

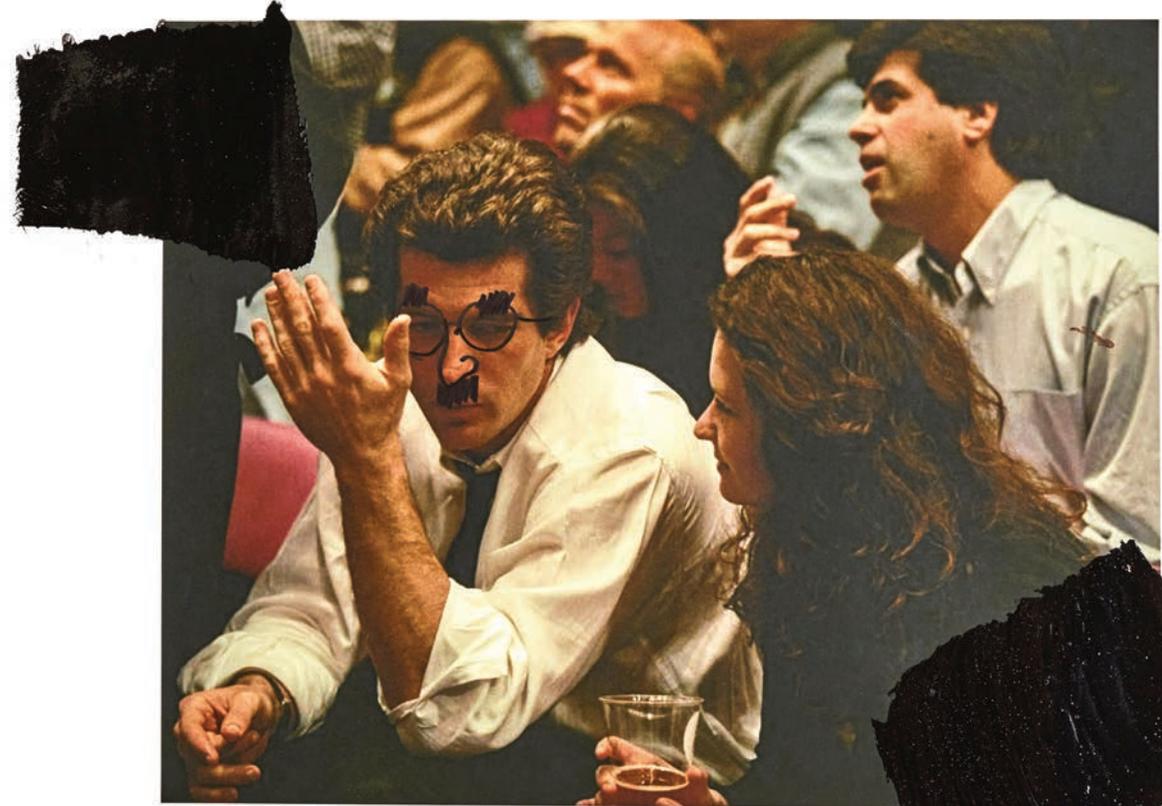


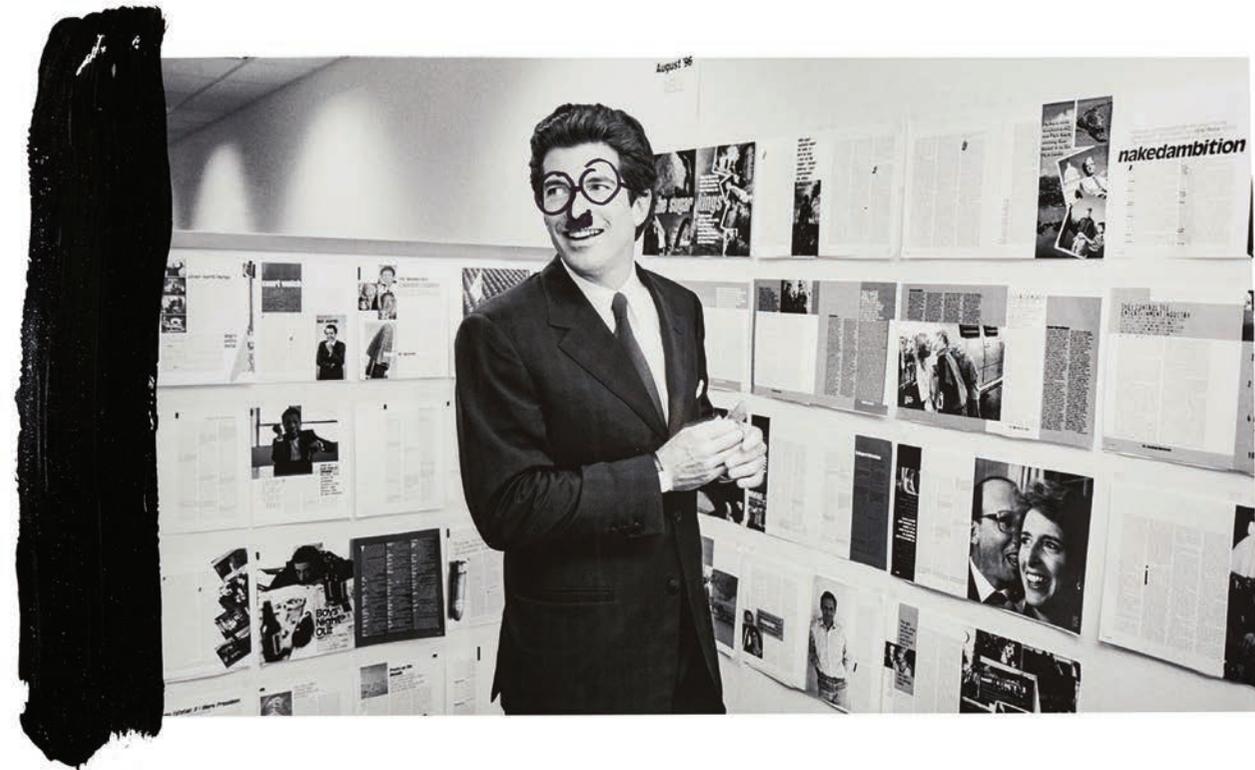


© Bettmann Archive

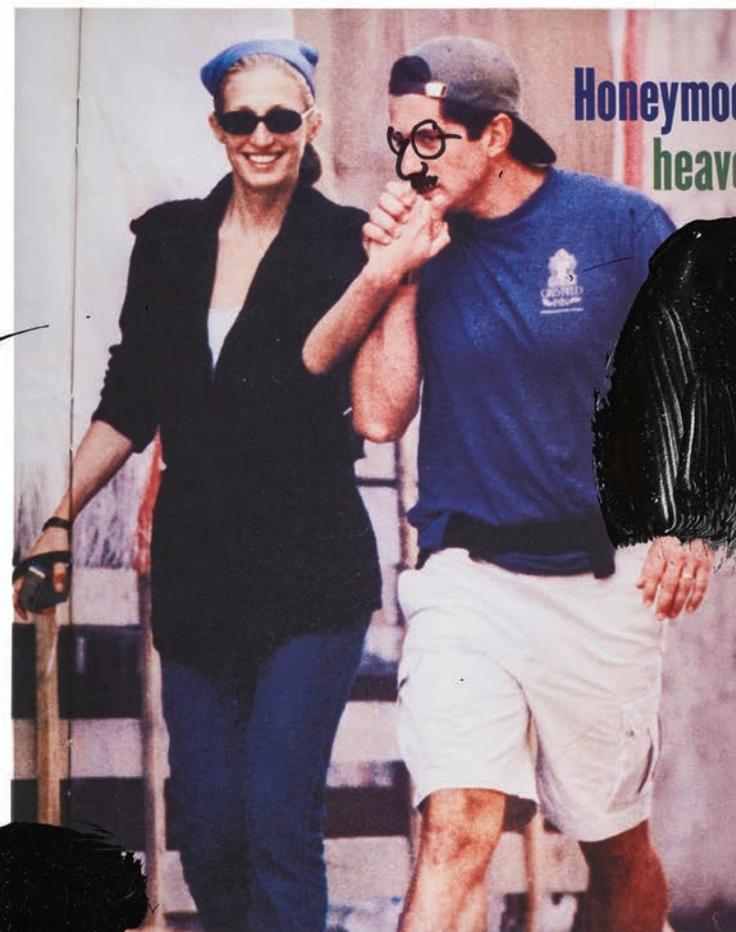


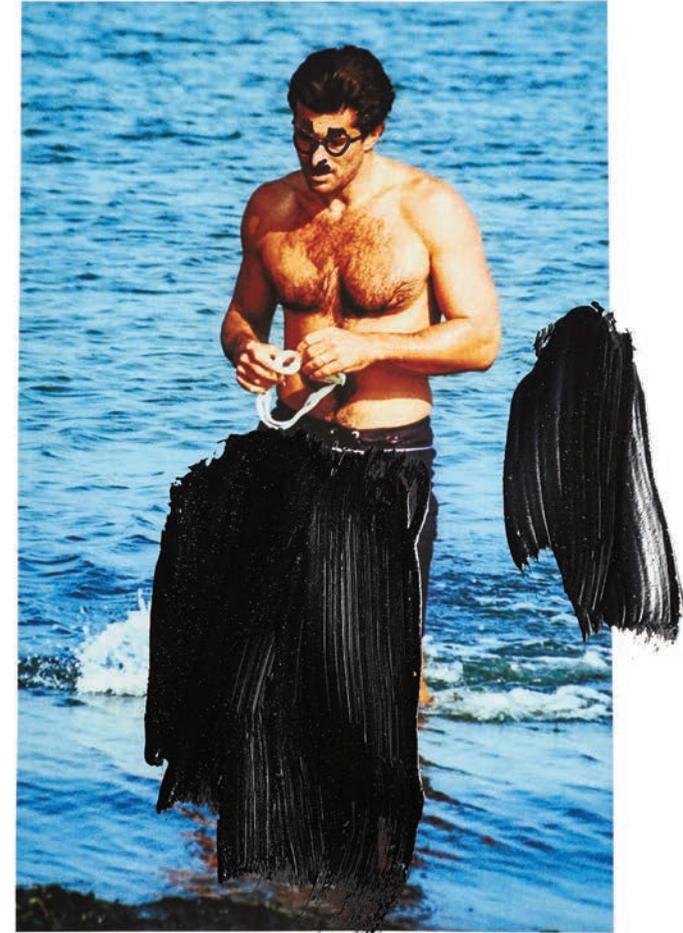
gettyimages
Ron Galletta







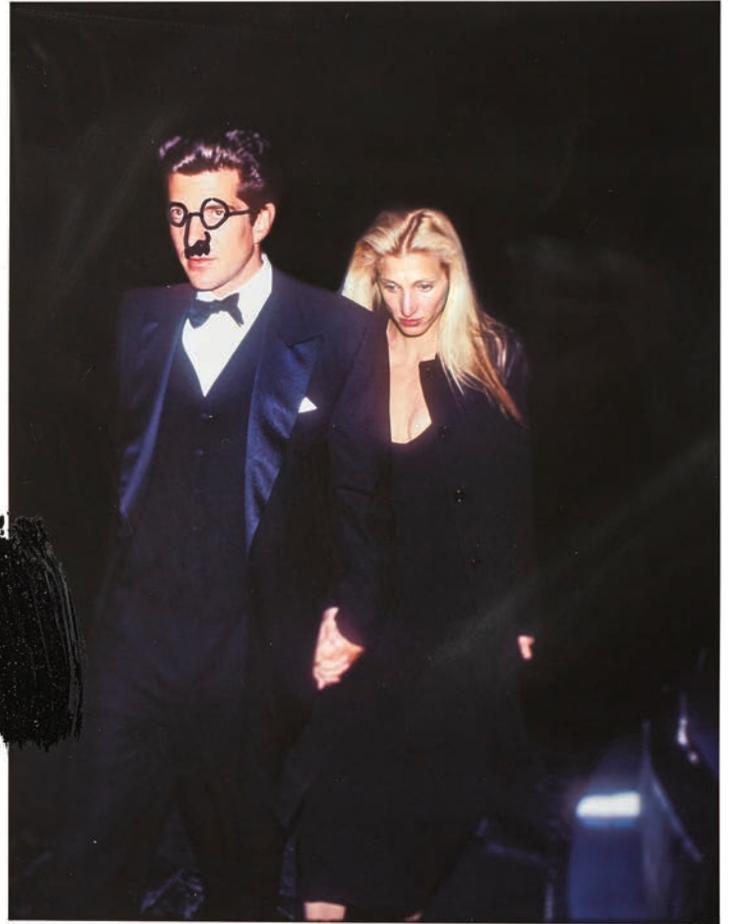




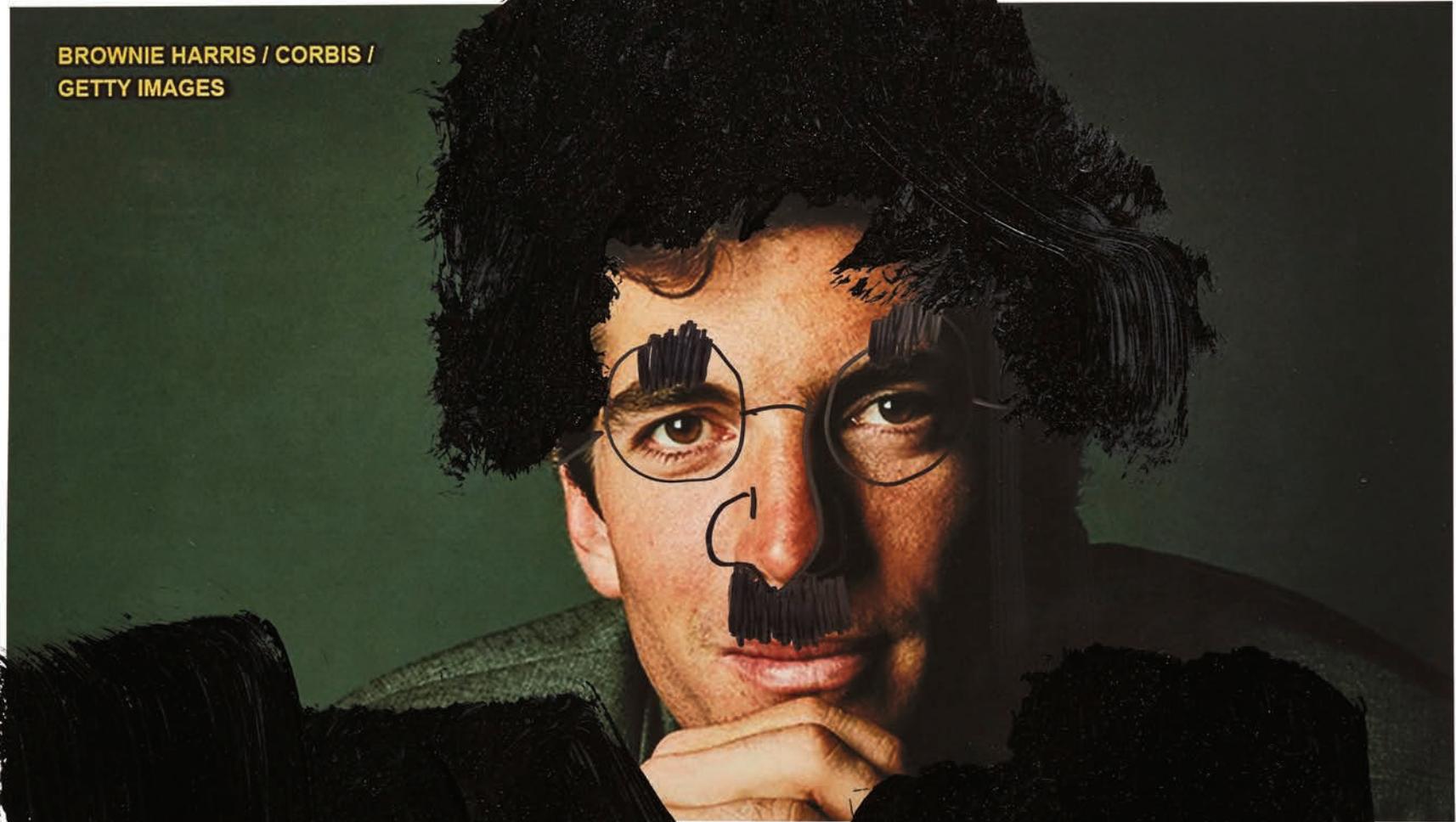












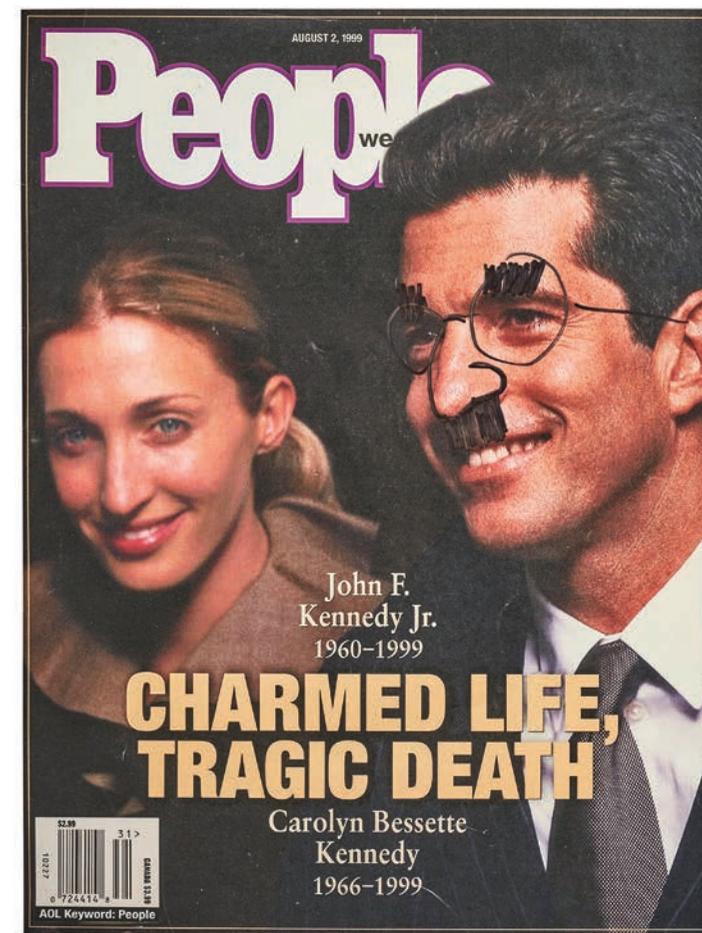
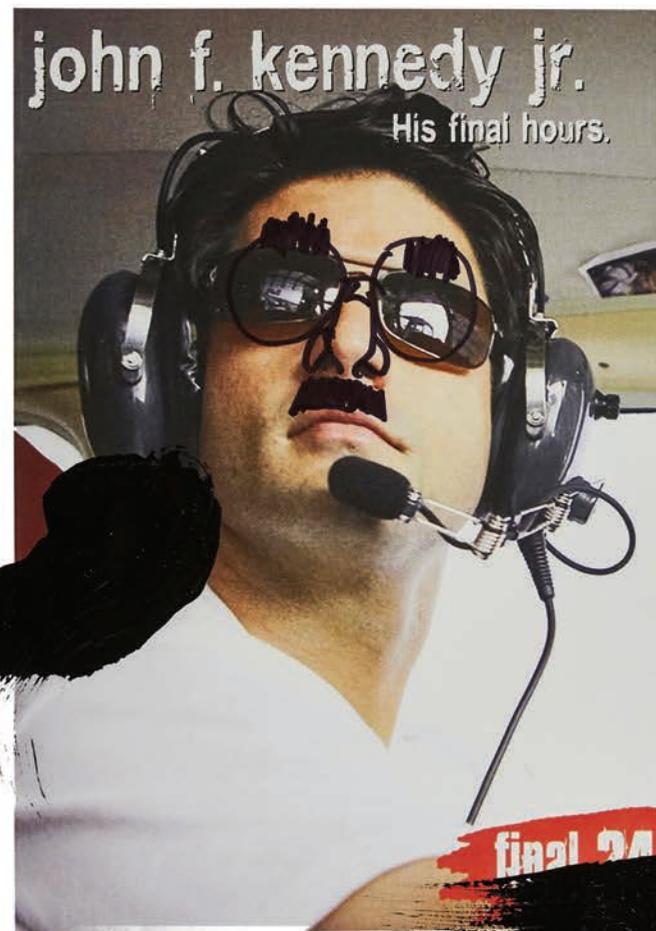




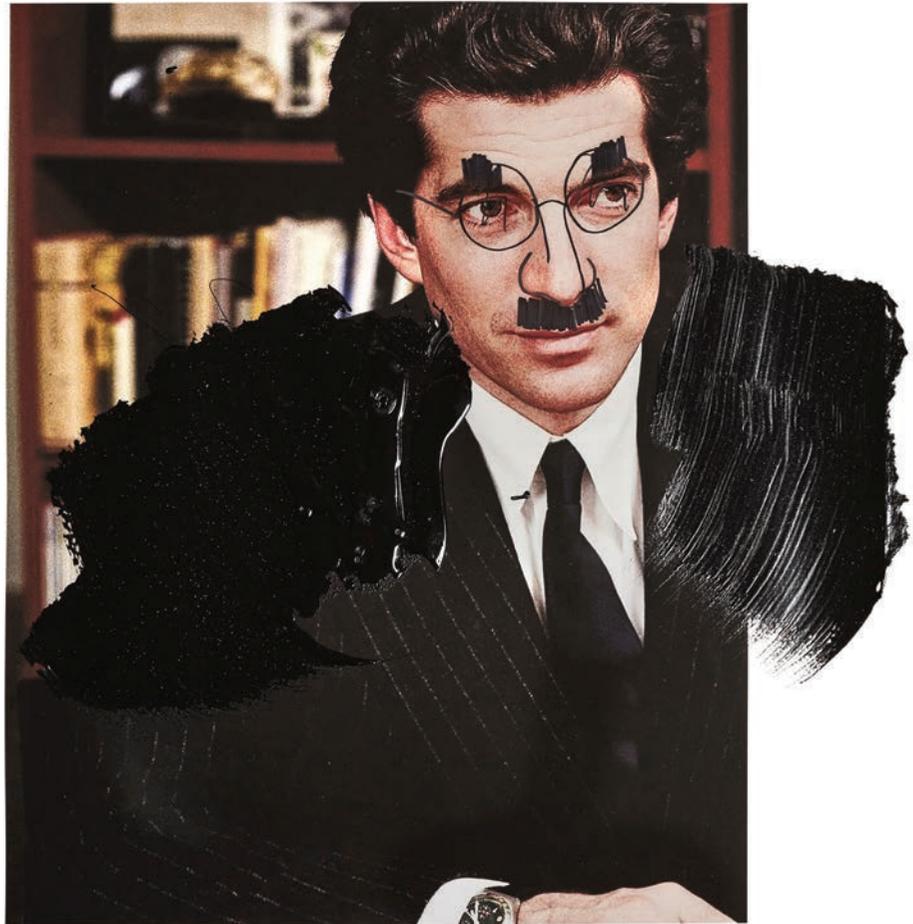
alamy stock photo

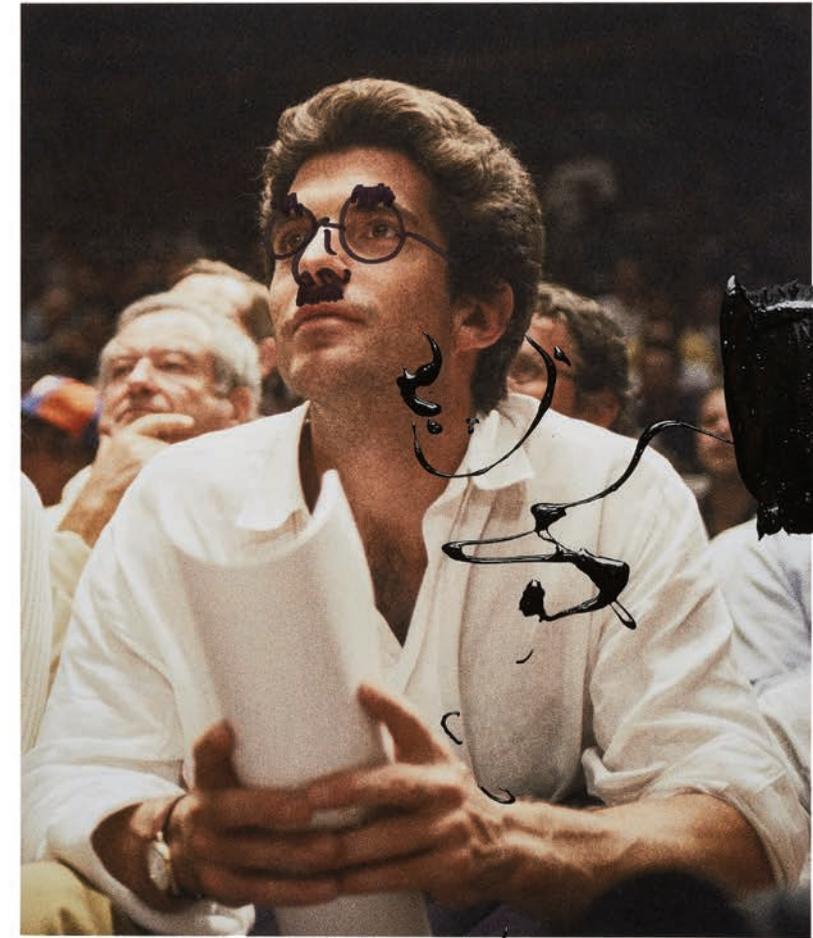
M28E22
www.alamy.com









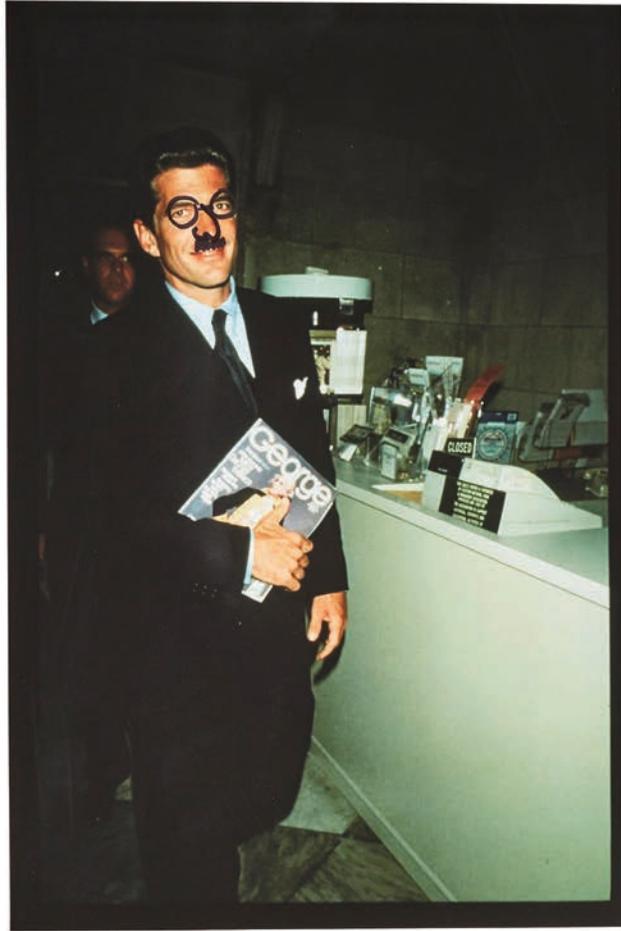


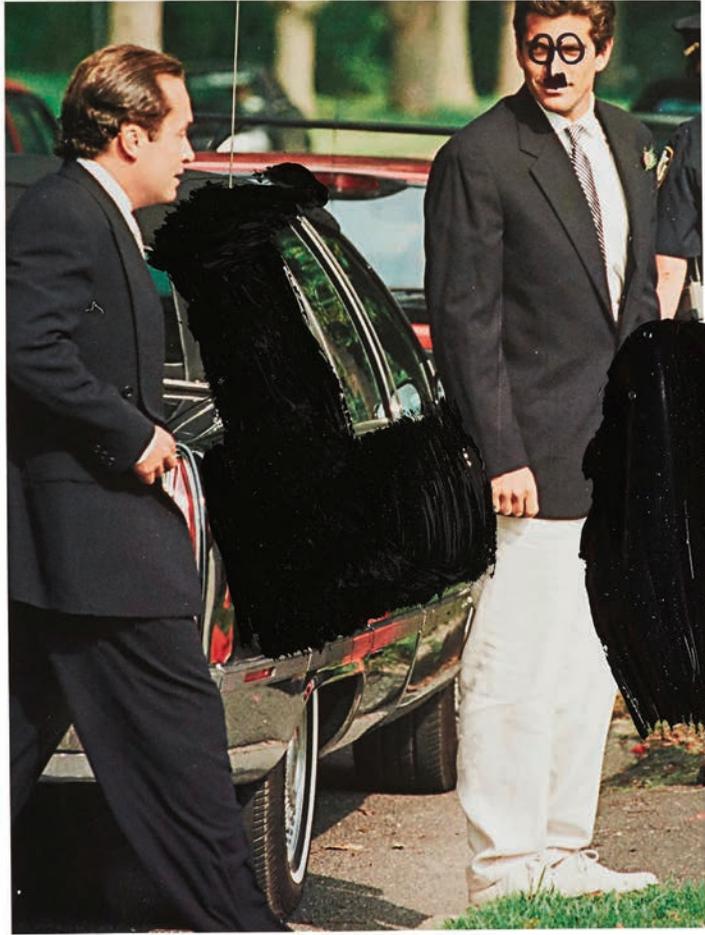














Vorwort

LIEBE LESERINNEN, LIEBE LESER

Sie halten den Geschäftsbericht 2019 der Ringier AG in Ihren Händen. Wie seit 1998 gestaltete auch dieses Jahr eine Persönlichkeit aus dem Kulturbereich das Werk. Jordan Wolfson ging dabei zurück in Zeit und Konzept. Der 39-Jährige US-Amerikaner ist bekannt für den Einsatz modernster Medien bei seinen Ausstellungen. Hier aber nahm er Rückgriff auf das klassische Buch, die Fotografie – und den Schwarzstift. Er verfremdet – zwanzig Jahre nach deren Tod bei einem Flugzeugabsturz – Bilder von John F. Kennedy Jr. und dessen Gattin Carolyn Bessette-Kennedy. Und schafft dabei eine erstaunliche Assoziation mit dem Komiker Groucho Marx, einem Star aus der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts.

Die Verbindung zwischen Wolfson und Wirtschaft, zwischen Kunst und Kommerz und von Familie und Familie erläutert gleich anschliessend Verleger Michael Ringier. CEO Marc Walder und CFO Annabella Bassler geben ab Seite 74 einen Überblick über den Geschäftsgang des Unternehmens im vergangenen Jahr. Mehr über den Künstler erfahren Sie ab Seite 152 von der Kunstexpertin Beatrix Ruf. Und alles über die einzelnen Tätigkeiten der Ringier Gesellschaften erläutern die Verantwortlichen auf den Seiten dazwischen, bevor Publizist Frank A. Meyer den Schlusspunkt setzt mit seinen Gedanken zur Lage des Journalismus im 21. Jahrhundert.

Viel Vergnügen wünscht Ihre Ringier AG

Inhalt

Prolog	70
Das Jahr 2019	74
Das Jahr in Zahlen	78
Key Financial Data	83
Ringier Media	90
Ringier Marketplaces	108
Data Protection	118
EqualVoice	120
Technology & Data	122
People & Culture	124
Portfolios	126
Wesentliche Beteiligungen	148
Der Künstler Jordan Wolfson	152
Epilog	156
Impressum	162

Michael Ringier, Verleger

PROLOG

Kaum ein Werk eines Künstlers hat mich jemals so beeindruckt – oder schon eher erschüttert oder betroffen gemacht – wie «Female Figure» von Jordan Wolfson, der diesen Jahresbericht gestaltet hat. Nur zu zweit durfte man 2014 in Basel den grossen Raum betreten, wo eine Art Homunkulus-Gogo-girl mit blonder Perücke, sehr knappem Dress und weissen Stiefeln an einer Stange tanzte. Bloss einige sichtbare Rädchen an den Gelenken verrieten, dass hier ein High-Tech Roboter tanzt, die lasziven Bewegungen waren nahe an der Perfektion. Und egal wo man sich hinstellte, wurde man von der Stangentänzerin unentwegt beobachtet – ein äusserst unangenehmer und bedrückender Vorgang. Ihre Gesichts-Software war unter einer Hexenmaske versteckt und die ganze Inszenierung wirkte als schauerliche technologische Vision – die allerdings heute von der Realität bereits überholt worden ist. Künstler sind zwar auch keine Propheten, aber oft so etwas wie kulturelle Seismographen.

Für seinen Jahresbericht bedient sich Jordan Wolfson Bilder von John F. Kennedy Jr., der einer Familie angehört hat, deren Geschichte von tragischen Vorfällen geprägt ist und die immer unter grosser öffentlicher Beobachtung gestanden und diese oft auch gesucht hat. Unsere Familie ist so ziemlich das Gegenteil davon. Auch wenn uns der allzu frühe Tod unserer Schwester,

Tante und Mitaktionärin Annette Anfang dieses Jahres sehr getroffen hat. Die Ringiers haben immer versucht, anstehende Probleme innerhalb der Familie diskret und langfristig zu lösen. Deshalb hatte unsere kinderlose Schwester die Weitergabe ihres Aktienanteils an die anderen Familienmitglieder schon vor Jahrzehnten festgelegt.

So fanden auch 2019 die wegweisenden und spannenden Diskussionen zwischen Management und Familie wie immer hinter den Kulissen statt. Die Entscheidung, das Aktionariat mit der Mobiliar Versicherung für einen langfristig orientierten Partner zu öffnen, ist für die Familie eine historische. Die Digitalisierung disruptiert nicht bloss ein Unternehmen, sie stellt eine Firma wie unsere auch in ein völlig anderes Umfeld. Aus einer meistens lokalen oder nationalen Umgebung mit einem langfristig etablierten Geschäftsmodell sind wir in eine sich ständig verändernde Welt mit globalen Playern katapultiert worden. Für Familienaktionäre, deren gesamtes Kapital im Unternehmen hängt, bedeutet das ein komplett anderes Risikoprofil.

Auch wenn der Grossteil des neuen Kapitals wieder in das Unternehmen fliesst, hängt das finanzielle Schicksal der Familie nicht mehr bloss an einem einzigen Faden. Dass der Verwaltungsrat von Ringier uns ausdrücklich zu so einem Schritt ermuntert hat, macht

die Entscheidung für die Familie ohne Frage leichter und akzeptabler. Vor allem aber freut es uns, dass wir mit der Mobiliar Versicherung eine Partnerin gefunden haben, die sehr viel Verständnis für schweizerisches Denken und Handeln aufbringt – selbst wenn Teile der Aktivitäten weit weg von Zürich oder Bern sind. Durchhaltewillen, Pragmatismus, Aufrichtigkeit und konstante Neugier sind auch in einer globalisierten Welt schweizerische Tugenden, mit denen man überall punkten kann.

Marc Walder, CEO

DAS JAHR 2019

Die digitale Transformation eines Unternehmens basiert einerseits auf dem enormen Engagement der Mitarbeitenden und deren Bereitschaft, jeden Tag dazuzulernen.

Andererseits benötigt digitale Transformation grosse finanzielle Mittel. Mittel, um aus eigener Kraft weiter investieren zu können. Sei es in Eigenentwicklungen wie beispielsweise *Blick TV* oder *FinanceScout24*. Oder sei es in den Kauf von Firmen, um Wissen und Fähigkeiten dazuzugewinnen. Deshalb, zwei Beispiele, haben wir 2019 das grösste digitale Anwaltsnetzwerk *digitalCounsels* akquiriert – oder *Hypoguide* gekauft, als digitaler Hypotheken-Vergleich ein integraler strategischer Baustein von *FinanceScout24*.

Wie erfolgreich ein Unternehmen die digitale Transformation meistert, zeigt sich insbesondere an der Kennzahl des EBITDA-Digitalanteils. Sprich: Welcher Anteil des operativen Gewinns wird mit digitalen Geschäftsmodellen erwirtschaftet.

Meine Einschätzung: Ein Medienunternehmen, dessen digitaler Anteil am operativen Gewinn heute unter 50% liegt, ist in Lebensgefahr. Tönt hart. Ist aber wohl so.

Bei Ringier lag dieser Anteil im Jahr 2012 noch bei null %. Im soeben abgelaufenen Geschäftsjahr 2019 sind wir bei 72% angekommen. Wir konnten den digitalen Anteil am operativen Gewinn damit zum siebten Mal in Folge steigern.

Ebenfalls erneut steigern konnten wir das absolute EBITDA, nämlich auf CHF 114,1 Millionen. Dies entspricht der fünften Erhöhung in Folge.

Es wäre nun aber ein massiver Fehler, zu glauben, dass wir damit die digitale Transformation erfolgreich abgeschlossen hätten. Im Gegenteil: Wir befinden uns mittendrin.

Damit wir unsere Strategie konsequent weiterführen können, haben sich die Familie Ringier und der Verwaltungsrat der Ringier AG entschieden, das erfolgreiche Versicherungsunternehmen Mobiliar mit 25% an der Ringier Gruppe zu beteiligen. Damit vertiefen wir die bereits bestehende und erfolgreiche Partnerschaft rund

um die Scout24 Schweiz AG. Dies im Sinne einer langfristig angelegten Partnerschaft.

Der Fokus von Ringier bleibt derselbe: Wir werden weiterhin konsequent in unabhängigen Journalismus, digitale Marktplätze und Spitzen-Technologie investieren: - Journalismus, weil er Kern und auch Seele des Unternehmens Ringier ist. Vor allem werden wir in digitalen Journalismus investieren. Das heisst, beispielsweise, in Bewegtbild.

- Digitale Marktplätze, weil sie für Ringier diese fulminante digitale Transformation der letzten Jahre getrieben haben – und weil sie enormes Potential für zusätzliche, digitale Dienstleistungen bieten.

- Spitzen-Technologie, weil digitale Medien und digitale Marktplätze ohne State-of-the-art-Technologie wie ein schickes Auto ohne Motor sind.

Die Klammer über alledem sind unsere über 7000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in 19 Ländern. Sie sind es, die unseren Erfolg begründen.

Ringier zählt heute zu den am modernsten interpretierten Medienunternehmen in Europa. Weitsicht, eine grosse Portion unternehmerischer Mut, präzise Execution und Hartnäckigkeit haben uns dorthin gebracht.

Wenn es uns gelingt, in all diesen Bereichen nochmals besser zu werden, dann werden auch die kommenden Jahre für Ringier erfolgreich werden.

Anzahl Mitarbeitende

	<u>2018</u>	<u>2019</u>
Mitarbeitende nach Regionen	7 258	7 147
Schweiz	2 978	2 964
Osteuropa	3 359	3 366
Asien & Afrika	921	817

Annabella Bassler, CFO

DAS JAHR IN ZAHLEN

Die Ringier Gruppe hat sich über die letzten 10 Jahre zu einem internationalen «digital-first» Medienunternehmen entwickelt. Dies zeigt sich durch den im Branchenvergleich sehr hohen EBITDA-Digitalanteil von 72% in 2019 (+1 Prozentpunkt ggü. 2018). Das EBITDA der Ringier Gruppe erhöht sich auf CHF 114,1 Millionen (2018: CHF 113,0 Millionen). Der leicht geringere Umsatz der Ringier Gruppe (2019: CHF 984,8 Millionen vs. 2018: CHF 1004,2 Millionen) ergibt sich aus dem rückläufigen Werbemarkt und geringeren Druckerlösen, wobei die steigenden Digitalerlöse entgegenwirken. Durch den höheren Ergebnis-Beitrag des Segments Marketplaces sowie den steigenden Digitalisierungsgrad im traditionellen Media Business wächst die Profitabilität der Ringier Gruppe wie bereits in den vergangenen Jahren. Die EBITDA-Marge beträgt nun 11,6% (+0,3 Prozentpunkte ggü. Vorjahr).

Im Segment Media profitiert die Blick-Gruppe von der steigenden Online-Monetarisierung von *Blick.ch*. Auch das Joint Venture RASCH (Ringier Axel Springer Schweiz AG) hat seine digitalen Publishing-Aktivitäten durch mehrere Initiativen ausgebaut, wie dem neuen Konzept von *SI Online*. *Izzy* führt seinen Erfolgskurs als führender Social-Media-Brand in der Schweiz mit einer steigenden Anzahl Views fort. Das Wachstum bei der Energy-Gruppe basiert insbesondere aus dem

Eventsponsoring sowie aus der Monetarisierung neuer Angebote wie der Travel Site. In Osteuropa ergeben sich für das Joint Venture RASMAG (Ringier Axel Springer Media AG) neue Erlösströme durch Digitalwerbung, Content Commerce und Video Business. In Afrika tragen Skaleneffekte zu einer Steigerung der Marge bei Ringier Africa Digital Publishing (RADP) bei. Zusätzliche Erlösströme in Asien umfassen die Videoproduktion, Events und Listings sowie Programmatic Advertising.

Die Schweizer Marketplaces spielen eine tragende Rolle für das operative Ergebnis der Ringier Gruppe. Wachstum wird durch Bündelangebote, dynamische Preismodelle und neue Business-Opportunitäten erzielt. So führte *AutoScout24* neue Produkte zur Mobilität und Lead Generation für Händler ein. *JobCloud* ist Marktführer mit starker lokaler Verankerung sowie innovativen Technologien, die eine Differenzierung gegenüber internationalen Playern ermöglichen. In den letzten Jahren wurden viele strategische Initiativen wie beispielsweise *Applify* lanciert. *Ticketcorner* konnte erneut wachsen, unter anderem dank grosser Events wie Laver Cup, Zirkus Knie Jubiläum und Hockey-WM.

von einem einzigartigen Footprint führender Marketplaces in den schnell wachsenden osteuropäischen Märkten. So ist beispielsweise *Profession.hu* im Jobbereich der Marktleader in Ungarn. In Rumänien ist Ringier mit den beiden Marketplaces *Imobiliare* und *eJobs* marktführend, die technologisch von den Investitionen in das neue Metaportal profitieren. Mit ROAM (Ringier One Africa Media) ist Ringier ein «Early Investor» in Afrika. ROAM betreibt digitale Marktplätze in sieben Ländern in Ost- und Westafrika. Das Portfolio umfasst lokale Marktführer in den wichtigsten Branchen.

In beide Segmente Media und Marketplaces wurde auch 2019 signifikant mit einem starken Fokus auf

Digital-Aktivitäten investiert. Hierzu wurde der Bereich Tech & Data als International Unit neu organisiert. Er erbringt innovative Entwicklungsleistungen für die verschiedenen Gruppen-Gesellschaften.

Die grösste Investition im Segment Media betrifft die Vorbereitung des Launchs von *Blick TV* für 2020. Mit *Blick TV* wird Ringier im wachsenden Video- und Streaming-Markt partizipieren, neue Erlösströme durch einen Anstieg der Visits und Verweildauer auf *Blick.ch* sowie Synergien innerhalb der Blick-Gruppe und mit RASCH erzielen. RASCH vergrösserte 2019 seinen

«digital Footprint» durch die Akquisition der Digitalplattform *digitalCounsels* für Rechtsberatungen, in en-

ger Kooperation mit dem Beobachter. Zudem hat Ringier an der Ringier Sports AG (ehemals «InfrontRingier Sports & Entertainment Switzerland AG») in 2019 100% der Anteile übernommen.

Bei den Marketplaces investiert Scout24 in neue Angebote im Zusammenhang mit der Digitalisierung des Mietprozesses sowie für die Immobilienbewertung von IAZI. Ausserdem wurde die Entwicklung der Online-Vergleichsplattform *FinanceScout24* gestartet. Der Aufbau des neuen Verticals wurde 2019 mit der Akquisition von *Hypoguide* beschleunigt. Damit ist Scout24 bestens positioniert, um die bestehenden Plattformen für den Verkauf von Versicherungs-, Hypotheken- und

Finanzprodukten durch das neue Vertical zu nutzen. Der Soft Launch hat bereits im Q4 2019 stattgefunden und wird die Marktposition von Scout24 in der Schweiz weiter stärken. Für den weiteren technologischen Ausbau von JobCloud wurden 2019 Anteile am Unternehmen *Joveo* erworben. Diese Akquisition hat zum Ziel, durch neue Technologien die Komplexität des Recruitingprozesses für die Kunden weiter zu reduzieren. In Polen fand 2019 der Markteintritt des Jobportals *StepStone* statt, eine der führenden Online-Jobplattformen in Europa.

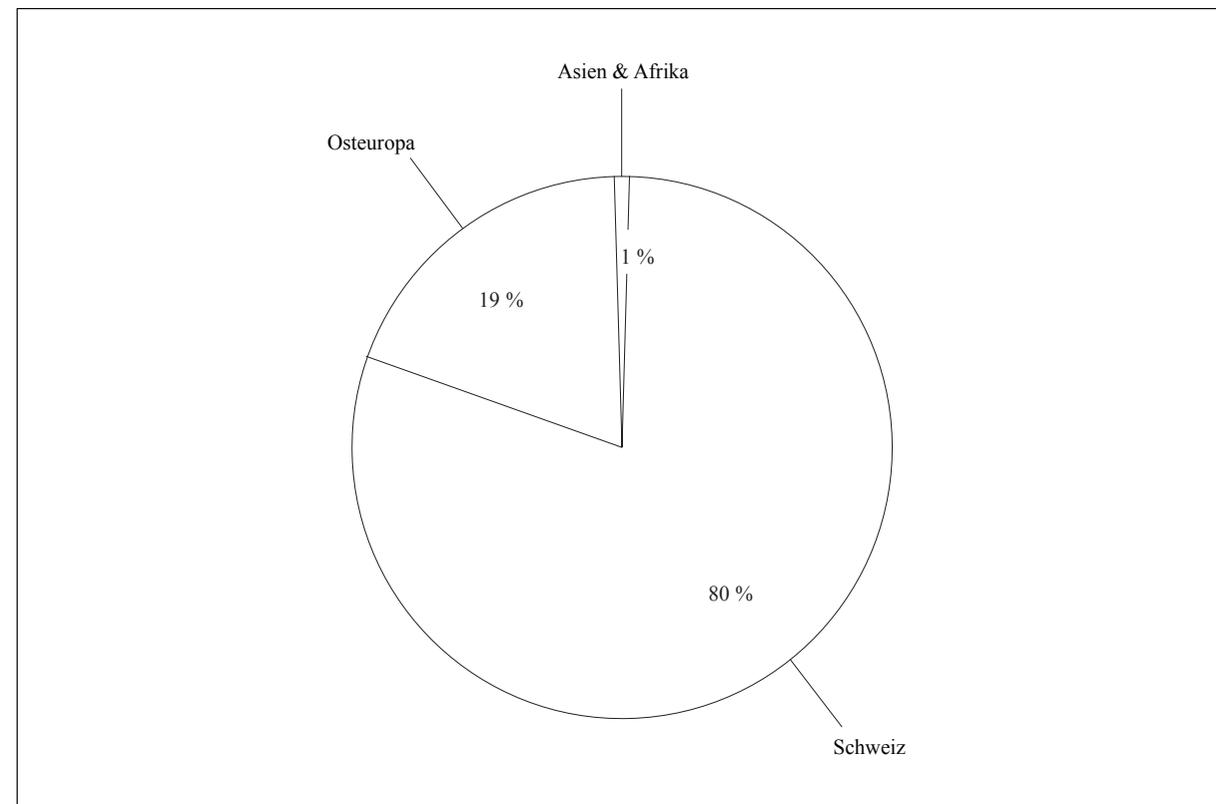
Ringier ist mit seinen Beteiligungen in unterschiedlichen Bereichen und Ländern/Kontinenten sehr diversifi-

fiziert aufgestellt. Die Entwicklung der Ringier Gesellschaften, Marken und Beteiligungen führt zu einem steigenden operativen Ergebnis und damit zu einer soliden operativen Cash-Generierung. Die Ringier Gruppe wird ihre digitale Wachstumsstrategie für eine nachhaltige Value Creation auch in Zukunft weiter ausbauen und durch die 25%-Beteiligung der Mobiliar beschleunigen.

Kennzahlen in Mio. CHF

	<u>2018</u>	<u>2019</u>
Umsatz nach Regionen	1 004.2	984.8
Schweiz	798.0	782.4
Osteuropa	198.6	190.1
Asien & Afrika	7.6	12.3
Umsatz nach Erlösarten	1 004.2	984.8
Digitalerlöse	466.1	504.6
Vertriebserlöse	236.8	212.1
Anzeigenerlöse	144.6	130.5
Druckerlöse	82.9	62.2
Eventerlöse und übrige Medienerlöse	73.8	75.4
EBITDA	113.0	114.1
EBITDA-Marge	11.3 %	11.6 %

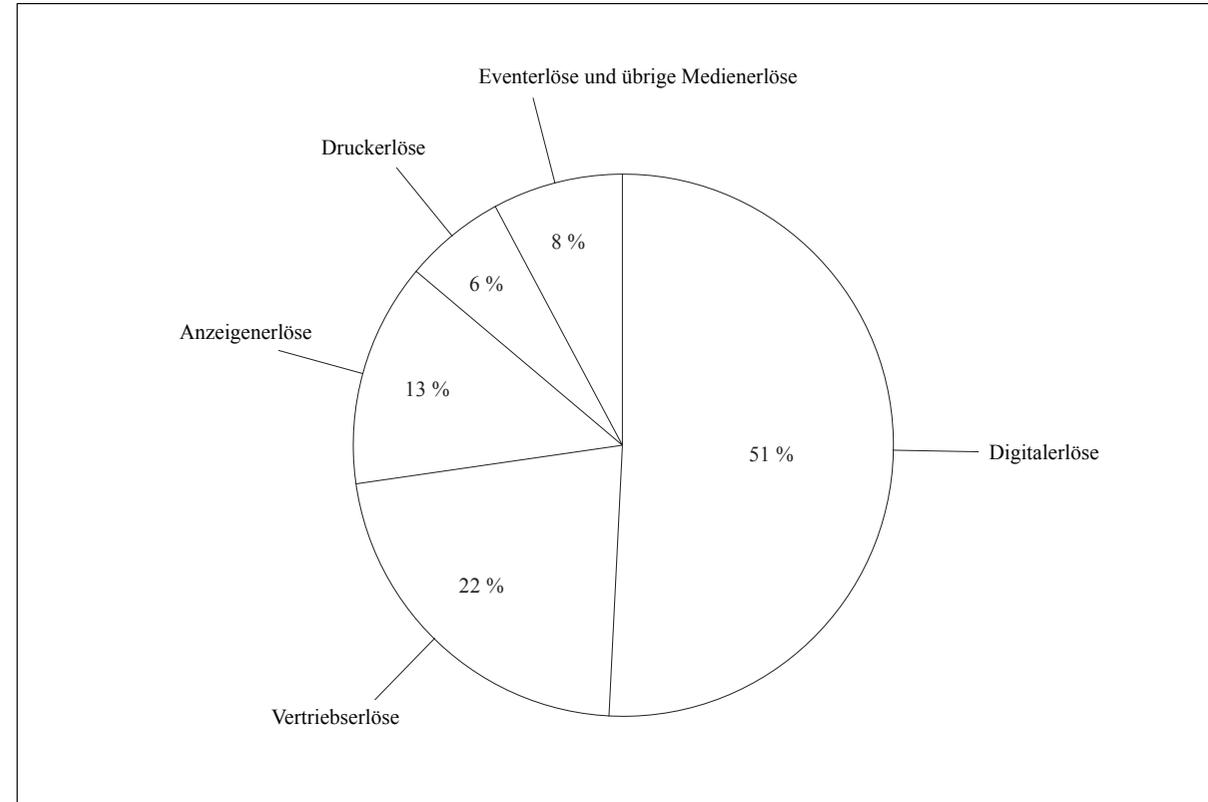
Umsatz nach Region 2019



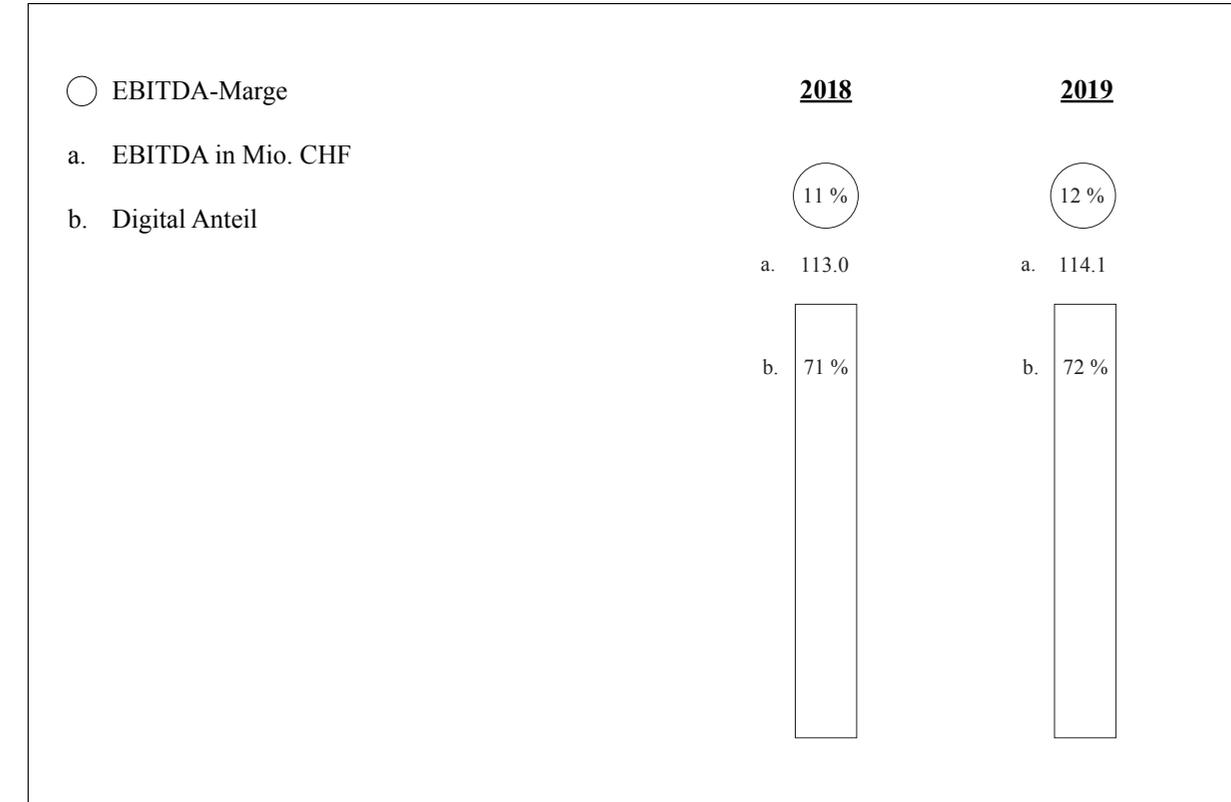
Ringier Gruppe Umsatz in Mio. CHF

	2018	2019
Schweiz	798.0	782.4
Digitalerlöse	354.2	383.1
Vertriebs Erlöse	191.2	174.4
Anzeigenerlöse	121.2	111.1
Druckerlöse	76.7	56.9
Eventerlöse und übrige Medienerlöse	54.7	56.9
Osteuropa	198.6	190.1
Digitalerlöse	106.5	111.2
Vertriebs Erlöse	45.6	37.8
Anzeigenerlöse	22.5	18.4
Eventerlöse und übrige Medienerlöse	17.8	17.3
Druckerlöse	6.2	5.4
Asien und Afrika	7.6	12.3
Digitalerlöse und übrige Medienerlöse	6.7	11.4
Anzeigenerlöse	0.9	0.9

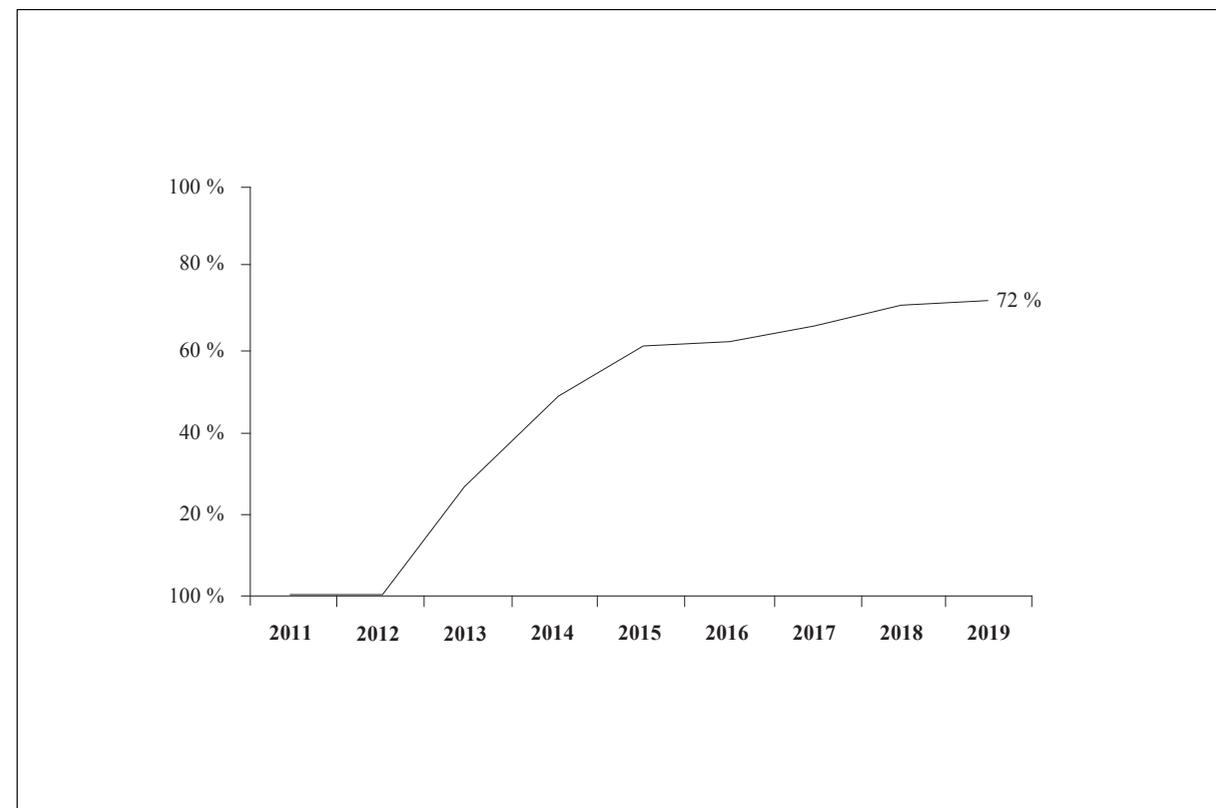
Umsatz nach Erlösarten 2019



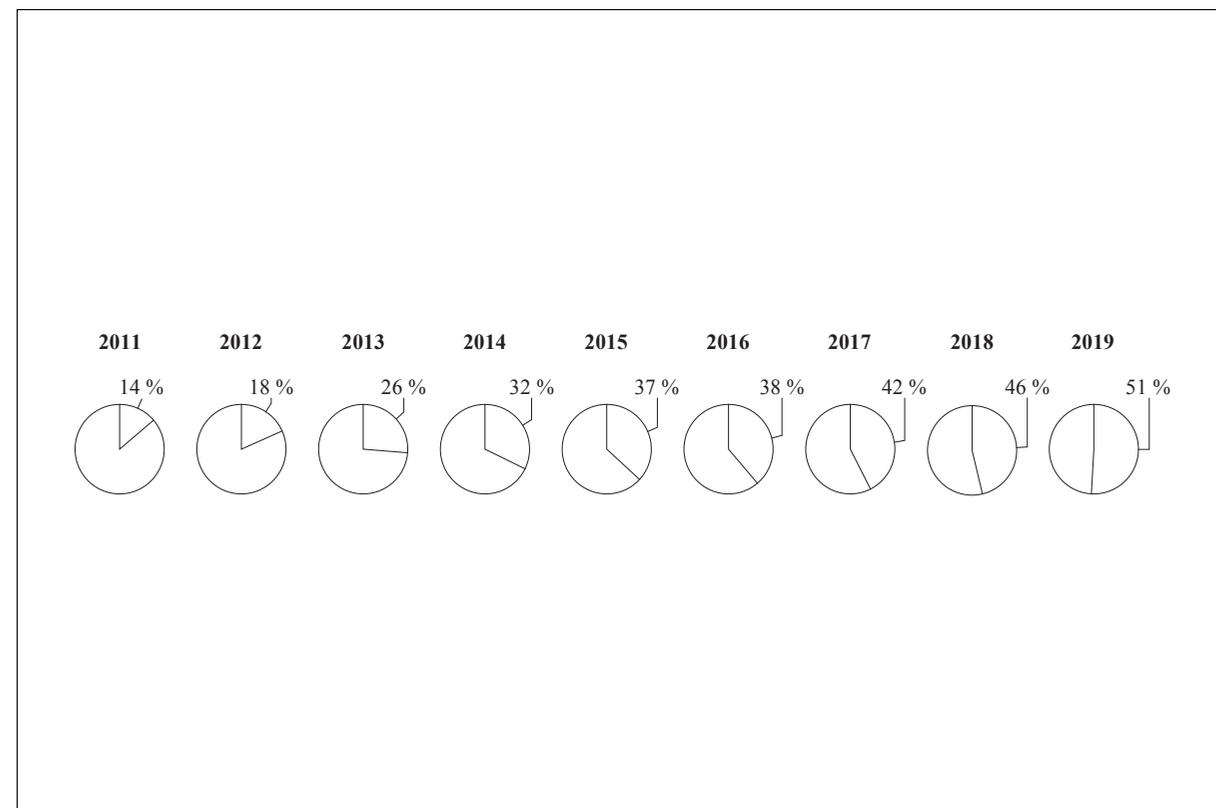
Digitalanteil und EBITDA-Marge im Zeitverlauf



Digitaler EBITDA Anteil in %



Digitalanteil in % des Umsatzes im Zeitverlauf



Media

BLICK-GRUPPE

2019 feierte die Blick-Gruppe gleich zwei Jubiläen: Der *BLICK* wurde 60, der *SonntagsBlick* 50 Jahre alt. Seit sechs Jahrzehnten berichtet der *BLICK* täglich über Themen, die die Menschen in unserem Land bewegen. Nach wie vor setzt er als erste und einzige Boulevardzeitung der Schweiz Massstäbe und hat sich über die Jahre zu einer der stärksten Medienmarken der Schweiz entwickelt. Der *SonntagsBlick* – 1969 ein Novum in der Schweizer Medienlandschaft, die bis dahin keine Sonntagszeitungen kannte – bietet damals wie heute Sonntag für Sonntag spannende Primeurs, Nachrichten, Einordnungen, Unterhaltung und Hintergründe aus der ganzen Welt.

2019 führte die Blick-Gruppe deshalb viele Jubiläumsaktionen durch. Unter anderem lancierte sie in Zusammenarbeit mit Swatch die Uhr «*Swatch X Blick*». Jeder Käufer, jede Käuferin konnte aus rund 80 *BLICK*-Schlagzeilen aus den letzten 60 Jahren einen individuellen Hintergrund für die Uhr auswählen und so ein Stück Schweizer Zeitungsgeschichte am Handgelenk tragen.

Im Jubiläumsjahr hat sich die Blick-Gruppe stark weiterentwickelt. Mit ihren Angeboten erreichte sie mehr als 1,5 Millionen Menschen täglich. Der Digital-Anteil hat sich gegenüber dem Vorjahr erneut gesteigert und trägt bereits 63% zur Gesamtreichweite bei. Auf *Blick.ch* entfielen 70% aller Visits auf Mobile. Steigende

Online-Zahlen, neue Formate und Technologien sowie mehr Live-Videos spiegelten die publizistische Ausrichtung von *BLICK* als führendes Schweizer News-Medium wider. Auch abseits der redaktionellen Berichterstattung stärkte die Blick-Gruppe mit 177 Medienpartnerschaften, unter anderem in den Bereichen Sport, Kultur und Musik, ihre Präsenz. Mit 13 *Blick Cafés* war die Blick-Gruppe zudem an grossen Messen in der Schweiz vor Ort.

der der Schweiz reagiert die Blick-Gruppe auf die stark steigenden Video-Zuschauerzahlen und passt sich den veränderten Anforderungen der Werbemärkte an. Der neue Kanal holt die Nutzerinnen und Nutzer ab dem 17. Februar 2020 dort ab, wo sie sich gerade befinden, und versorgt sie im Viertelstunden-Rhythmus mit Informationen zu Politik, Wirtschaft, Sport und Unterhaltung.

Mit Augmented-Reality-Elementen baute die Blick-Gruppe ihre User Experience weiter aus. Bewegtbild-Inhalte und Bildstrecken ergänzten die gedruckten Ausgaben von *BLICK* und *SonntagsBlick* und steigerten das Nutzererlebnis. Zudem startete der *BLICK* zusammen mit Studierenden der Fachhochschule Graubünden ein

Innovation hatte 2019 eine besondere Bedeutung. Im April kündigte die Blick-Gruppe das Pionierprojekt *Blick TV* an. Das Konzept: schnell, flexibel, mit starkem Breaking-News-Fokus. Mit dem ersten digitalen Sen-

Media

Reality-TV-Experiment. Die sieben Episoden des neuartigen Formats wurden exklusiv auf *Blick.ch* ausgestrahlt und dort sowie auf den Social-Media-Kanälen der Blick-Gruppe mit Videos, Vlogs und interaktiven Stories begleitet.

Vor genau zehn Jahren wurde der Blick-Newsroom eingeweiht: Aus den vormals eigenständigen und sich konkurrierenden Redaktionen von *BLICK*, *Sonntags-Blick*, *Blick.ch* und *Blick am Abend* wurde eine einzige Redaktion, die alle Kanäle bedient. Dieses Jahr wurde sie im Hinblick auf den geplanten Start von *Blick TV* weiter ausgebaut: 18 zusätzliche Stellen sind geschaffen und zwei topmoderne Studios gebaut worden – eines davon ist in den Blick-Newsroom integriert. Anfang Dezember nahm ein Grossteil des 48-köpfigen Teams von *Blick TV* seine Arbeit auf.

Das 61. Jahr von *BLICK* wird als Meilenstein eingelen: Der Start von *Blick TV* ist eine der grössten Veränderungen in der Geschichte des Mediums und das wichtigste Projekt der Blick-Gruppe für den Beginn des neuen Jahrzehnts.

RINGIER AXEL SPRINGER SCHWEIZ AG

Das Jahr 2019 stand bei Ringier Axel Springer Schweiz (RASCH) im Zeichen des digitalen Wachstums, der Einführung von Paid Content bei den Wirtschaftsmedien und dem *Beobachter*, der Überarbeitung unserer Flaggschiffe bei den Publikumszeitschriften und einem Investment in ein disruptives Legal-Tech-Plattformmodell. Doch der Reihe nach:

Die Reichweiten der wichtigsten digitalen Angebote konnten 2019 durchwegs gesteigert werden. Die neu lancierte People- und Lifestyle-Plattform *schweizer-illustrierte.ch* von *Schweizer Illustrierte* und *Style* wuchs um über 60% auf rund 1,5 Millionen Unique Clients (UC). Beim neu konzipierten Wirtschaftsnetz unter dem Brand *hz.ch*, der die Digitalinhalte von *Handelszeitung* und *Bilanz* vereint, gab es gar ein Plus von 100% auf annähernd 600 000 UC. Die Seite von *cash.ch* erreichte im August ein Allzeithoch von 580 000 an Geldanlagen interessierten UC. Da konnte auch der *Beobachter* nicht zurückstehen, der erstmals die Marke von 1,6 Millionen UC übertraf.

Nun steht die Monetarisierung dieser Reichweiten auf dem Lesermarkt ganz oben auf der Prioritätenliste. Bei *beobachter.ch* und bei *hz.ch* wurden deshalb kurz vor Jahresende digitale Abonnementsangebote eingeführt, die von der ersten Woche an gut gestartet sind. Unsere Westschweizer Tageszeitung *Le Temps* mit

Media

ihren digitalen Abonnements ist da schon weit voraus. *Letemps.ch* konnte im Dezember die Marke von 9 500 Digitalabos (+20 Prozentpunkte ggü. 2018) überschreiten, und das bei einem jährlichen Abopreis von 328 Schweizer Franken.

Le Röstigraben n'existe plus! Das ist nicht nur auf die sehr positiven Zahlen zurückzuführen, die auch die Westschweizer Aktivitäten dieses Jahr verzeichnen konnten, sondern zeigte sich beim gemeinsamen Relaunch von *Schweizer Illustrierte* und *Illustré*. Mit einem weitgehend identischen Logo und Layout, der gemeinsamen Erstellung redaktioneller Inhalte und der Vermarktung im Doppel bei den Werbekunden wurden

unsere beiden Flaggschiffe erstmals zu echten Schwesterpublikationen. Zusammen bilden sie die grösste Publikumszeitschrift der Schweiz – in zwei Landessprachen. Einen erfreulichen Beitrag zur Romandie-Performance lieferte auch unsere Wirtschaftszeitschrift *PME Magazine*, die 2019 in alter Frische ihren 30. Geburtstag begehen konnte.

Die Beobachter-Gruppe, auch 2019 wirtschaftlich sehr erfolgreich, setzte ebenso neue Akzente. Neben der positiven Entwicklung des Kerngeschäfts – Zeitschrift, Beratungszentrum, Website – avancierte auch der Buchverlag *Beobachter Edition* zum grössten Webshop innerhalb der RASCH-Angebote, wobei eBooks mit

einem Plus von 35% die höchste Wachstumsrate aufwiesen. Die erfolgreiche Zusammenarbeit mit der Mobiliar bei der digitalen Beratungsplattform *Guider* konnte 2019 mit der Expansion in die französischsprachige Schweiz erweitert werden. Nun haben sowohl die Kunden der Mobiliar in der Romandie wie auch die Abonnenten der *Illustré* Zugriff auf *Guider*.

Einen weiteren Schritt in die Zukunft machte RASCH im vergangenen Jahr mit der Mehrheitsübernahme am Start-up *digitalCounsels*. Gemeinsam mit den drei Gründern hat man sich zum Ziel gesetzt, den führenden digitalen Marktplatz im Bereich von Legal Tech aufzubauen – sozusagen ein booking.com für Anwaltsdienst-

leistungen. Mehrere hundert Anwälte haben sich bereits auf der Plattform registriert, und ab 2020 steht das Angebot unter dem neuen Brand *Getyourlawyer* Konsumenten und KMUs zur Verfügung, die juristischen Beistand suchen.

Media

ADMEIRA

Innert vier Jahren hat sich die Werbevermarkterin Admeira in einem anspruchsvollen Markt etabliert. So stiegen beispielsweise die digitalen Werbeeinnahmen von *Blick* um 29% und die Printeinnahmen blieben stabil. Im Geschäftsfeld Broadcast wurde der Vermarktungsvertrag mit *tele regio combi* (TRC) um zwei Jahre verlängert. Im Bereich Print lancierte Admeira mit Ringier und Ringier Axel Springer Schweiz die Weltneuheit *Marketplace*. Werbetreibende, Kundinnen und Kunden sowie Agenturen erhalten so Zugriff auf das Printportfolio mit rund 30 Medientiteln. Eine weitere Innovation war *AdBooking*, eine Buchungsplattform, auf der KMUs ihre digitalen Kampagnen einfach umzusetzen können.

Trotz verschiedener Erfolge haben sich die crossmedialen Angebote und die zielgerichtete TV-Werbung nicht wie angenommen entwickelt. Eine langanhaltende medienpolitische Diskussion sowie regulatorische Hürden haben dazu geführt, dass die Eigentümerstruktur 2020 geändert wird. Ringier erwirbt den 50-Prozent-Aktienanteil von Swisscom an Admeira und ist ab Februar 2020 alleinige Eigentümerin der Werbevermarkterin. Im gleichen Zug findet eine strategische Neuausrichtung statt: Admeira wird restrukturiert und konzentriert sich künftig auf die Vermarktung von TV-Werbung. Wichtigste und langfristige Inventargeberin bleibt die SRG SSR.

SWISSPRINTERS AG

In einem nach wie vor sehr schwierigen Marktumfeld ist es der Swissprinters AG in Zofingen mehrheitlich gelungen, die ambitionierten Jahresziele zu erreichen.

Die eingeleiteten Massnahmen zur Effizienzsteigerung wie Verkürzung der Rüstzeiten auf den Produktionsanlagen und konsequente Kostenoptimierung im gesamten Unternehmen waren dringend notwendig. Die hohe Anlagenverfügbarkeit durch konsequente und professionelle Wartung half, eine reibungslose Produktion zu garantieren. Glücklicherweise hat sich die Situation auf dem Papiermarkt durch die Stabilisierung der Preise oder gar deren Reduktion für die Druckerei wieder etwas entspannt.

Der Druck durch Mitbewerber aus dem Ausland bleibt hoch. Trotzdem konnte Swissprinters mit namhaften strategischen Kunden mehrjährige Vertragsverlängerungen abschliessen.

Die derzeitigen Investitionen in die Optimierung der Prozesse und Abläufe sowie die seit mehreren Jahren gelebte Mitarbeiterentwicklung in Theorie und Praxis helfen uns, die Kundenanforderungen immer besser zu erfüllen. Swissprinters ist und bleibt so auch in Zukunft der Schweizer Marktleader für gedruckte Medienerzeugnisse.

Media

ENERGY-GRUPPE

Energy positionierte sich auch 2019 als hörerstärkstes Radio bei der werberelevanten Zielgruppe in Basel, Bern und Zürich. Insgesamt erreichte das Senderportfolio täglich 721 000 Hörerinnen und Hörer. Darunter sind auch die DAB+-Sender *Vintage Radio* und *Rockit Radio*. Diese zählten mit 213 000 Hörern pro Tag zu den meistgehörten DAB+-Sendern der Schweiz. Auf Social Media hat *Energy* 2019 nochmals rund 10 Millionen Interaktionen zugelegt und ist mit mehr als 43 Millionen Interaktionen das zweite Jahr in Folge die mit Abstand führende Schweizer Medienmarke auf Social Media. Darüber hinaus ist *Energy* seit Herbst auf TikTok aktiv, verzeichnet dort mehr als 80 000 Follower und generiert im Schnitt 5 Millionen Video Views pro Monat – unter anderem dank einem Viral-Hit im November, der weltweit über 15 Millionen Views erzeugte. Mit dem *Energy Air*, der *Energy Star Night* und zahlreichen *Energy Live Sessions* hat *Energy* auch 2019 erneut mit angesagten Acts wie James Blunt, Sido, Aloe Blacc und The Script für einmalige Konzerterlebnisse bei der *Energy-Community* gesorgt. Mit weiteren Produktlancierungen wie zum Beispiel dem Social-Satireprojekt *Schweizer Fakten* will *Energy* auch 2020 zu den wichtigsten Playern der Schweizer Entertainment-Branche gehören.

IZZY

izzy hat sich zwei Jahre nach der Gründung als eine der beliebtesten Medienmarken für ein junges Publikum in der Schweiz etabliert. Auf Instagram, YouTube und Facebook folgen *izzy* kumuliert knapp 600 000 Userinnen und User mit einem Durchschnittsalter von rund 23 Jahren. 2019 belegte *izzy* Platz 5 der interaktionsstärksten Schweizer Medienmarken auf Social Media. Sowohl mit redaktionellen Stunts als auch mit Branded Videos sorgte *izzy* 2019 für Furore: Ein Anruf auf die Wahl-Hotline von SVP-Kantonsratskandidat Stefan Locher brachte diesen in Erklärungsnot, ein vorgetauschtes Interview mit Sunrise-CEO Olaf Swantee verhalf *izzy* zu einem Gratis-iPhone und ein paar von *izzy* im Europapark geshootete «Influencer-Fotos» reichten, um als so genannte Reise-Influencer gratis in einem teuren Hotel in der Schweiz zu übernachten. 2020 bringen neue Teammitglieder frische Impulse – redaktionell und kommerziell.

Media

MOON&STARS

Seit 2017 ist die Energy-Gruppe für das Management des *Moon&Stars*-Festivals verantwortlich. Die Musikveranstaltung steht für grossartige Konzerte im schönen Tessin. Vom 11. bis 21. Juli 2019 traten auf der Piazza Grande in Locarno nicht weniger als 20 Acts auf, von Christina Aguilera und Eros Ramazzotti über Nena und Jamiroquai bis hin zu Patent Ochsner mit Stephan Eichler. Zum dritten Mal bot das *Moon&Stars* auch ein attraktives Rahmenprogramm – die *Food&Music Street*. Zwischen Piazza Grande und Lago Maggiore vereinte diese kulinarische Spezialitäten aus aller Welt mit Live-Musik: Über 25 Food Trucks, zahlreiche Bars und insgesamt 45 Gratis-Konzerte auf der sogenannten Piazza Piccola sorgten bei den rund 190 000 *Moon&Stars*-Besuchern für ein unvergessliches Sommererlebnis. Auf Social Media gehört das *Moon&Stars*-Festival zu den aktivsten Akteuren der Schweizer Festszeneszene. Den 50 000 Abonnenten auf Facebook und Instagram werden regelmässig multimediale, informative und unterhaltende Inhalte geboten. Die diesjährige Ausgabe des *Moon&Stars* ist vom 9. bis 19. Juli 2020 geplant. In diesem Jahr werden Top-Acts wie Lenny Kravitz, Gwen Stefani, Lionel Richie, Die Toten Hosen, Hecht oder Ligabue zu sehen sein.

RINGIER SPORTS

In 2019 übernahm Ringier alle Aktien des ehemaligen Joint-Ventures InfrontRingier Sports & Entertainment Switzerland AG. Das Unternehmen tritt seit Mitte 2019 unter dem Namen Ringier Sports AG auf, mit neun Mitarbeitenden und Sitz in Zürich. Ringier Sports konzentriert sich auf Publikumssportarten wie Fussball und Eishockey sowie weitere Sportarten, die über eine hohe Anzahl von Lizenzierten und Aktiven verfügen, und die Verwertung von kommerziellen Rechten an nationalen Ligen sowie die zukünftige Entwicklung und Vermarktung von Veranstaltungs- und Meisterschaftsformaten mit nationalem Charakter. Das WTA-Turnier in Lugano und die 83. Tour de Suisse wurden aufgrund der Strukturveränderung 2019 zum letzten Mal durch Ringier Sports organisiert. Als Gesamtvermarkter des FC Zürich konnte Ringier Sports per 1. Juli 2019 mit AntePAY einen neuen Hauptsponsor gewinnen. Die Swiss Football League war auf Vermarktungsebene und beim Publikum ein Erfolg und begeisterte während den total 360 Spielen Millionen von Fans. Der Swiss Ice Hockey Cup hat für zahlreiche spannende Spiele gesorgt. Das Marktumfeld ist auch im abgelaufenen Jahr nicht einfacher geworden. Durch die Neuausrichtung ist Ringier Sports aber zuversichtlich, seine führende Position im Markt zu festigen.

Media

RINGIER AXEL SPRINGER MEDIA AG

In Polen war *Onet* 2019 mit 48 500 Nennungen in 12 Monaten das am meisten zitierte und meinungsbildende Medium. *Onet* wurde 2019 vom Reuters-Institut zudem zum vertrauenswürdigsten Online-Medium ernannt. *Fakt daily* hält seine führende Position auf dem polnischen Markt mit der höchsten verkauften Auflage des Landes. Zum zweiten Mal wurde das *Business Insider Trends Festival* mit mehr als 120 Rednern aus der ganzen Welt und 3 000 Teilnehmern organisiert. Ringier Axel Springer Polska erhielt 2019 Auszeichnungen von Medien, Industrie und Journalisten – unter anderem Grand Press (Kategorie Nachrichten) und Good Journalist für *Onet* und Medizin-Journalist des Jahres 2019 für das Gesundheitsportal *Medonet* sowie Bester Werbermarkter für das Werbeverkaufs-Team von Ringier Axel Springer Polen (ehemals Media Impact Polen). Ringier Axel Springer Ungarn erreichte mit 3,5 Millionen Unique User, das sind 55,6% der ungarischen Internetnutzer, den fünften Platz unter den im digitalen Bereich tätigen Verlagen. Ebenfalls erfreulich war, dass *Blikk.hu* im November den zweiten Platz unter den Nachrichtenportalen des Landes erreichte. Im Printbereich war 2019 ein Spitzenjahr für das *GLAMOUR*-Magazin, im Oktober erzielte es mit mehr als 220 000 Exemplaren einen Rekordverkauf. Die Zeitung *Blikk*, die seit 25 Jahren auf dem Markt erhältlich ist, hielt auch

2019 die Position als Ungarns meistgelesene und meistverkaufte Zeitung. Trotz schwieriger politischer Situation und harter Konkurrenz auf dem Markt war 2019 für Ringier Axel Springer Ungarn ein erfolgreiches Jahr.

In der Slowakei hat *Aktuality.sk* erfolgreich ein bezahltes («Spenden»-) Modell für Qualitätsinhalte – *Aktuality.sk Plus* – eingeführt.

In Serbien hält *Blic.rs* als Flaggschiffmarke trotz des starken Marktdrucks und der Versuche von Konkurrenten, die Nummer-1-Position zu übernehmen, weiterhin seine Spitzenposition. Auch die Frauen-Publikationen (einschliesslich der Portale *bliczena.rs*, *pulsonline.rs* und *ana.rs*) halten ihren führenden Marktanteil in Serbien und liefern zugleich ein gutes finanzielles Ergebnis. *Blic Print* hat seine stabile Position auf dem Markt gehalten und es gelang, die Nummer zwei bei der Leserschaft und unter den Top 3 bei den Verkäufen zu bleiben. Die Frauenzeitschrift *Blic Zena* ist marktführend. Um diese Position zu halten, startete man neu die Zusammenarbeit mit lokalen Autoren. Die einflussreichste politische Zeitschrift in Serbien, *NIN*, blieb auch 2019 profitabel. *APM Print doo*, unsere Druckerei, deckt 70% des Marktes für Druckdienstleistungen für Tageszeitungen ab. Auch viele andere lokale und regionale Titel werden in unserer Druckerei gedruckt.

Media

RUMÄNIEN

2019 war ein erfolgreiches Jahr für Ringier Rumänien. Im Bereich Media übertraf *Libertatea digital* den Markt mit einem zweistelligen Wachstum sowohl beim Traffic (+30%) als auch bei den Werbeeinnahmen (+20%).

Diese Entwicklung ist das Ergebnis der hochwertigen redaktionellen Inhalte, die das Redaktionsteam unter der Leitung von Catalin Tolontan produzierte, sowie des erfolgreichen Relaunches der digitalen Plattform von *Libertatea*, die nun zu den modernsten Plattformen auf dem Markt zählt.

Das Ende 2018 erworbene Sportportal *Gazeta Sporturilor* (GSP) trug wesentlich zum Wachstum der Wer-

beeinnahmen und zur Rentabilität des gesamten Verlagsgeschäfts von Ringier in Rumänien bei.

Aufgrund der Qualität der Marke, der Inhalte und der neuen digitalen Plattform – die von unseren bulgarischen Partnern von *Sportal.bg* geschaffen wurde – haben sich die digitalen Werbeeinnahmen von GSP verdoppelt und die Rentabilität verfünffachte sich im vergangenen Jahr.

Ringier Rumänien hat seine führende Position im digitalen Verlagswesen gefestigt und ist die Nummer 1 unter den digitalen Verlagen und unter den Vermarktungsgesellschaften in Rumänien.

RINGIER AFRICA DIGITAL PUBLISHING

Ringier Africa Digital Publishing (RADP) ist mit der digitalen Nachrichtenplattform *Pulse* in Nigeria, Ghana und Kenia stark vertreten. Der Fokus liegt auf der Distribution von publizistischen Inhalten, vorwiegend über soziale Netzwerke. Digitale Marketinglösungen (*Ringier Digital Marketing*) und Produktionsservices (*Pulse Studio*), besonders im Videobereich, komplettieren das Angebot für Kunden in der weiteren Region.

Pulse hat im vergangenen Jahr seine Marktpräsenz erweitert und zählt monatlich über 10 Millionen Nutzer und Nutzerinnen auf seinen Länder-Plattformen. Zusammen mit über 13 Millionen Nutzern, die die sozialen Kanäle von *Pulse* abonniert haben, generieren diese über 10 Millionen Interaktionen monatlich.

Im Oktober erreichte *Pulse Nigeria* auf Instagram weltweit Platz 6. Diese Rangierung beruht auf Basis der auf dem Kanal erzeugten Interaktionen, gemessen durch Socialbakers, dem renommierten Anbieter für Social-Media-Analysen.

Ringier Digital Marketing und *Play Studio* haben sich im Jahr 2019 das Ziel gesetzt, global *best in class* bei Qualität und Kundenservice zu erreichen. Dazu wurde das Team erweitert und neue Prozess- und IT-gestützte Software eingeführt. *Play Studio* konnte zudem weitere Aufträge für Grossproduktionen von

Media

Marken wie Nestlé und Nike gewinnen und sich damit als hochqualitatives lokales Produktionshaus mit innovativen und kreativen Ideen profilieren.

2019 war gleichzeitig geprägt von einigen Veränderungen in der Organisation des Unternehmens, in dessen Verlauf die Verkaufsorganisation und das Kundenmanagement teilweise umstrukturiert wurden, um Strukturen und Potentiale für das weitere Wachstum zu schaffen. Hinsichtlich der Entwicklung der Werbevermarktung wurden Fortschritte erzielt, diese bleiben jedoch noch hinter den Erwartungen zurück.

Im Jahr 2020 plant RADP die Marke *Pulse* weiter zu stärken. Dies soll die Relevanz des Mediums im Markt

langfristig stärken und durch die weitere Monetarisierung des Produktes dazu beitragen, das Medienunternehmen als innovativen und kreativen Marketingpartner fest im Markt zu verankern.

ASIEN

2019 war das erfolgreichste Jahr in der neunjährigen Geschichte von *ELLE* Vietnam. Anfang des Jahres startete das Team eine hauseigene Kreativagentur *Idea Factory* mit dem Ziel, lokale Marketing-Kampagnen für renommierte Kunden wie beispielsweise Porsche zu entwickeln, um alle Online- und Offline-Kanäle von *ELLE* Vietnam effektiv zu nutzen. *ELLE* Vietnam ging eine Partnerschaft mit SMX in Singapur ein, der führenden Plattform für Programmatic Advertising. Die Plattform für den vollautomatischen und individualisierten Ein- und Verkauf von Werbeflächen in Echtzeit bietet auch den regionalen Kunden die Möglichkeit, auf *ELLE.vn* zu werben. 2019 war ein Jahr der Fokussierung für Ringier Asien auf das Verlags- und Rubriken-geschäft. Im Zuge dieser strategischen Ausrichtung wurde das *Marry Network* in Vietnam und Myanmar an lokale Partner verkauft, die die Geschäfte weiterführen. In Myanmar hat *Duwun* seine Stellung als führendes Online Portal für Nachrichten, Sport und Entertainment mit einem innovativen Videoplayer weiter ausgebaut. Werbekunden haben somit die Möglichkeit, ihre Video-Werbeformate auf *Duwun* in einem sicheren und vertrauenswürdigen Umfeld zu buchen.

Marketplaces

SCOUT24 SCHWEIZ

Innovation ist im sich ständig ändernden Online-Markt die wichtigste Gewähr für Kundennähe. *FinanceScout24* war dabei das grösste Projekt. Die Plattform erschliesst einen bislang wenig beachteten Markt in der Schweiz. Neu finden Suchende neben der Traumimmobilie auf *ImmoScout24* auch gleich die ideale Finanzierung auf *FinanceScout24*. Und wer das neue Auto auf *AutoScout24* entdeckt hat, kann auf *FinanceScout24* Versicherungen vergleichen und direkt abschliessen.

Auch auf den bereits bestehenden Plattformen gibt es Neues: Auf *AutoScout24* zeigt nun zum Beispiel der *Optimizer Pro* den Autohändlern den erfolgversprechendsten Verkaufspreis an. *ImmoScout24* bietet neu eine Immobilienbewertung an. Weitere Funktionen wie das Online-Bewerbungsdossier oder die Bestellfunktion für Betriebsregisterauszüge machen Mieterinnen und Mietern auf der Suche nach einer neuen Wohnung das Leben einfacher. Das überdurchschnittliche Wachstum der Scout24-Gruppe bestätigt den eingeschlagenen Kurs. Vereinfacht wurde auch bei *anibis.ch*: Mit dem neuen Messenger wird die Kontaktaufnahme verbessert und die Sicherheit erhöht. Durch die Zusammenarbeit mit der schweizerischen Kriminalprävention konnte sich *anibis.ch* ausserdem wieder erfolgreich als Experte im Kampf gegen Internetkriminalität positionieren.

JOB CLOUD

2019 war für JobCloud AG finanziell und strategisch ein positives Jahr. Neue Produkte wurden eingeführt, bestehende weiterentwickelt, beides operativ optimal umgesetzt. Dies und die neue strategische Allianz mit *Joveo.com* ermöglichten es, einen Rekordumsatz zu erzielen. Mit seinem integrierten Ökosystem von mehr als 25 digitalen Kanälen bietet JobCloud Suchenden aktiv und passiv mehr als je zuvor: über 200 000 Stellenangebote, zehntausende von Unternehmensprofilen mit Einsichten und Bewertungen, effiziente Gehalt-Tools und die Möglichkeit einer voll-digitalen Bewerbung.

Mehr als 800 Recruiter, hauptsächlich KMUs, haben sich auf der neuen Marketplace-Plattform registriert. Sie konnten von kostenloser Inserate-Schaltung, bevorzugter Veröffentlichung ihrer Stellenanzeigen auf über 100 digitalen Kanälen sowie vom Bewerbungs-Verwaltungssystem auf Mobile und Desk profitieren. Mit digitalen Echtzeit-Kommunikationskanälen konnte auch der Dialog mit 50 000 Personalverantwortlichen verstärkt werden. Mit verstärkten Investitionen in neue Business Modelle und Technologien ist JobCloud bereit, die digitale Transformation der Schweizer Recruiting-Branche anzuführen und sich auch dem internationalen Wettbewerb zu stellen.

Marketplaces

TICKETCORNER

Erstmals in der 32-jährigen Firmengeschichte von Thun und der HC Lugano für diese entschieden. Ticketcorner wurden über 10 Millionen Tickets verkauft. Dies wurde dank des bestehenden Veranstaltungsangebots, des Ausbaus der Vermarktungsaktivitäten sowie des Erfolgs der neuen Marktlösungen möglich. Im Kerngeschäft gab es sehr stark nachgefragte Veranstaltungen wie die Stadion-Konzerte von Rammstein und den Bützer Buebe, die Jubiläumstournee des Circus Knie oder im Sportbereich der Tennis Laver Cup und die Eishockey-Weltmeisterschaft 2020. Grosser Nachfrage erfreut sich die neue Systemlösung *Ticketcorner.Sport*. Nach dem HC Lausanne haben sich auch der FC Zürich, die ZSC Lions, der FC

Thun und der HC Lugano für diese entschieden. Ticketcorner ist zudem führender Anbieter von dynamischen Preissystemen und konnte mit der Skiregion Gstaad ein weiteres, grosses Skigebiet gewinnen. *Ticketcorner Prime* hat die Rekordzahl von über 25 000 VIP- und Hospitality-Packages verkauft. Die im Frühjahr 2019 als Reaktion auf den ausufernden Zweitmarkt eingeführte Wiederverkaufsplattform *fanSALE* positioniert sich kontinuierlich als sichere und faire Alternative.

DEINDEAL

DeinDeal blickt auf ein Rekordjahr zurück. Dabei trugen alle Bereiche zum Wachstum bei. Damit stärkt DeinDeal seine Position in den Top 10 im Schweizer Internethandel. Über 1 Million versandte Pakete waren das Resultat von breiterem Angebot, verstärktem Marketing, verbesserter Technik und Logistik – und vor allem verbessertem Kundenerlebnis. Wie kleine Schritte grosse Wirkung haben können, zeigte die Anpassung der Verpackung an die effektive Grösse der Ware, was sofort zu reduziertem Karton-Verbrauch und zu weniger Versand-Fahrten führte. Dies hilft auch in Zukunft, die Umweltbelastung zu reduzieren.

GESCHENKIDEE

geschenkidee.ch konnte sein Ergebnis gegenüber Vorjahr verbessern. Mittlerweile kaufen zwei Drittel der Kunden über ein mobiles Endgerät ein. Hier half auch die Integration von Twint als Zahlungsmöglichkeit. Die Kundenzufriedenheit, insbesondere der jungen Zielgruppe, konnte gesteigert werden. Ebenfalls zulegen konnte das B2B-Geschäft. Drei neue Trends stechen heraus: Der Singles Day generierte ein Umsatzwachstum von 85% gegenüber 2018. Die intern produzierten Adventskalender entwickeln sich zu Topsellern. Und nicht weniger als 27 000 Trinkflaschen diverser Marken konnten verkauft werden. Der Dauerbrenner bleibt jedoch die personalisierte Toblerone.

Marketplaces

RINGIER DIGITAL VENTURES

Bei immer mehr Unternehmen sind Venture Capital Investments in Startups ein wichtiger Baustein der eigenen Innovationsstrategie. Fast jeder fünfte Euro wurde bei europäischen Finanzierungsrunden im Jahr 2019 laut PitchBook bereits durch Corporate Venture Capital beigesteuert. Tendenz stark steigend! Ringier hat in den vergangenen fünf Jahren in 21 vielversprechende Startups in der Schweiz und in Europa investiert. Im letzten Jahr kamen drei neue Investments dazu: die PropTech Startups *BLOK* in Finnland und *AIRGREETES* in Deutschland sowie das Cloud Gaming Startup *AIR-CONSOLE* in der Schweiz. Mit dem Verkauf der Beteiligung *FOODSPRING* an MARS Inc. gelang zusam-

men mit namhaften Co-Investoren einer der grössten privaten Firmenverkäufe in Europa in 2019. Das Portfolio mit einem starken Fokus auf Online Marktplätze und sogenannte «Direct-to-consumer»-Geschäftsmo- delle entwickelte sich insgesamt sehr erfreulich weiter. Ebenfalls konnte die Reichweite der Medienkooperationen ausgebaut werden. *ABOUT YOU*, ein führender europäischer Online Modeversandhändler, konnte auch zusammen mit Ringier Axel Springer Media verschiedene Märkte in Osteuropa erfolgreich bearbeiten.

RINGIER AXEL SPRINGER MEDIA AG

Profession.hu ist seit über 10 Jahren Ungarns marktführendes Jobportal. Trotz einer Abkühlung des Rekrutierungsmarkts gelang es, diese Stellung dank Reichweite, Effektivität und Kundenstamm zu halten. Das Portfolio von *Profession.hu* hilft sowohl Unternehmen wie Arbeitssuchenden in jedem Segment des Arbeitsmarkts, unabhängig von Dienstalter, Standort oder Branche. Das Unternehmen wurde 2019 zum dritten Mal von AON als *Bester Arbeitgeber* ausgezeichnet.

CV Keskus wurde 2019 von Äripäev, Estlands wichtigster Wirtschaftszeitung, zum Rekrutierungskanal Nummer 1 gewählt. Es gehört zu den am schnellsten wachsenden Unternehmen in den baltischen Staaten und gewann den prestigeträchtigen Gaselli-Preis. Jede dritte auf dem Arbeitsmarkt präsen- te Person hat einen Lebenslauf in der *CV Keskus*-Datenbank. Im Jahr 2019 wurde *CV Keskus* laut KPMG-Ranking als finanziell erfolgreichste Firma in der Personalbranche gekürt.

Im Bereich des Transaktionsgeschäfts dominierte in der Slowakei das Lebensmittelportal *Bistro.sk* den Markt mit mehr als 3 Millionen Bestellungen pro Jahr. Im Jahr 2019 wurde die eigene Lebensmittellieferung *Bistro KURIER*, die in drei Städten tätig ist, deutlich ausgebaut. Die Kunden können nun in mehr als 1 000 Restaurants Essen bestellen.

Marketplaces

RUMÄNIEN

Das Job-Portal *eJobs* schaffte es erneut, sowohl Markt als auch Konkurrenz zu übertreffen und seinen Marktanteil auf fast 60% zu steigern. Dem IT-Entwicklungsteam gelang mit der inhouse entwickelten Lösung für maschinelles Lernen ein Volltreffer. Unternehmen und einzelne Arbeitssuchende haben nun durch besseres Matching und höhere Suchrelevanz wesentlich bessere Resultate. *eJobs* eröffnete auch neue Einnahmequellen mit *Univer-sum* (Employer Branding), mit der Einführung eines sehr erfolgreichen neuen Video-Anzeigenformats und durch den Eintritt in den Markt für Bildungsdienstleistungen mit Programmier-Kursen (*CodersLab*).

branche. Der Umsatz ist erneut zweistellig gewachsen – dank attraktiverer Pakete und einer besseren Kundensegmentierung, die gezieltere und individuell angepasste Produkte ermöglichte. Diese wichtigen Projekte wurden von den Teams gut umgesetzt. Auch der Traffic und die Gesamtleistung des Portals sind gestiegen. Darüber hinaus half das Immobilien-Metaportal *imoradar24.ro* beim Wachstum von Immobiliare, indem es mehr als 400000 Nutzer pro Monat erreichte, zusätzlich zu den 1,5 Millionen Nutzern von Immobiliare.

Auch unsere transaktionsbasierten Dienste, genannt *Super-Hero-Agent*, wurden in 2019 rentabel.

Imobiliare.ro bleibt die Nummer 1 in der Immobilien-

RINGIER ONE AFRICA MEDIA

ROAM Africa betreibt marktführende digitale Marktplätze in sieben Ländern in Ost- und Westafrika. Das Portfolio beinhaltet lokale Champions in den wichtigsten Branchen wie die Karriereplattformen *Jobberman.com* und *Brightermonday.com*, die Automarktplätze *Cheki.com*, die horizontalen Marktplätze einschließlich *Expat-Dakar.com*, *PigiaMe.co.ke*, *ZoomTanzania.com* und *Qefira.com* sowie die Immobilienplattformen *MaMaison.sn* und *BuyRentKenya.com*.

Zu Beginn des Jahres schockte der schreckliche Terroranschlag mit vielen Opfern in Kenia, der auch unsere Büros in Nairobi betraf. Dank vorbildlichen und mutigen Kollegen hatten wir das Glück, keine Menschenle-

ben zu verlieren. Das Team in Kenia hielt zusammen und kam einige Wochen später wieder in vollem Umfang in Schwung.

Trotz der Umstände erreichte das kenianische Team mehrere Meilensteine und brach 2019 Rekorde: *BuyRentKenya.com* beispielsweise konnte die Kundenzahl verdreifachen, was dazu führte, dass das Unternehmen gut ein Jahr nach der Übernahme durch ROAM Africa die unangefochtene Nummer 1 auf dem Markt ist.

Diese Leistung ist ein gutes Beispiel für die Buy-and-Build-Fähigkeiten von ROAM. Eine sehr erfolgreiche Offline-Kampagne der horizontalen Kleinanzeigen *PigiaMe.co.ke* unterstützte diese Bemühungen.

Marketplaces

In anderen Teilen des Kontinents schloss das Jobs-Team alle Plattformmigrationen auf eine einzige technologische Basis ab, so dass Innovation die Oberhand gewann und revolutionäre Tools für eine verbesserte Filterung von Kandidaten entwickelt werden konnten. Dieser wichtige Schritt in Richtung Produkt-/Marktpassung könnte sich auf dem afrikanischen Rekrutierungsmarkt marktentscheidend auswirken, weil hierdurch deutlich mehr Informationen zu einem niedrigeren Preis als bei der Konkurrenz kombiniert werden. Der Abschluss einer gross angelegten Partnerschaft mit der MasterCard Foundation schloss dieses herausfordernde, aber erfolgreiche Jahr ab. Damit wurde eine wichtige Grundlage für die Zukunft gelegt. Die Autovermarktungsplattform *Cheki.com* brachte neue Produkte an den Start, die den Autokäufern nochmals mehr Wert bieten wird. In allen afrikanischen Ländern haben die demografische Entwicklung und Urbanisierungstendenzen geholfen, den digitalen Handel anzukurbeln. In Kombination mit starken operativen Verbesserungen lassen diese Trends das Team sehr optimistisch in ein neues Jahrzehnt blicken.

ASIEN

Es war ein sehr wichtiges Jahr für die Immobilienplattform *MuaBanNhaDat* in Vietnam. Dank der guten Zusammenarbeit der Teams von Kapstadt, Zürich, Berlin und Ho Chi Minh City wurde anfangs September die neue Plattform eingeführt. Damit hat *MuaBanNhaDat* als erster Anbieter in der Branche einen Call-Tracking-Service und ein neu gestaltetes Listings-Abonnement, das es den Kunden ermöglicht, ihre Immobilien kosteneffizienter zu verkaufen. Auch die Strukturen der Verkaufsteams wurden optimiert, um die Bedürfnisse der Kunden in Ho-Chi-Minh-Stadt und Hanoi besser zu bedienen. Neu gibt es ein zentrales Marketing-Team für alle Ringier Asien-Geschäftsbereiche, um das Know-how zu bündeln und die Leistung sowohl für die Plattform als auch für die Kundenprodukte zu steigern. Für *MyJobs*, das führende Online-Stellenportal in Myanmar, war 2019 das erste volle Betriebsjahr nach der Übernahme im September 2018. *MyJobs* entwickelte und führte neue Offline-Veranstaltungskonzepte wie die *Yangon Digital Job Expo* mit über 8000 Teilnehmern durch, bei der sich Arbeitssuchende nicht nur über mögliche Stellenangebote informieren, sondern sich auch direkt auf der Veranstaltung interviewen lassen und bewerben konnten.

Data Protection

Das Jahr 2019 stand im Zeichen der internen Datenschutz-Audits und der Konsolidierung der internen Prozesse. Intensiv wurde am weiteren Aufbau des internen Datenschutzmanagementsystems gearbeitet. Ziel des Datenschutz-Audits war nicht nur eine gezielte Risikoeinschätzung im Hinblick auf die Datensicherheit, sondern auch eine genaue Analyse der Datenbearbeitungen im Hinblick auf ihre datenschutzrechtliche Konformität mit der EU-Datenschutzgrundverordnung und dem Schweizer Datenschutzgesetz.

Mitte Juni bis Oktober wurden in einer ersten Phase die Datenschutz-Audits bei der Ringier AG und Ringier Axel Springer Schweiz durchgeführt. Ab Oktober be-

gann dann die zweite Phase der Datenschutz-Audits, in der alle Schweizer Tochter- und Joint-Venture-Gesellschaften auditiert wurden. Die Resultate der Phase 1 wurden Ende Jahr dem Group Executive Board Ringer und dem Ringier Audit Committee präsentiert. Die empfohlenen Massnahmen zur Behebung der Audit-Findings wurden angenommen und werden nun umgesetzt. Die zweite Phase des Datenschutz-Audits wird per Ende März 2020 abgeschlossen.

Pro Quartal fand jeweils das Treffen der Datenschutz-Manager sämtlicher Schweizer Gesellschaften statt. Diese Treffen dienen dem Austausch über datenschutzrechtliche Themen. Zudem wird jeweils ein kurzes Up-

date über die Entwicklungen im Bereich Datenschutz, insbesondere in Europa und in der Schweiz, gegeben. Dieses Netzwerk konnte im Laufe der letzten zwei Jahre gestärkt werden und fördert die Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Unternehmen.

Im Rahmen des kontinuierlichen Aufbaus des internen Datenschutzmanagements wurde zudem ein digitales Datenschutz-/Informationssicherheits- und IKS-Tool angeschafft. Die Integration in dieses Tool findet fortlaufend statt und soll bis Mitte 2020 abgeschlossen sein. Ende 2019 wurden die interne Datenschutzpolitik und -richtlinie der Ringier Gruppe dem Group Executive Board vorgelegt. Der Fokus der Datenschutzpolitik

liegt auf sieben Grundsätzen, welche durch entsprechende Dos & Don'ts klar festlegen, welche Handlungen datenschutzkonform sind und welche nicht. So soll sichergestellt werden, dass alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei ihrer täglichen Arbeit wissen, innerhalb welcher Leitplanken sie sich bewegen können, ohne den Datenschutz zu verletzen. Die Datenschutzpolitik wurde via Flyer, Film und Landingpage ausgerollt und wird nun intensiv geschult. Im Jahr 2020 werden alle Mitarbeitenden weiter geschult. Zudem soll das interne Datenschutzmanagement-System gruppenweit ausgerollt werden.

EqualVoice

Acht von zehn Medienberichten weltweit handeln von Männern. Zwei von zehn setzen Frauen in den Fokus. Auch in der Schweiz handeln drei von vier Medienberichten von Männern. Das zeigen Zahlen im Global Media Monitoring Project (GMMP) von 2016. Gibt es weniger spannende Frauen? Oder geben Männer bessere Geschichten her? Es dürfte Einigkeit herrschen, dass auf beide Fragen die Antwort «Nein» lauten muss.

Als verantwortungsvolles Medienunternehmen hat Ringier deshalb beschlossen, sich sowohl publizistisch als auch technologisch für die Gleichstellung von Frauen und Männern einzusetzen. Im November wurde die Initiative *EqualVoice* lanciert, um die Sichtbarkeit von Frauen

in der Medienberichterstattung zu erhöhen und ihnen die gleiche Stimme zu geben. Initiantin ist Ringier-CFO Annabella Bassler, gemeinsam mit Katia Murmann (Chefredaktorin *Blick Digital*), Nina Ranke (Leiterin Wirtschaftsmedien) und Sabina Hanselmann-Diethelm (Chefredaktorin *Bolero/Style*). Die *EqualVoice*-Initiative wird von Verleger Michael Ringier und CEO Marc Walder präsiert und von Chefredaktionen, Mitarbeitenden und Geschäftsleitung der Ringier-Gruppe unterstützt. Sie wird durch ein hochkarätiges Advisory Board begleitet, das aus Simona Scarpaleggia (IKEA), David Allemann (On), Nicole Burth (Adecco), Ingrid Deltenre (Medienmanagerin), Christiane zu Salm (Medienunternehmerin),

Franziska Tschudi Sauber (Weidmann Holding AG), Tanja Grandits (Sternköchin) und Carolina Müller-Möhl (Müller-Möhl Foundation) sowie Dr. Sabine Keller-Busse (UBS) besteht.

In Sachen Gleichstellung hat sich weltweit eine Erkenntnis durchgesetzt: Nur wo gemessen wird, gibt es eine Verbesserung. Kern der Initiative ist daher der *EqualVoice-Factor*. Er liefert den Redaktionen Daten über den Frauen- und Männeranteil in Storys von Ringier und Ringier Axel Springer Schweiz. Die technische Basis bildet das Ringier Data-Tool mit zwei Scores: Der Teaser-Score, bestehend aus Bild, Überzeile, Titel, Lead. Und der Artikel-Score, der sich auf den Lauftext

bezieht. In den Redaktionen sorgen Teams dafür, dass der *EqualVoice-Factor* in den Redaktionsalltag implementiert wird.

2020 gibt es in allen Medien Online-Channels, dazu ein Sondermagazin und eine Eventreihe. Eine gruppenweite Expertinnen-Liste ist in Arbeit. Mit einer Foto-Challenge soll die Realität von Frauen und Männern in der Schweizer Arbeitswelt abgebildet werden, um Bilddatenbanken frisch zu bestücken. Es braucht mehr Bilder sowohl von weiblichen wie männlichen Role Models.

Mit *EqualVoice* hat die Ringier Gruppe 2019 wichtige Leitplanken gesetzt. Diese weisen den Weg zu mehr Gleichstellung und Diversität im Unternehmen.

Technology & Data

Tech-Giganten wie Google, Apple, Facebook und Amazon sind mit ihren Reichweiten, ihren Nutzerdaten, aber auch mit ihren Angeboten zur direkten Konkurrenz geworden. Ringier nutzt einerseits Google und Facebook als Akquisitionskanäle, andererseits wollen wir unsere Angebote gegenüber den Giganten differenzieren.

Technology & Data fungiert dabei als Grundpfeiler, um das Content- und Marketplace-Business nachhaltig weiterzuentwickeln. Und um Brand- und Plattform-übergreifende Synergien im Bereich Daten und Reichweite zu erzielen. Die Technologie- und Datenplattform erlaubt es, Kunden über alle Touchpoints zu verstehen und so die digitale Customer-Experience zu steigern. Was uns von anderen unterscheidet, ist der aufeinander abgestimmte Einsatz führender Artificial-Intelligence-Technologien (AI), die in einer generischen Plattform münden, welche zunehmend für unterschiedliche Personalisierungs-Use-Cases genutzt wird.

Auf dieser Basis wurde eine neue Newsroom-Plattform für das *Blick.ch*-Journalisten-Team entwickelt und eingeführt. Die Journalisten erstellen, distribuieren und entwickeln ihre News-Stories mit dem Support von Live-Daten. Damit konnte im ersten Jahr ein Uplift von 39% pro Story erreicht werden. Auch für die Initiative *EqualVoice* steuerte Tech & Data ein AI-basiertes Instrument bei, welches die Redaktionen bei der Ana-

lyse und Bearbeitung ihrer Texte und Bilder unterstützt. Technologie gibt Frauen also eine stärkere Stimme.

Die Zusammenarbeit im Bereich Tech & Data als internationale Unit konnte weiter gesteigert werden. Neben dem Transfer von Know-How und Best-Practices konnte ein zentrales Security Management als Gruppenkompetenz weiterentwickelt werden. Mit *Ringier Connect* wurde eine sichere Single-Sign-On-Lösung entwickelt, welche künftig als Basistechnologie der Schweizer Login-Allianz verwendet wird. Diese Gruppenlösung hilft, dem User personalisierte Angebote sicher, transparent und datenkonform über Device- und Plattformgrenzen hinaus auszuspielen.

Die Kernplattform-Technologien in den Bereichen Media und Marketplaces wurden erfolgreich weiter vorangetrieben. State-of-the-Art-Technologien können damit gruppenweit modular in hohem Tempo ausgerollt werden, erlauben aber dennoch lokale Differenzierung und deren Weiterentwicklung. Nachdem die ersten Plattformen bereits von diesem Konzept profitieren, wird dies besonders in Asien und Afrika vorangetrieben. Wir schreiten damit auf dem von Ringier eingeschlagenen Weg zum digitalen und technologiegetriebenen Unternehmen weiter fort.

People and Culture

Über 7000 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen können in der Ringier Gruppe Karriere machen und sich und das Unternehmen weiterentwickeln. Das ist das übergeordnete Ziel von Human Resources, Jahr um Jahr.

Kultur umfasst grundlegende gemeinsame Überzeugungen und Werte. Sie muss vorgelebt werden und dafür sind in der Ringier Gruppe fünf Leadership Principles zentral: Fokus, Kommunikation, Entwicklung, Vertrauen und Unternehmertum. Diese fünf Prinzipien wurden 2018 in der Unternehmensstrategie «Six to win» und «Five to lead» (62W+52L) definiert.

Im Rahmen der Digitalisierung und dem sich schnell verändernden Umfeld setzt sich Ringier mit Arbeitsfor-

men der Zukunft auseinander und fördert lebenslanges Lernen: die ständige Verbesserung von Wissen, Qualifikationen und Kompetenzen. Viele Ringier Gesellschaften haben 2019 ein Lifelong-Learning-Versprechen abgegeben und ihr Weiterentwicklungsangebot – ob extern oder intern, ob Präsenz, Online oder Blended Learning – ausgebaut.

Arbeitgeberattraktivität ist ein strategischer Erfolgsfaktor für die Gruppe. Dass das Thema in der Gruppe immer wichtiger wird und entsprechende Massnahmen in den Ländern vorangetrieben wurden, zeigt sich u.a.

in den diversen Recruiting bzw. Employer Branding Awards, die in der Gruppe 2019 gewonnen wurden,

beispielsweise der *Best Recruiters Award* der Ringier AG, das *Great Place to Work*-Label von Scout24, Ticketcorner und JobCloud, der *Business Culture Award* von RAS Polen oder die Auszeichnung als *Best online job portal* von Jobberman in Nigeria.

Die unterschiedlichen Sichtweisen, Erfahrungen und Kompetenzen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind von unschätzbarem Wert und machen Ringier zu einem erfolgreichen Unternehmen. Das Unternehmen ist sich des Mehrwerts der Vielfalt bewusst und fördert sie entsprechend. Ringier strebt nach einem Arbeitsumfeld, in dem jeder fair behandelt wird und sich entfalten und verwirklichen kann. *EqualVoice* ist in diesem

Zusammenhang eine zentrale Initiative. 2020 wird ein spezieller Fokus auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie bzw. Work-Family-Balance gelegt.

Publishing Portfolio

<i>Ringier</i>		<u>Verbreitete Auflage 2019</u>	<u>Unique users per month</u>
Blick	Boulevardzeitung	107 119	2 711 000
SonntagsBlick	Sonntagszeitung	129 715	
DOMO	Unternehmensmagazin	10 000	
<i>Ringier Axel Springer Schweiz</i>			
Beobachter	Konsumenten- und Beratungszeitschrift	245 077	1 348 667
Bilanz	Wirtschaftsmagazin	39 850	185 200
Bolero d	Magazin für Mode und Kultur		504 500
Cash			
Glückspost	Frauenmagazin	121 756	66 500
Glückspost Super Rätsel	Rätselmagazin	19 780	
gaultmillau.ch	DE & FR		274 271
HandelsZeitung	Wirtschaftszeitung	37 482	450 833
L'Illustré	Illustrierte	57 945	109 417
LandLiebe	Landmagazin	190 492	8 850
PME Magazine	Wirtschaftsmagazin	19 386	45 816
Schweizer Illustrierte	Illustrierte	134 529	1 183 917
Schweizer Versicherung*	Fachmagazin	6 397	
Style	Magazin für Fashion, Beauty und Lifestyle	123 413	
Tele	TV-Programmzeitschrift	100 147	67 333
Le Temps	Tageszeitung	27 119	1 272 250

*eingestellt per Dezember 2019

		<u>Verbreitete Auflage 2019</u>	<u>Unique users per month</u>
TV 2	TV-Programmzeitschrift	8 796	
TV 8	TV-Programmzeitschrift	55 708	
TVstar	TV-Programmzeitschrift	61 431	
TVvier	TV-Programmzeitschrift	20 690	
TV Land & Lüt	TV-Programmzeitschrift	5 689	
TV Täglich	TV-Programmzeitschrift	651 352	

Entertainment

Websites

energy.ch	288 333
students.ch	35 000
usgang.ch	113 166
izzymag.ch	
moonandstars.ch	

Radio-Stationen

Energy Basel
Energy Bern
Energy Hits
Energy Zürich
Luna Radio

Publishing Portfolio

Rockit Radio

Vintage Radio

TV

Energy TV

Events

Energy Air

Energy Cruise

Energy Live/Red Session

Energy Star Night

Moon&Stars

Social-Magazin

izzy

Services / Sonstiges

Café-Bar The Studio

Publishing Services

Admeira

Ringier RS

SMD AG

Swissprinters AG

Ringier Axel Springer Media AG

Polen

agdlab.pl

Aplikacja Onet

Aplikacja Onet Poczta

Auto Świat

Auto Świat 4x4

Auto Świat Classic

Auto Świat Katalog

Auto Świat Poradnik*

auto-swiat.pl

businessinsider.com.pl

ekstraklasa.tv

Fakt

Fakt Dobre Chwile

Fakt TV

Verbreitete Auflage 2019

Unique users per month

			60 055
			283 280
			509 041
	Automagazin	44 735	
	Automagazin	11 684	
	Automagazin	8 356	
	Automagazin	21 329	
	Automagazin	31 091	
			3 432 682
			5 150 798
			319 478
	Boulevardzeitung	215 636	
	Lifestyle supplement	206 461	
	TV-Programmbeilage	299 763	

*eingestellt per März 2019

Publishing Portfolio

		<u>Verbreitete Auflage 2019</u>	<u>Unique users per month</u>
fakt.pl			6 728 706
Forbes	Nachrichtenmagazin	19 612	
forbes.pl			1 431 605
kochaj.pl			95 479
Komputer Świat	Computermagazin	28 678	
komputerswiat.pl			4 129 807
KŚ Twój Niezbędnik	Computermagazin	19 154	
literia.pl			110 163
medonet.pl			5 574 021
Newsweek Historia	Geschichtsmagazin	14 861	
Newsweek Learning English	Lernmagazin	7 189	
Newsweek Polska	Nachrichtenmagazin	73 288	
Newsweek Polska EXTRA	Magazin	9 785	
Newsweek Polska Wydanie Specjalne	Magazin	8 591	
Newsweek Psychologia	Magazin	16 642	
Newsweek Zdrowie	Gesundheitsmagazin	5 765	
newsweek.pl			2 368 291
nk.pl			1 298 486
noizz.pl			2 534 981
ofeminin.pl			2 925 703
onet strona główna			11 250 991

	<u>Unique users per month</u>
onet.dom	1 804 919
onet.dziecko	1 315 617
onet.facet	1 426 948
onet.film	3 137 127
onet.gotowanie	1 384 161
onet.kobieta	3 045 352
onet.kultura	1 798 551
onet.magia	821 077
onet.moda	853 447
onet.moto	214 774
onet.muzyka	1 822 376
onet.pl	16 793 439
onet.pl zapytaj	6 133 712
onet.poczta	4 314 976
onet.podróż	1 896 440
onet.pogoda	1 508 376
onet.program tv	968 162
onet.sport	4 908 139
onet.technologie	699 936
onet.uroda	787 468
onet.wiadomości	7 588 662

Publishing Portfolio

	<u>Verbreitete Auflage 2019</u>	<u>Unique users per month</u>
onet.zdrowie		2 735 171
opineo.pl		722 461
pclab.pl		1 106 456
plejada.pl		4 322 619
Przegląd Sportowy	Sporttageszeitung (national)	20 853
przehladsportowy.pl		2 261 328
skapiec.pl		2 684 545
softonet.pl		250 597
sympatia.pl		1 243 235
targsmaku.pl		66 658
vod.pl		3 389 261
zumi.pl		1 177 824
Słowakei		
aktuality.sk		2 678 806
azet.sk		1 023 435
byty.sk		107 497
chaty.sk		23 557
diva.sk		826 386
dobruchut.sk		1 038 960
horoskopy.sk		124 434

	<u>Unique users per month</u>
kalendar.sk	367 736
najmama.sk	836 820
noizz.sk	583 832
noveauta.sk	28 191
noveauto.sk	120 870
novostavby.sk	76 203
pokec.sk	324 636
realsoft.sk	1 768
slovník.sk	930 444
tahaky-referaty.sk	258 127
zive.sk	570 976
sport.sk	821 195

Publishing Portfolio

		<u>Verbreitete Auflage 2019</u>	<u>Unique users per month</u>
Serbien			
Ana.rs			783 131.08
Blic	Boulevardmagazin	47 325	2 923 153.75
Blic zena	Frauenmagazin	68 892	1 648 822.42
Blic zena specials	Magazin	3 635	
Blic.sport.rs			1 086 689.58
Clip.rs			467 201.92
NIN	Nachrichtenmagazin	7 042	
Noizz.rs			829 354.75
Pulsonline.rs			971 089.50
Ungarn			
14 Nap Műsorfüzet	TV-Programmzeitschrift	7 896	
Auto Bild	Automagazin	12 751	
Auto Bild Különszám	Automagazin	5 686	
Blikk	Boulevardmagazin	70 139	
Blikk Extra Receptek	Kochzeitschrift	23 184	
Blikk Nők	Frauenmagazin	57 963	
Blikk Nők Extra	Frauenmagazin	24 540	
Blikk Nők Konyha	Kochzeitschrift	9 889	
Blikk Nők Otthon&Kert	Haus & Interieur	8 115	

		<u>Verbreitete Auflage 2019</u>	<u>Unique users per month</u>
Blikk Rejtvény	Kreuzworträtselmagazin	59 368	
Blikk TV	TV-Programmeilage	58 570	
Bookazine	Lernmagazin	6 498	
Csók és könny	Frauenmagazin	7 964	
Eszes	Kreuzworträtselmagazin	9 281	
Eszes Évkönyv	Kreuzworträtselmagazin	9 898	
Eszes Évszakok	Kreuzworträtselmagazin	6 172	
Eszes Skandi	Kreuzworträtselmagazin	4 645	
Eszes Extra	Kreuzworträtselmagazin	6 930	
Rejtvény Terefere Plusz	Kreuzworträtselmagazin	6 894	
GEO	Lernmagazin	3 957	
Glamour	Frauenmagazin	55 245	
Glamour Különszám	Frauenmagazin	6 434	
Havi Kópé	Kreuzworträtselmagazin	1 458	
Hétpróba Skandi	Kreuzworträtselmagazin	8 176	
Jó vicc!	Kreuzworträtselmagazin	2 532	
Képes TV Műsor	TV-Programmzeitschrift	13 646	
Kiskegyed	Frauenmagazin	169 514	
Kiskegyed Extra	Frauenmagazin	22 160	
Kiskegyed Konyhája	Kochzeitschrift	23 483	
Kiskegyed Konyhája Különszám	Kochzeitschrift	7 769	

Publishing Portfolio

		<u>Verbreitete Auflage 2019</u>	<u>Unique users per month</u>
Kiskegyed Otthona	Haus & Interieur	17 942	
Kiskegyed Plusz	Gesundheitsmagazin	1 600	
Kiskegyed Recepttár	Kochzeitschrift	20 716	
Kiskegyed Rejtvény Extra	Kreuzwortselsmagazin	6 365	
Kópé	Kreuzwortselsmagazin	3 987	
Kópé Évszakok	Kreuzwortselsmagazin	10 887	
Kópé Extra Rejtvénymagazin	Kreuzwortselsmagazin	3 315	
Rejtvény Terefere	Kreuzwortselsmagazin	16 953	
Rejtvény Terefere Extra	Kreuzwortselsmagazin	5 920	
Rejtvény Terefere Skandi	Kreuzwortselsmagazin	4 100	
Sárga TV	TV-Programmzeitschrift	22 371	
Szines kéthetes	TV-Programmzeitschrift	32 774	
TV kéthetes	TV-Programmzeitschrift	46 090	
TV Revü	TV-Programmzeitschrift	17 400	
Tvr Újság	TV-Programmzeitschrift	45 913	
TVR-Hét	TV-Programmzeitschrift	61 286	
Ügyes	Kreuzwortselsmagazin	24 721	
Ügyes 5 Perc	Kreuzwortselsmagazin	3 069	
Ügyes évszakok	Kreuzwortselsmagazin	20 381	
Ügyes Extra	Kreuzwortselsmagazin	5 468	
Ügyes Extra Szudoku	Kreuzwortselsmagazin	4 501	

		<u>Verbreitete Auflage 2019</u>	<u>Unique users per month</u>
Ügyes Sorozat	Kreuzwortselsmagazin	13 031	
Ügyes Plusz	Kreuzwortselsmagazin	5 553	
Ügyes Skandi	Kreuzwortselsmagazin	7 527	
Vasárnapi Blikk	Sonntagszeitung	47 260	
Blikk.hu	Boulevardmagazin		2 737 991
Blikk Rúzs.hu	Frauenmagazin		1 566 915
Glamour.hu	Frauenmagazin		842 655
EgészségKalauz.hu	Gesundheitsmagazin		982 458
Noizz.hu	Urbane Kultur		1 185 518
Recepttár.hu	Gastronomie		85 150
<i>Ringier Rumänien</i>			
Auto Bild	Automagazin	3 816	
auto-bild.ro			699 320
Avantaje	Frauenmagazin	4 399	
avantaje.ro			1 096 889
ELLE	Modezeitschrift	6 631	
elle.ro			699 253
ELLE Decoration	Dekorationsmagazin	3 090	
Libertatea	Tageszeitung	30 803	
libertatea.ro			7 233 426

Publishing Portfolio

		<u>Verbreitete Auflage 2019</u>	<u>Unique users per month</u>
Libertatea Sunday	Sonntagszeitung	20 859	
Libertatea Weekend	TV Supplement	48 573	
Libertatea pentru femei	Frauenzeitschrift	28 176	
libertateapenturfemei.ro			1 117 391
Retete de colectie	Kochzeitschrift	8 669	
retetepractice.ro			518 581
Povestea mea	Illustrierte	9 113	
Intamplari adevarate	Frauenzeitschrift	9 258	
Povesti de viata	Frauenzeitschrift	8 216	
Psychologies	Illustrierte	5 137	
psychologies.ro			278 103
Gazeta Sporturilor	Sportmagazin	12 522	
Gazeta Sporturilor Sunday	Sportmagazin	4 247	
gsp.ro			3 437 843
Unica	Frauenzeitschrift	6 143	
unica.ro			3 248 292
VIVA!	Frauenzeitschrift	7 420	
viva.ro			1 728 256
Lucru de mana	Handwerksmagazin	8 163	

Ringier Africa Digital Publishing (RADP)

	<u>Verbreitete Auflage 2019</u>	<u>Unique users per month</u>
Ghana		
pulse.com.gh		2 845 919
Kenia		
pulselive.co.ke		2 561 843
Nigeria		
pulse.ng		5 434 450

Publishing Portfolio

Ringier Asien

Vietnam

		<u>Verbreitete Auflage 2019</u>	<u>Unique users per month</u>
Elle Decoration	Home Decoration Magazin	7 200	20 299
Elle Man	Fashion & Beauty Magazin	6 800	356 608
Elle.vn	Fashion & Beauty Magazin	49 000	1 501 282
Marry.vn*			
Marrybaby.vn*			

Events

ELLE Women in Society, ELLE Style Awards, ELLE Beauty Awards, ELLE Fashion Journey, Marry Wedding Day, Marry Excellence Awards, Marry Baby & School Day, MarryBaby Mega Mall, MuaBanNhaDat Conference on Real Estate, Broker Contest second round, Broker Contest final round, Digital Workshop in Real Estate

Myanmar

Duwun.com.mm			3 188 476
Marry.com.mm*			295 636
Kalay.com.mm*			268 508

Events

Duwun Food Carnival, Duwun Talks, Kalay Day, Kalay Workshops, Marry Love Day, Marry Wedding Day, Mom & Kalay Fair, MyJobs Yangon Job Fair, MyJobs Mandalay Job Fair in 2018

*verkauft per Juli 2019

Marketplaces Portfolio

Schweiz

		<u>Unique users per month</u>
alpha.ch	Jobs	
anibis.ch	Small ads	3 396 951
autoScout24	Cars	3 342 351
cash.ch		504 500
DeinDeal	E-commerce	643 259
FinanceJobs.ch	Jobs	
geschenkidee.ch	E-commerce	295 407
ICTcareer.ch	Jobs	
ideecadeau.ch	E-commerce	100 140
ImmoScout24	Real estate	2 009 696
INGJobs.ch	Jobs	
jobs.ch	Jobs	2 143 304
jobs4sales.ch	Jobs	
jobscout24.ch	Jobs	599 347
jobsuchmaschine.ch	Jobs	
jobup.ch	Jobs	809 509
jobwinner.ch	Jobs	
karriere.at	Jobs	1 780 914
medtalents.ch	Jobs	
MotoScout24	Motorcycles	403 332
My-Store	E-commerce	371 549

		<u>Unique users per month</u>
Ticketcorner	Tickets	1 170 000
Topjobs.ch	Jobs	

Ringier Digital Ventures

AboutYou GmbH
Archilyse AG
Airgreet GmbH
Airconsole AG
Block Enterprises OY
Baze Labs AG
Campanda GmbH
CheckYeti GmbH
Flatfox AG
Goodminton AG (Foodspring)*
Insenio GmbH
Makerist GmbH
Medlanes GmbH
Pamono GmbH
Recommerce AG
Wine & Gourmet Digital AG
yamo AG

*im Juli 2019 verkauft

Marketplaces Portfolio

Ringier Axel Springer Media AG

Polen

jakdojade.pl	Ticket	1 304 066
no fluff (jobs)	Jobs	118 468

Slowakei

autobazar.eu	Auto	637 455
autobazar.sk	Auto	336 126
bistro.sk	Food	227 510
bazar.sk	Inserate-Plattform	756 998
autovia.sk	Auto	165 331
nehnutelnosti.sk	Immobilien	511 465
reality.sk	Immobilien	202 057
topreality.sk	Immobilien	315 975

Serbien

Mojauto.rs	Auto	392 236
Nekretnine.rs	Immobilien	326 849

Ungarn

profession.hu	Jobs	985 978
jobmonitor.hu	Jobs	109 849

Unique users per month

munkahelyek.hu	Jobs	64 439
----------------	------	--------

Estland

cvkeskus.ee	Jobs	393 913
-------------	------	---------

Lettland

cvmarket.lv	Jobs	110 218
-------------	------	---------

Litauen

cvmarket.lt	Jobs	228 316
-------------	------	---------

Ringier Rumänien

ejobs.ro	Jobs	1 086 970
imobiliare.ro	Real estate	988 897

Ringier One Africa Media (ROAM)

Äthiopien

Qefira.com	Small ads	64 000
------------	-----------	--------

Ghana

Jobberman.com.gh	Jobs	112 000
------------------	------	---------

Unique users per month

Marketplaces Portfolio

		<u>Unique users per month</u>
Kenia		
Brightermonday.co.ke	Jobs	337 000
Buyrentkenya.co.ke	Jobs	129 000
Cheki.com.ke	Cars	286 000
Pigiame.co.ke	Small ads	357 000
Nigeria		
Cheki.com.ng	Cars	223 000
Jobberman.com.ng	Jobs	277 000
Senegal		
Expat-dakar.com	Small ads	280 000
Mamaison.sn	Real estate	87 000
Tanzania		
Brightermonday.co.tz	Jobs	106 000
Zoomtanzania.com	Small ads	288 000
Uganda		
Brightermonday.co.ug	Jobs	53 000
Cheki.com.ug	Cars	23 000

		<u>Unique users per month</u>
Ringier Asien		
Vietnam		
Muabannhadat.vn	Real estate	419 003
Myanmar		
MyJobs.com.mm	Jobs	294 653

Wesentliche Beteiligungen

Beteiligungsquote Stand 31.12.2019

Gesellschaften	Anteil
Schweiz	
Ringier AG, Zofingen	100 %
Ringier Africa AG, Zofingen	100 %
Swissprinters AG, Zofingen	70 %
Ringier Axel Springer Schweiz AG, Zürich	50 %
Le Temps SA, Genf	55 %
Admeira AG, Bern	50 %
Ringier Axel Springer Media AG, Zürich	50 %
Ringier Digital Ventures AG, Zürich	73 %
Scout24 Schweiz AG, Flamatt	50 %
IAZI, Informations- und Ausbildungszentrum für Immobilien AG, Zürich	33 %
Casasoft AG, Bottighofen	18 %
JobCloud AG, Zürich	50 %
Geschenkidee.ch GmbH, Zürich	100 %
DeinDeal AG, Zürich	87 %
Ticketcorner AG, Rümlang	50 %
Energy Schweiz Holding AG, Zürich	65 %
MSF Moon and Stars Festivals SA, Locarno	100 %
Ringier Sports AG, Zürich	100 %
Hypoguide AG, Magden	49 %
digitalCounsels AG, Zürich	29 %

Gesellschaften	Anteil
Rumänien	
S.C. Ringier Romania s.r.l., Bukarest	100 %
Ejobs Group S.A., Bukarest	100 %
Realmedia Network SA, Timisoara	87 %
Ringier Sportal S.R.L., Bukarest	51 %
Slowakei	
Ringier Axel Springer SK a.s., Bratislava	44 %
United Classifieds s.r.o., Bratislava	26 %
SPORT.SK, s.r.o., Silein	29 %
Serbien	
Ringier Axel Springer d.o.o., Belgrad	50 %
APM Print d.o.o., Belgrad	50 %
NIN d.o.o., Belgrad	50 %
New Digital d.o.o., Belgrad	50 %
Ungarn	
Blikk Kft., Budapest	50 %
Profession.hu Kft., Budapest	50 %
Ringier Axel Springer Magyarorszag Kft., Budapest	50 %

Wesentliche Beteiligungen

<i>Gesellschaften</i>	<u>Anteil</u>
Polen	
Ringier Axel Springer Polska Sp. z.o.o., Warschau	50 %
StepStone PL, Warschau	26 %
Estland	
CV Keskus OÜ, Tallinn	50 %
Afrika RADP (Ringier Africa Digital Publishing)	
Ringier Ghana Ltd., Accra	100 %
Ringier Kenya Ltd., Nairobi	100 %
Ringier Media Nigeria Ltd., Lagos	100 %
Ringier Digital Marketing SA, Dakar	100 %
Afrika ROAM (Ringier One Africa Media)	
One Africa Media (Pty) Ltd., Cape Town	42 %
Cheki Africa Media Ltd., Ebène	57 %
Asien	
Ringier Pacific Ltd., Hong Kong	100 %
Ringier Vietnam Co. Ltd., Ho Chi Minh	99 %
Nhat Viet Group Co. Ltd., Ho Chi Minh	50 %
Pyramid Solutions Company Ltd., Yangon	95 %

Beatrix Ruf, Kuratorin und Kunstexperte

DER KÜNSTLER JORDAN WOLFSON

Groucho Marx, berühmtester Protagonist der legendären Marx Brothers, die im Hollywood der 1920er bis 1940er Jahre mit ihren tragisch-komischen und gesellschaftssatirischen Filmen Geschichte geschrieben haben, krönt das Cover des Ringier Jahresberichts 2019, den der amerikanische Künstler Jordan Wolfson kreiert hat. Groucho Marx, der sich für «mässig erfolgreich, aber dafür hoffnungslos mittelmässig» hielt, hat mit ikonisch schlagkräftigen Sprüchen Geschichte geschrieben, wie zum Beispiel mit dem Satz «Ich mag keinem Club angehören, der mich als Mitglied aufnimmt.»¹, mit dem er in einem Telegramm seinen Austritt aus dem Privatclub der Komiker und Filmpro-

minenten ankündigt. Seine tragisch-komischen, identitätsbezweifelnden und gesellschafts-pessimistischen Slogans («Whatever it is – I’m against it», «Was immer es ist – ich bin dagegen») fanden selbst noch in den 1960er-Jahren Eingang in die Slogans von Studentebewegungen – und sie stehen in der Tradition des klassischen jüdischen Humors. Jordan Wolfson wählt mit Groucho Marx eine ikonische Person wie auch dessen Haltung als eine Art Alter Ego, wie er es in einer Reihe anderer Arbeiten bereits mit jüdischen Figurentypen getan hat. Er entschied sich dabei auch für den Maskentrick des Künstlers Groucho Marx, der sich mit dicken schwarzen Strichen als buschigen Augenbrauen und

Lippenbart, mit Brille und Zigarre eine unverwechselbare und auf graphische Elemente reduzierte Erscheinung gegeben hat. Mit ebendiesen graphischen Elementen überarbeitet Wolfson mit schwarzen Pinselstrichen Medienbilder einer weiteren ikonischen Figur der Geschichte und deren in den Medien «gelebtes» Leben als Bildstrecke: John F. Kennedy Jr.

2019 jährte sich der tragische Flugzeugabsturz, in dem John F. Kennedy Jr. mit seiner Frau Carolyn Besette-Kennedy zu Tode kam, zum zwanzigsten Mal. Der Künstler nimmt uns mit seinen überarbeiteten Fotos auf eine emotionale Reise entlang eines Lebens, das von Potenzialitäten, Fiktionen und Scheitern geprägt und von den Medien detailreich und unausweichlich begleitet, sogar gemacht war. Familienbilder, Freundinnen wie Sarah Jessica Parker, seine Ehefrau Carolyn Besette, zahlreiche Prominente und auch der jetzige Präsident Donald Trump sind allesamt Teil der Szenen, die Groucho Marx’ Insignien überlagern. Einzig ein offiziell anmutendes Foto John F. Kennedys am Arbeitstisch im Weissen Haus bleibt unbearbeitet, vielleicht ein Verweis darauf, dass es ein Leben in politischer Realität auch für den Sohn hätte geben können, vielleicht ein Verweis darauf, dass unsere politischen Realitäten konkreter und realer sein könnten als mediale Dauerpräsenz, Ausbreitung von Privatleben und Promi-News.

Der 1980 geborene Künstler Jordan Wolfson ist einer der bekanntesten und immer auch provozierenden künstlerischen Figuren einer jüngeren Künstlergeneration. Seine Arbeiten umfassen Film, Video, digitale Animationen und deren Umsetzung in Fotos oder skulpturale Bildformen. In den letzten Jahren wendete er sich vermehrt den neuen Medien der Virtual Reality und der animatronischen Skulpturen zu, einer Technologie, die insbesondere in der Hollywoodindustrie zur Animation von Bewegungen von Figuren eingesetzt wird. Wolfsons Werke zielen auf Emotionen und darauf, wie sie in den Medien und Technologien «gemacht» werden – real und imaginär, wirklich und virtuell stehen sich gegenüber als Agenten, die das menschliche Sein ausmachen: reale oder konstruierte Identitäten, Liebe, Tod, Sexualität, Gewalt und unsere sozialen Interaktionen stehen im Spannungsfeld seiner Bilder.

Die Frage nach dem «echten» Gefühl oder dem, was wir uns darunter vorstellen könnten, zieht sich wie ein roter Faden durch das Œuvre von Jordan Wolfson. Die Bilder der Medien und die Wirkungsmechanismen der Medienindustrie sind deshalb zentrales Material und zentrales Thema in seinen Arbeiten – immer auch als autobiographische Möglichkeit. Auch für seine Hommage an Groucho Marx und John F. Kennedy Jr. für den Ringier Jahresbericht 2019 kann so die Umkehrung des

Standardsatzes gelten: Ähnlichkeiten mit real existierenden Personen sind nicht zufällig und ausdrücklich erwünscht.

¹ *Original engl.: «I don't care to belong to any club that will have me as a member.» in: Arthur Sheekman, The Groucho Letters, New York: Simon & Schuster, 1967, S. 8.*

Frank A. Meyer, Publizist

EPILOG

Für den deutsch-amerikanischen Hochschullehrer und Publizisten Hans Ulrich Gumbrecht ist der Staat, wie wir ihn kennen, überholt: Er müsse «sich neu erfinden». Sonst habe er keine Zukunft mehr.

Für den Schweizer Schriftsteller Lukas Bärfuss ist die Demokratie, wie wir sie praktizieren, veraltet, grünet sie doch «auf Ideen aus dem achtzehnten Jahrhundert»: Deshalb brauche «unser politisches System mehr als Gesetzesreformen». Sonst habe es keine Zukunft mehr.

Für den Schweizer Journalisten Kurt W. Zimmermann braucht die Demokratie die Medien «nicht zwingend», jedenfalls nicht so, wie wir sie gewohnt

sind. Auch ohne sie «funktioniert die Demokratie prächtig». Journalisten haben keine Zukunft mehr.

Der globalisierte Digitalismus enthebt nicht nur die Nation ihrer Funktion; er unterläuft auch die Demokratie; Twitter, Instagram und Youtube usurpieren die Medien und das Metier des Journalismus.

Die drei Untergangspropheten sind Koryphäen ihres Faches, insofern ernst zu nehmen. Droht also das Ende der politischen, kulturellen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Welt, wie wir sie alltäglich leben?

Gumbrecht, Bärfuss und Zimmermann verkünden ihre fatalistischen Folgerungen auf dem intellektuellen Hochsitz, den ihnen eben jene Gesellschaft zur

Verfügung stellt, der sie die Zukunftsfähigkeit absprechen. Man könnte auch sagen: Für die drei Apokalyptiker persönlich funktioniert noch, was sie bereits abgeschrieben haben: der Staat, die Demokratie, der Journalismus. Das immerhin ist ein Hoffnungsschimmer für den verdatterten Bürger, wenigstens ein Strohalm.

Könnte die düstere Botschaft eventuell falsch sein? Was wäre Demokratie ohne die Journalisten und ihre Medien? Ein Chaos aus Wortmeldungen: jeder sein eigener Journalist, jeder ein Influencer mitsamt Community – der neue Markt der Meinungsbildung.

US-Präsident Donald Trump exerziert es vor. Seine

Sinnsprüche, Polemiken, Invektiven, Verteufelungen – Wortbündel der Verdummung.

Auf Journalisten kann Trump verzichten. Der Weg in die Öffentlichkeit über private und direkte Kommunikationskanäle bietet sich Politikern ebenso an wie Managern und Mächtigen aller Art. Aber auch ganz gewöhnliche Bürger üben sich als Kommunikatoren ihrer selbst – und fühlen sich plötzlich ein bisschen mächtig.

Garantiert diese Netz-Anarchie die Demokratie? Ist dem Bürger mit dieser Alternative zum traditionellen journalistischen Handwerk bei seiner demokratischen Entscheidungsfindung geholfen?

Journalismus systematisiert, was die politisch, wirtschaftlich, kulturell und gesellschaftlich Verantwortlichen von sich geben. In den Medien entsteht die Ordnung des Gesagten. Es wird dreidimensional: in historische und interdisziplinäre Zusammenhänge gestellt, zudem mit Prioritäten versehen – als sehr wichtig, wichtig oder weniger wichtig eingestuft und entsprechend inszeniert.

Dadurch entsteht Ordnung, und zwar nicht die eine einzige Ordnung, sondern unterschiedliche Ordnungen – entsprechend der Haltung der einzelnen Medien.

Die Journalisten backen die Ziegelsteine, mit denen der Bürger baut – oder auch mal im Protest um sich

wirft. Das setzt breites und tiefes Wissen der Denkhändler voraus: historisches, politisches, wirtschaftliches, kulturelles. Journalisten müssen gebildet sein, belesen und erfahren – Bürger im klassischen Sinn.

Das World Wide Web dagegen ist, jedenfalls bis auf weiteres, ein Ort der Entbürgerlichung – und der Shitstorm ist augenfälligster Ausdruck von Dekadenz. Wer stellt sich dagegen? Die Journalisten, die Stilisten des Nachdenkens, Durchdenkens und Vordenkens.

Ja, das klingt hoffnungsvoll. Aber es findet tatsächlich statt: in den traditionellen Kanälen der Zeitungen und Magazine, auch auf den digitalen Portalen verantwortungsbewusster Verlage.

Ist Journalismus überflüssig? Noch nie mussten die Denkschreiber, Denkdredner und Denkfürer gebildet sein. Ist Demokratie überholt? Noch nie wurde dieses mehr als zwei Jahrhunderte alte System so beflissen benutzt wie heute: von den Parteien natürlich, ganz besonders aber von den staatsfernen und staatskritischen NGOs, neuerdings jeden Freitag von der Greta-Jugend.

Montesquieus Gewaltenteilung bewährt sich, indem sie sich der veränderten Verhältnisse annimmt: national, supranational in der EU oder im Weltmassstab der OECD. Die Demokratie atmet, manchmal schnaubt sie, in jedem Fall lebt sie.

Und die Nation, dieser urtümliche Rahmen der Demokratie? Sie bleibt unverzichtbar zur Gestaltung der gesellschaftlichen Sphäre, auch der supranationalen und globalen Räume, denn sie vermittelt dem Bürger den übersichtlichen Rahmen, in dem er seine Entscheidungen trifft.

Der Bürger braucht Heimat, die Demokratie braucht Heimat – beide brauchen den Staat, die Nation.

Die Journalisten, die Medien machen das weltgeschichtliche Gesamtkunstwerk der offenen, der westlichen Gesellschaft verständlich und begreifbar.

Greifbar.

Impressum

Der Jahresbericht von Ringier wird seit 1998 von Künstlerinnen und Künstlern gestaltet, die mit Werken in der Sammlung Ringier vertreten sind. Die Serie wurde von Michael Ringier und Beatrix Ruf als vertiefende Einbindung der Kunst in die Tätigkeit des Konzerns initiiert.

Herausgeberin: Ringier AG

Gesamtleitung: Bernhard Weissberg, Weissberg Consulting, Zürich.

Künstler: Jordan Wolfson, New York/Los Angeles.

Koordination Kunst: Rahel Blättler, Sammlung Ringier.

Redaktionelle Koordination: Alejandro Velert und Stephan Brügger, Corporate Communications Ringier AG.

Grafische Gestaltung: Roslyn Fok.

Konzeptumsetzung: Zuni Halpern.

Lektorat: Claudia Bodmer und Gian Pozzy.

Übersetzung: Claudia Bodmer, Day English Communications, Zürich (Englisch); Gian Pozzy, Lausanne (Französisch).

Materialbeschaffung, Produktion- und Druck-Koordination: Nicolas Kutsomanolakis, Produktions-Services Ringier AG

Ringier AG
Dufourstrasse 23, 8008 Zürich, Schweiz
Telefon +41 44 259 64 44
media@ringier.ch
www.ringier.ch

Papier/Material

Umschlag: Munken Pure Rough FSC, ungestrichen, holzfrei 300 gm²

Papier: Munken Pure Rough FSC, ungestrichen, holzfrei 170 gm²

Buchbinder: Schumacher AG, Industriestrasse 1-3, 3185 Schmitten

Druck: Engelberger Druck AG, Oberstmühle 3, 6370 Stans

Zürich, April 2020

 Ringier

