

Ringier Jahresbericht 2024



Video-Link

Heji Shin

INHALT

Die Künstlerin Heji Shin im Gespräch mit der Kuratorin Beatrix Ruf	5
Prolog – Michael Ringier, Verleger	9
Das Geschäftsjahr 2024 – Marc Walder, CEO	13
Das Jahr in Zahlen – Dr. Annabella Bassler, CFO	21
Epilog – Frank A. Meyer	29
Ringier-Portfolio	33
Wesentliche Beteiligungen	45
Organisation	49
Ringier-Standorte	51
ESG-Report 2024	53

DIE KÜNSTLERIN HEJI SHIN IM GESPRÄCH MIT DER KURATORIN BEATRIX RUF

Beatrix Ruf: Heji, Du machst Bilder, die die Genres von Produktfotografie, wie zum Beispiel die der Modemagazine, und Kunst benutzen und immer auch aufbrechen. Die Auswahl der Motive für Deine Kunstwerke irritiert: Zuchthähne mit beeindruckendem Federkleid, reinliche rosa Schweinchen, in menschliche Momente verstrickte Paviane, das klassische Motiv der Maria mit Kind, Babys direkt nach der Geburt, Kanye West, Fake-News-Bilder, in denen Du von einer Freizeit-Enactment-Gruppe Kriegshandlungen nachstellen lässt. All diese Motive kehren sich in Deinen Arbeiten ins Unheimliche, insbesondere die Tiermotive. Sie evozieren für mich einen Begriff, der aus der Robotik stammt, das «Uncanny Valley», dieser beschreibt, wie eine allzu grosse Nähe zum Anthropomorphen der Maschinen unangenehme Gefühle auslösen kann. Deine Tierbilder tun dies ganz zielsicher, sie sind allzu menschlich. Wie wählst Du Motive generell aus, und wie kam es zu den Raketenbildern, die im Ringier-Jahresbericht zu sehen sind?

Heji Shin: Es ist ein intuitiver Entscheid, der manchmal viel von Gesprächen mit Freundinnen und Freunden beeinflusst ist. Themen, Vorschläge kommen oft aus meinem Umkreis, manchmal nehme ich sie auf, oft entwickeln sich die Themen schlussendlich zu etwas ganz anderem. Die Motive kommen zu einem, ob man will oder nicht.

Die Raketenbilder entstanden für meine Ausstellung «Heji Shin's America: Part One» im Aspen Art Museum, die im November 2024 eröffnet wurde. Die Direktorin Nicola Lees und der Kurator Daniel Merritt schlugen einen Roadtrip durch Amerika vor. Die Idee von einer Amerika-Ausstellung kam also nicht von mir. Ich mochte das Thema, weil es auch sehr präsent ist und mich in diesem Moment auch beschäftigt hat.

Beatrix Ruf: Ein Bild von Amerika zu zeichnen, vielleicht zu entwerfen, steht in einer grossen Tradition. Du stehst da in einer grossen Tradition von vor allem männlichen Fotografenkollegen wie Walker Evans, Ansel Adams oder Robert Frank.

Heji Shin: Ja, dies sind grosse Männer in der amerikanischen Fotografiegeschichte. Ich bin Immigrantin mit einem sehr unamerikanischen Namen, daher hört sich der Titel der Ausstellung für mich lustig an. Auch sind meine Arbeiten nicht wirklich dokumentarisch wie von den grossen amerikanischen Fotografen.

Beatrix Ruf: Wie kam es dann zu den Motiven, die Du in der Ausstellung zeigst: Raketen und der stürmische Atlantik?

Heji Shin: Ich habe mich tatsächlich auf den amerikanischen Roadtrip eingelassen und bin losgefahren. Zuerst bin ich viel an der Ostküste rauf und runter gereist. Ich war auch in Texas. Ich versuchte Porträts zu machen und Landschaften zu fotografieren. Irgendwann fragte ich mich, was ich eigentlich wirklich zeigen wollte und in welchem Umfang. Dann hatte ich die Idee, Raketen zu fotografieren. Ich reiste nach Florida und erkannte, dass dieses Motiv episch ist.

Beatrix Ruf: Die Raketenbilder hast Du für den Ringier-Jahresbericht als Sujet gewählt. Es gibt drei Motive, die als Poster gedruckt wurden, der Zufall entscheidet, welches man mit seinem Jahresbericht erhält. Die Rakete ist ein Bild für den vielbesungenen amerikanischen Traum der American Frontier, das Aufbrechen und Weiterdrängen in das Neue und Unerwartete, immer auch mit der imperialen Idee der ständigen Erweiterung, Verbesserung, Aneignung neuer Territorien verbunden.

Heji Shin: Ja, das Expansive, das Amerika und die westliche Welt ja immer vorangetrieben hat, drückt sich in den Raketen aus. Die Fotografien entstanden in Cape Canaveral, dort wo Raketen von der NASA und auch privaten Firmen wie SpaceX, eigentlich allen Firmen, gestartet werden.

Beatrix Ruf: Die Raketen zielen ja nicht nur auf die mögliche Erweiterung des menschlichen Lebensraums, sondern platzieren auch massenweise Satelliten im All. So ist bereits ein unglaublich dichtes Netz aus Kommunikationstechnologie im Weltraum entstanden.

Heji Shin: Ich glaube, die Satelliten sind ebenfalls ein Ausdruck dieses Expansionsgedankens, vielleicht mehr im Sinne des erforschenden Auges der westlichen Kultur und der Technologie. Diese Themen standen für mich nicht im Vordergrund, ich lehne sie sogar als Inhalte der Arbeiten ab. Ich wollte die Raketen symbolisch zeigen und nicht ideologisch. Das sieht man auch in der Art und Weise, wie ich sie fotografiert habe: Es ist eine romantische Darstellung.

Beatrix Ruf: Ja, die Raketenbilder sind sehr unterschiedlich: Manche zeigen nur noch die Flugbahn der Rakete als abstrakte Linie, sie evozieren phallische Motive und sind sehr romantische Bilder von Wolken und was sich da verborgen am Himmel befindet. Viele Darstellungen, wie wir sie aus der Kunstgeschichte kennen. Was hat Dich dazu bewogen, diese Bilder in den Kontext des Jahresberichts des Medienunternehmens Ringier zu stellen?

Heji Shin: Ich dachte, das Motiv passt gut, da das Interesse der Öffentlichkeit gross ist. Ich mochte auch die Verbindung der Geschäftszahlen mit den Raketen – ein optimistisches Bild, es geht immer nach oben.

Beatrix Ruf: Der Jahresbericht wird von grossformatigen Raketenpostern begleitet, aber Du hast auch eine neue Arbeit realisiert, das Video eines Raketenstarts. Bist Du nochmals nach Florida gereist, um das Video zu machen? Ein zweiter Heji-Shin-America-Roadtrip?

Heji Shin: Ja, ein Videoclip eines Raketenstarts in Zeitlupe kann mit einem QR-Code, der auf dem Cover des Jahresberichts platziert ist, aufgerufen werden. Es ist ein sehr minimalistisches Video geworden. Als ich die Raketenbilder gemacht habe, bin ich für Monate nach Merritt Island gezogen. Es gibt Termine für die Raketenstarts, jedoch werden diese oftmals verschoben. Man muss zwei Tage vor dem geplanten Termin vor Ort sein, da es eine komplizierte Logistik für die Anwesenheit dort gibt. Alles um die Raketen herum ist logistisch kompliziert. Ich musste also auch persönlich vor Ort sein. Genauso wie die professionellen Raketenfotografen, die sind eigentlich immer irgendwie vor Ort.

Beatrix Ruf: Wie in der Naturfotografie hängt auch bei der Raketenfotografie alles vom Wetter ab ...

Heji Shin: Ja, Raketen fotografieren ist eigentlich Landschaftsfotografie. Professionell werden diese Raketenstart-Dokumentationen auch von genau den Leuten ausgeführt, die Landschaftsfotografie machen: Sie fotografieren Stürme, das Wetter, Flugzeuge, Drohnen und eben Raketen. Es sind zu 99 % Männer, die dies mit Leidenschaft und sehr gut machen. Man läuft die ganze Zeit den Motiven hinterher und wird dann belohnt. Es ist ein anderer Arbeitsmodus, denn man empfängt ein Bild, ohne viel dazuzugeben. Man stellt sich hin, bereitet alles vor und der Rest wird einem gegeben.

Beatrix Ruf: Es ist ein anderer Prozess, an einem Set für ein Modeshooting zu sein oder Porträts von Tieren und Menschen zu fotografieren.

Heji Shin: Es ist genau das Gegenteil. In der Studiofotografie und selbst in der Porträtfotografie hat man eine Art Kontrolle, kann man eine Richtung geben. Dies ist bei der Landschaftsfotografie nicht möglich, es ist eine viel körperlichere Angelegenheit. Man beschäftigt sich hier wahrscheinlich eher introspektiv mit dem Motiv. Es wird einem etwas gegeben, das man zuerst erfüllen muss, um dann wieder darauf projizieren zu können. Letztendlich muss immer etwas passieren bei einer Fotografie.

Beatrix Ruf: Was interessiert Dich an der Gleichzeitigkeit von Fotografie und digitalem Video in diesem Jahresbericht?

Heji Shin: Ich mag das haptische Poster, die grossen Bilder sind ja auf das Format des Berichts gefaltet worden, das hat etwas Altmodisches. Im Video dagegen passiert etwas sehr Anderes; es öffnet den digitalen und sehr abstrakten Raum. Es ist die Fortsetzung einer Idee.

Heji Shin (geb. 1976 in Seoul, Südkorea) lebt und arbeitet in New York. Sie hatte Einzelausstellungen in Institutionen wie dem Aspen Art Museum (2024), Le Consortium, Dijon, Frankreich (2021) und der Kunsthalle Zürich (2018). Zu ihren jüngsten Gruppenausstellungen gehören «*No Dandy, No Fun*» in der Kunsthalle Bern (2020), «Time Is Thirsty» in der Kunsthalle Wien (2019) und die Whitney Biennial in New York (2019). Ihre Fotografien wurden in Publikationen und Zeitschriften weltweit veröffentlicht.

PROLOG

Michael Ringier, Verleger

Irgendwie passt es dieses Mal besonders gut. Unser Jahresbericht steht für alles, was wir sind und was wir erreicht haben. Das Poster repräsentiert den traditionellen Teil des Geschäfts, den wir immer noch mit grossem Enthusiasmus betreiben. Denn Journalismus war und bleibt ein Kerngeschäft von Ringier, das wir verteidigen und hochhalten – sowohl auf Papier wie im Digitalen. Der QR-Code steht für die Technologiefirma, die wir heute auch geworden sind und die uns unsere finanzielle Unabhängigkeit noch viele Jahre garantieren wird. Und die Rakete steht für die letzten 15 Jahre. Ein Aufbruch ins Ungewisse, den man versucht, unter Kontrolle zu halten.

Die Künstlerin des diesjährigen Jahresberichts Heji Shin ist nicht einfach zu kategorisieren – und das ist genau ihre Absicht. Die Schublade, wo man sie reinstecken könnte, gibt es nicht. Ihr Medium ist vor allem die Fotografie. Da gibt es Porträts von Affen oder Kamelen, Bilder von Kindern, die gerade geboren werden, sie inszeniert mit falschen Soldaten den Ukrainekrieg als eine Art Reality Show oder sie mischt wie in der Ausstellung in der Kunsthalle Zürich riesige Fotografien von Kanye West mit Röntgenporträts von sich selbst.

Sie macht als Künstlerin genau das, was ich bei Journalistinnen und Journalisten oft vermisse. Sie überrascht, sie lässt sich nicht festlegen und sie stellt Fragen in den Raum, die dem Zuschauer das Nachdenken nicht abnehmen, sondern es herausfordern.

Im Journalismus dagegen sind wir zunehmend mit Beiträgen konfrontiert, die Antworten vorgeben möchten. Dabei spielt die Wortwahl eine grosse Rolle. Wenn ein Magazin eines öffentlich-rechtlichen deutschen Fernsehkanals auf Instagram präsentiert, dass man statt Klimawandel besser von Klimakrise und statt von Erderwärmung doch lieber von Erderhitzung sprechen sollte, ist das genauso manipulativ, wie wenn eine bekannte deutsche Schauspielerinnen vorschlägt, dass in einem Film auf dem Grill doch auch mal Auberginen

statt eines Schnitzels hingelegt werden könnten. Die Frage, ob Auberginen in der Realität vieler deutscher Zuschauer und Zuschauerinnen überhaupt vorkommen, scheint Nebensache zu sein. «Betreutes Denken» nennt das die NZZ zurecht, mit Journalismus hat das wenig zu tun.

Dabei hat es unser Metier eh schon schwer genug. Die Large Language Models können doch bloss eine Antwort ausspucken, weil sie gnadenlos alles geklaut und sich damit trainiert haben, was nach Inhalt aussieht – vieles davon von Journalisten erarbeitet. «Klaue alle Nutzer, klaue die ganze Musik» war ein Ratschlag, den die Studenten der Eliteuniversität in Stanford bei der Frage zu hören bekamen, was sie tun sollten, falls die App Tiktok verboten würde. Wenn es scheitert, interessiert sich keiner dafür, sollte man Erfolg haben, beauftrage man eben einen Haufen Anwälte, um die Sauerei aufzuräumen, war der Ratschlag von Eric Schmidt, dem früheren Google-CEO. «So wird das halt im Silicon Valley gemacht», führte er als Entschuldigung noch an.

Einfach etwas behaupten ist eine andere Variante, unterstellen hat ebenfalls Hochkonjunktur und Provokation kann nie genug sein. Für den, der sich auf Plattformen rumtreibt, ist das medialer Alltag. Es geht um Polarisierung und Dissens und nicht um Diskurs. Oder auch einfach ums «Gesagt sein». Wie meinte doch unlängst ein schwer tätowierter Reality Star zu seinem kaum minder bemalten Kollegen, als sie beide am Pool in Thailand sassen: «Was willst Du mehr, Du kriegst Geld, dass Du hier bist, und Du kriegst Geld fürs Bullshit reden».

Aber ist das nicht eigentlich ein wunderbares Umfeld für das, was wir anbieten: «Recherche, Ideen, Überraschungen, Lese- und Sehvergnügen und jede Menge interessanter Fragen?» Die Finanzierung von Journalismus wird zwar immer schwieriger, der Bedarf und die Notwendigkeit dafür wachsen jedoch

rasant. Eine Bedingung muss dabei allerdings erfüllt sein: Journalismus sollte so daherkommen, wie die Kunst bei Ringier. Die ist einfach da, ein Angebot an die Menschen, die bei uns arbeiten oder uns besuchen. Qualitativ anspruchsvoll will sie weder belehren noch erziehen und auch nicht einfach schockieren. Auch Heji Shin verzichtet seit einiger Zeit darauf: «Provokation ist doch bloss zu einer alltäglichen Erfahrung geworden.»

Aufs Danke sagen möchte ich allerdings nicht verzichten. 2024 war kein einfaches, dafür ein sehr erfolgreiches Jahr für unsere Firma. Dafür möchte ich mich im Namen der Aktionäre und des Verwaltungsrates bei den unzähligen Mitarbeitenden bedanken, die Ringier zu dem machen, was wir weiter bleiben wollen: ein nachdenkliches, aber ambitioniertes und erfolgreiches Unternehmen.

DAS GESCHÄFTSJAHR 2024

Marc Walder, CEO

Die digitale Transformation lässt sich in drei Etappen einteilen:

Etappe 1: Die Erfindung des World Wide Web 1989 durch Sir Tim Berners-Lee am europäischen Kernforschungszentrum CERN in Genf.

Etappe 2: Die Lancierung des iPhones 2007 durch Apple. Ein Jahr danach dann die Lancierung des Android-Phones.

Etappe 3: Der Start von ChatGPT im November 2022.

Wir leben also in einem neuen Zeitalter, geprägt von künstlicher Intelligenz. Generative künstliche Intelligenz – sie kann mit minimalem Aufwand Bilder, Videos, Texte, Ton, Code, 3D-Modelle und Simulationen kreieren, ist nun Realität, die neu gestaltet, Arbeitsabläufe verändert und die Art und Weise, wie wir mit Informationen umgehen, neu definiert.

Im Zeitalter von KI wird Erfolg nicht mehr nur durch Kreativität oder Skalierung bestimmt – es kommt vielmehr darauf an, die zugrunde liegenden technologischen Infrastrukturen und Datenontologien aufeinander abzustimmen. Wie gut sich diese Grundlagen skalieren lassen, hängt ganz davon ab, wie nahtlos sie ineinandergreifen. Darum haben wir sie bei Ringier im Jahr 2024 zu einem zentralen Schwerpunkt gemacht. Indem wir unsere Technologie- und Daten-Frameworks aufeinander abstimmen, gewährleisten wir, dass unsere Plattformen, Produkte und Dienstleistungen effizient arbeiten, effektiv skaliert werden können und unseren Kundinnen und Kunden ebenso wie unseren Partnerinnen und Partnern einen Mehrwert bieten.

Unsere Vision ist klar: Mit mutigen Strategien, zukunftsorientierten Investitionen und einer Kultur der kontinuierlichen Weiterentwicklung wollen wir auch weiterhin die Zukunft gestalten. KI ist keine Kraft, die man fürchten muss, sondern eine Chance, die man nutzen sollte. Durch den Einsatz von KI erreichen wir mehr Tiefe im Journalismus.

Wir können digitale Marktplätze mit intelligenteren, intuitiveren Erlebnissen optimieren und Sportmedien revolutionieren, indem wir die Fans näher an das Geschehen heranbringen als je zuvor. Mit einer soliden Grundlage passen wir uns nicht nur an Veränderungen an – wir treiben sie voran.

Aus finanzieller Sicht zeigt unsere Leistung sowohl Widerstandsfähigkeit als auch strategische Anpassungsfähigkeit. Trotz eines Umsatzrückgangs auf CHF 800,6 Millionen (2023: CHF 918,9 Millionen) infolge strategischer Portfolioanpassungen ist unser EBITDA um 12,6 % auf CHF 118,8 Millionen (2023: CHF 105,5 Millionen) gestiegen, was unsere operative Effizienz und unseren Fokus auf Rentabilität unterstreicht. Bemerkenswert ist, dass unser digitales EBITDA im Jahr 2024 82 % erreicht – ein deutlicher Beweis für den Erfolg unserer konsequenten, vielleicht sogar radikalen Strategie der digitalen Transformation. Diese Ergebnisse sind Ausdruck unseres Engagements für nachhaltiges Wachstum und stärken unsere Position als führender Akteur in der digitalen Wirtschaft.

Auch im Jahr 2025 bleiben wir unserer Mission treu: zu informieren, zu unterhalten und zu verbinden. Was wir 2024 erreicht haben, macht deutlich, dass wir in der Lage sind, Veränderungen anzunehmen, Chancen zu ergreifen und neue Massstäbe zu setzen. Die Zukunft ist digital, KI-gestützt und datengetrieben – und wir bei Ringier sind bereit, sie zu gestalten.

Ich möchte nun näher auf unsere drei Geschäftsbereiche eingehen und beginne mit **Marketplaces**.

Die **International Marketplaces Unit** blickt trotz des konjunkturellen Gegenwinds in den meisten Märkten auf ein weiteres erfolgreiches Jahr zurück. Das Segment Jobs stand vor besonderen Herausforderungen, da die Marktunsicherheit dazu führte, dass weniger Stellen inseriert wurden und der Druck auf

unsere Jobplattformen zunahm. Indem wir unseren Kunden, den Arbeitgebern, noch bessere und effektivere Dienstleistungen anboten, konnten wir diesen Herausforderungen entgegenwirken. Durch einen verbesserten Benutzerzugriff auf das Produkt und einen kundenorientierten Ansatz erzielte Marketplaces trotz schwieriger Bedingungen starke Ergebnisse. Darüber hinaus hat der Bereich im Jahr 2024 aktiv KI eingesetzt und zahlreiche Anwendungsfälle sowie laufende Initiativen in Zusammenarbeit mit Palantir – dem weltweit führenden Softwareplattform-Unternehmen für Big-Data-Analysen – vorangetrieben.

In der Schweiz konnte sich **JobCloud** erfolgreich in einem schwierigen Marktumfeld behaupten und durch gezielte Massnahmen eine starke Dynamik aufrechterhalten. Mit 15,4 Millionen eingereichten Bewerbungen und über 500'000 neu registrierten Nutzerinnen und Nutzern erzielten die führenden Jobplattformen des Unternehmens ein Rekordergebnis. Innovative KI-gestützte Funktionen wie *AI Cover Letter* und *Quick Apply* haben den Bewerbungsprozess, die Betrugserkennung und die Jobsuche weiter verbessert. Gleichzeitig haben die Integration des Bewerber-Trackingsystems und neue Crawling-Funktionen die Effizienz der Plattform gesteigert. JobCloud wurde zum vierten Mal in Folge von Kununu als bester Arbeitgeber ausgezeichnet und erlebte einen Führungswechsel: CEO Davide Villa wurde zum Präsidenten des Verwaltungsrates ernannt und Marco Bertoli trat seine Nachfolge als CEO an, um die nächste Wachstumsphase zu leiten.

Die **Swiss Marketplace Group (SMG)** setzte ihren beeindruckenden Wachstumskurs 2024 erfolgreich fort. Durch die Übernahme und Integration von *Flatfox* erweiterte SMG Real Estate nicht nur seinen Kompetenzbereich, sondern konnte auch die Kommunikationstools für *ImmoScout24* und *Homegate* verbessern und gleichzeitig die Sicherheitsmassnahmen verstärken. Das Segment Automotive hat entscheidende Innovationen auf den Markt gebracht, darunter *AutoScout24 Direct*, ein verbessertes Händler-Cockpit und den *EV-Hub*, um die steigende Nachfrage nach Elektromobilität zu bedienen. Anlässlich

seines 25-jährigen Jubiläums erweiterte **Ricardo** seinen Käuferschutz, im Bereich Finance & Insurance wurde das Angebot an Finanzvergleichen durch die Übernahme von *moneyland.ch* gestärkt.

In Mittel- und Osteuropa konnten die Unternehmen der Marketplaces-Gruppe ihre Resilienz unter Beweis stellen und ihre Position durch Produktinnovationen und kommerzielle Initiativen stärken. Der ungarische Marktführer **Profession** konnte sich auf einem eher schleppenden Arbeitsmarkt behaupten und ein Umsatz- und Gewinnwachstum erzielen. Gleichzeitig führte das Unternehmen KI-gestützte Funktionen wie automatisierte Stellenbeschreibungen und Bewerbungsfeedback ein. Das Premiumangebot für Arbeitssuchende erreichte einen Höchststand von 50'000 kumulierten Abonnentinnen und Abonnenten. **eJobs**, die Nummer eins in Rumänien, feierte ihr 25-jähriges Jubiläum und konnte ihre Marktführerschaft durch die Einführung von *iajob.ro* – einer Rekrutierungsplattform, die auf die Sofortvermittlung von Arbeiterinnen und Arbeitern spezialisiert ist – weiter ausbauen. Gleichzeitig konnten deutlich mehr junge Arbeitssuchende für das Angebot begeistert werden. **CVKeskus** wurde als eines der am schnellsten wachsenden Unternehmen Estlands mit dem *Gaselli TOP 2024 Award* ausgezeichnet, **CVMarket** schaffte es zum ersten Mal seit 20 Jahren wieder auf Platz 1 in Lettland.

Das 25-jährige Jubiläum von **Imobiliare** war ein wichtiger Meilenstein in Rumänien und markierte gleichzeitig den Übergang zur zentral entwickelten Plattform *Cube*, was einen bedeutenden technologischen Fortschritt darstellt. Um die Kundensegmentierung zu verbessern und das Umsatzwachstum zu steigern, wurden ausserdem AIP-gestützte Verkaufskampagnen eingesetzt. **Imobiliare Finance** verzeichnete 2024 ebenfalls ein herausragendes Nettoumsatzwachstum von 80%. **United Classifieds** konnte seine Führungsposition auf dem slowakischen Immobilien- und Automobilmarkt mit einer überarbeiteten UX weiter ausbauen. In Polen hat die **Grupa Morizon-Gratka** die Marke Gratka in eine spezialisierte Immobilien- und Automobilplattform umgewandelt und sie in Morizon integriert, wodurch die organischen

Conversion-Raten um 30 % gesteigert wurden. **Lendi** sicherte sich 15 % des Hypothekenmarktes und erreichte Rekordumsätze und Spitzenwerte beim EBIT, nicht zuletzt dank seines wachsenden Netzwerks von Hypothekenberaterinnen und -beratern.

Ringier One Africa Media (ROAM) konnte seine panafrikanische Präsenz weiter ausbauen: **The African Talent Company (TATC)** hat sich als führende Betreiberin digitaler Rekrutierungsplattformen in Nigeria, Kenia, Ghana und Uganda etabliert und ihr Kerngeschäft sowie ihre Partnerschaften ausgebaut. Seit 2020 hat die TATC gemeinsam mit ihrem strategischen Partner, der *Mastercard Foundation*, mehr als 2,4 Millionen junge Afrikanerinnen und Afrikaner weitergebildet und über 600'000 von ihnen einen menschenwürdigen Arbeitsplatz vermittelt.

Schauen wir uns nun den Bereich **Media** genauer an.

Im Bereich **Media** ist eine rasante Entwicklung zu beobachten, und 2024 hat sowohl Herausforderungen als auch Chancen aufgezeigt. Während der traditionelle Printmarkt weiter schrumpft und der Werbemarkt weiterhin herausfordernd bleibt, war die Nachfrage nach vertrauenswürdigen Journalismus noch nie so gross wie heute. In einer Zeit, in der KI-generierte Inhalte und Fehlinformationen auf Social-Media-Plattformen kursieren, werden sich jene Medienmarken durchsetzen, die durch klare und glaubwürdige Berichterstattung überzeugen und ihre Zielgruppen durch ein fesselndes Storytelling begeistern. KI bietet eine einzigartige Gelegenheit, die journalistische Arbeit zu verbessern – sie kreativer, effizienter und aufschlussreicher zu gestalten. Wenn wir technologische Innovation mit unseren Grundwerten Ehrlichkeit, Glaubwürdigkeit, Integrität und Unabhängigkeit verbinden, können wir die Rolle der Medien als vertrauenswürdige Informationsquelle stärken.

Im Jahr 2024 konnte die **Ringier Medien Schweiz (RMS)** ihre Position als wichtige Akteurin in der Schweizer Medienlandschaft weiter festigen und erreichte mit ihren 20 führenden Medienmarken 4,6 Millionen Leserinnen und Leser. In diesem Jahr erhielt

Blick eine umfassende Neugestaltung – mit einem neuen Markenauftritt, einem neuen Logo und einer vollständig überarbeiteten Internetpräsenz, die mit einem modernen Storytelling und innovativen Content-Formaten aufwartet. Darüber hinaus hat die RMS ihre digitale Reichweite ausgebaut und die Marke von 30'000 Abonnentinnen und Abonnenten überschritten, wobei *Blick+* allein eine Abonnentenzahl von über 25'000 erreicht hat. Auch die anderen Marken überzeugten mit einer starken Performance: So konnte *Bilanz* seine Leserschaft um 10,1 % steigern und erreicht nun 126'000 Leserinnen und Leser. *Landliebe* bleibt mit 554'000 Leserinnen und Lesern das meistgelesene Magazin der Schweiz. Gleichzeitig führte der *Beobachter* eine neue App und einen Chatbot ein, um die digitale Interaktion weiter zu verbessern.

Ringier Medien Schweiz ist ihrer Verpflichtung zur Innovation treu geblieben. In Zusammenarbeit mit *Google Cloud* entwickelt Ringier einen KI-gestützten Chatbot, um das digitale Angebot von *Blick* durch Conversational Search zu verbessern. Darüber hinaus hat sich RMS zusammen mit anderen Schweizer Verlegerinnen und Verlegern der Google News Showcase Switzerland Initiative angeschlossen.

Admeira, unser führendes Vermarktungsunternehmen für TV-Werbung der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG SSR), hat seine Reichweite durch ein neues Werbeangebot in Zusammenarbeit mit *CANAL+ Schweiz* erweitert. Hierdurch wird die Präsenz in der französischsprachigen Schweiz und in der Sportwerbung im Fernsehen verstärkt. Darüber hinaus war 2024 ein Rekordjahr: Die Einnahmen aus der *Fussball-Europameisterschaft* und den *Olympischen Sommerspielen* erreichten ihren bisherigen Höchststand.

In Mittel- und Osteuropa konnte der Geschäftsbereich **Ringier Media International (RMI)** seine Transformation beschleunigen und sich dabei auf die Themen digitale Exzellenz, KI-Integration und nachhaltiges Wachstum konzentrieren. Das *Ringier Digital Media Playbook* lieferte den strategischen Rahmen für digitales Publizieren und mithilfe

KI-gestützter Plattformen wie Palantir und der automatisierten Content-Generierung konnte die Effizienz der Redaktion gesteigert werden. Um die Content-Strategie zu verbessern, haben die Redaktionen des RMI auch das *User Needs Model* von Ringier übernommen, wodurch eine gezieltere Zielgruppenansprache ermöglicht wird.

Infolgedessen konnten mehrere zu RMI gehörende Marken ein bemerkenswertes Wachstum verzeichnen, so auch die Newsplattform *Aktuality.sk*, die im Jahresvergleich ein Abonnementwachstum von 75 % erzielte. Gegen Ende des Jahres 2024 sicherte sich *Libertatea* mit 10,3 Millionen Unique Usern den Spitzenplatz im Ranking der digitalen rumänischen Nachrichtenseiten. In Serbien konnte *Blic* seinen Online-Marktanteil von 74 % halten, während Ringier Slovakia beim lokalen Internet-Traffic führend war. Darüber hinaus konnte RMI sein Veranstaltungsportfolio erweitern: Ringier Serbia richtete die *Green and Business Leaders Conference* aus und Ungarn war Gastgeber der *TECHXPO Conference* und des im Rahmen der Konferenz stattfindenden Festivals. **Ringier Axel Springer Polska** bekräftigte erneut seine marktführende Position: *Onet* wurde im September 2024 zur meistbesuchten Nachrichtenwebsite der EU und erhielt vom *Reuters Institute* zum siebten Mal in Folge die Auszeichnung als vertrauenswürdigstes Onlinemedium Polens.

In Afrika konnte **Pulse** seine Rolle als führende Social-Media-Marke festigen und erreicht 65 Millionen Nutzerinnen und Nutzer sowie 12,3 Millionen Followerinnen und Follower auf TikTok. Mit wichtigen Initiativen wie den Pulse Influencer Awards und Pulse Picks wurden die Nutzerinnen und Nutzer zum Mitmachen angeregt. Gleichzeitig sorgte eine wirkungsvolle Berichterstattung, u. a. über die Proteste der Generation Z in Kenia, dafür, dass die Glaubwürdigkeit von Pulse gestärkt wurde.

Blicken wir nun auf die **Ringier Sports Media Group (RSMG)**, den jüngsten unserer drei strategischen Pfeiler.

Die 2022 gegründete Ringier Sports Media Group (RSMG) hat sich schnell zu einer

treibenden Kraft im Bereich der digitalen Sportmedien entwickelt und definiert Exzellenz durch Innovation, Ehrgeiz und Kreativität neu. Im vergangenen Jahr hat die Gruppe ihre führende Position in Europa gefestigt, ihre Präsenz auf acht Länder ausgeweitet und das Vertrauen von über 25 Millionen Nutzerinnen und Nutzern pro Monat gewonnen. Die Wachstumsvision prägt weiterhin den Weg von RSMG.

Im Jahr 2024 feierte das digitale Sportportal **GSP.ro** sein 100-jähriges Bestehen und damit ein Jahrhundert herausragender Leistungen im rumänischen Sportjournalismus. Dieser Meilenstein ging mit einem mutigen Wechsel zu einer Digital-First-Strategie einher, die im Jahresvergleich zu einer Leistungssteigerung von 10 % führte und die beste Performance in der Geschichte von Ringier erzielte. Damit festigte GSP.ro seinen Platz als wichtigstes Medium des rumänischen Sports.

Im Sommer 2024 stellte die RSMG mit einer erstklassigen Berichterstattung über prestigeträchtige Sportgrossereignisse wie die *Euro 2024* und die *Olympischen Sommerspiele* ihr Können unter Beweis und erreichte mit 27 Millionen Nutzerinnen und Nutzern eine Rekordmarke. Diese Meilensteine haben gezeigt, dass die RSMG mit ihren einzigartigen Content Sportfans in acht Ländern begeistern kann – ein weiterer Schritt auf unserem Weg zu einer Führungsposition in Europa.

Im August wurde ein weiterer Meilenstein erreicht, als **A Bola** die Schwelle von monatlich 5 Millionen Nutzerinnen und Nutzern überschritt. Die Marke treibt ihre digitale Transformation voran und glänzte weiterhin als Kronjuwel der portugiesischen Sportmedien, was ihre anhaltende Relevanz und ihr Engagement für Innovation widerspiegelt, während sie gleichzeitig ihr reiches Erbe würdigt. Im Dezember konnte die Sportplattform **Sportnieuws.nl** in den Niederlanden alle Erwartungen übertreffen: Seit die Plattform vor 11 Monaten an den Start ging, hat sich die monatliche Reichweite der Nutzerinnen und Nutzer mehr als verdoppelt. Mit diesem beachtlichen Wachstum hat sich *Sportnieuws.nl* als neue treibende Kraft auf dem niederländischen Markt etabliert und sich schnell einen Namen gemacht.

Darüber hinaus konnten **Sportal.rs** (Serbien) und **Sport.sk** (Slowakei) ihre Position als Nummer 1 auf dem jeweiligen lokalen Markt über das ganze Jahr hinweg behaupten und damit einmal mehr unter Beweis stellen, wie gross ihr Einfluss und ihre Marktmacht sind. Indes lieferte **Sportal.bg** (Bulgarien) auch in diesem Jahr wieder eine hervorragende Commercial Excellence. Mit dem RSMG-Playbook als treibende Kraft empfing die Marke in ihren Studios in Sofia hochkarätige Gäste und setzte weiterhin Massstäbe für den operativen Erfolg.

Innovation stand 2024 mit der Einführung von **KI-Transcreation** und dem **Rollout von mobilen Apps** im Mittelpunkt der Bemühungen von RSMG. Das internationale Portfolio der RSMG nutzt KI-Transcreation und bietet unseren Journalistinnen und Journalisten die Möglichkeit, Artikel zu veröffentlichen, die in verschiedenen Märkten gesammelt und in die jeweiligen Landessprachen übersetzt wurden. Gleichzeitig wurden in Portugal, der Slowakei, in Griechenland und den Niederlanden neue Apps auf den Markt gebracht, die zusammen mit einer neu gestalteten App in Serbien ein verbessertes Nutzererlebnis bieten und sich in einem modernen, einheitlichen Design präsentieren. Diese Fortschritte stehen für das Engagement der RSMG, Spitzentechnologie als festen Bestandteil in die Arbeitsabläufe zu integrieren und Sportfans in ganz Europa einen Mehrwert zu bieten.

Mit Blick auf das Jahr 2025 wird die RSMG die Integration von KI in ihre Arbeitsabläufe weiter vorantreiben und ihre Teams in puncto Effizienz und Kreativität zu neuen Höchstleistungen anspornen. Produkte und Inhalte bilden den Kern unserer Strategie. Das kommende Jahr verspricht daher spannende Markteinführungen und transformative Verbesserungen. Dies wird die Art und Weise, wie die RSMG ihr Zielpublikum anspricht und begeistert, grundlegend neu definieren.

Kommen wir nun zu drei **Portfolio-Unternehmen, die im Bericht über die einzelnen Geschäftsbereiche nicht behandelt wurden.**

Ticketcorner konnte seine Position als führender Ticketing-Anbieter der Schweiz weiter ausbauen und verzeichnete mit 11,9 Millio-

nen verkauften Tickets für 17'000 Veranstaltungen einen neuen Rekord. Mit 90'000 verkauften Tickets für das Konzert von Taylor Swift stellte der Anbieter unter Beweis, dass er in der Lage ist, digitale Ticketverkäufe in grossem Umfang zu organisieren und vor Ort für einen geregelten Zugang zu sorgen. Darüber hinaus führte Ticketcorner eine KI-gesteuerte Automatisierung des Kundendienstes ein und sicherte sich wichtige internationale Ticketing-Rechte, darunter für den *Eurovision Song Contest 2025*, die *IIHF-Eishockey-Weltmeisterschaft 2026* und die *UEFA Women's EURO 2025*.

Die **Energy Gruppe** konnte ihre Position als führender privater Radiosender der Schweiz mit täglich 678'000 Hörerinnen und Hörern behaupten. Zum Zeitpunkt der Erstellung des Jahresberichts stand das Projekt *Radio 3.0* vor seiner geplanten Umsetzung – es ermöglicht die landesweite Ausstrahlung von Sendungen mit regionalen Inhalten.

Als Nächstes möchte ich auf zwei wichtige Änderungen in unserem Portfolio näher eingehen: **Swissprinters** und **DeinDeal**.

Für den europäischen Printmarkt waren die letzten Jahre von zunehmenden Herausforderungen geprägt. Die anhaltend hohen Papier- und Energiekosten, sinkende Printvolumina und der Verlust wichtiger Verträge führten dazu, dass eine wirtschaftlich tragfähige Zukunft für **Swissprinters** nicht mehr möglich war. Trotz kontinuierlicher Massnahmen, das Angebot an die neuen Gegebenheiten anzupassen, haben wir beschlossen, den Printbetrieb bis Ende September 2024 einzustellen. Für Ringier geht damit eine Ära zu Ende, denn das Printgeschäft war seit jeher das Herzstück des Unternehmens.

Gleichzeitig beginnt für **DeinDeal** ein neues Kapitel. Im Juli 2024 verkaufte Ringier das Unternehmen erfolgreich an *Liberta Partners* und stellte damit die Weichen für zukünftiges Wachstum. Als führende Schweizer E-Commerce-Plattform ist DeinDeal unter der Eigentümerschaft von Ringier gewachsen, und wir sind zuversichtlich, dass sie sich unter der neuen Führung in den kommenden Jahren weiterentwickeln wird und ihre Innovationskraft beibehält.

Wenden wir uns nun den wichtigsten Technologie- und Datenprojekten zu, die im Jahr 2024 unter der Federführung unserer **Global Technology & Data Unit** durchgeführt wurden.

Mit mehr als Hundert IT-Fachleuten hat **Tech & Data** in 20 Ländern weitere Innovationen vorangetrieben. Zu den wichtigsten Erfolgen gehörten der Start der Plattformen *Imobiliare.ro* und *JobRadar24.ro* auf *Cube Technology*, die gruppenweite Einführung von *Palantir Foundry & AIP* und die Erweiterung der *Ringier Content Distribution Engine*. Mit KI-gestützten Lösungen wie *Job Market Intelligence*, *AI Search* und *Transcreation* im Bereich Sportmedien konnte die Nutzerbindung verbessert werden. Dabei profitieren monatlich 40 Millionen Nutzerinnen und Nutzer von KI-gestützten Empfehlungen. Darüber hinaus führte das Team für Ringier Advertising *Bring Your Own KPI-Kampagnen* und die Betaversion der Self-service-Plattform von *Alloy* zur Datenaktivierung ein, wodurch neue Umsatzmöglichkeiten eröffnet wurden.

Das Schweizer Joint Venture **OneLog**, das eine Single-Sign-on-Log-in-Lösung betreibt, hat im Jahr 2024 die Marke von 3,5 Millionen verifizierten Benutzerkonten überschritten. Ein wichtiger Meilenstein war die Einführung von *OneID* – einer datenschutzkonformen Lösung für Werbe-IDs, durch die Schweizer Verlegerinnen und Verleger die Zielgruppenansprache verbessern und gleichzeitig wichtige Werbeeinnahmen erzielen können. Im Oktober 2024 wurde *One-Log* Opfer von Cybersabotage, was dazu führte, dass der Dienst vorübergehend nicht zur Verfügung stand. Nach enger Zusammenarbeit mit Behörden und Sicherheitsfachleuten konnten die Betriebsabläufe schnell wiederhergestellt werden. Die Untersuchungen ergaben keine Hinweise auf einen Datendiebstahl.

Blicken wir nun auf einige wichtige **bereichsübergreifende Initiativen**.

Die **EqualVoice-Initiative** feierte ihr fünfjähriges Jubiläum und hat ihre Reichweite auf 32 Medienmarken in sieben Ländern ausgeweitet, die monatlich 50 Millionen Nutzerinnen

und Nutzer erreichen. Ein besonderes Highlight war die Einführung des KI-gestützten *EqualVoice Assistant*, der Geschlechterdiskriminierung in Medieninhalten erkennen und bekämpfen soll. Auf dem *EqualVoice Summit* in Zürich kamen 250 hochrangige Executives zusammen, darunter die ehemalige finnische Ministerpräsidentin Sanna Marin und der Hollywood-Regisseur Marc Forster, die als Keynote-Speaker die Bedeutung von Vielfalt in der KI und in den Medien hervorhoben. Darüber hinaus sind drei neue Mitglieder dem *EqualVoice Advisory Board* beigetreten, wodurch das Engagement der Initiative für die Gleichstellung der Geschlechter in den Medien gestärkt wird.

Im Jahr 2024 haben wir mit der Veröffentlichung unseres ersten *ESG-Berichts*, der wichtige Nachhaltigkeitsinitiativen beleuchtet, unser Engagement für ESG bekräftigt – ein Engagement, das wir auch im Jahr 2025 fortsetzen werden. In diesem Zusammenhang haben wir die erste *Ringier Green Week* ins Leben gerufen, um durch Expertengespräche und interne Best Practices Awareness für dieses Thema zu schaffen. Darüber hinaus hat die HR-Initiative *Ringier Explore*, ein Austauschprogramm für Mitarbeitende von Ringier-Unternehmen, die globale Zusammenarbeit gefördert.

Im Jahr 2024 feierte die **Ringier Journalistenschule** ihr 50-jähriges Bestehen und damit fünf Jahrzehnte herausragender Schweizer Journalistenausbildung. Seit ihrer Gründung im Jahr 1974 wurden hier Generationen führender Journalistinnen und Journalisten, Redakteurinnen und Redakteure sowie Führungskräfte aus der Medienbranche ausgebildet. Die Schule bleibt auch weiterhin ihren Prinzipien treu und steht für investigative Genauigkeit, eine klar strukturierte Berichterstattung und journalistische Unabhängigkeit. Mittlerweile werden auch KI-Tools in den Lehrplan der Schule integriert, ohne jedoch dabei von ihren Grundwerten abzuweichen. Um diesen Meilenstein gebührend zu feiern, fand in Zürich eine feierliche Veranstaltung statt, an der 450 Gäste teilnahmen.

In Sachen Innovation hat **Ringier X** den Innovationsprozess bei Ringier weiter vorangetrieben. 50 Teams haben sich um die

Teilnahme beworben und die von Ringier X entwickelten Methoden werden nun von Führungskräften mehrerer Tochtergesellschaften von Ringier angewandt. Durch den *Ringier X Kick-off-Workshop* und die *Final Pitches*, die ein breit gefächertes Publikum anzogen, wurde die internationale Zusammenarbeit weiter gestärkt. Zu den grössten Erfolgen zählt das ursprünglich von Ringier X im Jahr 2023 betreute Projekt *Score 2 Skill*, das mit fünf internationalen Innovationspreisen ausgezeichnet wurde.

Kommen wir nun zu einem entscheidenden Treiber für Innovation: **künstliche Intelligenz**. Wir bei Ringier betrachten KI nicht als ein Tool der Disruption, vielmehr sehen wir sie als Katalysator für den Fortschritt – ein Instrument, das in Kombination mit menschlicher Kreativität, Integrität und Vision das Potenzial hat, eine Zukunft zu gestalten, die durch eine stärkere Vernetzung, mehr Innovation und eine Fülle von Chancen gekennzeichnet ist. KI treibt unsere digitale Transformation voran. Die Content-Erstellung wird optimiert, die Interaktion mit der Zielgruppe wird gefördert und Geschäftsabläufe werden verbessert. Mit einem strukturierten Ansatz zum Einsatz von KI haben wir KI in unseren Bereichen Media, Marketplaces und Sports Media integriert, um noch effizienter zu werden und gleichzeitig die redaktionelle Integrität zu wahren und das Vertrauen der Nutzerinnen und Nutzer zu stärken.

Um die Einführung von KI zu skalieren, hat Ringier seine Partnerschaft mit Palantir ausgeweitet und im März 2024 eine Fünf-Jahres-Vereinbarung abgeschlossen. Mit dieser Vereinbarung wurde das Ziel verfolgt, die **Artificial Intelligence Platform (AIP)** von Palantir in allen Kernbereichen zu implementieren. AIP unterstützt Ringier bei der KI-gesteuerten Datenanalyse, um unseren Kundinnen und Kunden einen besseren Service zu bieten.

Die **Komplexität von KI** erfordert einen strukturierten Implementierungsansatz. Deshalb haben wir eine hybride Programmstruktur eingeführt, die ein Gleichgewicht zwischen zentralem Know-how und dezentraler Umsetzung schafft. Ein KI-Kernteam legt die Strategie fest und in den Bereichen Media, Sports

Media und Marketplaces sorgen engagierte KI-Vertreterinnen und -Vertreter für eine massgeschneiderte Umsetzung.

Wenn wir **auf das Jahr 2025 blicken** und auf das, was danach kommt, bleibt eines sicher:

Transformation ist mehr als nur eine Phase – sie ist die neue Konstante. Die rasante Entwicklung der KI, die sich verändernde Marktdynamik und das sich wandelnde Verbraucherverhalten werden die Landschaft, in der wir tätig sind, auch weiterhin neu definieren.

Indem wir flexibel bleiben, Innovationen fördern und neue Technologien verantwortungsbewusst nutzen, werden wir uns nicht nur anpassen, sondern auch die Zukunft gestalten. Mit unserem Engagement für Exzellenz, Integrität und zukunftsorientierte Investitionen gewährleisten wir, dass wir auch weiterhin an der Spitze der digitalen Transformation stehen.

Mit KI-gestützten Lösungen, datengestützter Entscheidungsfindung und einer konsequenten Ausrichtung auf Nutzererfahrung und Produkte werden wir unsere Angebote in allen Segmenten deutlich verbessern.

Für die Zukunft haben wir uns ein klares Ziel gesetzt: **Wir werden mit Entschlossenheit vorangehen. Wir werden die neuen, enormen Rechenleistungen nutzen, um effizienter, kreativer, präziser, nützlicher und schneller zu sein.**

DAS JAHR IN ZAHLEN

Dr. Annabella Bassler, CFO

Die Ringier-Gruppe erzielte im Jahr 2024 ein EBITDA von CHF 118.8 Mio., was einem deutlichen Wachstum von +12.6 % gegenüber dem Vorjahr entspricht (2023: CHF 105.5 Mio.). Es ist das zweithöchste Ergebnis seit 2015. Der Umsatz ist aufgrund von Einmaleffekten im Vergleich zum Vorjahr rückläufig und liegt 2024 bei CHF 800.6 Mio. (2023: CHF 918.9 Mio.). Diese Einmaleffekte betreffen den Verkauf der Gesellschaft DeinDeal AG und die Schliessung der Druckerei Swissprinters AG. Die EBITDA-Marge verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahr deutlich auf 14.8 % (2023: 11.5 %). Auch im Jahr 2024 stammt der grösste Teil des EBITDA aus digitalen Produkten, deren Anteil am EBITDA 82 % beträgt (2023: 83 %).

Im Jahr 2024 hat die Ringier-Gruppe die in 2023 eingeleitete strategische Portfolio-Transformation erfolgreich umgesetzt: Im Juni 2024 wurde die Gesellschaft DeinDeal AG veräussert und damit der Rückzug aus dem E-Commerce-Geschäft vollendet. Mit der Schliessung des Druckereibetriebs der Swissprinters AG im September 2024 ging ein bedeutendes Kapitel unserer Unternehmensgeschichte zu Ende. Ein einst zentraler Teil unseres Geschäfts musste weichen, um den anhaltenden Rückgang der Druckereierlöse aufzufangen – ein schwerer, aber unausweichlicher Schritt. Ferner wurden im Jahr 2024 die Zeitschriftentitel, die Blick-Gruppe, die Vermarktungsorganisation Ringier Advertising sowie bestimmte Service-Bereiche erfolgreich unter dem Dach von Ringier Medien Schweiz integriert, nachdem die Ringier AG im November 2023 alle Anteile des Schweizer Joint Ventures Ringier Axel Springer Schweiz AG von Axel Springer erworben hatte. Die Ringier Axel Springer Schweiz AG wurde mit der Ringier AG fusioniert.

Während der Verkauf von DeinDeal AG und die Schliessung des Druckereibetriebs zu einem signifikanten Umsatzrückgang geführt haben, wirkten sich diese Transaktionen

positiv auf das EBITDA aus. Auf der Umsatzseite bleibt die Entwicklung der Media-Werbemarkterlöse eine Herausforderung, die insbesondere bei Ringier Medien Schweiz durch die Synergieeffekte aus der Post-Merger-Integration kompensiert werden konnten. Die Marktplatz-Plattformen (Jobs, Real Estate, Auto, General Marketplaces und Ticketing) haben auch 2024 entscheidend zu steigenden Digitalerlösen und zum Wachstum des EBITDA beigetragen. Das Segment Sports Media verzeichnete 2024 weiteres Wachstum im Umsatz und EBITDA und verstärkte seine Expansion durch den Go-live des Joint Ventures Sportnieuws.nl in den Niederlanden.

Die operativen Kosten entwickelten sich 2024 weitgehend analog zum Umsatz. Im Jahr 2024 hat die Ringier-Gruppe signifikant in den Aufbau von KI-Ressourcen und den internen Know-how-Ausbau investiert. Diese strategische Fokussierung führte zur Entwicklung weiterer interner KI-Anwendungen sowie zur produktiven Einführung KI-basierter Produkte. Das 2023 gegründete Innovationsprogramm Ringier X wurde auch 2024 weiterhin als gruppenweiter interner Beschleuniger eingesetzt, um Wachstum, Innovation und Kollaboration zu fördern.

Im Jahr 2025 wird der Schwerpunkt der Investitionen der Ringier-Gruppe weiterhin im Bereich KI, Datenontologien und Technologie liegen. Diese strategische Ausrichtung soll es der Gruppe ermöglichen, unsere Innovationsführerschaft in der digitalen Transformation weiter auszubauen. Mit gezielten Investitionen in Data, Machine Learning und datengetriebene Geschäftsmodelle wollen wir unsere Effizienz weiter steigern und neue Wachstumschancen erschliessen. Die Ringier-Gruppe plant, sowohl interne als auch externe Synergien zu nutzen, um unser Produktsortiment zukunftssicher aufzustellen und unsere Position als Vorreiter in der Medienbranche zu festigen.

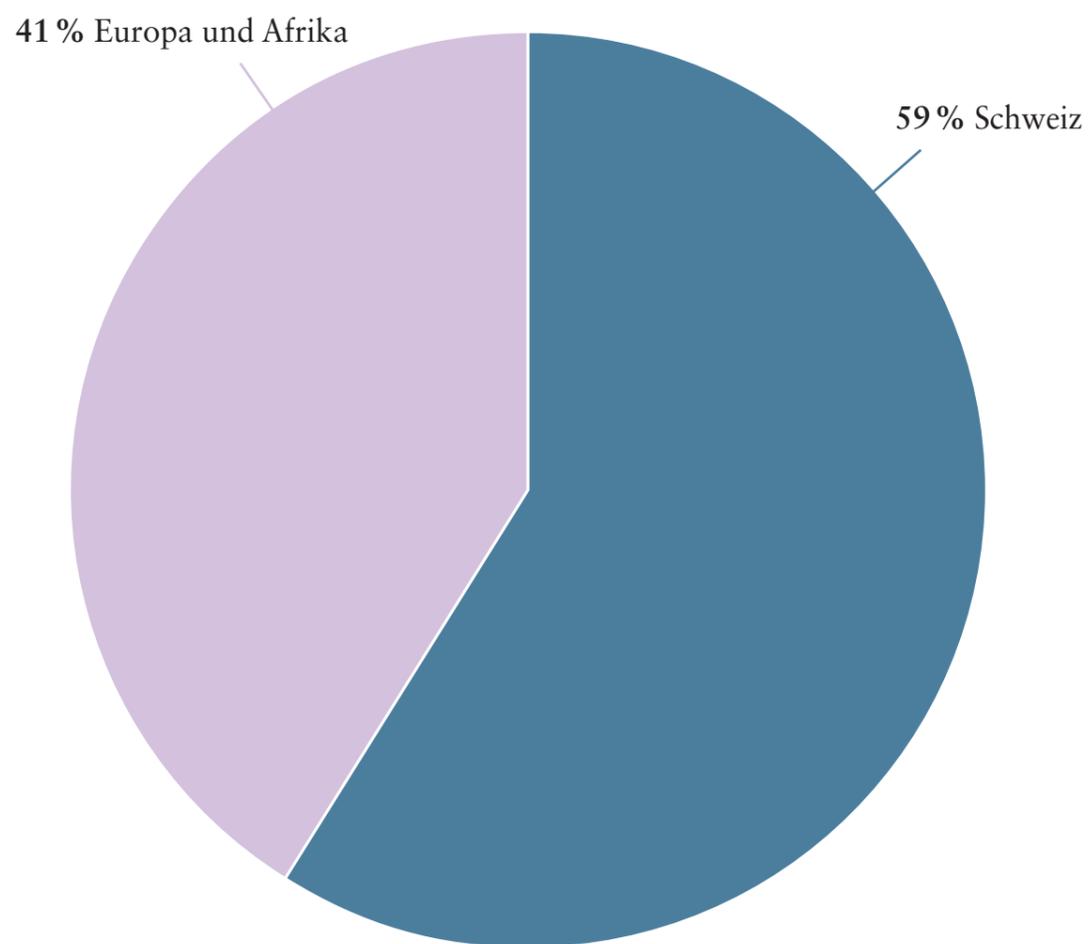
KENNZAHLEN IN MIO. CHF

	2023	2024
Umsatz nach Regionen	918.9	800.6
Schweiz	617.0	475.7
Europa und Afrika	301.9	324.9
Umsatz nach Erlösarten	918.9	800.6
Digitalerlöse	534.5	459.4
Vertriebsserlöse	169.0	164.8
Anzeigenerlöse	88.6	82.5
Druckerlöse	58.2	27.1
Eventerlöse und übrige Medienerlöse	68.6	66.8
Digitalanteil in % des Umsatzes	58 %	58 %
EBITDA	105.5	118.8
EBITDA Marge	11.5 %	14.8 %

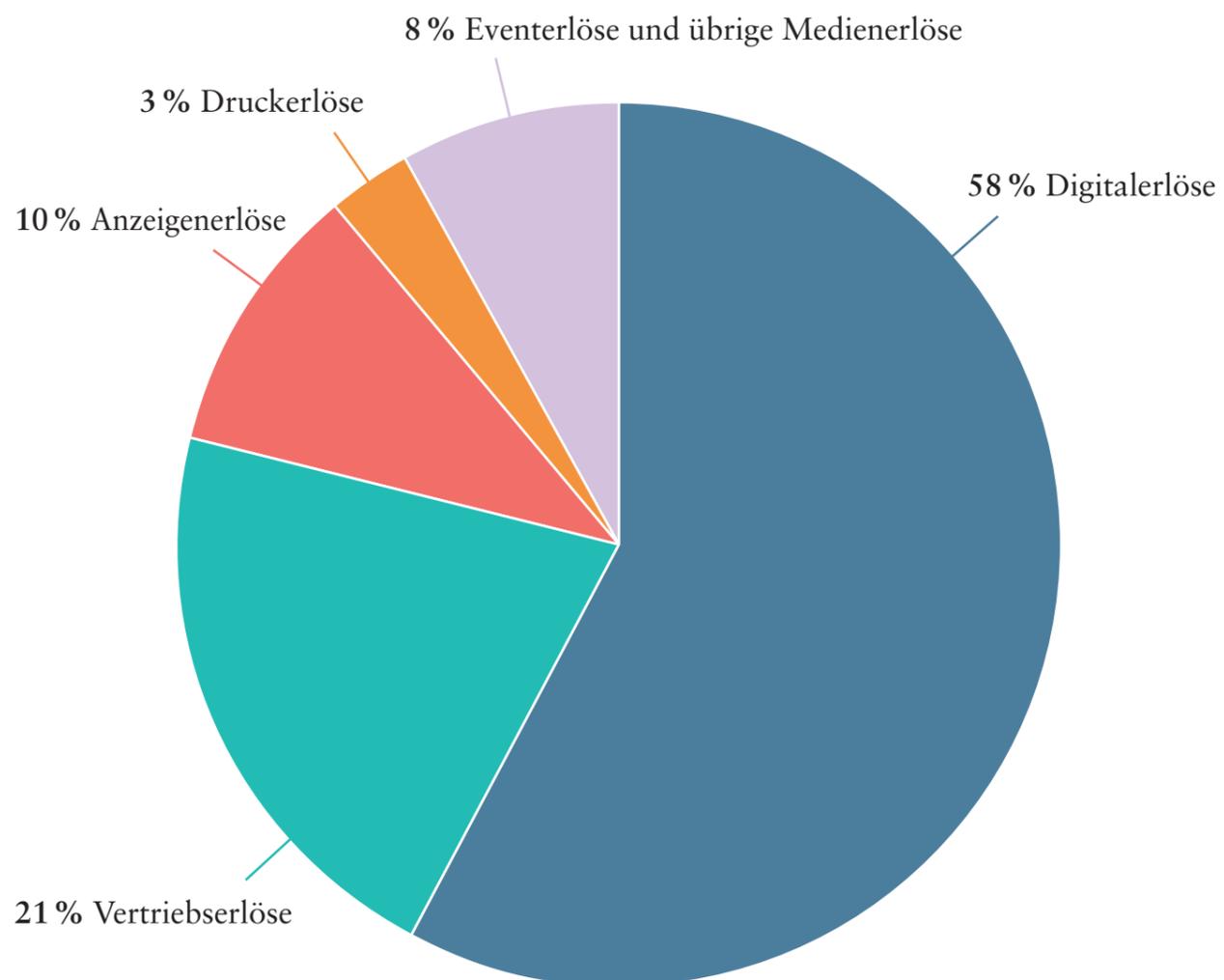
MITARBEITENDE

	<u>2023</u>	<u>2024</u>
Mitarbeitende nach Regionen	6571	6048
Schweiz	2376	2026
Europa und Afrika	4195	4022

UMSATZ NACH REGIONEN



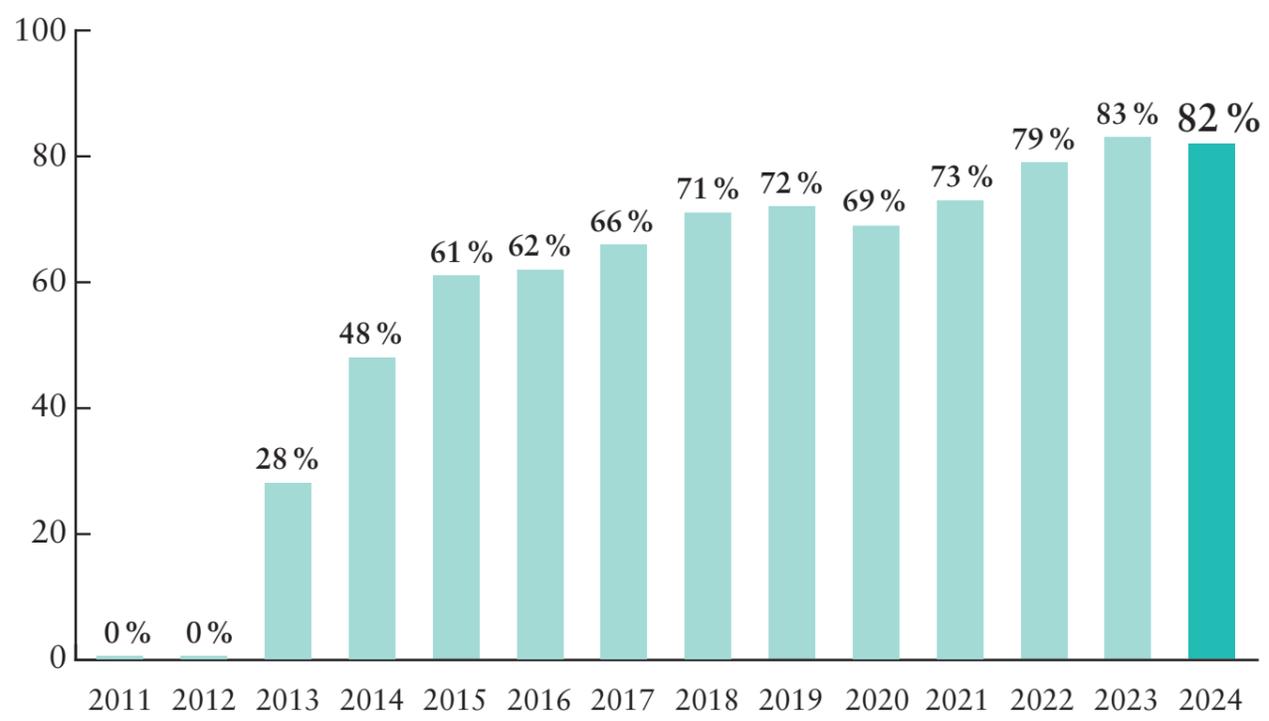
UMSATZ NACH ERLÖSARTEN



RINGIER-GRUPPE UMSATZ IN MIO. CHF

	2023	2024
Schweiz	617.0	475.7
Digitalerlöse	310.8	213.9
Vertriebserlöse	135.5	132.1
Anzeigenerlöse	72.5	67.5
Druckerlöse	57.7	26.7
Eventerlöse und übrige Medienerlöse	40.5	35.5
Europa und Afrika	301.9	324.9
Digitalerlöse	223.7	245.5
Vertriebserlöse	33.5	32.7
Anzeigenerlöse	16.1	15.0
Druckerlöse	0.5	0.4
Eventerlöse und übrige Medienerlöse	28.1	31.3

DIGITALER EBITDA – ANTEIL IN %



EPILOG

Frank A. Meyer

Und dann sind da noch diese Leute, über ihre Laptops gebeugt, an Arbeitsplätzen, die nichts mit ihnen zu tun haben, weil sie wechselweise benutzt werden, in einem Newsroom, der Gemeinsamkeit vortäuscht, aber Anonymität ausstrahlt: alle gleich, alles gleich – keine persönlichen Bücherstapel, keine leeren Kaffeebecher, keine Notizzettel, keine Zeitungsausschnitte, nichts, was an Zeitung erinnert. Dagegen wandgrosse Bildschirme, Spiegelungen von Welt und Zeit – und was man medial vermarkten könnte.

Braucht es uns noch – uns Journalisten?

Eigentlich nicht, wie ein Blick ins digitale Delirium zeigt: keine Bewegung in der weiten Welt oder auf der nächsten Strasse, die nicht in Minutenschnelle, in Sekundenschnelle auf dem Smartphone-Bildschirm aufploppt, also im Auto, im Tram, im Lift, in jeder Lebenslage, verknüpft auf konsumkulante Kürze durch einen Journalisten, eine Journalistin.

Journalist, Journalistin?

Ja, noch braucht es sie. So wird es beklagt. Und akzeptiert. Doch es könnte auch ganz anders sein: Journalismus als Notwendigkeit, als unverzichtbar, als existenziell.

Für die Demokratie!

Vor kurzem war im Zürcher «Tages-Anzeiger» zu lesen: «Generation Z entdeckt die mechanische Uhr.» Und: «Junge schwören den Minicomputern am Handgelenk ab.» Eigentlich undenkbar, bietet der Bildschirm am Handgelenk doch alles, was das Kinderherz begehrt, sogar den Herzrhythmus. Was dagegen bietet eine mechanische Uhr? Handwerk der allerfeinsten Art.

Kunsthandwerk.

Was ist Journalismus im Gegensatz zum digitalen Minimalismus? Handwerk der feinsten Art – als gelungener Boulevard-Journalismus sogar Kunsthandwerk.

Könnte es sein, dass Leser das Journalisten-Handwerk der Klick-Kinderei vorziehen – wie neuerdings die mechanische Armbanduhr dem Minicomputer am Handgelenk? Es könnte sein. Es wird so sein. Unter der Voraussetzung, dass die Journalisten ihr Angebot verführerisch verfeinern – wie die Uhrmacher Omega oder Audemars-Piguet oder Rolex.

Journalisten, die dieser Anforderung gerecht werden, sind Meister des Schreibhandwerks, denn vorab und vor allem ist Journalismus Schreibkunst. Und genau darum geht es: um schreibkundige, um schreibverliebte Handwerker.

Um Handwerker des Denkens.

Schreiben ist Denken. Zu dieser Gleichsetzung gehört das Diktum der Philosophin Hannah Arendt: Freiheit ist Politik. Die vier Begriffe sind aufs Engste verknüpft: Freiheit und Politik, Denken und Schreiben.

Denn nur formuliertes Denken ist verfügbares Denken: Bausteine des Bürgers, mit denen er die Gesellschaft gestaltet, umgestaltet, sie weiter denkt, sie anders denkt – Bausteine, mit denen er zur Verteidigung der Freiheit auch mal um sich wirft.

Die Bausteine der Demokratie.

Formulierte Gedanken sind mächtig – mächtiger als die Mächtigen in autoritären Systemen und Diktaturen, die doch nichts so sehr fürchten wie Journalisten. Woraus ergibt sich diese Wortmacht? Aus der Mehrdimensionalität journalistischer Texte: Fakten haben Geschichte, bekommen Tiefe, stehen in Beziehung zu anderen Fakten, erhalten Breite, erfahren Bedeutung, wandeln sich zu Werten.

Journalisten geben dem Geschehen Gestalt. Es wird greifbar – begreifbar. Journalisten sind Gestalter der Politik, im Geiste Hannah Arendts:

Bildhauer der Freiheit.

Ist Journalismus verzichtbar? Ist Freiheit verzichtbar?

Der Journalist steht in der Pflicht – der Gesellschaft. Was wiederum bedeutet: Er geht täglich hinaus aus dem Newsroom und auf die Strasse, befreit von aller Sterilität des Digitalen. Er taucht tief hinein in die Gesellschaft, mischt sich mitten unter Menschen. Er erlebt die Gesellschaft direkt, unmittelbar, körperlich. Er sieht sie mit scharfem, mit ätzendem, mit verständnisvollem Blick.

Der Lebensweg des Journalisten ist nicht verengt auf Kreissaal, Hörsaal, Newsroom.

Zum Erleben gehört auch das Erlesen: das Buch, der Roman, dieser Brunnen der Vergangenheit, den Thomas Mann unergründlich nannte, den der Journalist lustvoll auszuloten sucht, beglückt durch die Welten, die ihm jenseits der eigenen eröffnet werden – gedanklich, bildlich, sprachlich. Das mit den Händen greifbare Buch als ganz persönliches, intimes Theater: die Tragik von Joachim Ziemssen, die Erotik von Madame Chauchat – zum Küssen.

Küsst man den Bildschirm?

Journalisten unterschiedlichster Milieus und aller sozialen Schichten, von der Klasse der Arbeiter bis zur Kaste der Patrons, ausgestattet mit deren Werten, Mentalitäten und Kulturen, verkörpern Dürrenmatts gesellschaftliches Durcheinandertal. Deshalb ist dieses Metier unverzichtbar, denn einzig eine multisensible Kunsthandwerkerschaft kann abbilden, was die Menschen bewegt, was sie freut, was sie schmerzt, was ihre Wirklichkeit erfüllt.

Die Journalistenschule von Ringier folgt der Regel: Höchstens die Hälfte der Lehrlinge darf von der Universität kommen, damit der gängig gewordene akademische Berufsweg ergänzt wird durch junge Menschen mit der Erfahrung einer praktischen Lehre – mit den Werten von Werktätigen.

Wenn Freiheit Politik ist, wenn Denken Schreiben ist, dann ist Journalismus Gesellschaft – die ganze Gesellschaft.

Das Angebot an handwerklich aufs Feinste und Innovativste verfertigter Uhren hat die Käufer-Lust geweckt. Weckt aufs Feinste formulierter Journalismus die Lese-Lust?

Eine kühne Behauptung.

Doch ist Behauptung nicht der Begriff dieser Zeit? Behauptung der Demokratie gegen das digitale Diktat! Behauptung der sinnlichen Wirklichkeit gegen die flimmernde Unwirklichkeit des Bildschirm-Universums!

Behauptung des Journalismus.

RINGIER-PORTFOLIO

Europa

Bulgarien

Ringier Sports Media Group (RSMG)

SPORTS MEDIA

sportal365.com (Digital Ventures OOD) Sports Media Technology

sportal.bg Sports Media

Sportal Media Group

MEDIA

Hotnews.bg Digital Lifestyle platform

Novini.bg Digital News platform

Profit.bg Digital Finance News platform

Winner.bg Sports News platform

Woman.bg Digital Lifestyle platform

Estland

CVKeskus

MARKETPLACES

cvkeskus.ee Jobs

Griechenland

Ringier Sports Media Group (RSMG)

SPORTS MEDIA

sportal.gr Sports Media

Lettland

CVKeskus

MARKETPLACES

cvmarket.lv Jobs

Litauen

CVKeskus

MARKETPLACES

cv.lt Jobs

cvmarket.lt Jobs

Niederlande

Ringier Sports Media Group (RSMG)

SPORTS MEDIA

sportsnieuws.nl

Sports Media platform

Polen

Grupa Ringier Axel Springer Polska (GRASPAG)

MEDIA

Auto Świat

Digital Car platform

Business Insider

Digital Business platform

Fakt

Tabloid (Print & Digital)

Forbes

Business Magazine (Print & Digital)

ForbesWomen

Women Magazine (Print & Digital)

Komputer Świat

Digital Computer platform

Medonet

Digital Health platform

Newsweek

Weekly News Magazine (Print & Digital)

Noizz

Digital Young Gen platform

Ofeminin

Digital Lifestyle platform

Onet Digital

News platform

Onet Kobieta

Digital Lifestyle platform

Onet KulturaDigital

Culture platform

Onet Plejada Digital

Showbiz platform

Onet Podróże

Digital Travel platform

Onet Wiadomości

Digital News platform

Przegląd Sportowy

Sports Newspaper (Print)

Przegląd Sportowy Onet

Digital Sports platform

E-COMMERCE

LaModa

E-Commerce

Opineo

E-Commerce

Skapiec

E-Commerce

MARKETPLACES

Gratka

Horizontal

Lendi

Finance

Morizon

Real Estate

No Fluff Jobs

Jobs

TECHNOLOGY

Ring Publishing

Technology

TICKETING

JakDojade	Ticketing
-----------	-----------

OTHERS

Gameplanet	Digital Game platform
Sympatia	Digital Dating platform

Portugal

Ringier Sports Media Group (RSMG)

SPORTS MEDIA

A Bola / Abola.pt	Sports Media (Print & Digital)
-------------------	--------------------------------

Rumänien

eJobs

MARKETPLACES

ejobs.ro	Jobs
iajob.ro	Jobs
Jobradar24.ro	Jobs
Salario	Jobs
Skilld	Jobs
We are HR	Jobs

Imobiliare

MARKETPLACES

imobiliare.ro	Real Estate
Imobiliarefinance.ro	Real Estate Finance Service
Imoradar24.ro	Real Estate

Ringier Romania

MEDIA

Avantaje	Lifestyle Magazine (Print)
avantaje.ro	Digital Lifestyle platform
ELLE	Lifestyle Magazine (Print)
ELLE Decoration	Lifestyle Magazine (Print), Licences fully owned by Ringier Romania
elle.ro	Digital Lifestyle platform
Libertatea / libertatea.ro	Daily Newspaper (Print & Digital)
Libertatea Weekend	Supplement (Print)
libertateapentru femei.ro	Digital Lifestyle platform
TVMania	TV Magazine (Print)
TVMania.ro	TV Magazine (Print)
TVSatelit	TV Magazine (Print)

unica.ro	Digital Lifestyle platform
VIVA!	Lifestyle Magazine (Print)
viva.ro	Digital Lifestyle platform

Ringier Sports Media Group (RSMG)

SPORTS MEDIA

gsp.ro	Sports Media platform
--------	-----------------------

Schweiz

Energy Gruppe Schweiz

RADIO / ENTERTAINMENT

Energy / energy.ch	Radio / Entertainment
Energy Air	Event
Energy Live Session	Event
Energy Star Night	Event
rockitradio.ch	Radio
schlagerradio.ch	Radio
vintageradio.ch	Radio

JobCloud

MARKETPLACES

alpha.ch	Jobs
FinanceJobs.ch	Jobs
ICTcareer.ch	Jobs
INGJobs.ch	Jobs
jobcloud-hrtech.com	Jobs
jobcloud.ch	Jobs
jobs.ch	Jobs
jobs4sales.ch	Jobs
jobscout24.ch	Jobs
jobsuchmaschine.ch	Jobs
jobup.ch	Jobs
jobwinner.ch	Jobs
karriere.at	Jobs
medtalents.ch	Jobs
Topjobs.ch	Jobs

Ringier AG

TECHNOLOGY

Delphi	Technology
Homsters	Technology / New Dev

Lalafo	Technology / New Dev
OneLog AG	Registration and Login Service (JV CH Media, NZZ, Ringier, TX Group)
Ringier Connect+	SSO, ID, Gamification Technology
STAR	Technology

INVESTMENT

BotLabs	Investment
EdgeStrategy	Investment
Virtusan	Investment

OTHERS

Admeira	Advertising
Hans Ringier Stiftung	Foundation
SMD Schweizer Mediendatenbank	Media Database

Ringier Digital Ventures

INVESTMENT

AirConsole	Venturing
Carvolution	Venturing
Chairish	Venturing
CheckYeti GmbH	Venturing
Insenio GmbH	Venturing
Recommerce AG	Venturing
Regimen	Venturing
Skoove	Venturing
The Creative Club	Venturing

Ringier Medien Schweiz (RMS)

MEDIA

Blick / Blick.ch	Daily Newspaper (Print) / Digital News platform
Beobachter	Consumer Magazine (Print & Digital)
Bilanz	Business Magazine (Print & Digital)
Bolero	Lifestyle & Fashion Magazine (Print)
Bonanza	Men`s Magazine (Print)
Caminada	Cooking & Lifestyle Magazine (Print)
cash.ch	Digital Financial News platform
CôtéNature	Nature, Gardening & Lifestyle Magazine (Print)
GaultMillau / gaultmillau.ch	Food Magazine (Print & Digital)
Glückspost	Entertainment Magazine (Print)
GRYPS	Digital SME platform
Handelszeitung	Business Magazine (Print & Digital)

Interview by Ringier	Premium Magazine (Print)
izzy projects	Social Media Format
L'illustré	People, Fashion, Beauty Magazine (Print)
LandLiebe	Nature, Gardening & Lifestyle Magazine (Print)
PME	Business Magazine (Print & Digital)
Schweizer Illustrierte	People, Fashion, Beauty Magazine (Print & Digital)
SonntagsBlick	Sunday Newspaper (Print & Digital)
TELE TV	TV Magazine (Print)
TV Land & Lüt	TV Magazine (Print)
TV-Star	TV Magazine (Print)
TVvier	TV Magazine (Print)

ADVERTISING

Ringier Advertising	Advertising
---------------------	-------------

BOOK PUBLISHER

Beobachter Edition	Book Publisher
LandLiebe Edition	Book Publisher

Ringier Sports Media Group (RSMG)

SPORTS MEDIA

A Bola / Abola.pt	Sports Media (Print & Digital)
gsp.ro Sports Media	Sports Media platform
LiveScore Group Sports Media	Technology Company / Strategic Partnership
sport.sk	Sports Media platform
sportal.bg	Sports Media platform
sportal.gr	Sports Media platform
sportal.hu	Sports Media platform
sportal.rs	Sports Media platform
sportal365.com (Digital Ventures OOD)	Sports Media Technology
sportsnieuws.nl	Sports Media platform / JV with DPG Media Group

smg Swiss Marketplace Group

MARKETPLACES

acheter-louer.ch	Real Estate
anibis.ch	Horizontal
AutoScout24	Cars
CASASOFT	Real Estate
FinanceScout24	Finance & Insurance
home.ch	Real Estate
Homegate	Real Estate

IAZI	Real Estate
ImmoScout24	Real Estate
MotoScout24	Cars
ImmoStreet.ch	Real Estate
Publimmo	Real Estate
Ricardo	Horizontal
tutti.ch	Horizontal
Flatfox	Real Estate
moneyland.ch	Finance & Insurance
alle-immobilien.ch	Real Estate

Ticketcorner

TICKETING

Ticketcorner.ch	Ticketing
-----------------	-----------

Serbien

Ringier Serbia

MEDIA

Ana.rs	Digital Women Forum
Bisznis	Digital News platform
Blic / Blic.rs	Daily Newspaper (Print & Digital)
Blic Good Life	Digital Lifestyle platform
Blic TV	TV
Blic Zdravlje	Digital News platform
Blic zena	Women Magazin (Print & Digital)
Bosnainfo.ba	Digital News platform
Pulsonline.rs	Digital Show Business platform
Srpskainfo.com	Digital News platform
Superrecepti.rs	Digital Food platform
Zena.rs	Digital Lifestyle platform

MARKETPLACES

Mojauto.rs	Cars
Nekretnine.rs	Real Estate

Ringier Sports Media Group (RSMG)

SPORTS MEDIA

sportal.rs	Sports Media platform
------------	-----------------------

Slowakei

United Classifieds

MARKETPLACES

autobazar.eu	Cars
autobazar.sk	Cars
autovia.sk	Cars
bazar.sk	Horizontal
byty.sk	Real Estate
nehnutelnosti.sk	Real Estate
novostavby.sk	Real Estate
reality.sk	Real Estate
realsoft.sk	Real Estate Software
topreality.sk	Real Estate

Ringier Slovakia

MEDIA

aktuality.sk	Digital News platform
azet.sk	Content Aggregator / Email Service
diva.sk	Digital Lifestyle platform
dobruchut.sk	Digital Food platform
kalendar.sk	Digital Calendar platform
koktejl.sk	Digital Tabloid platform
najmama.sk	Digital Lifestyle platform
obkec.sk	Digital Young Gen platform
pokec.sk	Digital Dating platform
recepty.sk	Digital Food platform
slovník.sk	Digital Thesaurus / Translation platform
sport.sk	Sports Media platform
tahaky-referaty.sk	Digital Learning platform
zive.sk	Tech platform

Ringier Sports Media Group (RSMG)

SPORTS MEDIA

sport.sk	Sports Media platform
----------	-----------------------

Ungarn

Ringier Hungary

MEDIA

Auto Bild	Car Magazine (Print)
Blikk / Blikk.hu + BlikkRúzs.hu	Daily newspaper (Print & Digital) + Digital Women platform
Blikk Extra Receptek	Gastro magazine (Print)

Blikk Nők	Women weekly (Print)
Blikk Nők Extra	Lifestyle Magazine (Print)
Blikk Nők Konyha	Gastro Magazine (Print)
Blikk Nők Otthon&Kert	Home and Garden (Print)
Blikk TV + Blikk Rejtvény	TV Supplement + Crosswords Supplement (Print)
Bookazine	Science Magazine (Print)
EgészségKalauz.hu	Digital Health platform
Glamour	Fashion and Lifestyle (Print)
Glamour Book	Lifestyle Magazine (Print)
Glamour.hu	Digital Lifestyle platform
Kiskegyed	Women Weekly (Print)
Kiskegyed Csók és Könny	Lifestyle Magazine (Print)
Kiskegyed Extra	Lifestyle Magazine (Print)
Kiskegyed Konyhája	Gastro Magazine (Print)
Kiskegyed Konyhája Special Editions	Gastro Magazine (Print)
Kiskegyed.hu	Digital Women platform
Noizz.hu	Digital Young Gen platform
Recepttár.hu	Digital Gastro platform
Sárga RTV	TV Magazine (Print)
Színes Kéthetes	TV Magazine (Print)
TV Revü	TV Magazine (Print)
TVR Kéthetes	TV Magazine (Print)
TVR Újság	TV Magazine (Print)
TVR-Hét	Digital Young Gen platform
Vasárnapi Blikk	Sunday Newspaper (Print)

Profession

MARKETPLACES

profession.hu	Jobs
---------------	------

Ringier Sports Media Group (RSMG)

SPORTS MEDIA

Sportal.hu	Sports Media platform
------------	-----------------------

Afrika

MEDIA

africa.businessinsider.com

Digital Business platform, under a license of Pulse

Elfenbeinküste

Pulse

MEDIA

pulse.ci

Digital News platform

Ghana

Pulse

MEDIA

pulse.com.gh

Digital News platform

The African Talent Company (TATC)

MARKETPLACES

Jobberman.com.gh

Jobs

Kenia

Pulse

MEDIA

pulselive.co.ke

Digital News platform

pulsesport.co.ke

Digital Sports News platform

The African Talent Company (TATC)

MARKETPLACES

Brightermonday.co.ke

Jobs

Buyrentkenya.co.ke

Real Estate

Pigiame.co.ke

Horizontal

Nigeria

Pulse

MEDIA

pulse.ng

Digital News platform

pulsesports.ng

Digital Sports News platform

MARKETPLACES

The African Talent Company (TATC)

Jobberman.com

Jobs

Senegal

Pulse

MEDIA

pulse.sn

Digital News platform

MARKETPLACES

Expatri-dakar.com

Horizontal

Südafrika

Ringier South Africa

TECHNOLOGY

Content Distribution Engine

Technology

Cube

Technology

Hexagon

Technology

Uganda

Pulse

MEDIA

pulselive.co.ke

Digital News platform

pulsesports.ug

Digital Sports News platform

The African Talent Company (TATC)

MARKETPLACES

Brightermonday.co.ug

Jobs

WESENTLICHE BETEILIGUNGEN

Beteiligungsquote zum 31.12.2024

Gesellschaft	Anteil
Afrika	
Ringier Ghana Ltd., Accra	100.0 %
Ringier Kenya Ltd., Nairobi	100.0 %
Ringier Media Nigeria Ltd., Lagos	100.0 %
Ringier One Africa Media (Pty) Ltd., Cape Town	100.0 %
Marketplace Group Africa Ltd., Mauritius	96.6 %
Bulgarien	
Digital Ventures OOD, Sofia	66.0 %
Sportal.bg JSC, Sofia	51.0 %
Estland	
CVKeskus OÜ, Tallinn	100.0 %
Griechenland	
Ringier Sports Media SA, Athen	100.0 %
Niederlande	
Sportnieuws.nl B.V., Hoofddorp	49.0 %
Polen	
Ringier Axel Springer Polska Sp. z o.o., Warschau	50.0 %
Grupa Morizon-Gratka Sp. z o.o., Warschau	49.4 %
No Fluff Jobs Sp. z o.o., Gdynia	35.0 %
Portugal	
Sociedade Vicra Desportiva S.A., Lissabon	100.0 %
Vicra Comunicações Lda, Lissabon	100.0 %
Rumänien	
Ringier Romania SRL, Bukarest	100.0 %
Ejobs Group SRL, Bukarest	100.0 %
Realmedia Credit SRL, Bukarest	100.0 %
Realmedia Network S.A., Timișoara	100.0 %
Ringier Sportal SRL, Bukarest	51.0 %

Gesellschaft	Anteil
Schweiz	
Ringier AG, Zofingen	100.0 %
Ringier Sports AG, Zürich	100.0 %
Ringier Sports Media Group AG, Zofingen	100.0 %
Pulse Africa Holding AG, Zofingen	100.0 %
GRYPS AG, Rapperswil-Jona	100.0 %
Admeira AG, Bern	100.0 %
Ringier Digital Ventures AG, Zürich	73.1 %
Swissprinters AG, Zofingen	70.0 %
Energy Schweiz Holding AG, Zürich	65.0 %
Ticketcorner AG, Rümlang	50.0 %
JobCloud AG, Zürich	50.0 %
OneLog AG, Zürich	33.3 %
SMG Swiss Marketplace Group AG, Zürich	29.3 %
Serbien	
Ringier Serbia d.o.o, Belgrad	100.0 %
Ringier Sports Media d.o.o., Belgrad	100.0 %
New Digital d.o.o., Belgrad	100.0 %
Slowakei	
Ringier Slovakia Media s.r.o., Bratislava	87.0 %
Ringier Slovakia Communities s.r.o., Bratislava	87.0 %
SPORT.SK s.r.o., Silein	87.0 %
United Classifieds s.r.o., Silein	52.2 %
Ungarn	
Ringier Hungary Kft., Budapest	100.0 %
Ringier Sports Media Hungary Kft., Budapest	100.0 %
Blikk Kft., Budapest	100.0 %
Profession.hu Kft., Budapest	100.0 %

ORGANISATION

Verwaltungsrat

Michael Ringier,
Präsident des Verwaltungsrates

Urs Berger,
Vizepräsident des Verwaltungsrates

Roman Bargezi,
Mitglied des Verwaltungsrates

Claudio Cisullo,
Mitglied des Verwaltungsrates

Nancy Cruickshank,
Mitglied des Verwaltungsrates

Lukas Gähwiler,
Mitglied des Verwaltungsrates

Dr. Stefan Mäder,
Mitglied des Verwaltungsrates

Anna Mossberg,
Mitglied des Verwaltungsrates

Felix Oberholzer-Gee,
Mitglied des Verwaltungsrates

Michèle Rodoni,
Mitglied des Verwaltungsrates

Konzernleitung

Marc Walder,
Chief Executive Officer und Managing
Partner der Ringier AG

Dr. Annabella Bassler,
Chief Financial Officer, Ringier AG

Ladina Heimgartner,
Head Media Ringier AG und CEO Ringier
Medien Schweiz

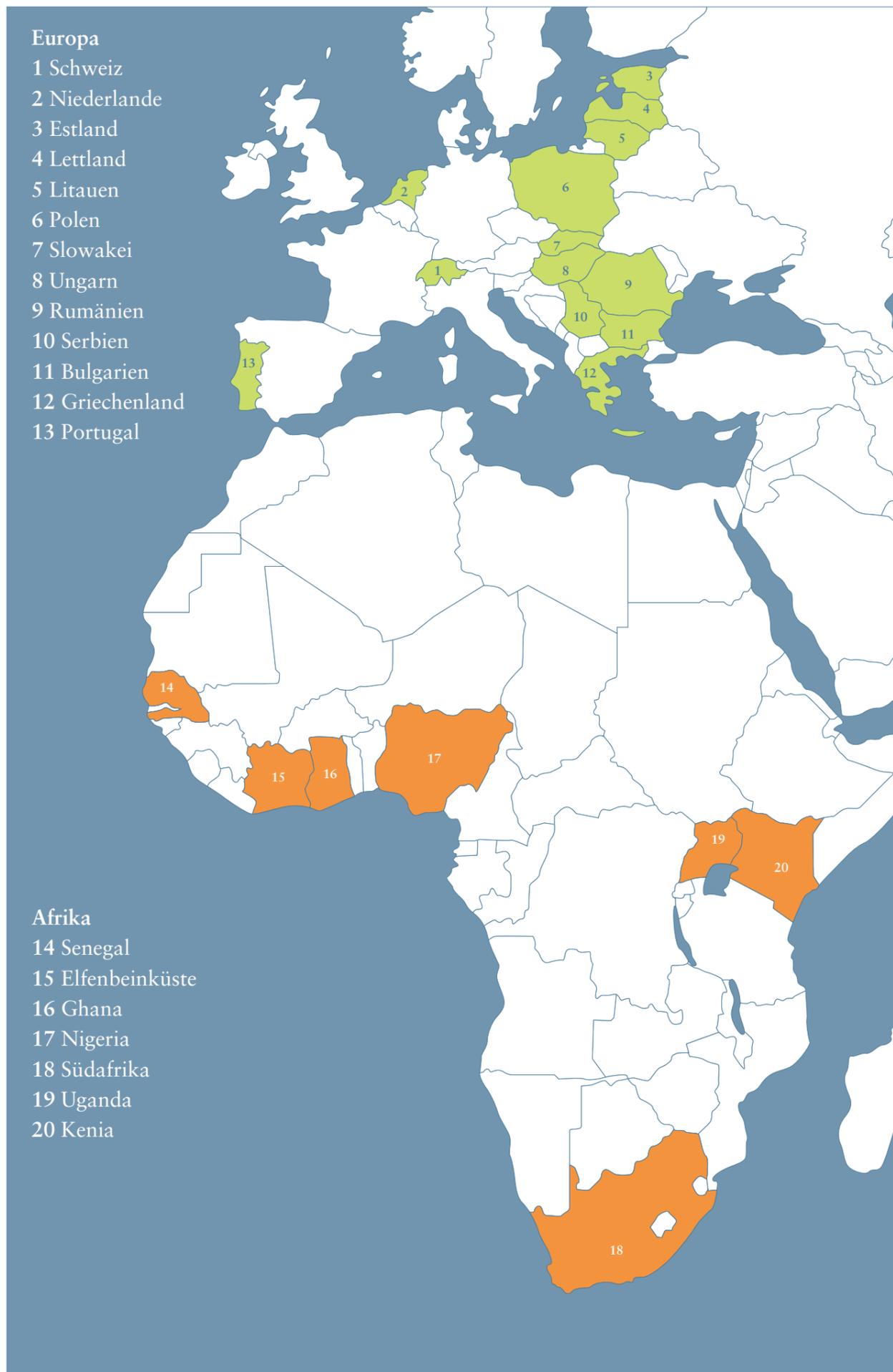
Dr. Kilian Kämpfen,
Chief Technology & Data Officer Ringier AG

Axel Konjack,
Head Global Marketplaces Ringier AG

Dr. Manuel Liatowitsch,
Group General Counsel /
Chief Legal Officer &
Head Corporate Center Ringier AG

RINGIER-STANDORTE

Europa und Afrika



ESG-REPORT 2024

Ringier AG

Vorwort

Bei der Ringier AG sind wir davon überzeugt, dass die Berücksichtigung von Environmental, Social und Governance (ESG) Faktoren ein wichtiger Bestandteil einer erfolgreichen und nachhaltigen Unternehmensführung ist. Diese Überzeugung prägt unser Handeln und spiegelt sich in unseren Initiativen wider, die bis in die frühen 1990er-Jahre zurückreichen.

Im Jahr 2022 haben wir ein konzernweites ESG-Konzept entwickelt, das wir seit 2023 konsequent umsetzen. Um der zentralen Bedeutung von ESG Rechnung zu tragen, hat der Verwaltungsrat der Ringier AG das *ESG-Board* ins Leben gerufen. Dieses Gremium – bestehend aus Verwaltungsratsmitgliedern – überwacht und steuert die Weiterentwicklung unserer ESG-Bemühungen. Auf operativer Ebene wurde das bereichsübergreifende

ESG-Komitee eingesetzt, das konzernweite Projekte und Prozesse mit ESG-Bezug koordiniert und umsetzt. Zusätzlich unterstützen die *ESG-Ambassadors* in den Tochtergesellschaften die Umsetzung von Bottom-up-Initiativen innerhalb der Ringier-Gruppe.

Strategische ESG-Fokusthemen

Auch im Jahr 2024 konzentrierten sich unsere ESG-Bestrebungen auf die vier strategischen ESG-Fokusthemen, die aus der 2022 durchgeführten Materialitätsanalyse hervorgegangen sind. Der vorliegende ESG-Report ist entlang dieser ESG-Fokusthemen strukturiert.

Geltungsbereich

Der ESG-Report 2024 umfasst die Aktivitäten der Ringier AG. In den kommenden Jahren planen wir, den Geltungsbereich schrittweise auf die Gesellschaften unserer Unternehmensgruppe auszuweiten.

ESG-Fokusthemen der Ringier AG

Umwelt & Rohstoffe

Strategien entwickeln und Projekte initiieren, um Emissionen zu senken, den Energie- und Ressourcenverbrauch zu optimieren (inkl. Recycling) und Abfälle sowie deren Auswirkungen zu reduzieren.

Diversity & Inclusion

Diversity & Inclusion innerhalb der Ringier-Gruppe und darüber hinaus (EqualVoice-Initiative) aktiv fördern. Diskriminierung und Belästigung jeglicher Art verhindern und im Falle eines Vorfalls geeignete Massnahmen ergreifen.



Stützpfiler der Demokratie & Good Corporate Citizen

Durch Demokratieförderung, die Einhaltung von Gesetzen und soziales Engagement wie Corporate Volunteering oder Spenden an kulturelle Bildungseinrichtungen einen positiven Beitrag zu lokalen Gemeinschaften leisten.

Attraktiver Arbeitsort

Einen attraktiven Arbeitsplatz schaffen, indem kontinuierliche Entwicklungsmöglichkeiten für die Mitarbeitenden geboten, ihre berufliche Entwicklung analysiert und das berufliche Wohlbefinden gestärkt wird.

Umwelt und Rohstoffe

Verringerung der Emissionen

Im Jahr 2024 führten wir in Zusammenarbeit mit der Schweizer Stiftung *myclimate* zum zweiten Mal in Folge eine Analyse unserer CO₂-Bilanz durch. Der aktuelle *myclimate*-Bericht 2024 ist auf unserer Website¹ einsehbar. Die Ergebnisse dieser Untersuchung liefern wertvolle Einblicke in unseren Emissionsausstoss und helfen uns, gezielte Strategien zu entwickeln, um diesen weiter zu reduzieren.

Um diese Erkenntnisse in konkrete Massnahmen zu überführen, setzten wir auch 2024 unsere Nachhaltigkeitsinitiativen konsequent fort. Dazu gehörte die Förderung der Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel durch die Subventionierung des *ZVV-BonusPasses* für Mitarbeitende. Ergänzend dazu wurde die Elektromobilität durch die Installation von Ladestationen am Standort Pressehaus weiter unterstützt.

Neben diesen Massnahmen engagieren wir uns verstärkt für den Austausch und die Entwicklung nachhaltiger Lösungen. Ein zentraler Bestandteil dieses Engagements ist die Nachhaltigkeitsinitiative *Green Circle*², die *Ringier Advertising* im März 2024 lancierte. Diese Plattform bringt Akteure aus Wirtschaft, Wissenschaft, NGOs sowie Nutzerinnen und Nutzer zusammen, um innovative Lösungen für eine nachhaltige Zukunft zu fördern.

Eine weitere ESG-Initiative ist die erste *Ringier Green Week*, welche vom 8. bis 12. April 2024 durchgeführt wurde. Diese neue Eventreihe wurde ins Leben gerufen, um das Bewusstsein unserer Mitarbeitenden für ESG-Themen zu schärfen, sie gezielt weiterzubilden und für nachhaltige Entwicklungen zu sensibilisieren. In interaktiven Live-Sessions diskutierten externe Expertinnen und Experten globale Nachhaltigkeitsfragen, während interne Referentinnen und Referenten Einblicke in unsere eigenen Initiativen gaben.

Energiebeschaffung und Verbrauchsreduzierung

Neben der Reduktion von Emissionen setzen wir auf nachhaltige Energiequellen und energieeffiziente Massnahmen, um unseren ökolo-

gischen Fussabdruck weiter zu verringern. Ein zentraler Ansatz ist die nachhaltige Beschaffung von Energie aus europäischer Wasserkraft sowie die Zusammenarbeit mit der *Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW)* zur Identifikation von Energiesparpotenzialen. Konkret umfasst dies Massnahmen wie die Umstellung auf LED-Beleuchtung, den Austausch bestehender Heizungs- und Wasseranlagen mit effizienteren Anlagen sowie die Nutzung von Wasser aus dem Zürichsee zur Heizung und Kühlung des Pressehauses. Ergänzend sorgen adaptive Lüftungs- und Heizungssysteme für eine zusätzliche Optimierung des Energieverbrauchs.

Rohstoffe und Abfall

Die Printprodukte von *Ringier Medien Schweiz* werden sowohl in der Schweiz als auch in der EU gedruckt. Ein wesentlicher Anteil des verwendeten Papiers stammt aus Schweizer Produktion, die restliche Menge wird von Lieferanten aus der EU bezogen. Das Papier ist zertifiziert und es wird auf einen möglichst hohen Altpapieranteil geachtet. Auf Corporate Ebene verfolgt die Ringier AG eine papierlose Bürostrategie für Finanz- und Rekrutierungsprozesse. Durch diese Initiative konnten wir den Papierverbrauch erheblich reduzieren und gleichzeitig effizientere Abläufe etablieren.

Stützpfiler der Demokratie & Good Corporate Citizenship

Redaktionelle Arbeit

Als unabhängiges Medienunternehmen verpflichten wir uns den Werten der Demokratie, Menschenwürde und Meinungsfreiheit. Unsere Redaktionen arbeiten unabhängig und dienen dem öffentlichen Interesse, indem sie ausgewogene, unvoreingenommene und qualitativ hochstehende Inhalte bereitstellen. Unsere redaktionellen Werte sind im Code of Conduct³ sowie im publizistischen Leitbild⁴ verankert. Diese Dokumente dienen allen Journalistinnen und Journalisten als Orientierung für ihre Arbeit.

¹ www.ringier.com

² www.greencircle.ch/de

³ Code of Conduct: www.ringier.com

⁴ www.ringier.com

Lokale Gemeinschaften

Wir sind bestrebt, durch eine Reihe von Initiativen und Engagements einen positiven und nachhaltigen Einfluss auf lokale Gemeinschaften auszuüben. Ein besonderer Fokus liegt auf der Förderung des Journalismus. Über die *Hans Ringier Stiftung* unterstützen wir die Entwicklung des Schweizer Journalismus und bilden an der *Ringier Journalistenschule* seit 1974 Nachwuchstalente in allen journalistischen Disziplinen aus.

Darüber hinaus engagieren wir uns für die *Dariu Foundation*, die benachteiligten Kindern in Vietnam, Myanmar und Indien Zugang zu Bildung und digitalen Kompetenzen ermöglicht. Auch die *SOS Beobachter Stiftung*, die von Armut betroffene Menschen in der Schweiz unterstützt, zählt zu unseren sozialen Engagements. Ergänzend dazu leisten wir finanzielle Beiträge an lokale Organisationen, um Wachstum und Nachhaltigkeit in den Regionen zu fördern, in denen wir tätig sind.

Datenschutz und Cyber-Security

Der Schutz von Daten und Cyber-Security⁵ haben höchste Priorität. Daher haben wir für diese Themen dedizierte Abteilungen, welche mit ihren Konzepten und Vorgaben den angemessenen Schutz der Daten sicherstellen.

Kinderarbeit sowie Mineralien und Metalle aus Konfliktgebieten

Im Einklang mit der Verordnung über Sorgfaltspflichten und Transparenz bezüglich Mineralien und Metallen aus Konfliktgebieten und Kinderarbeit (VSoTr) führten wir im Jahr 2024 eine konzernweite Analyse unserer Lieferketten durch.

Die Analyse ergab, dass wir und unsere Tochtergesellschaften grundsätzlich von den in der VSoTr festgelegten Sorgfalts- und Berichterstattungspflichten ausgenommen sind. Dies liegt daran, dass nirgends ein begründeter Verdacht auf Kinderarbeit festgestellt werden konnte und die in Anhang 1 der VSoTr festgelegten jährlichen Schwellenwerte für Einfuhr- und Bearbeitungsmengen von Mineralien und Metallen nicht überschritten wurden.

Diversity & Inclusion

Wir setzen uns aktiv für Chancengleichheit ein und schaffen ein Arbeitsumfeld, das den Wert und die Würde jeder und jedes Einzelnen respektiert und stärkt. Jegliche Form von Diskriminierung oder Ausgrenzung wird von uns nicht toleriert. *Diversity & Inclusion* sind für uns zentrale Werte und entscheidende Erfolgsfaktoren.

Geschlechterverteilung in den Führungsgremien der Ringier AG
(Personalbestand 31.12.2024)

	VR ⁶		GEB ⁷		GEB ⁺⁸	
Weiblich	3	30 %	2	33 %	4	67 %
Männlich	7	70 %	4	67 %	2	33 %
Total	10		6		6	

⁵ Ringier Datenschutz: www.ringier.com

⁶ Verwaltungsrat

⁷ Group Executive Board

⁸ Extended Group Executive Board

Initiativen im Bereich *Diversity & Inclusion* umfassen unter anderem Programme wie die *LGBTQIA+ Woche*, Workshops für Eltern und Familien, Pensionierungsworkshops sowie die *EDGE-Zertifizierungen*. Im Jahr 2024 haben wir die Zertifizierungsstufen *EDGE Move* sowie *EDGEplus* erreicht. Zusätzlich werden Frauen in Führungspositionen durch Kooperationen mit Partnern wie *Advance* gezielt gefördert. Darüber hinaus setzen wir uns dafür ein, die Diversität in Führungsgremien und Entscheidungspositionen weiter voranzutreiben.

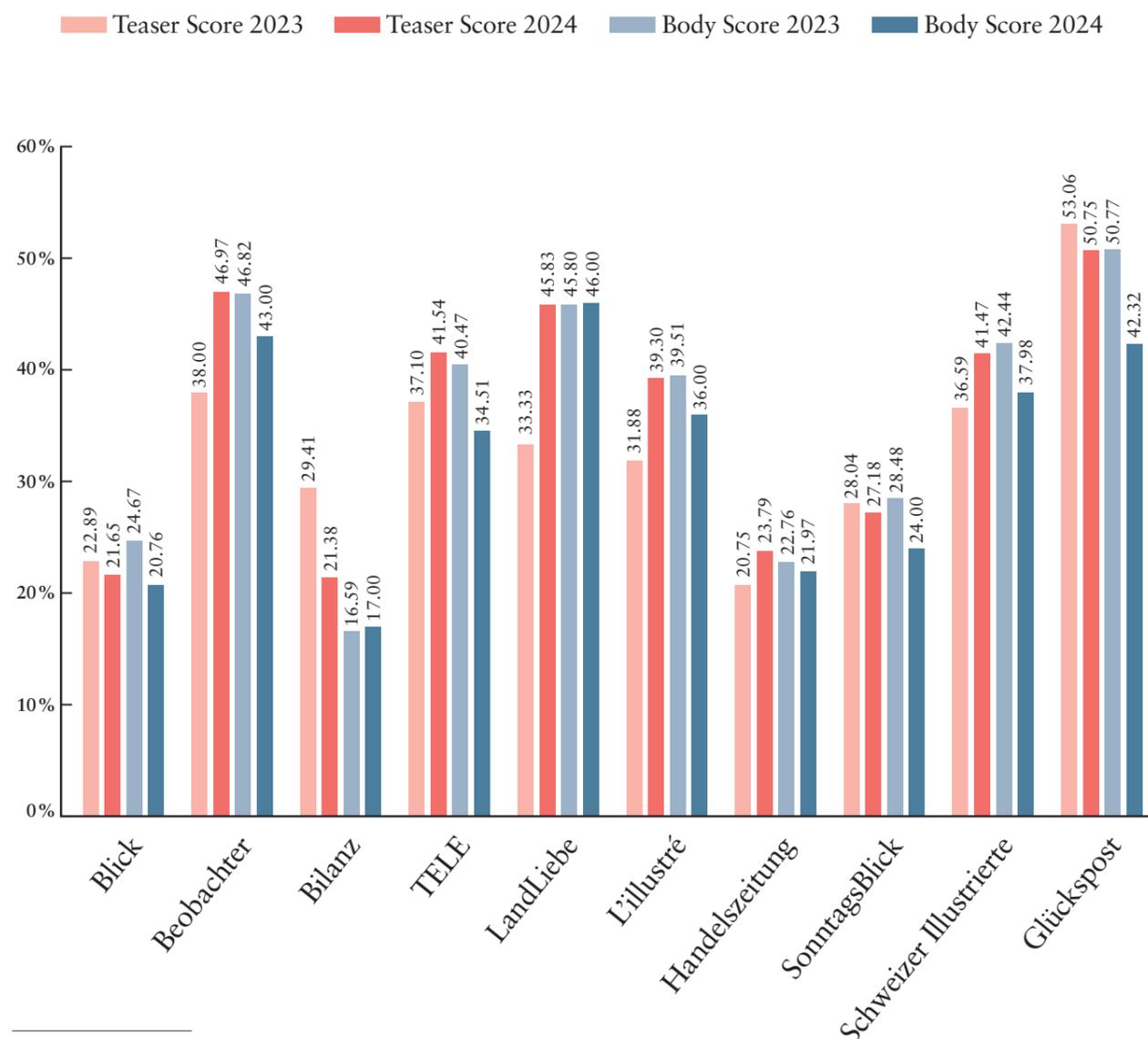
EqualVoice

Wir nutzen unsere Reichweite, um mit der *EqualVoice-Initiative*⁹, eine gleichberechtigte Darstellung der Geschlechter in den Medien

zu fördern. Ziel ist es, Frauen in Publikationen sichtbarer zu machen, den *Gender Visibility Gap* zu schliessen, weibliche Vorbilder zu fördern und Frauen und Männern die gleiche Stimme zu geben.

Kernstück der Initiative ist der *EqualVoice Factor* – ein eigens entwickelter semantischer Algorithmus, der die Sichtbarkeit von Frauen und Männern in Text-, Bild-, Video- und Audioinhalten der teilnehmenden Medienmarken analysiert. Dadurch ermöglicht er eine faktenbasierte Diskussion sowie die Entwicklung konkreter Lösungen für eine gerechtere Geschlechterdarstellung in den Medien. Um die Geschlechterrepräsentation in der Kommunikation weiter zu stärken, wurde 2024 zudem der *EqualVoice Assistant*

EqualVoice Teaser Score & Body Score Print



⁹ www.equalvoice.ch

eingeführt – ein mit künstlicher Intelligenz (KI) gestütztes Tool, das Diversitätsverzerrungen in Echtzeit analysiert und gezielt adressiert.

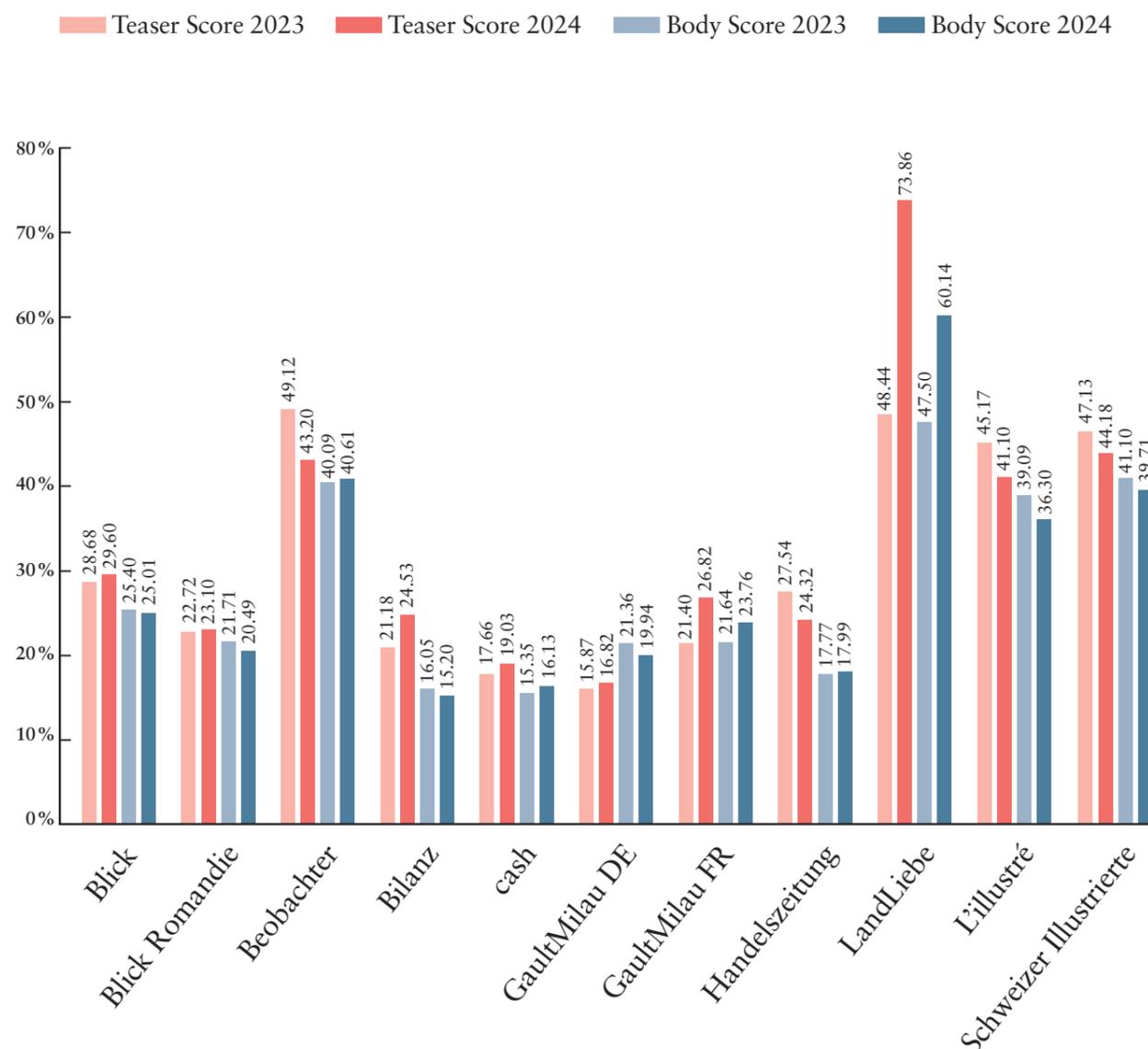
Aktuell wertet *EqualVoice* die Inhalte von 32 Medienmarken in sieben Ländern aus und erreicht damit insgesamt 50 Millionen Menschen. Der *EqualVoice Factor* basiert auf zwei zentralen Indikatoren: Der *Teaser Score*, der Überschriften und Bilder bewertet, sowie der *Body Score*, der die Präsenz in Texten analysiert.

In der Schweiz zeigt der *Teaser Score* in 2024 bei sieben von insgesamt zehn Printprodukten von *Ringier Medien Schweiz* eine positive Entwicklung hin zu mehr Parität.

Bei den Online-Ausgaben der *Ringier Medien Schweiz* Brands erzielten der *Beobachter* (43.20%), *L'illustré* (41.10%) und die *Schweizer Illustrierte* (44.18%) hohe Werte im *Teaser Score*, was auf eine zunehmend ausgewogene Berichterstattung hinweist. Beim *Body Score* verzeichneten *Beobachter* (40.61%), *L'illustré* (36.30%) und die *Schweizer Illustrierte* (39.71%) die besten Ergebnisse.

Neben Inhaltsanalysen beteiligt sich *EqualVoice* zudem aktiv an redaktionellen und externen Workshops, stellt eine Expertenliste für Journalistinnen und Journalisten bereit und entwickelt gemeinsam mit Fachleuten Strategien und Projekte zur Förderung der Geschlechtervielfalt. Darüber hinaus werden

EqualVoice Teaser Score & Body Score Online



Erkenntnisse über das *EqualVoice United*-Netzwerk geteilt. Zusätzlich arbeitet *EqualVoice* regelmässig mit Bildungsinstitutionen und Unternehmen an White Papers zu verwandten Themen zusammen.

Attraktiver Arbeitsort

Ausbildung und Schulung

Neben der *Ringier Green Week* haben wir mit *Ringier Explore 2024* ein internationales Kurzzeit Austauschprogramm ins Leben gerufen, das Mitarbeitenden neue Perspektiven eröffnet und die internationale Vernetzung fördert. Die ein- bis dreiwöchigen Exchanges ermöglichen es, lokale Arbeitsprozesse in einem anderen Land kennenzulernen, Best Practices auszutauschen und die globale Zusammenarbeit innerhalb der Ringier-Gruppe zu stärken. Durch diesen interkulturellen Dialog gewinnen die Teilnehmenden wertvolle Einblicke und erweitern sowohl ihre fachlichen als auch persönlichen Kompetenzen.

Das interne Bildungsangebot umfasst zudem das *MediaLab*, ein speziell für Journalistinnen und Journalisten entwickeltes Schulungsprogramm, sowie *PEAK*, eine Initiative zur Stärkung von Führungskompetenzen. Ergänzt wird dieses durch *Feed Your Mind*, eine Reihe

einstündiger Webinare mit inspirierenden Gastreferierenden, die *See & Learn Weeks* mit interaktiven Technologie-Sessions und das *Expertise Programm*, das ganztägige Trainings zu spezifischen Fachthemen bietet.

Wohlbefinden am Arbeitsplatz

Das Wohlbefinden der Mitarbeitenden ist ein zentraler Baustein unserer Unternehmenskultur. Über die gesetzlichen Vorgaben hinaus bieten wir eine Vielzahl an Massnahmen, um ein gesundes und ausgewogenes Arbeitsumfeld zu fördern. Dazu zählen eine 40 Stunden Woche, flexible Arbeitszeiten, die Möglichkeit für mobiles Arbeiten, Teilzeitarbeitsmodelle, psychologische Beratung, mindestens fünf Wochen Ferien, unbezahlter Urlaub sowie ein kostenloses Fitnessstudio für alle Mitarbeitenden. Im Rahmen der *Fit & Health Initiative* wird dieses Angebot noch durch Programme in den Bereichen Sport, Ernährung, Entspannung und Prävention ergänzt.

Ein weiterer zentraler Aspekt ist die Unterstützung von Mitarbeitenden mit Familienpflichten. Wir gewähren 16 Wochen bezahlten Mutterschaftsurlaub sowie 20 Tage Vaterschaftsurlaub, um die Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu fördern und den unterschiedlichen Lebensrealitäten gerecht zu werden.

IMPRESSUM

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

Jeder Empfänger, jede Empfängerin erhält eines von insgesamt drei grossformatigen Raketenpostern – welches entscheidet der Zufall.



Heji Shin
Vulcan 4, 2024
Offsetdruck
167 x 119.5 cm
Courtesy Galerie Buchholz,
Reena Spaulings und
House of Gaga



Heji Shin
Polaris Dawn 1, 2024
Offsetdruck
167 x 119.5 cm
Courtesy Galerie Buchholz,
Reena Spaulings und
House of Gaga



Heji Shin
World View Legion, 2024
Offsetdruck
167 x 119.5 cm
Courtesy Galerie Buchholz,
Reena Spaulings und
House of Gaga

Herausgeberin
Ringier AG

Künstlerin
Heji Shin

Credit Video
Director: Heji Shin, Chuck Briggs
Videographer: Jen Briggs

Leitung
Johanna Walser, Chief Communications Officer, Ringier AG
Rahel Blättler, Collection Manager, Sammlung Ringier

Produktion
Eva Heller, Brand Design & Communications Manager, Corporate Communications, Ringier AG
Zuni Halpern, Graphic Designer, Brand Studio, Ringier AG

Mitarbeit
Sereina Schwendener, Head Strategy & Operations, Corporate Center, Ringier AG
Dr. Lars Ihme, Head of Group Accounting, Controlling & Taxes, Ringier AG
Andrea Koop, Head of Group Accounting, Ringier AG
Maurice Berthelon, Head Group Risk, Compliance & Data Protection, Ringier AG

Druckerei
Engelberger Druck, Oberstmühle 3, CH-6370 Stans

Ringier AG
Corporate Communications
Dufourstrasse 23
CH-8008 Zürich
+41 44 259 64 44
media@ringier.ch
ringier.com

