, wurden die definierten Ziele übertroffen. Die konsequente Umsetzung aller eingeleiteten Massnahmen zeigte Wirkung. Mit einer hohen Flexibilität und Leistungsbereitschaft haben alle Mitarbeitenden dazu beigetragen, die Kundenbedürfnisse optimal abzudecken. Die effiziente Marktbearbeitung führte zur Gewinnung von mehreren neuen Kunden und trug so massgeblich zur positiven Entwicklung bei. Weitere erfolgreiche Abschlüsse von Mietverträgen für nicht mehr betriebsnotwendige Flächen helfen, die Kostenstruktur zu entlasten. Für das Jahr 2016 gilt es nun, diese positiven Entwicklungen weiterzuführen und die Marktposition im Schweizer Markt, auch gegenüber den europäischen Anbietern, zu stärken.

## DEUTSCHLAND

Als Synonym für ungetrübte Zuversicht in herausfordernden Situationen stand in diesem Jahr Angela Merkels Ausspruch zur Flüchtlingskrise: «Wir schaffen das», der in Deutschland vermutlich am häufigsten zitierte Satz des Jahres 2015. Ringier Deutschland hat es in diesem Jahr geschafft, sowohl das Ergebnis deutlich über Vorjahr zu konsolidieren, als auch gleichzeitig die hohe journalistische Qualität von *Cicero* und *Monopol* aufrechtzuerhalten. *Cicero* erreichte, was 2015 keinem anderen politischen Magazin in Deutschland gelang: eine signifikante Steigerung der Verkaufszahlen am Kiosk. Mit aussergewöhnlichen Illustrationen wurden *Cicero*-Titelbilder gleich in zwei Wettbewerben zum Cover des Jahres gekürt. In den Verkaufscharts des Online-Kiosks Blendle schafften es mehrere *Cicero*-Texte auf Top-1-Platzierungen. *Monopol* trat zur Kunstbiennale in Venedig zum ersten Mal mit einem Extra-Supplement als offizieller Medienpartner des deutschen Pavillons auf und löste in dieser Funktion seinen grössten Mitbewerber ab. Erfolgreich war auch die Fortsetzung der *Monopol* Cityguides mit Ausgaben zu Stuttgart und Zürich.

Trotzdem: Die Operationen in Deutschland sind letztlich eher klein und spielen in einer publizistischen Nische. Sie stehen damit im Widerspruch zur Strategie des Mutterhauses. Ringier hat sich deshalb entschlossen, die beiden Qualitätstitel *Cicero* und *Monopol* in neue Hände zu übergeben: *Cicero*-Chefredaktor Christoph Schwennicke sowie Alexander Marguier, Stellvertretender Chefredaktor *Cicero*, übernehmen die beiden hochwertigen Produkte im Rahmen eines Management-Buy-out per 1. Mai 2016.

## ENTERTAINMENT PORTFOLIO

### 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

### Fernsehen

Energy TV  
Sat.1 Schweiz  
LandLiebe TV  
S1  
TF1 CH  
TMC CH  
NT1 CH

### Radio

Energy Zürich  
Energy Bern  
Energy Basel  
LandLiebe Radio

### Services

InfrontRingier  
Ticketcorner

### Events

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

## ENTERTAINMENT

Die Entertainment-Sparte von Ringier zeigte im letzten Jahr, dass auch in Zeiten der Disruption die Geschäfte erfolgreich geführt und weiterentwickelt werden können: *Radio Energy* hat sich in der Schweiz an die Spitze der Privatradiostationen gesetzt, *Ticketcorner* ist Marktführerin im Ticket-Verkauf von Veranstaltungen, und *InfrontRingier* hat seine Spitzenposition in der Sport-Vermarktung sogar ausgebaut.

Das Jahr 2015 wird bei *Energy* in die Annalen eingehen. Erstmals hat *Energy Zürich* die Konkurrenz an der Spitze der Schweizer Privatradios abgelöst und ist die neue Nummer 1. Zusammen erreichen die drei *Energy*-Sender in Basel, Bern und Zürich 514 000 Hörer. Und dies, nachdem die Station vor sieben Jahren nach dem Konzessionsentzug vor dem Aus stand. Der konsequente Ausbau lässt uns stolz sagen: *Energy* ist heute viel mehr als ein Radio, es ist eine News- und Entertainment-Marke, die auch digital sehr präsent ist: Die *Energy*-App ist auf 2 Millionen Geräten zu finden, und auf Facebook erreicht *Energy* 326 000 Fans. Eine der Stärken der Marke sind die Events, die attraktiv und nahe bei den Menschen sind: *Energy Air*, das Open-Air-Konzert im Stade de Suisse, hat sich bereits mit seiner zweiten Austragung etabliert. Nationale und internationale Künstler begeisterten in Bern 40 000 Zuschauer. Die Ticket-Anfragen konnten gegenüber dem Vorjahr nochmals massiv gesteigert werden. Vor über 7000 Zuschauern fand im Mai die 6. *Energy Fashion Night* statt. Der aussergewöhnliche Mix aus Mode, Musik und Lifestyle hat sich von Jahr zu Jahr zu einer filmreifen Show voller Glamour entwickelt. Das Format *Energy Now*, welches auf *ProSieben Schweiz* und *EnergyTV* ausgestrahlt wird, wurde konsequent weiterentwickelt. Mit dem Umzug an die Dufourstrasse hat *Energy Zürich* nicht nur ein topmodernes Studio erhalten: Es kam die Café-Bar *The Studio* dazu. Studio und Bar wurden im September zusammen mit dem umgebauten Pressehaus in Anwesenheit von Bundesrätin Doris Leuthard feierlich eröffnet.

Trotz der Aufhebung des Mindestkurses gegenüber dem Euro durch die Schweizerische Nationalbank im Januar 2015 und den darauffolgenden Auswirkungen auf das Buchungsverhalten internationaler Werbekunden konnten im Vermarktungsfenster von *Sat.1 Schweiz* erneut sehr gute Werbeerlöse erzielt werden. Lokale Content-Formate wie *LandLiebe TV* unterstützten diese Entwicklung. *TF1 Suisse* entwickelte sich besser als der Gesamtmarkt. Für *TMC* und *NT1* konnten neue Werbefenster aufgebaut werden, und im Herbst wurde die Vermarktung von *S1* übernommen.

*Ticketcorner* ist auch im Jahr 2015 die stärkste digitale Retail-Marke der Schweiz. *Ticketcorner* ist nicht nur die klare Nummer 1 im Ticketing, auch in der Wertschätzung und in der Vertrautheit bei den Endkunden

steht *Ticketcorner* schweizweit an der Spitze, dies ergab die Studie Brand Asset Valuator von Young & Rubicam. Dank wichtigen Neukunden sowie langjährigen Partnerschaften ist das Volumen im Kerngeschäft weiter gewachsen. Im letzten Jahr hat *Ticketcorner* verschiedene Innovationen zur Marktreife gebracht: Mit der topmodernen *Live Event App* für Veranstalter, Venues und Clubs sowie der neu konzipierten grössten Schweizer Skiplattform konnten weitere Marktsegmente erschlossen werden. Ein neuer Verkaufsrekord wurde mit dem Disney-Musical «The Lion King» erreicht: über 300 000 verkaufte Tickets. Zusätzliche Kooperationspartner und der Ausbau des Produkte-Portfolios für Veranstalter legen den Grundstein für das künftige Wachstum.

*InfrontRingier* hat 2015 seine Position als grösste Sportvermarktungs-Agentur der Schweiz ausgebaut. Im Juni starteten zahlreiche der besten Radprofis der Welt zur ersten *Tour de Suisse* unter der Schirmherrschaft von *InfrontRingier*. Attraktiver Rennsport begeisterte Hunderttausende von Zuschauern am Strassenrand und ein Vielfaches davon vor den TV-Bildschirmen. Die Bilder aus allen Regionen der Schweiz wurden weltweit in mehr als 100 Ländern ausgestrahlt. Für viel Bewegung sorgte 2015 der *B2RUN Schweizer Firmenlauf*. Nach einem Testevent 2014 fanden im Jahr 2015 bereits sechs Events dieser Firmenlaufserie statt. 14 000 gemeldete Läufer aus 660 Unternehmen nahmen an den Events teil. Die Krönung des SC Bern als erster Gewinner des wiederbelebten *Swiss Ice Hockey Cups* zählt zu den weiteren Event-Highlights des vergangenen Jahres. Der von *InfrontRingier* organisierte und vermarktete Wettbewerb hat sich gut etabliert und für zahlreiche spannende Cup-Duelle gesorgt. Auch die *Swiss Football League* war in der Saison 2014/2015 nicht nur auf Vermarktungsebene ein Erfolg, sondern begeistert auch während den total 360 Spielen rund 2,3 Millionen Fans in den Stadien.

Das Festival *Moon & Stars* auf der Piazza Grande konnte 2015 an acht Konzertabenden wiederum über 50 000 Zuschauer aus der ganzen Schweiz und aus dem benachbarten Ausland in Locarno versammeln. Die Konkurrenz in der Schweiz mit 58 Open-Air-Festivals ist jedoch beträchtlich. So werden im Hinblick auf 2016 interessante Änderungen im Line-up und im Programm vorgenommen, um *Moon & Stars* von der Konkurrenz noch besser abzuheben.

Das Jahr 2015 schliesst wie schon in den letzten drei Jahren zuvor mit einem positiven Ergebnis für *The Classical Company* ab. Höhepunkt waren die zwei Konzerte von David Garrett, der das Publikum einmal mehr begeisterte.

---

## DIGITAL PORTFOLIO

**Marketplaces****Scout24 Schweiz AG**

scout24.ch  
 anibis.ch  
 autoscout24.ch  
 immoscout24.ch  
 motoscout24.ch

**JobCloud AG**

jobcloud.ch  
 alpha.ch  
 jobscout24.ch  
 jobup.ch  
 jobs.ch  
 jobsuchmaschine.ch  
 jobwinner.ch  
 topjobs.ch

**eCommerce**

deindeal.ch  
 mystore.ch  
 geschenkidee.ch  
 geschenkidee.de  
 geschenkidee.at  
 ideecadeau.ch  
 ideecadeau.fr  
 parfumidee.ch  
 ideeparfum.ch  
 cash.ch

**Digital Ventures**

reparieren.ch  
 vendere.ch  
 vendre.ch  
 verkaufen.ch  
 campanda.com  
 movu.ch  
 feinschmecker.com  
 wein.com  
 weinclub.com

**Mobile Apps**

Anibis  
 AutoScout24  
 cash  
 DeinDeal  
 geschenkidee.ch  
 ImmoScout24  
 MotoScout24  
 jobs.ch  
 JobScout24  
 jobup.ch

---

## DIGITAL

Das Geschäftsjahr 2015 stand erneut ganz im Zeichen des Wachstums der führenden Schweizer Online-Marktplätze. Das Ringier Digital-Portfolio gewinnt seine Stärke durch einen Mix aus etablierten Classified-Geschäftsmodellen, an Bedeutung gewinnenden eCommerce-Portalen und Investitionen in junge Digital-Venture-Beteiligungen. Durch die konsequente Fokussierung auf digitale Geschäftsmodelle, die auf Konsumenten ausgerichtet sind, spielt auch die Medienreichweite im Verbund mit Ringier Publishing eine zusehends bedeutendere Rolle.

Die Online-Marktplätze der *Scout24*- und der *JobCloud*-Gruppe konnten ihre führenden Marktpositionen weiter ausbauen. In allen vertikalen Märkten (Automobil-, Immobilien- und Stellenmarkt) wurde das klassische Angebot der Online-Kleinanzeigen systematisch durch ergänzende Dienstleistungen ausgebaut. Damit nehmen die Marktplätze zusehends eine wichtige Drehscheibenfunktion zwischen Anbieter und Nachfrager wahr, die weit über das reine Suchen und Finden eines Autos, einer Immobilie oder einer Stelle hinausgeht.

Bei *Autoscout24* stand der weitere Ausbau der Dienstleistungen rund um die Vermarktung von Neuwagen im Fokus. Von den rund 160 000 Angeboten auf der Plattform waren bereits rund ein Viertel Neuwagen, die beim jeweiligen Händler direkt gekauft werden können. Als führende Plattform zur Ansprache von Autokäufern profitiert *Autoscout24* auch vom sich stärker auf Performance orientierte Onlinemedien ausrichtenden Gesamtwerbemarkt.

Ebenfalls sehr erfolgreich konnten sich *Immoscout24* und *Anibis* weiterentwickeln. Beide Portale erzielten wiederum signifikante Reichweitzuwächse und erhöhten die Zahl der Angebote in einzelnen Segmenten zum Teil massiv. *Immoscout24* erweiterte das Netz der Kooperationspartner, die exklusiv auf die Kooperation mit der führenden Immobilien-Onlineplattform setzen.

Die *JobCloud*-Gruppe hat nicht nur die Stabübergabe an ein neues Management-Team erfolgreich bewältigt, sondern auch die Marktposition weiter ausbauen können. Besonders hervorzuheben ist dabei auch die Entwicklung von *Karriere.at* als führendes Online-Stellenportal in Österreich (49-Prozent-Beteiligung der JobCloud AG). Verschiedene spezialisierte Schweizer Stellenportale wurden auf neue Technologien

migriert. Wie bei allen Marktplätzen ist auch bei den Stellenportalen der Anteil der mobilen Anfragen stark angestiegen. Den sich verändernden Bedürfnissen der Stellensuchenden wird *JobCloud* durch eine Reihe innovativer Angebote gerecht. Damit einher geht eine stärkere Ausrichtung auf agilere Entwicklungsprozesse.

Im Gegensatz zu den Classifieds-Marktplätzen mit wenigen lokalen Anbietern zeichnet sich der aufstrebende eCommerce-Markt in der Schweiz durch eine Vielzahl von Online-Shopanbietern aus, die sich sehr unterschiedlich positionieren. Neben den grossen, vor allem auch internationalen Anbietern, die fast alle Produktkategorien abdecken, gibt es eine Vielzahl von Nischenanbietern in einzelnen Kategorien. Mit dem Verkauf ihrer Beteiligung an *Qualipet Digital* hat sich Ringier aus dem Nischenbereich zurückgezogen und konzentriert sich auf Angebote, wo die Rolle als «Kurator» von Angeboten stärker in den Vordergrund rückt. Dies zeigt sich deutlich bei der Auswahl und Darstellung der Angebote auf den Plattformen von *Geschenkidee* und *Deindeal*. Damit ergeben sich zusehends mehr Schnittstellen zwischen Content und Commerce. Eine grosse Chance für Medienspezialisten! Mit der Akquisition von *MyStore*, dem führenden Flashsales-Anbieter in der französischen Schweiz, konnte die starke Marktstellung zusammen mit *Deindeal* auf die ganze Schweiz ausgedehnt werden. Das neue Management-Team von *Deindeal* arbeitet nun mit Nachdruck an der organisatorischen Zusammenführung beider Plattformen unter einem gemeinsamen Dach. Dadurch ergeben sich zahlreiche Synergien in den Bereichen Einkauf, Produktauswahl, Marketing, Logistik und Technologie.

Zu Beginn des Jahres 2015 erfolgte die Gründung der Ringier Digital Ventures AG mit dem Ziel, junge aufstrebende Consumer-Internet-Startups mit Kapital, Medienreichweite und Know-how zu unterstützen. Die Gesellschaft positioniert sich bewusst als eigenständige Venture-Kapitalgesellschaft und nicht als strategischer Investor. Der breit gefächerte Einsatz von Ringier Medienleistungen hat sich dabei bewährt (sog. Media for Equity). Mit *Verkaufen.ch*, *Campanda.com*, *Movu.ch*, *Weinclub.com* etc. konnte in kurzer Zeit ein vielversprechendes Venture-Portfolio mit einem Mix aus nationalen und internationalen Beteiligungen aufgebaut werden. Es ist das erklärte Ziel, pro Jahr etwa sechs Investments zu machen.

Nach einer Phase der Fokussierung auf den individuellen Erfolg jedes einzelnen Digitalunternehmens und seiner klaren Positionierung im Markt steigt nun zusehends der Bedarf nach bereichsübergreifenden Kooperationen. Neben dem allgegenwärtigen Data-Thema kommt auch dem Austausch von Know-how in einem stetig wachsenden Netzwerk von Spezialisten eine grosse Bedeutung zu. Die Dynamik hat vor allem in den Bereichen Technologie und Marketing nochmals deutlich zugenommen. Entsprechend offener gestaltet sich der Austausch zwischen Spezialisten, um mit der Entwicklung Schritt halten zu können. Ringier Digital wird damit immer mehr auch zu einem «Ökosystem» für Zukunfts-Know-how in einem modernen Medienunternehmen.

*Thomas Kaiser, CEO Ringier Digital*

---

## AFRIKA PORTFOLIO

### Websites

#### Ghana

tisu.com.gh  
pulse.com.gh  
rdm.com.gh

#### Kenia

pigiame.co.ke  
rupu.co.ke  
rdm.co.ke

#### Nigeria

pulse.ng  
rdm.ng

#### Senegal

mamaison.sn  
expat-dakar.com

#### Tanzania

zoomtanzania.com

### Mobile Apps

Pulse Nigeria  
Pulse Ghana

## AFRIKA

Ringier Africa verzeichnete erneut in allen Kerngeschäften und allen fünf Ländern ein grosses Wachstum. Dies zeigt sich sowohl in einer Verdreifachung des Umsatzes als auch durch den Ausbau der marktführenden Positionen der bestehenden Plattformen. 2015 etablierten sich alle Portale von Ringier Africa als Nummer 1 oder 2 im jeweiligen Markt. Zusätzlich kamen mehrere erfolgversprechende Produkte zum Portfolio hinzu. Partnerschaften mit Visa, Orange und Firefox und die Zertifizierung durch Google als Partner haben Ringier Afrika auf dem Weg zum führenden digitalen Medienunternehmen in Afrika weiter gestärkt.

Anfang 2015 startete Ringier in Westafrika – Nigeria und Ghana – die Digitalagentur Ringier Digital Marketing (RDM). RDM bietet lokalen und internationalen Unternehmen verschiedene Services, wie die Produktion von Videos, Management von Social-Media und die Konzeptionierung von Webseiten, um ihre digitale Präsenz in Afrika zu erhöhen. In kurzer Zeit konnte RDM grosse Kunden wie Walmart, Nike, Jack Daniels und viele andere für sich gewinnen. Auch die Online-News-Plattformen *Pulse* in Nigeria und Ghana konnten ihre marktführenden Stellungen weiter ausbauen. Um den Erfolg des Newsportals in Ghana zu maximieren, wurde zum Ende des Jahres die Sportseite *Allsports.com.gh* erfolgreich in *Pulse.com.gh* integriert.

Die Online-Deals-Plattform *Rupu* in Kenia vollzog im Herbst einen Relaunch auf einer moderneren IT-Plattform. Zusätzlich folgte Ende Jahr ein grösserer Produkt-Relaunch des Online-Marktplatzes *PigiaMe.co.ke*, das als erstes horizontales Kleinanzeigenportal im Markt monetarisiert.

In Senegal erreichte das zu Beginn des Jahres lancierte Immobilien-Portal *MaMaison.sn* innert Jahresfrist die Marktführerschaft. *MaMaison* ist die Ergänzung zum bestehenden *Classified Expat-Dakar.com*, welches in Senegal mit 80 Prozent Marktanteil den Ton angibt.

Eine weitere Innovation, die Ringier nach Afrika bringt, ist der AMCAT-Test, für welchen Ringier exklusiv die Lizenz für den afrikanischen Sub-Sahara-Raum hält. AMCAT bietet durch integrierte Fragebögen und komplexe Online-Tests Unterstützung bei der Job- respektive Mitarbeitersuche. Mit einer stetig wachsenden Zahl an Usern ist *ZoomTanzania* als marktführende Classified-Plattform von Ringier Tansania der ideale Träger, um das Produkt erfolgreich zu vermarkten.

Um den gewachsenen Herausforderungen mit mittlerweile über 250 Mitarbeitern in fünf Ländern für die weitere Expansion ideal begegnen zu können, führte Ringier Anfang 2016 eine neue internationale Struktur ein. Ringier Africa wird in Zukunft von vier dedizierten Teams in den Geschäftsbereichen Classifieds, eCommerce, Content und Digital Marketing geführt. Jeder Bereich wird von einem fokussierten Team mit Expertise in den Feldern Marketing, Business & Operations und Produktentwicklung verwaltet. Mit dem zusätzlichen Support und Ressourcen kann ein spannendes und wegweisendes Jahr 2016 erwartet werden.

*Robin Lingg, CEO Ringier Africa & Asia*

## ASIEN PORTFOLIO

China	Print-Medien	Verbreitete Auflage 2015
Caac	Bordmagazin	350 000
Shanghai Family	Magazin für Ausländer in Shanghai	50 000
City Weekend	Ausgehmagazin (Beijing 60 000, Shanghai 70 000)	130 000
City Weekend Parents and Kids	Familienmagazin (Beijing 52 000, Shanghai 52 000)	104 000
Home and Office Design		60 000
Shanghai Best Book		50 000
Shanghai Family School directory	Familienmagazin (Beijing 30 000, Shanghai 30 000)	60 000

### Websites

cityweekend.com.cn  
shanghaiexpat.com

### Mobile Apps

City Weekend IOS  
City Weekend Android

### Events

Shanghai Family  
School Expo  
City Weekend  
Readers' Choice  
Awards (Shanghai,  
Suzhou, Guangzhou,  
Beijing)  
Parents and Kids  
Family Day

Vietnam	Print-Medien	Verbreitete Auflage 2015
Elle	Fashion & Beauty Magazine	20 000
Elle Man	Fashion & Grooming Magazine	20 000
Elle Decoration	Home Decoration Magazine	20 000
Marry Wedding	Wedding Magazine	25 000
Bep Gia Dinh	Food & Recipe Magazine	45 000

### Websites

marry.vn  
marrybaby.vn  
bepgiadinhhadat.vn  
muabannhadat.vn  
elle.vn  
elleman.vn

### Events

Elle Beauty Awards  
Elle Style Awards  
Elle Shopping Fun  
Elle Fashion Journey  
«Elle Women in Music»  
concert  
MarryWedding Day  
MarryBaby Day  
MarryBaby Mega Sale  
«Cook with Love» event  
«Kitchen Day» event  
MuaBanNhaDat «Home  
Expo» event

### Other Products

Elle spin-offs &  
bound-in  
supplements  
Marry Wedding  
Handbook  
Marry Honeymoon  
Guidebook  
BepGiaDinh Tips Book

## Myanmar

### Websites

duwun.com.mm

## ASIEN

Der Fokus lag für Ringier Asia im vergangenen Jahr auf der Modernisierung, Konsolidierung und Stärkung der Marktposition als führendes digitales Medienunternehmen. Mit dem Verkauf von drei Geschäftsfeldern in China und den Philippinen kann sich Ringier Asia jetzt ausschliesslich auf sein Kerngeschäft in den drei verbliebenen Regionen konzentrieren. Dazu gehörte auch die Umstrukturierung der bestehenden chinesischen Brands mit klarem Fokus auf deren digitale Kanäle. Ein Highlight des Jahres war der Einstieg in die Medienlandschaft von Myanmar mit dem Launch des Newsportals *Duwun*.

### VIETNAM

Ringier Vietnams 360-Grad-Publishing-Strategie hat sich im Jahr 2015 ausgezahlt: Das Fashion/Mode-Magazin *Elle* hat durch breite Aktivitäten auf allen Social-Media-Kanälen und durch hochstehende Events seine Reichweite vergrössert und sich auch digital als führendes Modemagazin etabliert. Im Gegenzug entschied sich Ringier das Magazin *Women's Health* in Vietnam einzustellen, um sich komplett den bestehenden Aktivitäten zu widmen.

Im digitalen Bereich konnte *Marrybaby.vn*, welches im Jahr 2014 lanciert wurde, sein enormes Wachstum consequent fortsetzen. Auch das Immobilien-Portal *Muabannhadat.com.vn*, seit Mitte 2015 auf neuer IT-Plattform, konnte weitere Erfolge in Reichweite und Umsatz verzeichnen.

### CHINA

Die Plattformen und Magazine von Ringier China verzeichnen ein anhaltendes Wachstum in Umsatz und Leserzahlen. Die Modernisierung der Marke *CityWeekend* beinhaltete die Einführung einer «Digital-first»-Strategie und der Aufbau eines Video-Ressorts. Neu konzipierte Produkt-, Tech- und Marketing-Teams konzentrieren sich vermehrt auf die Interaktivität, Mobile-freundliche Bedienung und Vermarktung des Expat-Portals und der dazugehörigen Produkte und Events.

Aus strategischen Überlegungen wurden *Betty's Kitchen* und Ringier Trade Media Ltd vergangenes Jahr verkauft. Mit den Verkäufen kann Ringier sich nun vermehrt auf die Kernkompetenzen des Unternehmens konzentrieren. Nachdem 2014 erfolgreich die Verträge des *CAAC Inflight Magazine* für weitere zehn Jahre verlängert wurden, verfolgt Ringier vor allem im Bereich Advertising Co.Ltd. und Asia Inflight Ltd vielversprechende Zukunftspläne.

### MYANMAR

Mit dem Eintritt in den burmesischen Markt konnte im Jahr 2015 ein Meilenstein erreicht werden. Das aufstrebende Land verfügt über ein beachtliches Wachstum an Internetnutzern und bietet damit die idealen Voraussetzungen für den Aufbau und die Etablierung von lokalen Online-Plattformen. Ende Jahr 2015 lancierte Ringier das Newsportal *Duwun*. Die Seite fokussiert sich auf eine Zielgruppe im Alter von 16 bis 35 Jahren und bietet das Neueste aus Musik, Unterhaltung, Lifestyle und Sport. Die Webseite erfreut sich seit dem Launch bereits grosser Beliebtheit und setzt damit die Basis für weitere Expansionen im asiatischen Raum.

*Robin Lingg, CEO Ringier Africa & Asia*

## PORTFOLIO OSTEUROPA

Polen	Print-Medien	Verbreitete Auflage 2015
Fakt	Boulevardzeitung	297 491
Przegląd Sportowy	Nationale Sporttageszeitung	33 468
Sport Katowice	Regionale Sporttageszeitung	5 701
Fakt TV	TV-Programmbeilage	416 598
Fakt Gwiazdy	Lifestylebeilage	285 039
Newsweek	Nachrichtenmagazin	118 046
Newsweek Historia	Geschichtsmagazin	24 000
Forbes	Nachrichtenmagazin	27 542
Pierwszy Milion	Business-Magazin	6 638
Auto Świat	Automagazin	68 320
Komputer Świat	Computermagazin	34 059
Komputer Świat	Computermagazin	20 354
Twój Niezbędnik	Computermagazin	20 354
Top Gear	Automagazin	29 064
Auto Świat Poradnik	Automagazin	39 548
Auto Świat Katalog	Automagazin	32 168
Auto Świat 4x4	Automagazin	10 344
Auto Świat Classic	Automagazin	10 000
Tempo Supplement	Sportmagazin	6 200

### Websites

blog.pl  
 biznes.pl  
 autoswiat.pl  
 topgear.com.pl  
 plejada.pl  
 zumi.pl  
 komputerswiat.pl  
 pclab.pl  
 sympatia.pl  
 sympatiaplus.pl  
 forbes.pl  
 gamezilla.pl  
 newsweek.pl  
 onet.pl  
 agdlab.pl  
 vumag.pl  
 fakt.pl  
 zapytaj.onet.pl  
 przegladsportowy.pl  
 vod.pl  
 onet.tv  
 ofeminin.pl  
 ekstraklasa.tv  
 medonet.pl  
 opineo.pl  
 skapiec.pl

### Mobile Apps

Onet News  
 Fakt24  
 Onet Pogoda  
 Onet Sport  
 Ekstraklasa.tv  
 Sympatia  
 Biznes.pl  
 Blog.pl  
 Onet Dysk  
 VOD  
 VOD Bajki  
 Nice One  
 Przegląd Sportowy  
 News  
 Komputer Świat  
 Gamezilla  
 TO czy TO  
 Test Łączą  
 oFeminin Buzz

### 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 Torąńska  
 Contest  
 Golden Wheel of Auto  
 Świat  
 Heart for Children  
 The expansion of Polish  
 companies  
 Forbes Professionals  
 Forbes Diamonds  
 100 Richest Poles  
 Business Academy  
 Newsweek Debate:  
 Mass Running  
 Children's online safety  
 Final Four 2015  
 Newsweek Debate:  
 Credits in Swiss  
 francs  
 CFO of the Year  
 Hello Marilyn  
 Initiator of Innovation  
 The Direction Rio  
 Open Beach  
 The Faces of Marilyn  
 Monroe  
 Gas Debate  
 Newsweek & Forbes  
 Energy Debate  
 Fakt Debate: Prospects  
 for Development -  
 Poland 2020  
 Blog of the Year Gala  
 Plejada Top10

## OSTEUROPA

Ringier Osteuropa ist mit grossen Schritten Richtung Digitalisierung unterwegs. Der digitale EBITDA-Anteil des Joint Ventures belief sich im Jahr 2015 auf 53,1 Prozent, und die digitalen Umsatzerlöse erreichten 37,1 Prozent. Das Gemeinschaftsunternehmen Ringier Axel Springer Media ist in Polen, Ungarn, der Slowakei und in Serbien führend im Segment der Boulevardzeitungen. Das Medienangebot umfasst aktuell rund 300 digitale und gedruckte Angebote. In allen vier Ländern gehören die Angebote zur Spitzengruppe im Markt.

In Polen erreichen wir mit der führenden polnischen Online-Gruppe Onet 70,6 Prozent der Internetnutzer des Landes. Mit *Fakt*, als grösster Kaufzeitung, und *Przegląd Sportowy*, als einziger nationaler Sporttageszeitung des Landes, erreichen wir – gemessen an der verkauften Auflage – einen Anteil von 42,1 Prozent bei den nationalen Tageszeitungen und sind damit der grösste Zeitungsverlag Polens. Darüber hinaus ist mit Media Impact Polska die grösste Vermarktungsorganisation auf dem polnischen Markt vertreten. Das Angebot umfasst starke Marken und bietet den Kunden innovative und integrierte Werbelösungen. Besonders erfreuliche Ergebnisse wurden durch die Umsetzung der Video-Strategie erzielt. So erreichte beispielsweise die Gruppe in Polen alleine über 165 Millionen Videostreams pro Monat. Mit *Noizz.pl* wurde das erste Millennials-Produkt kreiert.

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 *Blick* umfassen. Besonders erfreulich entwickelte sich das führende Jobportal *Profession.hu*, das 2015 durch Ringier Axel Springer in Ungarn gekauft wurde.

In der Slowakei ist *Azet.sk* das führende Internetportal und erreicht 82,3 Prozent der Internetnutzer. Die führende Position im Printgeschäft basiert weitgehend auf der Markenfamilie *Nový Čas*, bestehend aus zwei Zeitungen und vier Magazinen. Die gleichnamige Boulevardzeitung ist – gemessen an der verkauften Auflage – mit einem Anteil von 39,6 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, fünf 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. Ausserdem wurde nach dem Vorbild der im Januar 2014 gegründeten Vermarktungsorganisation Media Impact Polska ebenfalls Media Impact in Serbien lanciert.

2016 steht für Ringier Axel Springer Media weiterhin im Zeichen der Digitalisierung und Diversifikation des eigenen Portfolios. Mit Exzellenzinitiativen wie der Einführung des «Digital Media Campus» zur Weiterbildung junger, talentierter Journalisten der Gruppe möchte das Joint Venture 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.

Rumänien hatte ein sehr erfolgreiches Jahr 2015 – der digitale Anteil an Umsatz (und EBITDA) konnte erneut deutlich gesteigert und die EBITDA-Marge damit verbessert werden. Die Digitalisierung wurde auf mehreren Ebenen intensiv vorangetrieben: So ist die führende rumänische Boulevard-Online-Seite *Libertatea.ro* mittlerweile die Nummer 2 aller Webseiten in Rumänien. *Unica.ro* ist das führende Lifestyle-Frauen-

portal im Land – und Ringier Rumänien ist einer der führenden Online-Vermarkter generell. Der Printbereich hingegen hatte auch im vergangenen Jahr mit sinkenden Auflagen zu kämpfen, der Anzeigenmarkt allerdings blieb stabil. Der Titel *Elle* ist nach wie vor das Flaggschiff im rumänischen Frauenmagazinmarkt und führte gemeinsam mit den anderen, ebenfalls sehr erfolgreichen Produkten *Glamour*, *Unica* und *Libertatea pentru femei* zahlreiche, erfolgreiche Events (z.B. *Elle Style Award*) durch. Seit dem Frühjahr 2015 gehört neu auch *eJobs.ro* zu 100 Prozent zu Ringier in Rumänien – 70 Prozent waren 2012 bereits erworben worden. Die Webseite erfuhr einen erfolgreichen Relaunch und ist weiterhin das führende Jobportal Rumäniens.

Serbien	Print-Medien	Verbreitete Auflage 2015
Blic	Boulevardzeitung	96 069
Alo!	Boulevardzeitung	77 042
24Sata	Gratiszeitung	76 023
Nin	Nachrichtenmagazin	8 201
Blic Žena	Frauenzeitschrift	121 111
Blic Žena love novel	Taschenbuchreihe	13 058
Blic Žena specials	Zeitschrift	11 711
Blic Žena kuhinja	Kochzeitschrift	20 750
Auto Bild	Automagazin	15 627

**Websites**

blic.rs  
alo.rs  
24sata.rs  
blic.sport.rs  
puls.rs  
nin.co.rs  
zena.rs  
nonstopshop.rs  
superodmor.rs  
nekretnine.rs  
mojauto.rs  
ana.rs  
planer.rs

**Mobile Apps**

Blic  
Mojauto  
Alo

**Events**

Best Women Award  
Golden Car 2014 Award  
Blic Entrepreneur of the  
Year Award

Slowakei	Print-Medien	Verbreitete Auflage 2015
Nový Čas	Boulevardzeitung	96 115
Nový Čas Nedel'a	Sonntagszeitung	39 543
Nový Čas Víkend	TV-Programmbeilage	139 537
Zivot	Peoplemagazin	78 664
Nový Čas pre Ženy	Frauenzeitschrift	96 953
Nový Čas Bývanie	Lifestylemagazin	28 085
Nový Čas Krížovky	Kreuzworträtselheft	74 930
Nový Čas pre Ženy extra	Frauenzeitschrift (Beilage)	
Eva	Frauen-Glossymagazin	46 339
Madam Eva	Frauenzeitschrift	22 311
Auto Bild	Automagazin	9 374
Geo	Reportagemagazin	7 825

**Websites**

adam.sk  
aktuality.sk  
autobazar.sk  
autobild.sk  
autovia.sk  
azet.sk  
badman.sk  
bazar.sk  
bistro.sk  
byty.sk  
cas.sk  
casprezeny.sk  
cestovanie.sk  
chaty.sk  
diva.sk  
dobruchut.sk  
eva.sk  
horoskopy.sk

istanok.sk  
kalendar.sk  
klobook.sk  
ktotoje.sk  
mapy.sk  
mobilmania.sk  
najmama.sk  
nehnutelnosti.sk  
noveauta.sk  
novostavby.sk  
pokec.sk  
slovník.sk  
tahaky-referaty.sk  
tivi.sk  
vas.cas.sk  
zive.sk  
zivot.sk  
zlavy.sk  
zoznamka.sk

**Mobile Apps**

Nový Čas  
Cas.sk  
Foto správy  
iStanok  
autobazar.sk  
bazar.sk  
nehnutelnosti.sk  
pokec.sk  
zfavy.sk  
ťaháky-referáty.sk  
bistro.sk  
šport.sk

Ungarn	Print-Medien	Verbreitete Auflage 2015
Blikk	Boulevardzeitung	125 850
Blikk TV	TV-Programmbeilage	122 061
Vasárnapi Blikk	Sonntagszeitung	88 158
Blikk Nők	Frauenzeitschrift	54 471
Blikk Nők Konyha	Kochzeitschrift	14 439
Blikk Nők Otthon&Kert	Haus & Interieur	19 450
Blikk Extra Receptek	Kochzeitschrift	23 783
GEO	Wissenschaftsmagazin	6 667
Tvr Újság	TV-Programmzeitschrift	75 866
Sárga TV	TV-Programmzeitschrift	37 273
Képes TV Műsor	TV-Programmzeitschrift	13 321
Színes kéthetes	TV-Programmzeitschrift	54 742
TV kéthetes	TV-Programmzeitschrift	75 656
TV Revü	TV-Programmzeitschrift	36 118
Kiskegyed	Frauenzeitschrift	190 254
Glamour	Frauenzeitschrift	47 662
Csók és könny	Frauenzeitschrift	9 401
Kiskegyed Otthona	Haus & Interieur Magazin	24 610
Auto Bild	Automagazin	26 689
Kiskegyed Konyhája	Kochzeitschrift	29 789
Kiskegyed Recepttár	Kochzeitschrift	23 783
Ügyes	Kreuzworträtsel	37 396
Eszes	Kreuzworträtsel	13 563
Kópé	Kreuzworträtsel	15 677
Kápé	Kreuzworträtsel	12 302
Jó vicc!	Kreuzworträtsel	5 148
Rejtvény Terefere	Kreuzworträtsel	26 578
Rejtvény Terefere Skandi	Kreuzworträtsel	4 042
Ügyes Extra Szudoku	Kreuzworträtsel	6 544
Eszes Skandi	Kreuzworträtsel	6 544
Kópé Évszakok	Kreuzworträtsel	19 789
Ügyes 5 Perc	Kreuzworträtsel	6 544
Eszes Skandi	Kreuzworträtsel	3 673
Kópé Évszakok	Kreuzworträtsel	19 789
Ügyes 5 Perc	Kreuzworträtsel	6 151
Kiskegyed Rejtvény	Kreuzworträtsel	5 803
Kiskegyed Rejtvény Extra	Kreuzworträtsel	10 857
Ügyes Skandi	Kreuzworträtsel	10 347
Kiskegyed Skandi	Kreuzworträtsel	2 905
Rejtvény Terefere Extra	Kreuzworträtsel	16 249
Ügyes évszakok	Kreuzworträtsel	32 294
Ügyes Különszám	Kreuzworträtsel	18 890
Rejtvénytár	Kreuzworträtsel	15 573

**Websites**

kiskegyed.hu  
glamouronline.hu  
blikk.hu

**Mobile Apps**

glamouronline.hu  
kiskegyed.hu  
blikk.hu

Rumänien	Print-Medien	Verbreitete Auflage 2015
Auto Bild	Automagazin	6 708
Avantaje	Frauenzeitschrift	10 063
Elle	Modezeitschrift	10 846
Elle Decoration	Dekorationsmagazin	4 222
Glamour	Frauenzeitschrift	7 960
Întâmplări adevărate	Frauenzeitschrift	13 581
Libertatea	Tageszeitung	62 196
Libertatea de duminica	Sonntagszeitung	35 236
Libertatea pentru femei	Frauenzeitschrift	45 908
Libertatea pentru femei Rețete	Kochmagazin Beilage	24 213
Libertatea pentru femei Rețete de colecție	Kochzeitschrift	23 085
Libertatea Weekend	TV-Programmbeilage	92 074
Lucru de mână	Handwerkermagazin	12 213
Povestea mea	Illustrierte	12 680
Povesti de viata	Frauenzeitschrift	10 406
Psychologies	Illustrierte	8 773
Super Bravo Girl	Jugendzeitschrift	12 557
Unica	Frauenzeitschrift	9 099
Viva!	Frauenzeitschrift	9 525

**Websites**

[auto-bild.ro](http://auto-bild.ro)  
[avantaje.ro](http://avantaje.ro)  
[bravonet.ro](http://bravonet.ro)  
[elle.ro](http://elle.ro)  
[glamour.ro](http://glamour.ro)  
[libertatea.ro](http://libertatea.ro)  
[libertateapenturfemei.ro](http://libertateapenturfemei.ro)  
[psychologies.ro](http://psychologies.ro)  
[reteteppractice.ro](http://reteteppractice.ro)  
[unica.ro](http://unica.ro)  
[viva.ro](http://viva.ro)  
[ejobs.ro](http://ejobs.ro)

**Mobile Apps**

Elle  
 eJobs

**Events**

ELLE Style Awards  
 ELLE fit club  
 ELLE Decoration  
 UNICA Summer Bike  
 Fiesta  
 UNICA Creative  
 Workshops  
 VIVA! Garden Party  
 VIVA! Charity Gala  
 GLAMOUR Street  
 Fashion Show  
 GLAMOUR Beauty  
 Awards  
 AVANTAJE The Woman  
 of The Year Gala  
 AUTO BILD Best Driver  
 Contest

---

**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.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

**Ringier Print Adligenswil AG**

Ebikonstrasse 75  
CH-6043 Adligenswil  
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

**Ringier Digital Ventures AG**

Dufourstrasse 105  
CH-8008 Zürich  
Telefon +41 79 935 68 82  
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

**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 4-6  
CH-8037 Zürich  
Telefon +41 848 50 05 01  
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

**JobCloud AG**

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

**JobCloud SA**

Rue des Alpes 15  
Postfach 1730  
CH-1211 Genf 1  
Telefon +41 22 707 14 00  
client@jobcloud.ch  
www.jobcloud.ch

**Energy Schweiz AG****Energy Media AG**

Dufourstrasse 23  
CH-8008 Zürich  
Telefon +41 44 250 90 90  
energy@energy.ch  
www.energy.ch

**Energy Basel AG**

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

**Energy Bern AG**

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

**Energy Zürich AG**

Dufourstrasse 23  
 CH-8008 Zürich  
 Telefon +41 44 250 90 00  
 energy@energy.ch  
 www.energy.ch

**InfrontRingier Sports & Entertainment Switzerland AG**

Grafenauweg 2  
 Postfach  
 CH-6302 Zug  
 Telefon +41 58 733 31 31  
 Telefax +41 58 733 31 32  
 info@infrontringier.ch  
 www.infrontringier.ch

**JRP|Ringier 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**

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**

Eberswalder Strasse 6-9  
 DE-10437 Berlin  
 info@geschenkidee.de  
 Telefon +49 30 31 98 64 10

**Ringier Publishing GmbH**

Schöneberger Strasse 15  
 DE-10963 Berlin  
 Telefon +49 30 981 941 100  
 Telefax +49 30 981 941 199  
 info@cicero.de  
 www.cicero.de

**Juno Kunstverlag GmbH**

Schöneberger Strasse 15  
 DE-10963 Berlin  
 Telefon +49 30 981 941 100  
 Telefax +49 30 981 941 199  
 verlag@monopol-magazin.de  
 www.monopol-magazin.de

**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 SA  
 ul. Pilotów 10  
 PL-31-462 Krakau  
 Telefon +48 12 277 40 00  
 Telefax +48 12 277 49 99  
 www.onet.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 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

**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

**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

**SLOWAKEI****Ringier Axel Springer**

Slovakia, a.s.  
Prievozska 14  
SK-821 09 Bratislava  
Telefon +421 2 582 27 111  
www.ringieraxelspringer.sk

**Azet.sk, a.s.**

Murgašova 2/243  
SK-010 01 Žilina  
Telefon +421 41 32 10 133  
www.azet.sk

**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.blikk.hu

**AS-Nyomda Kft.**

Mindszenti krt. 63.  
HU-6000 Kecskemét  
Telefon +36-76 481-401  
www.ringieraxelspringer.hu

**ASIEN****Ringier China**

Room 303–305  
Shou Dong International Tower  
Building 5 Guangqu Jiayuan  
Dongcheng District Beijing  
China, 100022  
Telefon +8610 5637 2688  
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

**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 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

**Ringier Vietnam Co. Ltd.**

(tramanh@ringier.com.vn)  
Head office  
Copac Building  
12 Ton Dan Street,  
Ward 13, District 4, HCMC  
info@ringier.vn  
www.ringier.vn

**Ringier Vietnam Co. Ltd.**

Hanoi office  
Song Hong Land Building  
165 Thai Ha, Lang Ha Ward,  
Dong Da District, Hanoi

**AFRIKA****Ringier Kenya Ltd.**

P.O. Box 40034,  
Saachi Plaza, Block A,  
Office Suite A8,  
00100 Nairobi,  
Kenya  
Telefon +254 0730177000  
info@ringier.co.ke  
www.ringier.co.ke

**Ringier Ghana Ltd.**

P. O. Box CT 9364,  
74 Boundary Road,  
East Legon,  
Accra,  
Ghana  
Telefon +233 284003100  
info@ringier.com.gh  
www.ringier.com.gh

**Ringier Sénégal S.A.**

BP 45940,  
Sacré Coeur 3,  
Villa 9343 - VDN,  
Nafa VDN,  
Dakar,  
Senegal  
Telefon +221 338278303  
contact@expat-dakar.com  
www.ringier.sn

**Ringier Media Nigeria Ltd.**

3, Iweanya Ugbogoh Street,  
Lekki Phase 1,  
Off Durosimi-Etti Drive,  
Lagos,  
Nigeria  
Telefon +234 12951053  
info@ringier.ng  
www.ringier.ng

**Ringier Tanzania/  
EverythingDAR.com Ltd.**

P.O. Box 110289,  
11 Tunisia Rd.  
Kinondoni,  
Dar es Salaam,  
Tanzania  
Telefon +255 768982800  
[http://www.zoomtanzania.com/  
contact-us](http://www.zoomtanzania.com/contact-us)  
www.ringier.co.tz

**WESENTLICHE BETEILIGUNGEN**

Beteiligungshöhe konsolidiert, Stand 31.12.2015

**EUROPA****Schweiz**

Ringier AG, Zofingen	100 %
DeinDeal AG, Zürich	100 %
Geschenkidee.ch GmbH, Zürich	100 %
MSF Moon and Stars Festivals SA, Locarno	100 %
Ringier Africa AG, Zofingen	100 %
Ringier Digital AG, Flamatt	100 %
Ringier Digital Ventures AG, Zürich	100 %
Ringier Print Adligenswil AG, Adligenswil	100 %
Le Temps SA, Genf	92 %
JRP Ringier Kunstverlag AG, Zürich	80 %
Swissprinters AG, Zofingen	70 %
Energy Schweiz Holding AG, Zürich	65 %
My Store SA, Meyrin	60 %
cash zweiplus ag, Zürich	50 %
Infront Ringier Sports & Entertainment Switzerland AG, Zug	50 %
JobCloud AG, Zürich	50 %
Ringier Axel Springer Media AG, Zürich	50 %
Scout24 Schweiz AG, Flamatt	50 %
The Classical Company AG, Zürich	50 %
Ticketcorner AG, Rümliang	50 %
2R Media SA, Locarno	45 %
Sat.1 Schweiz AG, Küsnacht	40 %

**Deutschland**

Ringier Publishing GmbH, Berlin	100 %
Juno Kunstverlag GmbH, Berlin	100 %
Geschenkidee D&A GmbH, Berlin	50 %

**Frankreich**

Ringier France SA, Paris	100 %
--------------------------	-------

**Rumänien**

S.C. Ringier Romania s.r.l., Bukarest	100 %
Ejobs Group S.A., Bukarest	100 %
S.C. Editura Bauer Ringier s.r.l., Bukarest	50 %

**Slowakei**

Ringier Axel Springer Slovakia a.s., Bratislava	50 %
Azet.sk a.s., Zilina	40 %

**Serbien**

Ringier Axel Springer d.o.o., Belgrad	50 %
APM Print d.o.o., Belgrad	50 %

**Ungarn**

Blick Kft., Budapest	50 %
Profession.hu Kft., Budapest	50 %
Ringier Axel Springer Magyarországi Kft., Budapest	49 %
AS-Nyomda Nyomdaipari Kft., Ketschkemet	49 %

**Polen**

Ringier Axel Springer Polska Sp. z.o.o., Warschau	50 %
Media Impact Polska Sp. z.o.o.	44 %
Grupa Onet.pl SA, Krakau	38 %
DreamLab Onet.pl sp. z.o.o., Krakau	38 %
Onet Marketing Sp z.o.o., Krakau	38 %
Opineo Sp. z.o.o., Breslau	38 %
Skapiec.pl Sp. z.o.o., Breslau	38 %

**AFRIKA****Ghana**

Ringier Ghana Ltd., Accra 100%

**Kenia**

Ringier Kenya Ltd., Nairobi 100%

**Nigeria**

Ringier Media Nigeria Ltd., Lagos 100%

**Senegal**

Ringier Sénégal SA, Dakar 51%

**Tansania**

EverythingDar.com Ltd., Dar es Salaam 51%

**ASIEN****Hongkong**

Ringier Pacific Ltd., Hong Kong 100%

Asia Inflight Ltd., Hong Kong 100%

**China**

Ringier China Co. Ltd., Shanghai 100%

**Vietnam**

Ringier Vietnam Co. Ltd., Ho Chi Minh City 98%

Nhat Viet Group Co. Ltd., Ho Chi Minh City 50%

**Myanmar**

Information Matrix Co. Ltd., Yangon 40%



## DIE KÜNSTLERIN HELEN MARTEN

Für ihre Arbeiten wählt die britische Künstlerin Helen Marten (geboren 1985) alltägliche Werkstoffe aus dem «Warenhaus» der Gegenwart – beispielsweise Metall, Pressspanholz, Türgriffe, Wasserflaschen, Mobiltelefone oder Teigwaren – und verdreht die ihnen zugeordneten Rollen. Dabei interessiert sie sich für die den Materialien innewohnenden Charakteristika, die beim Betrachter und bei der Betrachterin unwillkürlich Assoziationen hervorrufen und eine Geschichte erzählen, und geht mit ihrer gezielten Wahl der Werkstoffe der Frage nach, welche Erwartungen an sie gehegt werden. Wie kann es sein, dass Stein und Metall auf einmal humorvolle Leichtigkeit oder schüchterne Schwäche ausstrahlen?

Ungezwungen hantiert Helen Marten in ihren Skulpturen, Videos und Installationen mit Realitätscodes, Bildsprachen und deren Überspitzung, sodass herkömmlich bescheidenen und oftmals übersehenen Gegenständen eine neue Symbolik verliehen wird. Traditionelle Formen und materielle Grenzen werden gesprengt und unterschiedliche Elemente zueinander in Beziehung gesetzt sowie mit unzähligen Details, literarischen und kunsthistorischen Verweisen ergänzt.

Die Künstlerin destabilisiert die Erwartungen der Betrachter und Betrachterinnen und fordert diese auf, den vertrauten Materialien, symbolischen Formen und den ihnen zugeschriebenen Bedeutungen, in ihren poetischen Organisationen – man könnte auch «Bilderrätsel einer anderen Grammatik» sagen – einen neuen Sinn zu geben.

Für den Geschäftsbericht 2015 der Ringier AG hat Helen Marten die Wurst ins Zentrum gerückt. Um Einblick in die Herstellung zu erhalten, besuchte sie die zwei Schweizer Metzgereien Angst und Jenzer. Dabei hat die Künstlerin zwischen den industriellen Prozessen der Wurstproduktion und denjenigen eines Medienunternehmens Ähnlichkeiten dahingehend erkannt, wie Materialien und Informationen kontrolliert und verteilt werden. So wird das Machen einer Wurst – die Bearbeitung des Fleisches, die Mischung der Ingredienzen, die Würzung, die Vorbereitung der Därme und deren Abfüllung bis hin zur Präsentation in der Ladentheke – zu einer Metapher dafür, wie im Verlagswesen Inhalt kreiert wird, indem er über verschiedene Kontexte gesammelt und wieder verbreitet wird. Mag die visuelle Form der Wurst auch uniform erscheinen, ihr Inhalt ist mannigfaltig, ebenso wie der Output eines internationalen Medienunternehmens.

Das Künstlerbuch, das im Geschäftsbericht enthalten ist, greift eine ähnliche Materialität auf, wie sie in der Wurstproduktion anzutreffen ist: Sei es der Mull, der sich um das Fleisch legt, oder das Einschlagpapier, in das der Metzger die Wurstware verpackt. Neben diesen direkten Referenzen finden sich zahlreiche Verweise auf den Sinn und die Spielarten der Transformation von Materialien. Die Künstlerin kombiniert in ihrem Kunstbuch Fotografien von ihren Metzgereibesuchen, die die Wurstproduktion ästhetisch überzeichnen, farblich in Extreme getrieben und abstrahiert von leicht zu fassenden Lesarten und vorschnellen Konnotationen sind. Zusammen mit einem von Helen Marten speziell für das Künstlerbuch verfassten Text und einem Paar Wurstsocken, die sie dem Bericht beigelegt hat, verstricken sich die Bilder in Sprachspiele, die unsere Imagination über das Gebräuchliche und den Gebrauch hinaus anregen.

*Beatrix Ruf*

*Beatrix Ruf ist Direktorin des Stedelijk Museum Amsterdam und Kuratorin der Sammlung Ringier*

## EPILOG

Ein hässliches Wort geistert durch die Welt des politischen Journalismus: das Schlagwort von der «Lügenpresse». Im 19. Jahrhundert diente es den Katholiken gegen revolutionäre liberale Zeitungen, im Ersten Weltkrieg dem deutschen Kaiserreich gegen die Feindstaaten und in der Nazizeit der Hetze gegen das «Weltjudentum», das angeblich die internationalen Medien beherrsche.

«Lügenpresse» – ein verrufenes Wort. Wer ruft es heute?

In Deutschland benutzen zwei neue Bewegungen das Wort für Propaganda und Polemik: «Pegida», eine sehr rechte Demonstranten-Organisation, und die «Alternative für Deutschland», AfD, eine rechtspopulistische Partei.

Ist ihr Vorwurf, eine «Lügenpresse» manipulierte die politische Debatte, schon deshalb irrelevant, weil sich seine Urheber durch rechte Randständigkeit ohnehin disqualifizieren? Wer so schlicht argumentiert, bestätigt eher, was er bestreitet. Die Medien – die Journalisten – müssen sich mit dem Begriff «Lügenpresse» selbstkritisch auseinandersetzen: Ist etwas dran, oder ist nichts dran?

Es ist etwas dran. Die Debatte um Angela Merkels autoritär verordnete Flüchtlingspolitik hat es gezeigt: indem die Debatte von den Medien monatelang unterdrückt, weggedrückt und manipuliert wurde.

Die sogenannte «Willkommenskultur» für Hunderttausende nach Deutschland drängende Asylanten und Migranten provozierte unter den Journalisten eine Welle der Begeisterung für das menschliche, das hingebungsvolle, das neue, gute Deutschland. Bundespräsident Joachim Gauck teilte die Republik ein in ein helles, den Ankömmlingen applaudierend Blumen, Teddybären und Pralinen entgegenstreckendes Deutschland, und in ein «Dunkeldeutschland», das eben diesen Ankömmlingen skeptisch, ablehnend oder gar hasserfüllt begegnet.

Die Medien – die Journalisten – schlugen sich bis auf wenige Ausnahmen auf die Seite des «hellen» Deutschland, sie gaben sich ganz und gar dem Guten hin. Wer aber das Gute auf seiner Seite weiss, wer das Gute geradezu gepachtet hat: Ist der dem journalistischen Beruf noch gewachsen?

Klaus Brinkbäumer, Chefredaktor des «Spiegel», räumte vor kurzem ein, Journalisten hätten bisweilen einen «zu elitären Blick auf die Wirklichkeit». Das ist für den Redaktionsleiter des bedeutendsten europäischen Nachrichtenmagazins ein spektakuläres Geständnis. Und seine Aussage trifft zu, weit über die Grenzen des deutschen Sprachraums hinaus: Journalismus ist zu einem Teil der schaltenden und waltenden Elite geworden.

Die Demokratie wurzelt in den drei Gewalten Legislative, Exekutive und Judikative. Gibt es eine «vierte Gewalt» – die Medien?

Journalisten nehmen diesen Begriff gerne und selbstbewusst für sich in Anspruch, verwenden ihn als Berufsbezeichnung und sehen sich befugt, Politik, Wirtschaft, Kultur, neuerdings auch den Sport zu observieren, also über die ganze Gesellschaft zu wachen – fürwahr ein elitärer Anspruch. Vor allem ein völlig unzulässiger.

Die Medien sind erstens keine vierte Gewalt im Staat, da sich die drei wirklichen Staatsgewalten demokratisch legitimieren: durch Einbindung in demokratische Prozesse und präzise festgelegte Pflichten. Die Medien dagegen sind frei. Niemand wählt sie, niemand darf ihnen Aufträge erteilen.

Zweitens sind die Medien keine Gewalt: Sie können weder anordnen noch bestrafen.

Und drittens ist es für demokratische Medien entscheidend, dass sie ihrer Arbeit unabhängig vom Staat nachgehen können, eingeordnet in die Rechtsordnung, aber ungebunden in Auftrag, Interesse und Haltung.

Viertens wäre festzuhalten: Schon der Begriff «Gewalt» darf im Selbstverständnis und in der Arbeit von Journalisten keine Rolle spielen.

Woher aber kommt nun die Abgehobenheit so vieler Medien?

Erstens: Die Gesellschaft spiegelt sich nicht mehr in den Lebensläufen der Medienarbeiter. Die Sozialisation von Journalisten erfolgt mehr und mehr nach dem Muster: Noten bekommen, also Studium, bis 30, dann Noten geben, also zensieren und rezensieren, bis 60.

Zweitens: Die Nähe zu Politik und Wirtschaft, zu den Mächtigen der Gesellschaft, wirkt auf Journalisten wie ein Aphrodisiakum. Dazugehören ist alles.

Drittens: Schwarmmentalität ist stilbildend. Den Kollegen gefallen und keinesfalls missfallen zu wollen, schlägt sich im jeweils gerade angesagten Denken und Schreiben nieder – unmerklich für die Journalisten, sehr merklich für den Medienkonsumenten.

Alle Welt diskutiert aufgeregt über die Schere zwischen Arm und Reich. Kaum jemand diskutiert über die Schere zwischen denen, die etwas zu sagen haben, weil sie es auch sagen können, und denen, die nichts zu sagen haben, weil ihnen der Zugang zu den klassischen Medien fehlt. Und die deshalb ihren Zorn durch Shitstorms im Netz loswerden müssen.

Wenn die Medien aber keine vierte Gewalt sind und keine Kontrollinstanz, was sind sie dann?

Sie sind eine Institution des Fragens. Journalisten haben die Aufgabe, ihrem Publikum Wissen zu liefern und Verstehen zu ermöglichen. Eine noble Aufgabe. Eine der nobelsten, die eine offene Gesellschaft zu vergeben hat: Die Journalistinnen und Journalisten stellen die Fragen, die Bürgerinnen und Bürger in die Lage versetzen, ihrerseits Fragen zu stellen – denn nur sie sind in der Demokratie die legitimierte letzte Kontrollinstanz.

Ja, der Beruf des Journalisten bedarf der demokratischen Demut. Zu dieser Demut gehört, dass wir uns Fragen gefallen lassen und uns selber fragen, nach welchen Kriterien wir unser Tun und Lassen gestalten. Zentrales Element dieser Demut ist die Kritik an uns selbst.

Es gibt in der deutschsprachigen Medienwelt zahllose Preise für Journalisten, die sich kritisch mit Politik und Wirtschaft und Kultur und Gesellschaft auseinandersetzen. Ein Preis für Journalismus, der sich kritisch mit Journalismus auseinandersetzt, fehlt bis jetzt.

Die Flüchtlingsproblematik hat ein Unbehagen aufgedeckt, das viele – allzu viele – Bürgerinnen und Bürger längst spürten: dass die Medien eine in der Demokratie nicht vorgesehene eigene Macht bilden, die Macht einer informierten und informierenden Kaste. Diese mediale Selbstermächtigung ist Ausdruck einer neuen Wirklichkeit, in der alles Medium ist.

Die totale Vernetzung durch den totalen Digitalismus birgt eine bisher kaum thematisierte Gefahr für die demokratische Gesellschaft: Von der totalen Vernetzung bis zur totalitären Vernetzung ist es nur ein Schritt.



# IMPRESSUM

**Herausgeberin:** Ringier AG, Corporate Communications.

**Verantwortlich:** Edi Estermann, Leiter Konzernkommunikation.

**Gesamtleitung:** Bernhard Weissberg, Weissberg Consulting, Zürich.

**Künstlerin:** Helen Marten, London.

**Konzeptumsetzung:** John Morgan studio, London.

**Fotografie:** Annik Wetter.

**Kuratorische Beratung:** Beatrix Ruf, Direktorin Stedelijk Museum Amsterdam.

**Technische Koordination Kunst:** Lionel Bovier, Rahel Blättler, JRP|Ringier Kunstverlag, Zürich.

**Redaktionelle Mitarbeit:** Bettina Bono, Elisabeth Ehram, Diane Illi, Renée Oostdam.

**Layout:** Zuni Halpern.

**Lektorat:** Ringier AG, Redaktions-Services, Zürich.

**Übersetzung:** Nicholas MacCabe, Zürich (Englisch); Chloé Varrin, Versoix (Französisch).

**Materialbeschaffung, Produktion- und Druck-Koordination:**

Michael Passen, Leitung Produktion Services Ringier, Zürich.

**Papier:** Mappe: Lessebo 1.3 Rough Ivory, 150 g/m<sup>2</sup>, Überzug Mappe und Inlay: Ideal Dauerfrisch, gebleicht, weiss, 55 g/m<sup>2</sup>. Inhaltblätter: Munken Print White 1.5, naturweiss, 200 g/m<sup>2</sup>, Imagine Gloss, glänzend gestrichen, 250 g/m<sup>2</sup>, Bildtafel: Novatech Gloss, glänzend gestrichen, 135 g/m<sup>2</sup>. Karton: Swiss Harmony Presspan B38, matt, hellbraun, 1 mm überzogen mit Heftgaze 357 ¼. Report: Aussenseiten: Novatech Gloss, glänzend gestrichen, 115 g/m<sup>2</sup>, Inhalt: Estrella, matt, pigmentiert, 100% Altpapier, 70 g/m<sup>2</sup>.

**Karton überziehen:** BUBU AG, 8617 Mönchaltorf.

**Därme:** HGH Kaliber 55 x 30 cm Tipo Felino genäht, Salamitec AG, Burg.

**Druck/Produktion:** Engelberger Druck AG, 6370 Stans.

**Box:** 800 g/m<sup>2</sup> Ecoboard, Furrer Kartonagen GmbH, 9602 Bazenheid.

**Konfektionierung, Versand:** Stiftung Weidli, 6370 Stans.

*Helen Marten dankt: Sadie Coles, Tom Eccles, Katalin Leso, John Morgan, Magali Reus, Christina Ruf, Adrien Vasquez und den Mitarbeitern der Metzgereien Angst und Jenzer, insbesondere Urs Angst, Jean-Luc Freund, Christoph Jenzer, Marcel Moser, J. Paramanatharajah, Hanspeter Sutter, Silvina Tavira.*

## Kontakt:

Ringier AG, Corporate Communications,

Dufourstrasse 23, 8008 Zürich, Schweiz

Telefon +41 44 259 64 44

info@ringier.ch

www.ringier.com

Zürich, März/April 2016





