

FILE



DECEMBER, 1972 **50** CENTS
YEARLY SUBSCRIPTION \$2.00



DO YOU BEGIN TO SEE

THERE IS NO PATIENT

THERE ON THE TABLE?

EDITORIALS

"Just do it sir . . . in front of everyone sir . . . It would have a comic effect sir . . . We flash a sex pic with torture in the background sir then snap that torture pic right in your bloody face sir . . . if you'll pardon the expression sir . . . we do the same with the sound track sir . . . varying instances sir . . . It has a third effect sir . . . right down the old middle line sir . . . if you'll pardon the expression sir . . . the razor inside sir . . ."

"Jerk the handle . . . It sounds like this sir . . ."

William Burroughs
Nova Express

The old Humpty Dumpty mere mirror on the wall, the old seams to be coming apart, the old egg-oh on the face. Ask anything but don't expect a glimpse behind the final curtain. In the burlesque galleries taking art's pants down to titillate art's history. "I CAN HANDLE NUDITY BUT THIS IS UNNATURAL." Double edge blade of the cutting remark for the kill. Egg-oh, like when your lips meet your lips on the glass of the mirror. Speechlessness behind the scenes. We only launched this image balloon to see if the world was around. Your arrows to pinpoint the leak in our FILE/style orbit talking in circles. We promise not to burst onto your scene from under the carpet leaving you holding the vacuum. You probe our love letters with your letter knife in the back. You got our number and we got the picture under wraps like in camouflage, corre-sponge dancing on the subliminal.

We're just a plug looking for a socket. Like we plugged into the water works when we realized the similarity. Like when we realized the valves were all under control. Like we slipped into your mailbox disguised as LIFE.

"It's the story of my life, what's the difference between wrong and right?" But Billy said, 'Both those words are dead.'

The Velvet Underground

TO WHOM IT MAY CONCERN:

There you were staring FILE in the face and you couldn't believe it was LIFE. The old seeing is believing dilemma. The old media mirror up against the wall. Meanwhile he's out on some street corner contacting the big energy under your feet. He discovers images float through media like words out of water. He re-channels the mainstream as folk art. He lost quality control when he got into deep water and attitudes. When attitudes become action as in how many; how much? . . . maybe 50 maybe 100 maybe 1200 are needed to salve a bad case of media burn. Modern art under the scalpel sliced open and sewn up as just another style, like computers, or porno. Now this is no news since we got the pants down already but the voyeurs are still hung up on carbon copy. Walt Disney's magic paint brush brushing with death and bringing to LIFE a little of the old now you see it.

Alex the Holy's animated LIFE/style bringing to FILE with style a little of the old now you're it. A little too close to home the thought of our water pipes and your water pipes like network T.V. or our mailboxes, coming up through the ground and in the back door like subliminal in residence. By the time it gets through all this charcoal carbon copy it infiltrates the cells. Step up to the colour bar and order the system to pay colour back with an Image Blank cheque. Don't point your critical breadknife at seven years of bad luck. Don't break our light through your spectrum of words. Don't pass the buck and call it green back. Don't stain our sheets with your lyrical abstractions. Don't tarnish our image. We're only following orders.

"And the General stepped out of his view screen in a glittering robe of pure shamelessness . . ."

William Burroughs
The Ticket that Exploded

HOMELY DETAILS OF EVERYDAY "LIFE"

LIFE magazine died with '72, emitting the casual stench of instant nostalgia for the waiting relatives, all of us with our hands crossed, leaving LIFE as we found it for the network world it bred and weaned but cannot nurture. Thirty-five years over a hot story, devoured in an instant by a public hungry for a past.

LIFE was the Coca-Cola of the picture magazines, image bank primer extraordinaire. LIFE was the first and instant precis of lifestyle the emerging manner the reflective possibilities of mass media. LIFE was the first and necessary authentication, the initial glamourization, of lifestyle and the common man.

LIFE initiated the first democratization of cultural consciousness, mirroring in news format the sensibility of the massive masses, the thin crumbling wall of mediocrity. The news that made LIFE was made news by LIFE.

LIFE was unique in its recognition of the value of sensibility and lifestyle over the traditional concerns of the historical view. LIFE took a stance in the face of history, sidestepping quality fixations for a coherent vision of people in process.

History is what you make it. LIFE made it.

LIFE in sensing in glamourizing in mirroring people in process LIFE and later TV certainly LIFE and others

created expectations, expectations of access, expectations of everyman's fifteen minutes of personal fame, expectations of the common man's right to make the headlines, well it did that and we got that and that's why LIFE died.

In this role of information re-caste-ing, LIFE sealed its own fate, creating the possibility and reinforcing the potential for a truly grassworks network culture.

Lately many magazines are dying. Some say this is due to postal dues. Actually it is very simple people are demanding access people are demanding and reading magazines providing access to particular tools particular goods particular scenes. VOGUE does this. WHOLE EARTH ALMANAC does this. NOVA does this. Toronto's BARGAIN HUNTER PRESS does this. LIFE did not do this.

Now FILE is simply this: the future seen in retrospect, actualization of 1984 envisioned by LIFE; a particularization of LIFE methods and manners utilized for the needs at hands, access to the trip and trappings.

FILE is LIFE out of hand, a handy map of scenic networks lacing the globe for you. Our tribute to LIFE passed by.

Mirrors Mirroring Mirrors

AA Bronson
in Conversation with Beatrix Ruf

Ruf

You yourself, and you with Felix Partz and Jorge Zontal as General Idea, have made books and been involved with publications like *FILE Magazine* throughout your life. What approach towards this annual report did you choose?

Bronson

The odd thing about the Ringier annual reports is that they are projects of the imagination. Since the company is a family business and not a corporation, no annual report is required. These projects play the part of reports – we might say they take on the guise of annual reports – but the work that the artist produces has only the faintest relationship to a conventional annual report, despite the statistical information included.

Working with Garrick Gott as designer, we came up with a physical form that is not that of a book that might be found in a bookstore or on a bookshelf, but rather the form of a report, in a binder or folder, something found in a desk drawer or even a filing cabinet. We tried to take the visual and structural language of an annual report – how it is assembled and how it might be used – and reflected that in the physical form of the publication.

In terms of content, looking through the history of the various artist projects for Ringier's annual reports over more than two decades, I realized that the Ringier Annual Reports present a cast of characters. They stand in for artists who have been chosen, who have been invited to become part of the extended family, and they represent both the aesthetic of Ringier himself and of the professional life he has constructed, the picture he has composed. The books sit together as a collective body, a library, and they are not only (sometimes unknowingly) self-portraits of the artists, but collectively take the form of



a self-portrait of Ringier himself. Whether the artists know it or not, collectively we are the medium through which Ringier composes his message and his public identity.

I have often been confused by the subject of identity. Not only do I carry two identities – as AA Bronson but also as the more prosaic Michael Tims – but I also carry the identity of the artist group General Idea, I carry my partners Jorge and Felix, both deceased, on my back. They are a kind of triumphal offering, like the spoils of war.

It's not that I have two or three separate lives, although I do. My assistant touts a kind of life/work balance, and perhaps General Idea should be on the work side and AA Bronson (or Michael Tims?) on the life side. But it's not like that for me. I start from this point: our publication is self-portraiture, beginning before General Idea and continuing through General Idea to the future date of my (yet to come) collective death. There is a continuity within General Idea and beyond General Idea, “mirrors mirroring mirrors.” We revisit both General Idea works and my own works, our works, about identity, maybe about other things as well, but identity figures in there largely.

“The Frame of Reference is basically this – a framing device within which we inhabit the role of the general public, the audience, the media. Mirrors mirroring mirrors, expanding and contracting to the focal point of view and including the lines of perspective bisecting the successive frames to the vanishing point. The general public, the audience, the media playing the part of the sounding board, the comprehensive framework outlining whatever meets their eye.”

(– from: General Idea, *Pilot*, 1977 produced by the Ontario Educational Communications Authority (OECA), Toronto (CA), for broadcast television, video, color, sound, 28 min., 56 sec)



Ruf You choose the topic of the mirror as a red line moving throughout the book you made for the annual report, connecting the history of General Idea with your personal history.

Bronson That's exactly right.

Ruf This is happening in the context of a media company. Is there a reverberation or reference to the media as a mirror?

Bronson As Marshall McLuhan said, "The medium is the message." You unfold a three-part cover and then there are three elements – one is the report, another is the artist's book, and the third is the folio (the context) itself. The report takes the form of a notepad, while the artist's book appropriates the cover of *FILE Magazine* from 1972 and brings together images and works of reflection from over fifty years, from the mid-sixties to today.

Ruf You've also reproduced the editorial page of *FILE Magazine* from 1972.

Bronson The editorial image was sent to us by a self-proclaimed famous artist who asked us to publish it anonymously in *FILE* because nobody else would ever publish it. And he couldn't publish it with his name on it because it would be the end of his career.

Ruf With *FILE Magazine*, which you published from 1972 to 1989, you made a promise to play with media.



Bronson Yes, it's a statement of intent. We eventually stopped publishing *FILE* in 1989 because it became too difficult to publish magazines, too expensive. Distribution was difficult. Everything that had been so easy became extremely difficult, so we stopped. But we continued our involvement with public media, with various poster projects, a project for the Spectacolor Board in Times Square, videos for television, and so on.

Ruf Going back to *FILE Magazine* – you invited other artists or people you were looking at or were interested in worldwide to send images and visual material to you. And besides the many amazing contributions of surprising artists, every issue also figured as a promotion issue in a way for what General Idea was doing at the time.

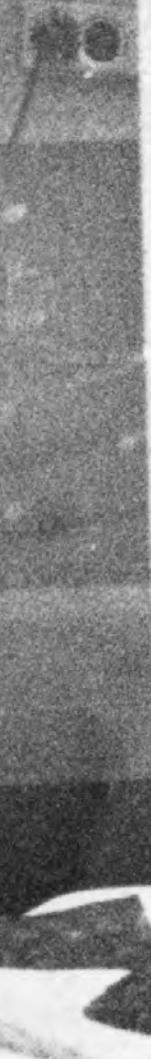
Bronson That's true, yes, promotion and information. It was a kind of membership report for the General Idea fan club. Each issue riffed on the artists passing through our life. Or you could think of it like *LIFE Magazine*: every issue was self-referential, and every issue was a promotion for itself. In this sense it was quite unlike other magazines of its time.

Ruf Would you say that you had a similar approach to that of the annual report?

Bronson Yes, that is true. (*laughs*) I really like that.

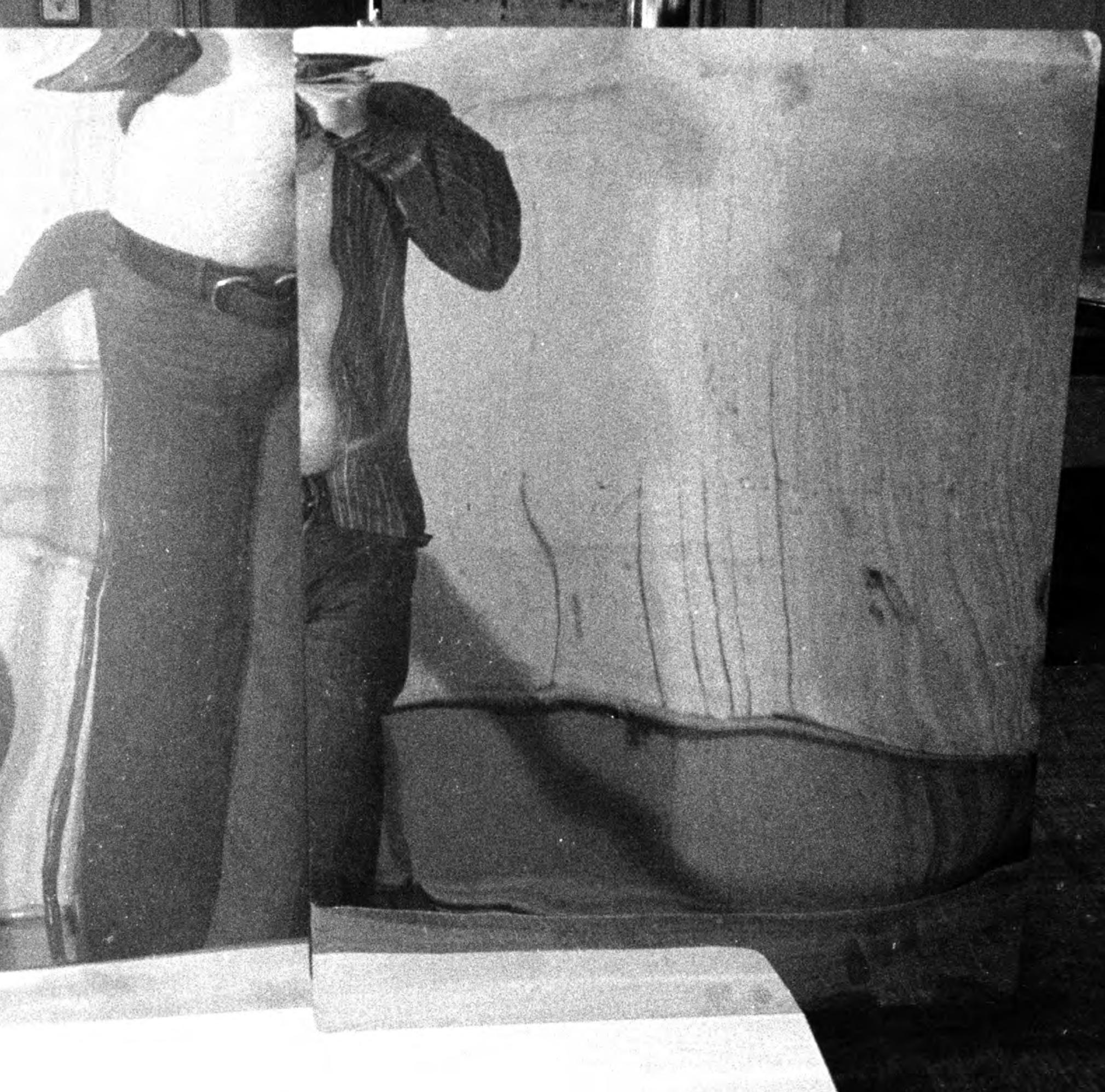
4

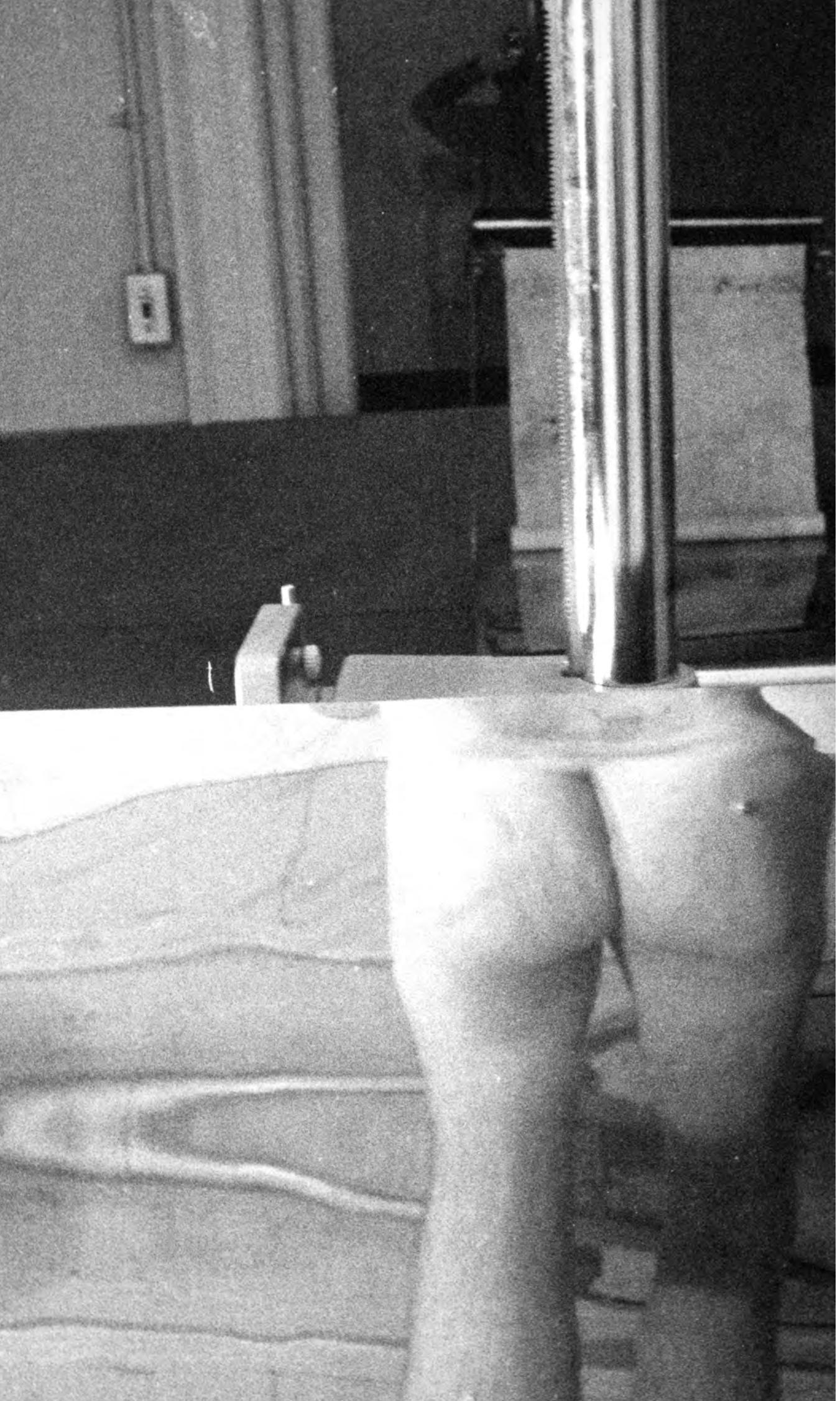












5









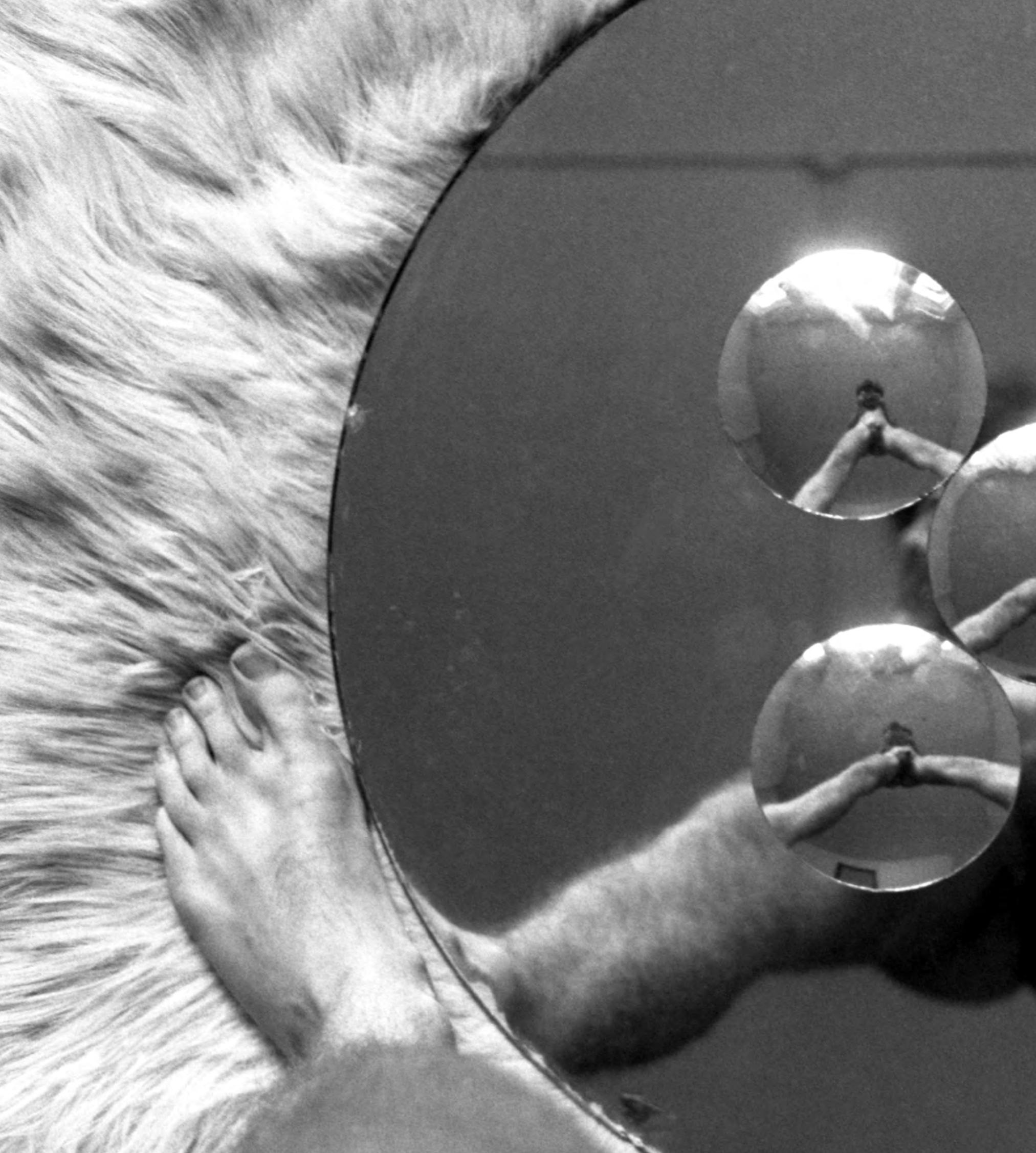




















6









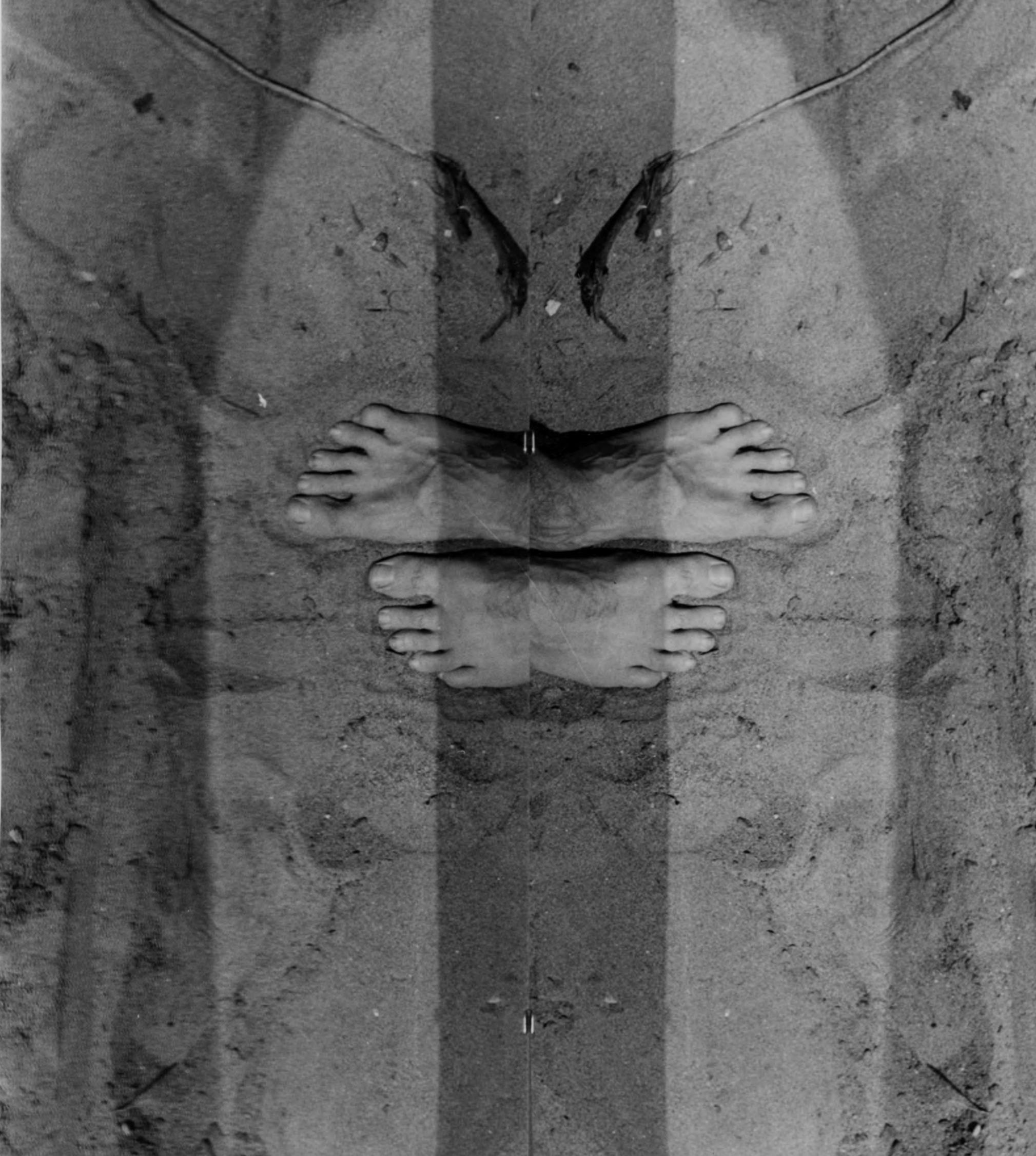






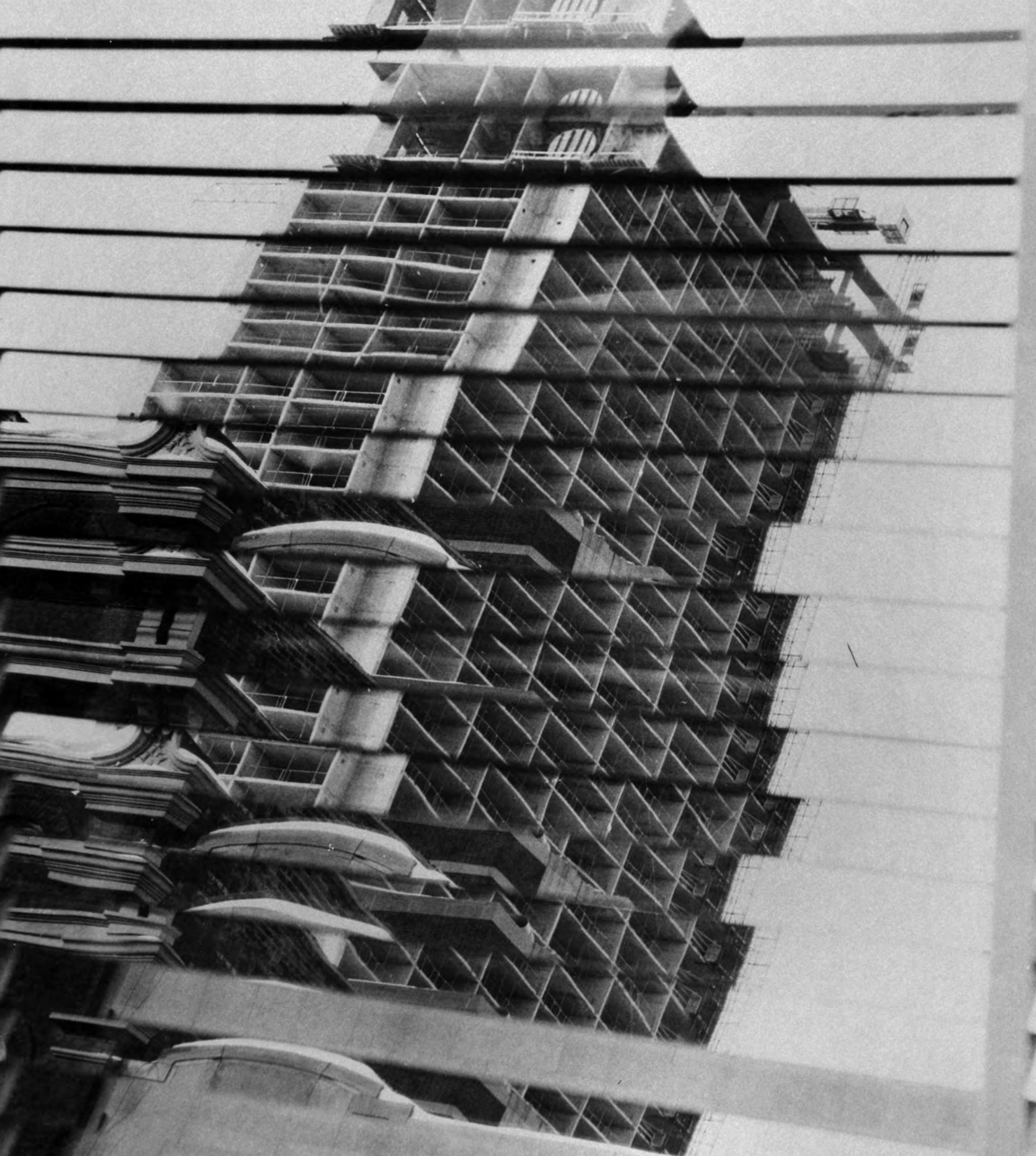






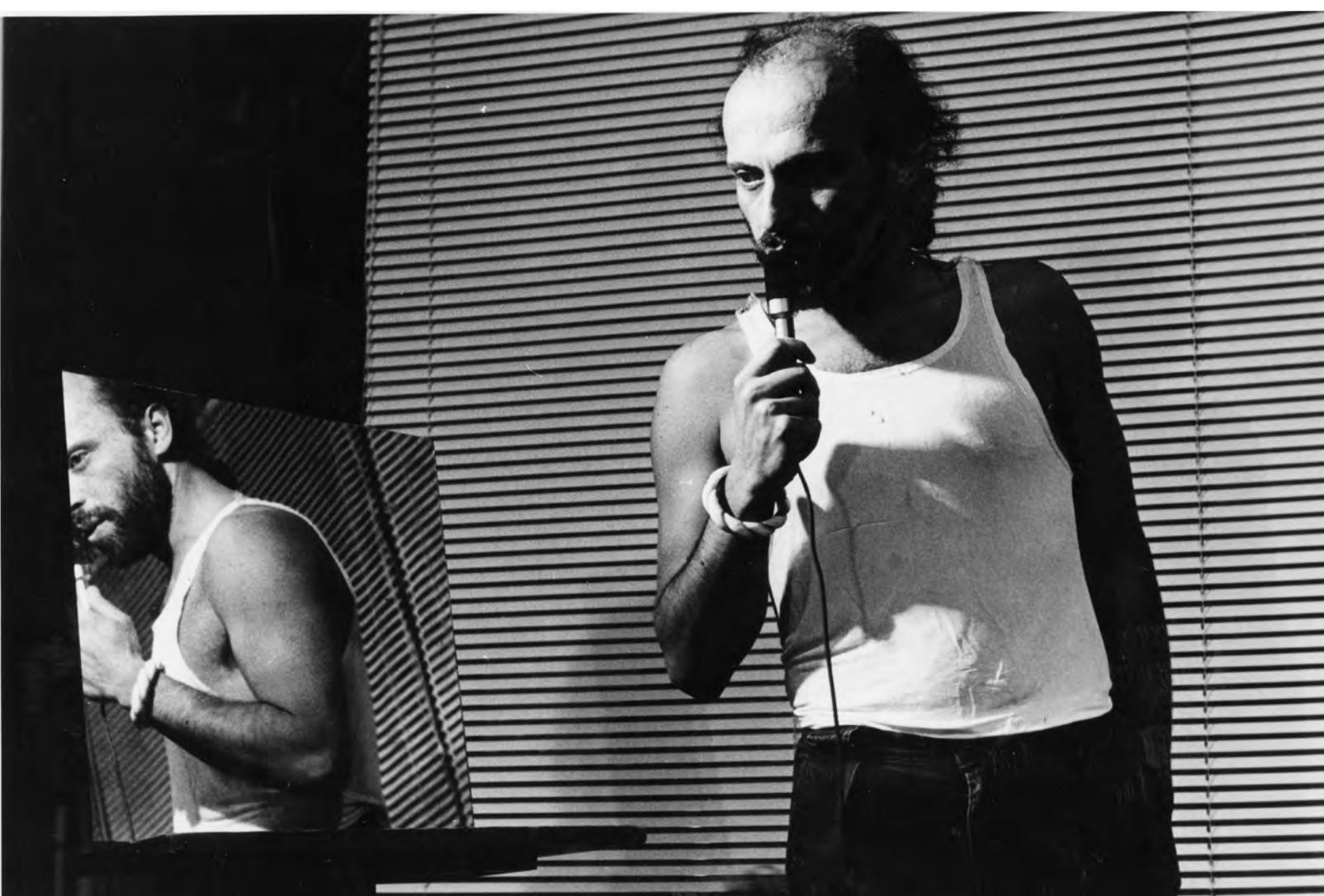
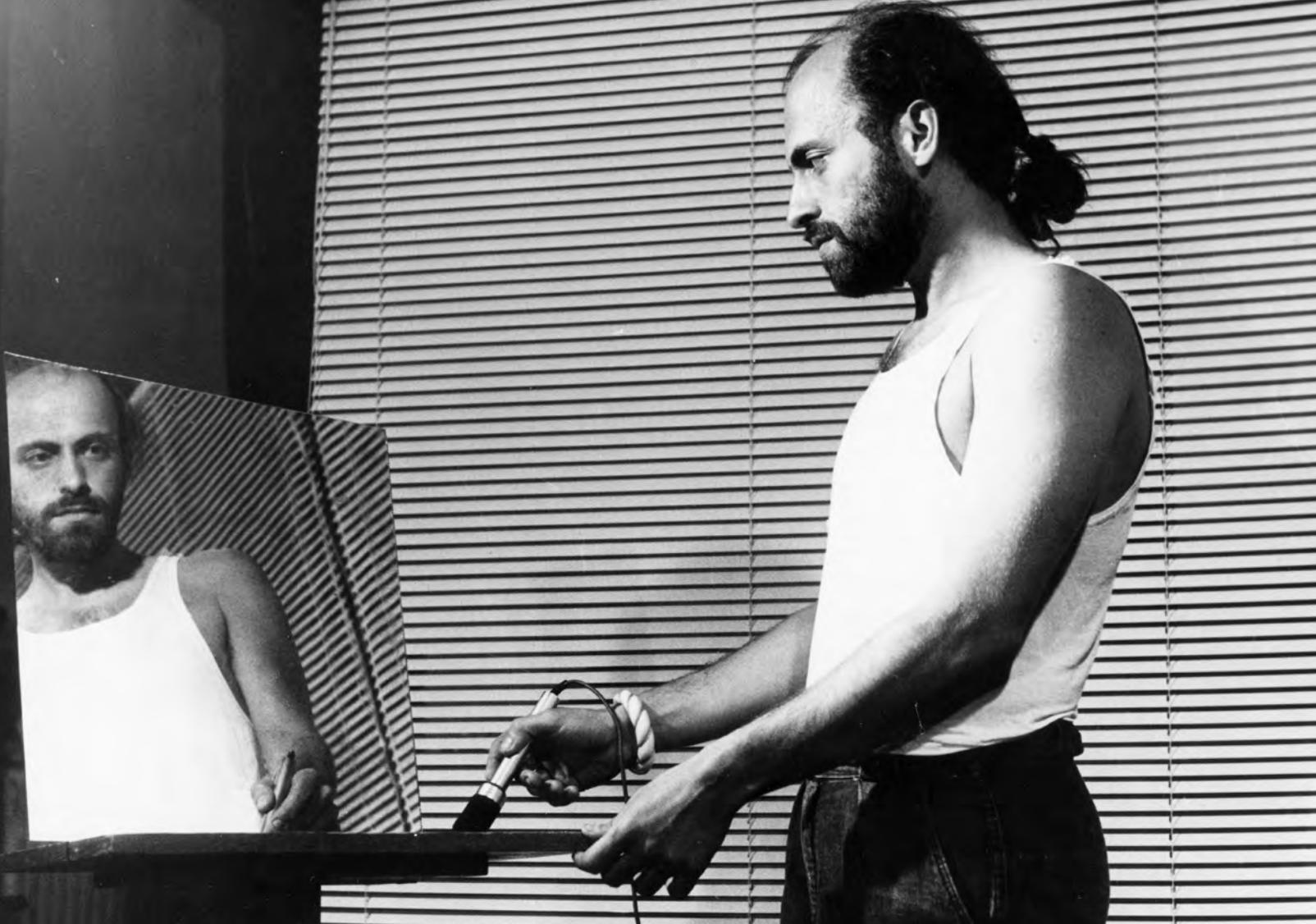












































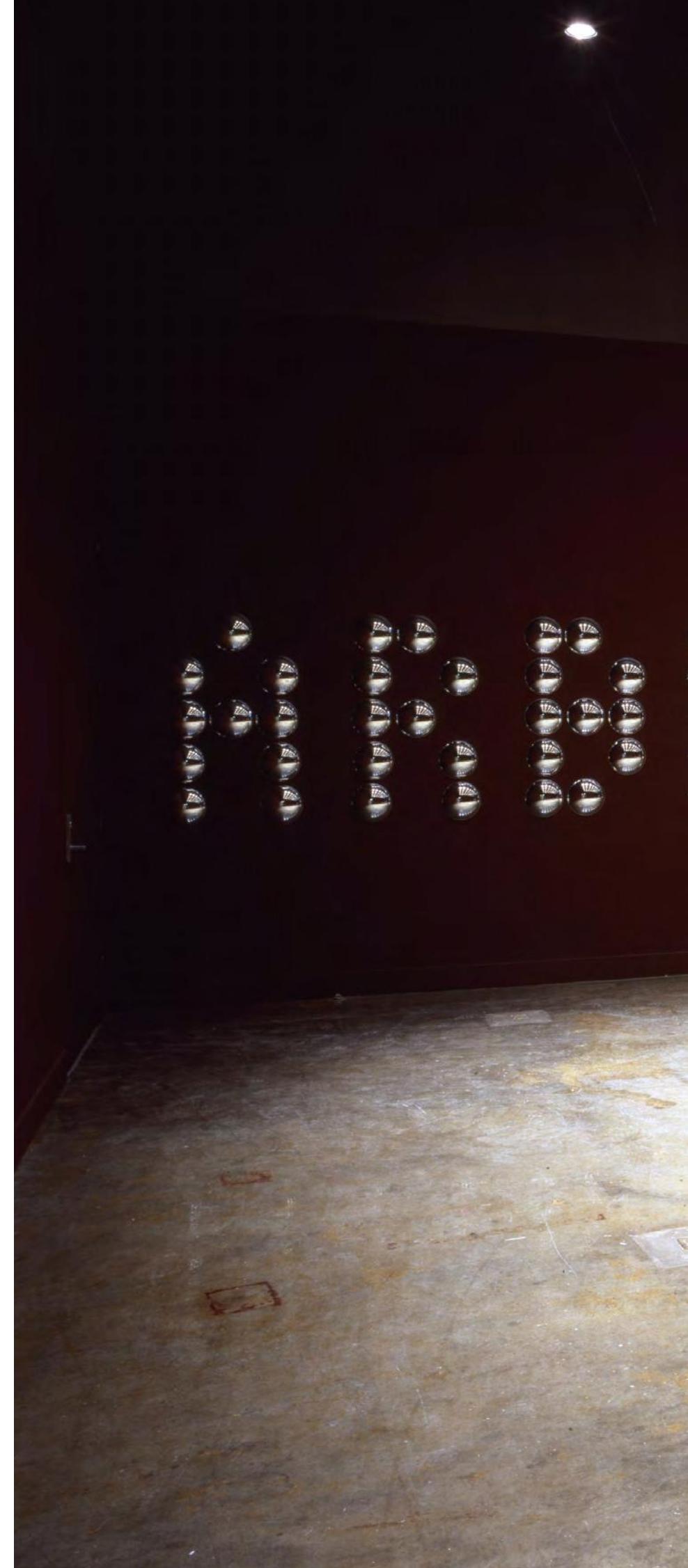








13



THEATRE







15

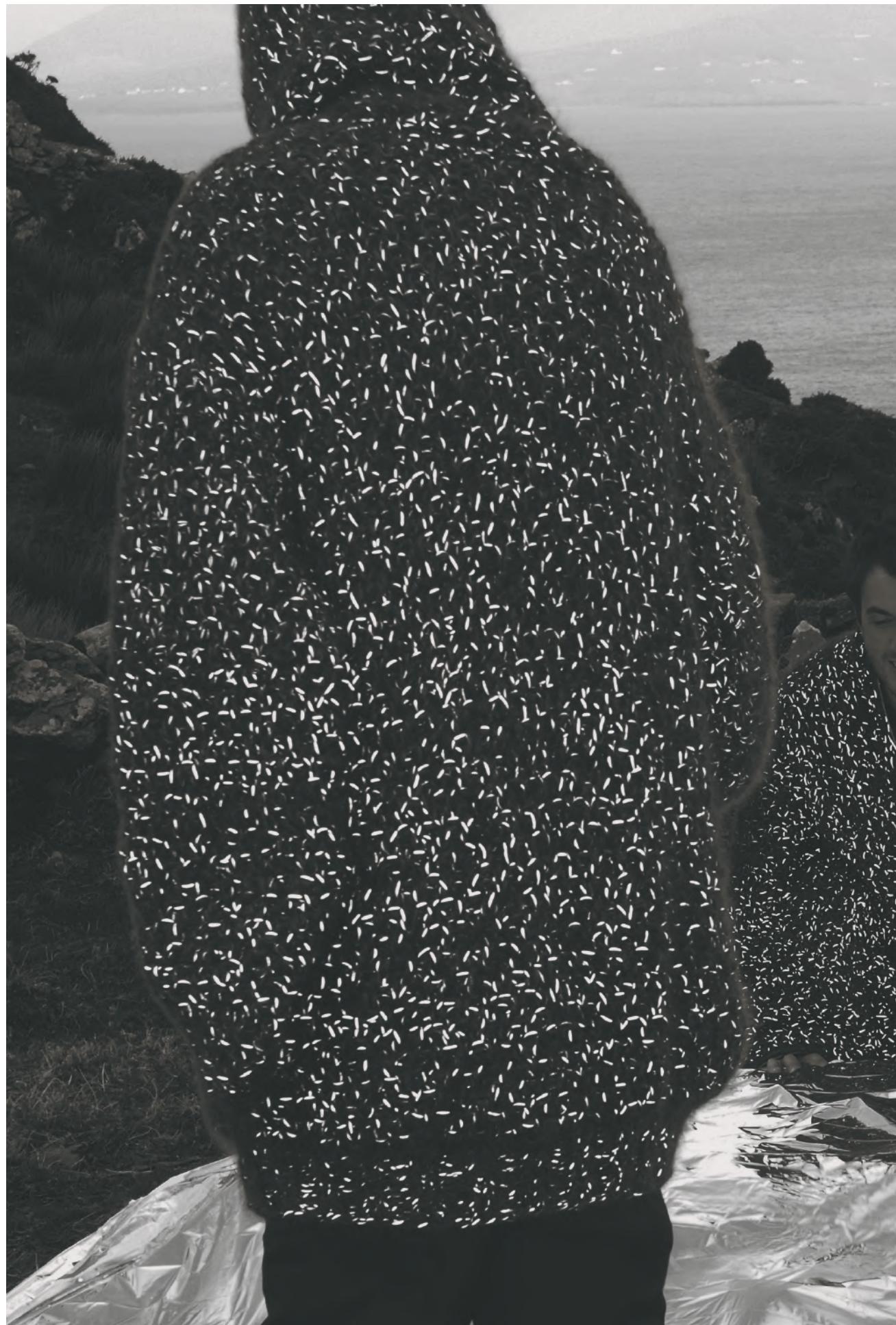


































































TO WHOM IT MAY CONCERN:

I came across these circular convex mirrors in an army surplus store on Queen Street West at the corner of Bathurst Street in Toronto in 1968. I was 22 years old. After dropping out of the School of Architecture in Winnipeg, and an adventure with a free school and a self-styled Digger commune, I had hitchhiked to Toronto to visit Rochdale College, the newest star in the firmament of cooperative ventures. Here everything began that became General Idea. At Rochdale College, and then at Theatre Passe Muraille, I met Mimi and Granada and Jorge and Felix and all the others, and my life as an artist began.

The set of seven mirrors entered my life, then, at the beginning of that new life, my life as AA Bronson. They were a sigil of sorts, they protected my new identity, and whenever I needed, I placed them on my bedroom floor, one mirror surrounded by a circle of six, or perhaps as a heptagram, usually late at night. They were a visual meditation, and I have them with me still, here in Berlin, fifty-five years later, at the age of seventy-seven.

In the mid-sixties, identity was the issue: we did not identify as our parents' children. The self-portrait figures largely in the work of General Idea because that was all we had: we began with our image of ourselves.

A few sentences about the photographs:

Jorge's self-portraits taken in distorting mirrors from a department store. (4)

My circular mirrors and Jorge's white goatskin rug. (5)

We pose as the cover of a Velvet Underground album. (6)

Light On: we devise mirrors suspended within a double rotating mechanism to draw with reflected light. (7, 8)

Our VBs of double-sided mirror marry the two sides of the story: inside and outside, self and other. (9)

Jorge performs in the looking glass. (10)

AA Bronson addresses Michael Tims, or is it vice versa? (11)

After General Idea: rotating mirrors become models for a universe. (12)

We are all monsters. (13)

This three-frequency dodecahedron is defined by a skin of reflection. (14)

Security mirrors are objects of reflection. (15)

Invocation Skellig Mhichil: my collaboration with Oisín Byrne in the Irish wilderness. (16)

Me, myself, and I: picturing my Self as others see me. (17)

CAPTIONS

- 1 General Idea, cover of *FILE Magazine*, volume 1 number 4 (December 1972)
- 2 General Idea, editorial, *FILE Magazine*, volume 1 number 4 (December 1972)
- 3 AA Bronson, *Project for M*, 2010. Set of 3 colour inkjet prints
- 4 Jorge Zontal, *Self-Portrait in Distorted Mirror*, 1968–69. Series of 8 gelatin silver prints
- 5 AA Bronson, *Mirror Sequences*, 1969. Series of 7 gelatin silver prints
- 6 General Idea, *Self-Portrait as the Velvet Underground*, 1969. Black and white Polaroid. Left to right: Jorge Zontal, Danny Freeman, AA Bronson, Felix Partz
- 7 General Idea, *Light On*, 1971–72. The *Light On* mirror installed for the *Light On* exhibition at the Carmen Lamanna Gallery, Toronto, 27 May – 15 June, 1972
- 8 General Idea, *Light On*, 1971. In the summer of 1971, General Idea set out to rural Ontario, Canada, with two *Light On* mirrors, each a large mirror set inside a frame so that it could pivot vertically and horizontally. Inspired by Robert Smithson's essay "Incidents of Mirror Travel in the Yucatan" for *Artforum*, they used the mirror to 'draw' on the landscape with the focused, reflected sunlight. They documented the drawing in photography and video for an eventual gallery installation.
- 9 General Idea, *Luxon VB*, 1973. Mirror slats, venetian blind apparatus. Installation views at the Carmen Lamanna Gallery, Toronto, 1973. Collection: van Abbemuseum, Eindhoven. "We address ourselves to that exact and exacting space marked by glamour: the interface between content and context, culture and nature inside and out. Once again utilizing a mirror device, in Venetian Blind format, we isolate a thin slice of unclaimed space between the gallery and the outside world and fill it with white light. This space, unseen, is yet precisely known by each of us. General Idea claims this space."
- 10 General Idea, *Blocking*, 1974. Performance, Western Front, Vancouver. During a performance of *Blocking*, one of various audience rehearsals for the 1984 *Miss General Idea Pageant*, Jorge Zontal serenades himself in the mirror.
- 11 General Idea, *Untitled*, late 1970s. Chromogenic Polaroid
- 12 AA Bronson, *Mirror Mirror*, 2000. Series of 10 chromogenic photographs

Cover credit: AA Bronson, *Ex Libris*, 2015

All General Idea photos by General Idea;
all AA Bronson photos by AA Bronson except
where otherwise credited.

All photos courtesy of Esther Schipper, Berlin

- 13** AA Bronson, *Arbeit Macht Frei*, 2001. Installation consisting of 133 commercially available circular security mirrors. Dimensions variable
- 14** AA Bronson, *Bubble Machine #2*, 2003. Motorcycle mirrors, steel. Collection: Städtische Galerie im Lenbachhaus, Munich. Photo: Andrea Rossetti
- 15** AA Bronson, *For Robert Morris (After Verner Panton)*, 2003. Assemblage of 12 commercially available security mirrors, plastic. Collection: Städtische Galerie im Lenbachhaus, Munich. Photo: Andrea Rossetti
- 16** AA Bronson and Oisín Byrne, *Invocation Skellig Mhichil*, 2013. Performance. AA Bronson, Oisín Byrne and Mark Krayenhoff van de Lier traveled to Skellig Mhichil, a World Heritage island off the southwest coast of Ireland, an early Christian monastic settlement now abandoned for many centuries. The trio wore custom-made wool sweaters by Bless, with reflective thread woven into the garments. Photographs by Matthias Herrmann.
- 17** AA Bronson, *AA Bronson with AA Bronson*, 2024. Series of 12 digital photographs
Included in these photos are the following paintings, all oil on canvas or linen:
Sholem Krishtalka, *AA Bronson*, 2020
Elijah Burgher, *AA as King of Cups or Fresh Water Neptune*, 2020
Elijah Burgher, *The Danger in Waiting*, 2008
TM Davy, *AA Bronson in the Magic Forest*, 2012
Karol Radziszewski, *AA*, 2023
- 18** AA Bronson, *Mirror Sigil*, 2024. Photograph

Ringier

Jahres- bericht

2023

Inhalt

Prolog – Michael Ringier, Verleger	5
Das Ringier – Geschäftsjahr 2023 – Marc Walder, CEO	7
Das Jahr in Zahlen – Annabella Bassler, CFO	15
Epilog – Der Urberuf – Frank A. Meyer, Publizist	23
Ringier Portfolio	25
Wesentliche Beteiligungen	30
Organisation	31
Ringier Standorte	32
Ringier AG – ESG Report	33

Prolog

Michael Ringier, Verleger

GI meets AI. Kürzer kann wohl nicht mal ChatGPT den diesjährigen Jahresbericht auf den Punkt bringen. GI oder General Idea ist das Kürzel für eine Künstlergruppe von drei Kreativen, die in den sechziger Jahren begonnen haben, gemeinsam Projekte zu machen. Zwei von ihnen wurden Anfang der 90er Jahre Opfer der Aids-Epidemie. Der Dritte, AA Bronson, arbeitet als Solokünstler weiter und verwaltet gleichzeitig das Erbe des künstlerischen Trios. Die drei von General Idea waren schon queer, als wir noch nicht mal wussten, was dieser Begriff bedeutete. Gleichzeitig spielten sie mit ihren Identitäten, als dies noch etwas sehr Ungewöhnliches war, und gaben sich frei erfundene Namen. Sie kreierten imaginäre Veranstaltungen, unter anderem Misswahlen, wobei der nicht wirklich existierende Pavillon einem fiktiven Feuer zum Opfer fiel. Sie haben vor Jahrzehnten eine komplett erfundene Realität geschaffen, die heute im Metaverse selbstverständlich ist. Das Motto der Gruppe war kurz und klar: «We wanted to be famous, glamorous and rich». Instagram lässt grüßen, allerdings fehlt dort leider die Ironie von General Idea.

Was damals eher ein Spiel und ein Beobachten von gesellschaftlichem Kontext war, ist heute ganz normale Realität. Artificial Intelligence ist uns mit der Lancierung von ChatGPT so richtig vor die Füsse geworfen worden unter dem Motto: «Jetzt guckt mal, was ihr damit macht». Die Spekulationen darüber gehen ins Unermessliche, der Hype dazu ist grenzenlos. Die Börsenbewertungen von Nvidia oder Microsoft haben Billionenwerte erreicht, am WEF in Davos war AI das absolut dominierende Thema und es vergeht kein Tag ohne Prognosen dazu – von der Aussicht auf eine bessere Welt bis zur eher ernüchternden Prophezeiung des schottischen Historiker Niall Ferguson: «Möglicherweise handelt es sich nur um eine Mimikry, die auf probabilistischen Modellen basiert», wie er in der NZZ un längst orakelte.

In der Tat sind die Möglichkeiten von AI beeindruckend. ChatGPT 4 besteht wohl locker jede Maturaprüfung, das AI-Modell Sora macht aus Text

Videos in Hollywood-Qualität und Midjourney V5 kann Ereignisse kreieren, die nie stattgefunden haben. Vor zwei Jahren hat ein Bild, das mittels dieser Software produziert wurde, den ersten Preis einer Kunstausstellung in Colorado gewonnen, welcher nach Protesten der Künstler allerdings wieder aberkannt wurde. Und selbst in unserem Unternehmen fragt mich seit kurzem ein digitales Wesen namens Romni: «Hi Michael, how may I help?»

Bei der wichtigsten Frage, die uns seit geraumer Zeit umtreibt, wird er uns kaum entscheidend weiterhelfen. Denn die Antworten auf die Herausforderungen, die uns AI bringen wird, werden nicht aus der digitalen Welt kommen, sondern vor allem von den Mitarbeitenden dieses Unternehmens. Wir alle werden wohl wieder in den Status zurückversetzt werden, dem wir doch scheinbar schon lange enteilt sind, denn Schulbank drücken ist für die meisten schon lange her. Selbst wenn wir heute auf bequemen Sesseln sitzen dürfen, wird uns das Schülerdasein wieder einholen. Wir werden alle den Umgang mit etwas lernen müssen, bei dem es noch keine gesicherten Antworten gibt. Das Tröstliche dabei sind meine Erkenntnisse vom WEF in Davos. Selbst die grössten AI-Koryphäen haben keine Ahnung, was hinter der nächsten Kurve wartet.

Auch hier könnte die Antwort aus der Kunstwelt kommen. Eine, die weiß, wie das funktioniert, ist die kroatische Performance Künstlerin Nora Turato. «Die Kunstwelt tut so, als ob wir Künstler immer wissen, was wir tun. Das ist schlicht nicht wahr. Meine Arbeit ist ein Prozess, bei dem ich lerne.»

Genauso wird es mit Artificial Intelligence gehen. Mir kommt das alles irgendwie bekannt vor. Die grossen Umwälzungen durchlaufen fast immer drei Phasen:

1. Hype.
2. Ernüchterung.
3. Harte Arbeit.

Und das stimmt mich zuversichtlich. Denn bei Ringier haben wir Erfahrung mit dem Ungewissen. Kein Mensch wusste wirklich, auf was wir uns einlassen, als wir 1990 unsere erste Zeitung in

Osteuropa gegründet haben. Heute sind diese Märkte ein strategischer Pfeiler unseres Unternehmens. Noch weniger Ahnung, was denn genau Sache ist, hatten wir 2008, beim ersten dreistelligen Millionen Investment in den digitalen Markt. Und heute sind unsere digitalen Plattformen das marginstärkste

Kerngeschäft der Firma. Was wir mit und aus AI machen, liegt also in unserer Hand. AA Bronson, der zwei Künstlerpartner und Freunde im frühen Alter verloren hat, kann auch da ein Beispiel für uns sein, wenn er sagt: «I'm as fearless as I ever was!»

Das Ringier - Geschäftsjahr 2023

Marc Walder, CEO

Expertinnen und Experten aus Technologie und Wissenschaft, Führungskräfte aus der Wirtschaft und Aufsichtsbehörden sind sich einig: Wir erleben gerade einen historischen Wendepunkt, an dem die Technologie – in Form der Künstlichen Intelligenz (KI) – unser Leben verändert und uns eine neue Ära der Möglichkeiten eröffnet. Um zu verdeutlichen, wie sich die Wahrnehmung und die Fähigkeiten der KI innerhalb nur eines Jahres entwickelt haben, möchte ich den krassen Gegensatz zwischen zwei Veranstaltungen nennen, an denen ich im Abstand von genau zwölf Monaten teilgenommen habe:

Anfang 2023 waren die Teilnehmenden des Weltwirtschaftsforums WEF in Davos noch belustigt über die begrenzten Fähigkeiten von ChatGPT, da der Chatbot – nur ein Beispiel – nicht in der Lage war, eine so einfache Frage wie die nach dem aktuellen Fussballweltmeister zu beantworten. Ausserdem gab es Verwirrung, da einige Teilnehmende das Tool irrtümlich als ChatGTP bezeichneten. Generell herrschte im Raum grosse Skepsis gegenüber der KI – ein Novum, weder vollständig verstanden noch anerkannt.

Und nun ein Zeitsprung zum WEF-Meeting Anfang 2024 – das Szenario hatte sich drastisch verändert. KI war nichts Neues mehr, sondern ein wesentlicher Bestandteil unseres Toolkits. In allen Branchen. In unserem Alltag. Überall dort, wo wir mit digitalen Diensten interagieren, ist mehr und mehr generative KI (GenAI) integriert.

Lassen Sie mich eine kurze Geschichte über Victor Riparbelli erzählen. Victor sass bei einer Veranstaltung in Davos neben mir. Er ist ein sehr freundlicher und hochintelligenter junger Unternehmer aus Dänemark. Victor ist der Gründer von *synthesia.io*. *Synthesia* ist die weltweit führende Plattform für die Generierung von Videos. Man gibt einen Text ein, und *Synthesia* erstellt daraus ein Video. In Sekundenschnelle. So einfach wie das Schreiben eines E-Mails. Dieser Entwicklungssprung kennzeichnet einen Meilenstein im technologischen Fortschritt und eine Wahrnehmungsverschie-

bung hinsichtlich des Stellenwerts der KI in unserem Leben.

Die Fortschritte der KI in den letzten zwölf Monaten sind tatsächlich bemerkenswert. Mit Blick auf die Zukunft werden sich diese Entwicklungen noch weiter beschleunigen. Um zu gewährleisten, dass die Ringier-Gruppe in dieser neuen Ära nicht an Bedeutung verliert, haben wir das Jahr 2023 dazu genutzt, die Grundlagen für KI-Anwendungsfälle bei Ringier zu schaffen. Mehrere Dutzend KI-Initiativen wurden bereits in unseren führenden Medien- und Marktplatz-Tochterunternehmen umgesetzt.

Aus finanzieller Perspektive ist es Ringier gelungen, die makroökonomischen Herausforderungen und die allgegenwärtige Inflation in unseren Märkten zu meistern. Wir konnten das Vorjahres-EBITDA leicht übertreffen und erwirtschafteten 2023 ein Gesamt-EBITDA von CHF 105.5 Millionen (2022: CHF 104.9 Millionen) mit einer Marge von 11.5 % (2022: 11.2 %).

Insbesondere die erfolgreiche digitale Transformation hat in den letzten Jahren bereits zu einem deutlichen Anstieg des digitalen Anteils am EBITDA geführt. Dieser Trend setzte sich 2023 mit einem Anteil von 83 % aus dem digitalen Bereich am Betriebsergebnis gegenüber 79 % im Jahr 2022 fort. Dies ist für uns ein untrügliches Zeichen, dass unsere digitale Transformation weiter auf Kurs ist. Waren wir vor 15 Jahren noch ein Verlag für Zeitungen und Zeitschriften mit eigenen Druckereien, sind wir heute ein breit diversifiziertes und hochdigitalisiertes Medienunternehmen.

Eine Analyse der Finanzergebnisse der Ringier-Gruppe finden Sie im separaten Bericht unserer Finanzchefin Annabella Bassler.

Ich möchte den Fokus nun auf unsere drei Geschäftsbereiche lenken und mit **Media** beginnen.

Die erfolgreiche Übernahme sämtlicher Aktien der **Ringier Axel Springer Schweiz AG (RASCH)** von Axel Springer durch die Ringier AG war ein entscheidender

Moment in der Schweizer Medienbranche. In der Folge dieser Transaktion wurden die ehemaligen RASCH-Media-Titel und die Blick-Gruppe unter dem Dach der **Ringier Medien Schweiz (RMS)** zusammengeführt.

RMS vereint über 20 führende Medienmarken mit einer Printleserschaft von 3 Millionen, 700 000 Abonnements und 2.9 Millionen digitalen Nutzerinnen und Nutzern. Nach Abzug der Nutzerinnen und der Nutzer, die sowohl die Inhalte in Print als auch Online lesen, ergibt sich eine Gesamtzahl von 4.6 Millionen, was einer Reichweite von 66 % der Schweizer Bevölkerung über 14 Jahren entspricht. Wir sind heute die führende wirtschaftliche Kraft unter den Schweizer Medienunternehmen.

Die strategischen Überlegungen hinter diesem Schritt: *Blick* als Schweizer Anlaufstelle Nummer eins für Nachrichten und Sport mit dem ausführlichen Content unserer starken Zeitschriftenmarken zu kombinieren. Damit bündeln wir die individuellen Stärken unserer Marken und können ihre spezifischen Herausforderungen angehen: Während es für die Zeitschriften auf eine konsequente Digitalisierung ankommt, hat *Blick* Bedarf an vertieften Nischeninhalten. Erste Ergebnisse dieses «Content Play» zeigen, dass die Verbreitung eines Zeitschriftenartikels über *blick.ch* im Vergleich zur eigenen Website nicht nur 10- bis 15-mal mehr Aufrufe generiert, sondern auch zu einer signifikanten Zunahme neuer *Blick+* Abonnements führt.

Zugleich mit der Gründung von Ringier Medien Schweiz haben wir klare operative Verantwortungen für die Bereiche festgelegt, die nun die Medienaktivitäten der Ringier-Gruppe leiten.

- **Ringier Medien Schweiz** umfasst ein Portfolio von über 20 führenden Schweizer Medienmarken, geführt von Ladina Heimgartner als CEO, die im Group Executive Board auch für alle allgemeinen Medienaktivitäten von Ringier – ausgenommen Sports Media – verantwortlich ist.
- Der neu geschaffene Geschäftsbereich **Ringier Media International** betreut 80 Medienmarken des Ringier-Portfolios in allen Ländern ausserhalb der Schweiz. Ringier Media International steht unter Leitung von Dmitry Shishkin als CEO und Michael Moersch als COO.
- Die **Ringier Sports Media Group (RSMG)** mit acht Sportmedienmarken in acht Ländern wird unabhängig von unseren allgemeinen Medienaktivitäten von Robin Lingg als Präsident des RSMG-Verwaltungsrats und Stilian Shishkov als Senior Partner geführt.

Mit dieser neuen Konstellation macht Ringier einen wichtigen nächsten Schritt in seinem Engagement für Exzellenz, Innovation und das kontinuierliche Wachstum seines globalen Mediengeschäfts.

Nach der strategischen Aufstellung des Pfeilers Media möchte ich nun auf die Erfolge des Geschäftssegments Medien in der Schweiz eingehen.

Die **Blick-Gruppe** hat mit der Lancierung des digitalen Abomodells *Blick+*, das innerhalb der ersten sechs Monate mehr als 16 000 Abonnentinnen und Abonnenten anlockte, ein transformatives Wachstum erlebt. Dies übertrifft unsere Erwartungen.

Ein weiteres Schlüsselement war die Umstrukturierung des Newsrooms in Zürich. Steffi Buchli und Sandro Inguscio trieben die Einführung eines innovativen Content-Distribution-Modells voran und begrüssten einen Innovation Lead AI in Vollzeit, der die Integration von KI in die tägliche Berichterstattung einleiten soll.

Die Ergebnisse sprechen Bände: *Blick.ch* verzeichnete 2023 täglich über 1.3 Millionen Nutzer und Nutzerinnen, branchenweite Spitzenwerte bei der durchschnittlichen Sitzungsdauer und 40 % mehr veröffentlichte Artikel – all das eine Bestätigung der starken Marktpräsenz und Konsumentenbindung von *Blick*. Als Reaktion auf die geringe Zuschauerbeteiligung an der täglichen *Blick TV*-Nachrichtensendung haben wir das Angebot auf Videos, On-Demand-Inhalten und Live-Berichterstattung für Breaking News umgestellt. Die audiovisuellen Angebote bleiben eine grundlegend wichtige Säule unserer digitalen Medienstrategie.

Unsere Schweizer Zeitschriftentitel – früher bekannt als **Ringier Axel Springer Schweiz (RASCH)** – haben ihr Produktangebot erfolgreich wiederbelebt und ihre Reichweite ausgebaut. Nur ein Beispiel: Nach dem Relaunch bietet die *Cash-App* eine übersichtliche Nutzeroberfläche für Informationen über die Finanzwelt. Beim 25. European Newspaper Award wurde die *Handelszeitung* in sechs von 20 Kategorien mit Excellence Awards ausgezeichnet, der *Beobachter* erhielt fünf Auszeichnungen für sein Design, und auch *Caminada* sowie *Interview by Ringier* wurden prämiert.

Die innovative digitale Medienmarke *izzy projects* arbeitete 2023 intensiv an ihrem äusserst erfolgreichen Debütfilm, der im Februar 2024 als 80-minütige Doku unter dem Titel «Die Enkeltrick Betrüger» herauskam. Im Laufe der einjährigen Recherchen schlüpfte Cedric Schild am Telefon in die Rolle eines Seniors und agierte als vermeintliches Betrugsopt. Das sorgte nicht nur für amüsante Momente, sondern brachte auch die Betrüger völlig aus dem Konzept. Der Dokumentarfilm ist nicht nur unterhaltsam, sondern deckt auch die komplizierten Machenschaften der Betrügersyndikate auf.

Überhaupt wurde journalistische Exzellenz mit renommierten Auszeichnungen gewürdigt, darunter Fabian

Eberhard als Journalist des Jahres und Cedric Schild als Videojournalist des Jahres. Yves Demuth wurde für seine einflussreichen Recherchen mit dem Prix Transparency 2022 geehrt. Last, but not least gewann der *Blick*-Film «Stop Hate Speech» beim Datenschutz-Videowettbewerb in Zürich.

Im Bereich Werbung übertrifft Ringier Advertising in einem sehr schwierigen Marktumfeld weiterhin die Budgeterwartungen. Bei einer Verdoppelung der digitalen Umsätze in den letzten fünf Jahren sicherte sich Ringier Advertising exklusive Werbemandate und nahm «Bild» und «Die Welt» in sein Portfolio auf. Auf technischer Seite wurde der Kundenservice durch den Google Ad Manager verbessert, während die erfolgreiche Einführung unserer hauseigenen First-Party-Datenlösung *Alloy* und die AdStack-Migration zu erheblichen Leistungssteigerungen führten.

Ausserhalb von RMS hat Admeira einen strategischen Schwenk vollzogen und konzentriert sich künftig ausschliesslich auf SRG-Sender. Aufgrund dieser Neuausrichtung wurden die Vermarktungstätigkeiten für andere private Kanäle zum Jahresende eingestellt. Das Ergebnis dieser Portfoliokonsolidierung ist positiv, denn die Performance der SRG ist im Vergleich zum Vorjahr stabil geblieben, ein bedeutender Erfolg angesichts eines erwarteten Marktrückgangs von 5 bis 6 %.

Für die Energy-Gruppe war es ein ereignisreiches Jahr: Höhepunkt war das Konzert *Energy Air* im Stadion Letzigrund, das die beachtliche Zahl von 50 000 Fans in seinen Bann zog. Im operativen Bereich verzeichnete das Senderportfolio der Energy-Gruppe eine tägliche Bruttoreichweite von rund 750 000 Hörerinnen und Hörern. Dennoch steht der Radiowerbemarkt vor Herausforderungen, da er noch nicht wieder das einträgliche Niveau von vor der Pandemie erreicht hat.

Die Ringier Sports AG hat ihre *RED+* Aktivitäten weiter ausgebaut und erreichte bis Ende 2023 über 23 500 registrierte Nutzerinnen und Nutzer. *RED+* ist eine Streaming-Plattform mit den Schwerpunkten Fussball und Eishockey, die Amateur- und Jugendsportlern wie auch Fans eine breite Palette an Inhalten bietet.

Für den europäischen Printmarkt waren die letzten Jahre eine Herausforderung. Bei Swissprinters hat sich die wirtschaftlich ungünstige Situation durch anhaltend hohe Papier- und Strompreise, den Verlust mehrerer grosser Druckaufträge und einen generellen Volumenrückgang weiter verschärft. Trotz kontinuierlicher Anpassung und Optimierung des Betriebsmodells wurde der Punkt erreicht, an dem eine wirtschaftlich tragfähige Zukunft nicht mehr gewährleistet war. Swissprinters wird daher seinen Druckereibetrieb per Ende September 2024 einstellen. Diese Schliessung erfolgt schweren Herzens, da die Druckerei den historischen Grundstein des

Unternehmens Ringier bildete. Zu unserem Bedauern haben wir auch nach gründlichen Erwägungen keine Alternative gesehen.

Nun zu unseren internationalen Medienaktivitäten.

Polens führendes Nachrichtenportal Onet, ein wesentlicher Aktivposten unseres Joint Ventures **Grupa Ringier Axel Springer Polska AG (GRASPAG)**, hat seine Position als Polens vertrauenswürdigste Internet-Nachrichtenquelle laut dem «Brand Trust Index» des Reuters Institute gefestigt. Dieses Vertrauen spiegelt sich auch in der Performance von *Onet Premium* wider, das seine Abonnentenzahl 2023 verdoppelt hat. Auch der Launch von *Onet Watch* – Kurzvideos für Social-Media-affine mobile Nutzerinnen und Nutzer, die sich schnellen, einfachen Zugang zu hochwertigen Videointhalten wünschen – wurde gut aufgenommen.

Ringier Slovakia hat wichtige Restrukturierungsmaßnahmen zur Steigerung der Rentabilität unternommen und unter anderem weniger profitable Web-Domains eingestellt. Dieses Streamlining soll das Unternehmen für künftiges Wachstum rüsten. Trotz dieser Veränderungen bleibt Ringier Slovakia führend im slowakischen Internetmarkt.

Ringier Hungary hatte 2023 anlässlich seines 30-jährigen Bestehens allen Grund zu feiern, da die EBIT-Ziele trotz eines wirtschaftlichen Umfelds mit EU-weiter Rekordinflation übertroffen wurden. Ausserdem fokussierte sich das Unternehmen weiter auf sein digitales Portfolio, schloss seine Druckereianlage und verkaufte seine Kreuzworträtselmagazine.

Ringier Romania steigt bei *Libertatea* auf eine Digital-First-Strategie um und reagiert damit auf den Rückgang der Print-Verkäufe um 64 % seit 2018. Angesichts steigender digitaler Einnahmen wird das Unternehmen sein Redaktionsteam verschlanken und sich auf digitale Inhalte konzentrieren. Trotz dieser Veränderungen verpflichtet sich *Libertatea*, seinem Engagement für Qualitätsjournalismus sowohl in digitaler wie gedruckter Form nachzukommen.

Bei **Ringier Serbia** konsolidierte *Blic* seinen Status als vertrauenswürdigste Nachrichtenquelle des Landes und behielt seinen Rang als führende Website Serbiens. *Blic TV* erweiterte sein Programm und verzeichnete einen Anstieg der Einschaltquoten. Dank erfolgreicher Social-Media-Strategien verzeichneten die digitalen Plattformen von *Blic* eine beträchtliche Zunahme der Publikumsbeteiligung, was einen deutlichen Anstieg des Verbraucherinteresses belegt.

In Afrika erreichte *Pulse* über soziale Medien und Online-Plattformen insgesamt über 42 Millionen Follower, was das Engagement der Content- und

Redaktionsteams in den sechs Märkten unterstreicht. Die *Pulse Influencer Awards* stellten mit beeindruckenden 12.8 Millionen Seitenaufrufen und 2.7 Millionen Votes einen neuen Rekord auf. Mit seiner Initiative für soziale Verantwortung, *PulseCares*, hat Pulse in Nigeria, Ghana und Kenia eine signifikante Wirkung entfaltet.

Blicken wir nun auf den jüngsten strategischen Pfeiler: **Sports Media** vertreten durch die **Ringier Sports Media Group (RSMG)**. Seit dem Gründungsjahr 2022 hat sich RSMG schnell zu einer dynamischen und treibenden Kraft einer neuen Ära der digitalen Sportmedien entwickelt. Von Anfang an investierte die Gruppe in den Sportmediensektor, um sich durch die Konsolidierung der First Movers unter den digitalen Sportmedienmarken europaweit an die Spitze zu setzen. Dass sich an diesem Ziel auch 2023 nicht geändert hat, wurde bei mehreren Gelegenheiten deutlich.

Im Januar expandierte RSMG mit dem Launch von *sportal.gr* nach Griechenland. Das innovative und schnell wachsende digitale Sportmedienportal konnte sich bereits im hart umkämpften griechischen Markt etablieren und ging eine exklusive Medienpartnerschaft mit EuroLeague Basketball ein.

Im Juli erwarb RSMG die legendäre portugiesische Traditionssportmarke *A Bola*. Die Umsetzung unserer Digital-First-Strategie und des RSMG-Playbooks wird das Ökosystem von *A Bola* – Digital, Print und TV – auf die nächste Stufe seiner Entwicklung zur prestigereichsten Sportmarke Europas heben.

In Rumänien wurde beschlossen, die Printausgabe der *Gazeta Sporturilor* einzustellen. In Zukunft wird sich RSMG ganz auf die digitale Website *GSP.ro* konzentrieren, wo neue Partnerschaften und ein verstärkter Fokus auf die eigene Videoproduktion bereits Rekord-Publikumszahlen eingebracht haben.

Im Dezember bildete die RSMG mit der DPG Media Group ein Joint Venture zur strategischen Optimierung der niederländischen Sportmedienlandschaft. Der Schwerpunkt liegt vor allem auf der Umgestaltung von *Sportnieuws.nl* unter Nutzung der gemeinsamen Ressourcen und des Know-hows von DPG und RSMG, um den Content und die Benutzerfreundlichkeit zu verbessern.

Im Dezember erwarb Ringier zudem alle restlichen Anteile an *sport.sk* vom bisherigen Partner NIKÉ.

Nach diesen Änderungen im Portfolio ist RSMG nun in acht Ländern mit folgenden Marken vertreten: *sportal.bg* und *Sportal365* in Bulgarien, *gsp.ro* in Rumänien, *sportal.rs* in Serbien, *sportal.hu* in Ungarn, *sport.sk* in der Slowakei, *sportal.gr* in Griechenland, *A Bola* in Portugal und unserem jüngsten Neuzugang,

Sportnieuws.nl in den Niederlanden. Die strategische Position, die RSMG seit 2022 bei einer der weltweit führenden Sport-Apps, der britischen **LiveScore Group**, innehat, ist ein weiterer Beleg für diese Ambitionen.

Auf operativer Ebene setzt RSMG weiter darauf, allen Sportbegeisterten mithilfe beispieloser neuer Technologien im Content-Management-System *Sportal365* die fesselndsten Inhalte und damit immer aufregendere und interaktiver Erlebnisse zu bieten. Über seine eigenen Plattformen und Kanäle versorgt RSMG jeden Monat über 25 Millionen Fans mit hochwertigen und ansprechenden Inhalten. Von eingehenden Analysen und Expertenmeinungen bis hin zu Exklusivinterviews und Berichten hinter den Kulissen – die Gruppe setzt weiterhin alles daran, die Fans zu begeistern und zu informieren.

Der Geschäftsbereich **Marketplaces** blickt trotz des konjunkturellen Gegenwinds in den meisten Märkten auf ein weiteres erfolgreiches Jahr zurück.

JobCloud, der klare Marktführer in der digitalen Job-Vermittlung in der Schweiz, hat seine Widerstandsfähigkeit unter Beweis gestellt, indem er in einem unsicheren Marktumfeld erfolgreich auf Kurs blieb. Ein wichtiger Schwerpunkt 2023 war die Neugestaltung der Produktpakete und die Verbesserung des Produktangebots. Dies führte zu rekordverdächtigen Umsätzen im französischsprachigen Landesteil sowie zu einem weiteren Ausbau der Pay-per-Performance-Angebote in der ganzen Schweiz. Darüber hinaus konzentrierte sich das Unternehmen auf eine noch stärkere Ausrichtung auf die Kundenbedürfnisse und erweiterte durch neu eröffnete Nearshoring- und HR-Tech-Hubs in Wien und Prag sein internationales Ökosystem. Insgesamt sind die Betriebskennzahlen beeindruckend: Die Zahl der über die Plattform eingereichten Bewerbungen stieg im Jahresvergleich um 30 %, die Zahl der Nutzerregistrierungen um 50 %.

Die **Swiss Marketplace Group (SMG)** hat ihren neuen Hauptsitz in Zürich-Oerlikon eingeweiht und pflegt nach der Fusion von TX Markets und der Scout24 Schweiz AG im Jahr 2021 weiter die unverwechselbare SMG-Kultur. Auf der Basis einer starken kollektiven Strategie und entsprechender Playbooks unterstützt der zentrale Hub die Zusammenarbeit bei der SMG sowohl innerhalb als auch zwischen den vier Bereichen Real Estate, Automotive, General Marketplace und Finance & Insurance. 2023 erzielte die SMG ein beachtliches EBITDA-Ergebnis und konnte ihre EBITDA-Marge im Vergleich zum Vorjahr um 13 Prozentpunkte steigern. Auf operativer Ebene blieb die SMG höchst innovativ. So hat man begonnen, mehrere GenAI-Tools zu implementieren, die ein breites Spektrum an Prozessen automatisieren. Außerdem wurden KI-gestützte

Lösungen für einen robusten Datenschutz entwickelt. Im post-pandemischen Umfeld floriert die Unterhaltungsbranche, und das Vertrauen in den führenden Schweizer Ticketing-Anbieter ist entsprechend gestiegen. Folglich blickt **Ticketcorner** auf ein erfolgreiches Jahr 2023 zurück, in dem fast 11 Millionen Tickets für rund 16 000 Veranstaltungen verkauft wurden. Mit der Einführung neuer Dienstleistungen wie *Ticketcorner Light* für kleine Event-Veranstalter und *Ticketcorner Prime* für hochkarätige Firmenevents hat *Ticketcorner* sein Portfolio gekonnt und innovativ erweitert.

Profession.hu hat einmal mehr starke Ergebnisse geliefert und in einem schwachen wirtschaftlichen Klima im Jahresvergleich ein Umsatzwachstum erzielt. Der führende ungarische Job-Marktplatz kontraste den Konjunkturrückgang mit strategischen Preismassnahmen und der erfolgreichen Skalierung neuer Produkt- und Service-Angebote für die Personalbeschaffung. In Kombination mit einem Bündel operativer Verbesserungen ergab dies ein weiteres Wachstum des Marktanteils und eine Stärkung der Wettbewerbsposition. Neben seiner starken Performance und den finanziellen Erfolgen hat sich *Profession* in Ungarn erneut den Best Employer Award 2023 gesichert.

In den baltischen Staaten stand die führende Jobvermittlungsgruppe **CV Keskus** vor schwierigen Bedingungen, da die Zahl der offenen Stellen in allen drei Märkten (Estland, Litauen und Lettland) deutlich zurückging. Trotz dieser Herausforderungen gelang es *CV Keskus*, seine kommerziellen Aktivitäten durch eine Revision seines Produkt- und Preisangebots weiter erfolgreich zu optimieren und gleichzeitig Spitzenwerte bei den Bewerbungszahlen zu erzielen. Als weiteres Highlight erfreute *CV Keskus* seine Kunden und Nutzerinnen und Nutzer mit einer neuen Markenidentität sowie Optimierungen der Job-Suchmaschine und der Recruiting-Plattform.

Die Jobplattform *eJobs*, die Nummer eins in Rumänien, konnte sich ebenfalls erfolgreich auf dem herausfordernden Personalmarkt behaupten und verzeichnete nicht weniger als 11 Millionen Bewerbungen über seine Plattform. Mit der Lancierung von *Salario* hat *eJobs* zudem die grösste Gehaltsdatenbank des Landes geschaffen. Eine Reihe von Innovationsinitiativen im Bereich Gen Z und die erhebliche Erweiterung der Social-Media-Produkte machten 2023 zu einem äusserst erfolgreichen Jahr und bilden das richtige Rüstzeug für die Zukunft.

Das ungünstige wirtschaftliche Klima in Rumänien trat in der deutlich geringeren Zahl von Immobilientransaktionen 2023 klar zu Tage. Dennoch konnte die marktführende PropTech-Plattform *Imobiliare* ihre Finanzziele übertreffen. *Imobiliare* hat vorausschauend

gedacht und erkannt, dass jüngere Generationen ein wichtiges Kundensegment sind. Mit wirksamen Marketingkampagnen, insbesondere auf TikTok und YouTube, machte man die Marke gezielt bei der Gen Z bekannt. Kürzlich umbenannt, erzielte *Imobiliare Finance* (ehemals DSA Advisor) ein starkes Finanzergebnis und steigerte das ausgezahlte Hypothekenvolumen trotz eines schwierigen Marktumfelds um 23% gegenüber dem Vorjahr. *Imobiliare Finance* konnte somit seinen Marktanteil signifikant erhöhen.

Im Rahmen des Joint Ventures **Grupa Ringier Axel Springer Polska AG (GRASPAG)** in Polen führte die Marktplatzgruppe *Morizon-Gratka* europaweit als Erste eine KI-basierte Immobilien-Anzeigensuche ein. Nach der erfolgreichen Implementierung eines Payper-Lead-Modells in Kooperation mit dem Ringier-Unternehmen *Homsters* hat *Morizon-Gratka* zudem Transaktionsmodelle für das Projektentwickler-Segment lanciert. Zusammen führten diese neuen Modelle zu einer deutlichen Einnahmensteigerung in diesem Segment. Der digitale Hypothekenmakler *Lendi*, ebenfalls unter dem Dach von GRASPAG, wurde gemessen an der Anzahl der Makler zum zweitgrössten Netzwerk in Polen und zeigte in einem schwierigen makroökonomischen Umfeld einen erfreulichen Wachstumskurs.

In der Slowakei konnte **United Classifieds** seine führenden Marktpositionen in den Segmenten Immobilien (*Nehnutelnosti.sk*) und Autos (*Autobazár.EU*) weiter ausbauen. 2023 standen eine noch stärkere Kundenzentrierung mit eingehender Forschung zum besseren Verständnis des Kundenstamms sowie die Verbesserung der Leistungsversprechen im Fokus. Die Ergebnisse zeigen eine positive Entwicklung der Finanzzahlen, die über dem Budget abschnitten.

Das ukrainische Unternehmen **Homsters** war mit seinem SaaS-Modell erfolgreich, das in Polen mit Grupa *Morizon-Gratka* auf neue Bauprojekte abzielt. In einem Pilotprojekt mit *BuyRentKenya* soll dieser Erfolg repliziert werden.

Die führenden digitalen Marktplätze, die unter dem Dach von **Ringier One Africa Media (ROAM)** in Subsahara-Afrika betrieben werden, konnten ihre Wettbewerbsposition in ihren jeweiligen Märkten erfolgreich stärken.

The African Talent Company (TATC) mit führenden Marken in Nigeria, Kenia, Ghana und Uganda, die ein Stellenportal und eine digitale Personalvermittlung betreibt, blickt auf ein starkes Wachstumsjahr zurück. TATC hat durch die weitere Rationalisierung der Sales- und Betriebsteams erhebliche Verbesserungen erzielt und gleichzeitig zahlreiche Preise und Auszeichnungen gewonnen. TATC schloss darüber hinaus mehrere neue Impact-Partnerschaftsprojekte

mit anerkannten Organisationen wie der Mastercard Foundation, USAID und GIZ ab, um Millionen von Arbeitssuchenden Jobs zu vermitteln und sie weiterzubilden. *BuyRentKenya* mit Sitz in Nairobi gilt weiterhin als das führende Immobilienportal Kenias. *Expat-Dakar*, die führende digitale Plattform im Senegal, hat ein Projektentwickler-Produkt lanciert, das zu einer erheblichen Einnahmensteigerung geführt hat.

Mit dem starken Konsumentenfokus seiner Beteiligungen hat unser Unternehmen **Ringier Digital Ventures** die Veränderungen auf dem Risikokapitalmarkt gut gemeistert und seine Strategie in Richtung einer Priorisierung der Rentabilität angepasst. Mehrere Portfoliounternehmen wurden Marktführer und arbeiteten mit renommierten Marken zusammen. Nur ein Beispiel: Die Spieleplattform *AirConsole* brachte in Kooperation mit der BMW Group ein innovatives Gaming-Erlebnis für die BMW 5er-Reihe heraus.

Kommen wir nun zu einer Auswahl der wichtigsten Technologie- und Datenprojekte, an denen unsere **Global Technology & Data Unit 2023** gearbeitet hat.

Wir haben die Einführung der **Content Distribution Engine (CDE)**, einer Plattform für die Verbreitung von Medien- und Marktplatzinhalten an Bezahl-, Social - Media- und Push-Kanäle, erweitert. Daneben bietet unsere Empfehlungsmaschine *Star* eine AI-gesteuerte Auswahl von Inhalten spezifisch für den aktuellen Kanal. Unser neustes Produkt *AI Nexus* generiert Zusammenfassungen und schreibt Einträge oder Artikel um. *AI Nexus* ist eine API-Abstraktionsschicht mit Prompt- und Workflow-Management, die eine einfachere und effizientere Integration mit Large Language Models ermöglicht.

Im Jahr 2023 haben wir unser **Ringier Connect Single-Sign-on** auch in Bulgarien, Rumänien, Griechenland, Ungarn, Portugal, Serbien und der Slowakei eingeführt. Zudem haben wir *Alloy*, unsere Plattform für First-Party-Datenmanagement, beschleunigt. Sie spielt bereits eine wichtige Rolle im zentralen Technologiestack der Werbung und ermöglicht unseren Werbekunden eine präzisere Zielgruppenansprache, die nicht auf Drittanbieter-Cookies beruht. Unsere Datenplattform *Delphi* hat ihr Kampagnen-Cockpit auf den Support von nicht funktionierenden und leistungsschwachen Kampagnen erweitert.

Weiter zu unseren Branchenpartnern in der Schweiz.

Das Joint Venture **OneLog**, das eine gleichnamige Schweizer Single-Sign-on-Login-Lösung betreibt, wurde mit dem Digital Trust Label ausgezeichnet. Diese Ehrung unterstreicht, dass Transparenz und der sichere Umgang mit den Nutzerdaten an erster Stelle stehen. Mit über 3 Millionen verifizierten Konten

bei mehr als 50 Medien- und Marktplatzmarken steht **OneLog** für strikte Datenschutzpraktiken ein.

Die digitale Werbelandschaft durchläuft aufgrund der Abschaffung von Drittanbieter-Cookies und der veränderten Datenschutzbestimmungen einen kritischen Wandel. Nach den neuen Regelungen können Werbetreibende keine überschneidungsfreie, verlagsübergreifende Werbestrategie mehr umsetzen. Als Lösung wird der neue Service *OneID* eingeführt, der eine einheitliche digitale Werbe-ID erstellt. Über programmatic Plattformen ist ein rationelles und effizientes verlagsübergreifendes Targeting von Schweizer Nutzerinnen und Nutzern möglich. *OneID* will Werbetreibenden ein zuverlässiges, transparentes und sicheres Mittel zum Erreichen ihrer Marketingziele bieten.

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

Ringier X ist eine unserer jüngsten, aber sehr erfolgreichen Initiativen. 2023 bewarben sich fast 200 Mitarbeitende bzw. 55 Teams um die Teilnahme, und 23 Teams wurden in das Programm aufgenommen. Ringier X verfolgt die Mission, schon heute das Unternehmen von morgen aufzubauen. Der konzernweite Accelerator für innovative Projekte befähigt Mitarbeitende, unternehmerisch zu handeln und zu denken, um neue Produkte, Dienstleistungen oder Geschäftsbereiche zu schaffen, die den Nutzerverbedürfnissen entsprechen. Durch die Innovationsförderung von innen heraus können wir Ideen reifen lassen, die sich perfekt in die Ringier-Strategien einfügen.

Im Rahmen des **Umwelt-, Sozial- und Governance-Programms (ESG)** haben wir einen ersten ESG-Bericht der Ringier AG für 2023 erstellt. Die ESG-Faktoren stehen seit langem im Mittelpunkt unserer Arbeit, wobei diese Belange bereits in den frühen 1990ern Gegenstand von Initiativen waren. Der Bericht gibt einen Überblick über die wichtigsten ESG-Aktivitäten der Ringier AG und ist in einem separaten Abschnitt dieses Geschäftsberichts zu finden.

Für die **EqualVoice-Initiative** war es ein weiteres wegweisendes Jahr. Die Initiative rückte weltweit ins Rampenlicht, als Annabella Bassler, CFO der Ringier AG, am International Peace Institute in New York zu diesem Thema sprach. Ein weiteres wichtiges Ereignis war der *EqualVoice Summit*, der zum zweiten Mal in Folge stattfand. Rund 250 Führungskräfte aus führenden internationalen Unternehmen diskutierten über die Darstellung von Frauen in den Medien und die Aussagekraft von Bildern. Das Netzwerk *EqualVoice United* setzte seinen Aufwärtstrend fort und zog weitere Unternehmen aus verschiedenen Branchen an, um sich für das wichtige Anliegen der Gleichbehandlung der Geschlechter einzusetzen.

Das Tüpfelchen auf dem i war die Veröffentlichung des Buchs *The EqualVoice Mindset* im Dezember 2023.

Auf der technologischen Seite wurde der Anwendungsbereich des semantischen Algorithmus von *EqualVoice* auf die Videoanalyse ausgeweitet. Damit ist *EqualVoice Factor* besser in der Lage, die Sichtbarkeit von Frauen in Bildern, Schlagzeilen, Texten und Videos umfassend zu quantifizieren.

Die **Ringier Journalistenschule** hat ihr internationales Programm, die Global School of Journalism, in der Schweiz lanciert. Zwölf Jungjournalistinnen und -journalisten aus sechs Ländern vertieften sich eine Woche lang in den modernen Journalismus, unter anderem in Kursen zur journalistischen Ideenfindung oder KI in der Berichterstattung, und konnten mit führenden Branchenvertretern über Nutzerbindung, Innovation und Digital Adaptation diskutieren. Das Programm förderte journalistische Talente und die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Ringier-Teams.

In den Zeiten von Fake News, manipulierten Bildern und Videos ist unser Bekenntnis zu unseren Grundwerten – Exzellenz, Wahrheit, Offenheit, Unabhängigkeit, Verantwortung, Publikum und Respekt – von entscheidender Bedeutung. Als Medien- und Technologieunternehmen tragen wir eine gesellschaftliche Verantwortung. Deshalb haben wir das **Ringier International Editorial Standards and Innovation Board** ins Leben gerufen. Dieses Gremium befasst sich mit den Publikationen von Ringier und bewertet und fördert Leadership und Innovation. Eine der ersten Massnahmen war die Herausgabe des **Ringier International Editorial Mission Statements**, das alle unsere Medienmarken und Redaktionen an einen einheitlichen Standard bindet. Das Statement spiegelt das gemeinsame Verständnis, die bewährten Praktiken und die Standards von Ringier in der Branche wider.

Nicht zuletzt gab es auch Veränderungen im **Verwaltungsrat (VR)** der Ringier AG. Mit der Wahl von Nancy Cruickshank und Anna Mossberg baut der VR seine digitale und technologische Kompetenz weiter aus. Zudem hat Die Mobiliar Dr. Stefan Mäder als neues Mitglied in den Ringier-VR berufen. Stefan Mäder, Präsident unseres Partners Die Mobiliar, übernimmt den Sitz von seinem Vorgänger Urs Berger, der als unabhängiges Mitglied und Vizepräsident des Ringier-Verwaltungsrates fungieren wird. Urs Berger tritt die Nachfolge von Uli Sigg an, der seit 1999 Mitglied des Ringier-Verwaltungsrates war.

Zu Beginn des Berichts habe ich darauf hingewiesen, dass Ringier 2023 den Grundstein für KI-getriebene Innovation gelegt hat. Ich möchte nun die wichtigsten Initiativen vorstellen, die als Ergebnis dieser

Bemühungen mit Erfolg gestartet wurden.

Das operative **AI Board** wurde ins Leben gerufen, mit der Aufgabe, die KI-bezogenen Aktivitäten innerhalb der Ringier-Gruppe zu koordinieren. Das AI-Board sorgt für den internen Wissensaustausch über künstliche Intelligenz und treibt vielversprechende KI-Initiativen voran. Eine wichtige Errungenschaft des AI Boards war die Erstellung der konzernweiten Richtlinien für die Nutzung von KI. Gerade für ein Medienunternehmen war es von essenzieller Bedeutung, sich bewusst mit den Möglichkeiten der KI auseinanderzusetzen. Wir sind überzeugt, dass wir durch klare KI-Regeln ein verantwortungsvolles Zusammenspiel zwischen Mensch und Maschine schaffen können, um unsere Produkte und Prozesse weiter zu verbessern.

Mit dem Ziel, unsere Expertise im Bereich der KI weiter zu stärken, wurde im August 2023 das **Ringier AI Advisory Board** gegründet. Das Gremium besteht aus internationalen Spezialistinnen und Spezialisten auf dem Gebiet der künstlichen Intelligenz. Das AI Advisory Board hat die Aufgabe, den Blickwinkel der Ringier-Gruppe puncto GenAI zu erweitern sowie unter Zuhilfenahme seines umfangreichen internationalen Netzwerks den Austausch über allgemeine Entwicklungen und Trends rund um GenAI zu unterstützen.

Diese operativen Strukturen haben bei Ringier den Grundstein für KI gelegt. Wir erkennen weiterhin die transformative Wirkung der KI auf Medien, Sportmedien und die digitalen Marktplätze. Bei Ringier sind wir daher bereit, die KI-Technologie direkt in das Gefüge unserer Geschäftstätigkeit zu integrieren. KI wird ein unverzichtbarer Bestandteil unserer Arbeitsabläufe werden, und die Art und Weise, wie wir Inhalte erstellen, verbreiten und monetarisieren verändern. Unser proaktives Engagement in der KI-Technologie dient nicht nur dazu, mit der Branche Schritt zu halten, sondern auch Massstäbe für Exzellenz zu setzen.

Im kommenden Jahr werden weitere KI-Anwendungen in der Ringier-Gruppe eingeführt. Unsere Bemühungen werden strategisch, vielfältig und auf unsere einzelnen Säulen und Unternehmen zugeschnitten sein. Mit Initiativen, in die die neusten KI-Entwicklungen einfließen, wollen wir das Nutzererlebnis verbessern, die Abläufe optimieren und neue Wachstumschancen ergreifen. Um die strategische Ausrichtung unserer KI-Bestrebungen zu gewährleisten, definiert das **Ringier AI Playbook** die zentralen Teilabläufe für jede Säule sowie sechs konzernweite Unterstützungsinitiativen: (1) Strategie, (2) Produkt, (3) Legal & Compliance, (4) Innovationsportfolio, (5) Technologie und (6) Menschen.

Die Integration der KI in unser Ökosystem ist mehr als eine Investition in die Technologie. Es ist eine Investition in unsere Zukunft – denn wir stehen kurz vor einer Neudefinition dessen, was in den Bereichen **Media, Sports Media und Marketplaces** möglich ist.

Wir gehen mit der zuversichtlichen Erwartung in die Zukunft, dass GenAI nicht nur bestehende Plattformen unterstützen, sondern neue Welten der Interaktion und des Engagements schaffen wird.

Das Jahr in Zahlen

Annabella Bassler

Die Ringier-Gruppe erzielt 2023 ein EBITDA von CHF 105.5 Mio., was einem leichten Wachstum gegenüber Vorjahr entspricht (2022: CHF 104.9 Mio.). Der Umsatz ist geringfügig rückläufig und liegt 2023 bei CHF 918.9 Mio. (2022: CHF 932.6 Mio.). Die EBITDA-Marge verbessert sich auf 11.5% (2022: 11.2%). Durch die erfolgreiche digitale Transformation wurde bereits in den letzten Jahren ein signifikanter Anstieg des EBITDA-Digitalanteils erreicht. Dieser Trend setzt sich 2023 mit einem EBITDA-Digitalanteil von 83% fort (im Vergleich zu 79% in 2022).

Auf der Umsatzseite profitiert die Gruppe vom stetigen Ausbau der digitalen Produkte und neuen Erlösströme in den drei Segmenten Media, Marketplaces und Sports Media. Herausfordernd bleibt die Entwicklung der Media-Werbemarkterlöse. Die Druckereierlöse waren im Jahr 2023 rückläufig. Um unsere führende Media-Wettbewerbsposition auszubauen, wurden im November 2023 alle Anteile des Schweizer Joint Ventures Ringier Axel Springer Schweiz (RASCH) von Axel Springer erworben. Im Zuge dieser Transaktion werden die bisherigen RASCH Magazin- und Zeitschriftentitel, die Blick-Gruppe, die Vermarktungsorganisation Ringier Advertising sowie die Einheiten Ringier Mediatech & Services unter dem Dach von Ringier Medien Schweiz vereint. Zum anderen wurde die Schliessung des Druckereibetriebs der Swissprinters AG für 2024 beschlossen. Beide Meilensteine stellen die Weichen für eine langfristig wirtschaftlich erfolgreiche Medienstrategie der Ringier-Gruppe. Auch die Marktplatz-Plattformen

(Jobs, Immobilien, Auto, General Marketplaces und Ticketing) haben zu steigenden Digitalerlösen 2023 beigetragen, einzig die eCommerce-Umsätze sind gesunken. Das Segment Sports Media steht im Zeichen von Wachstum und Expansion. Mit dem Launch von Sportal.gr in Griechenland, der Übernahme der renommierten Sportmarke A Bola in Portugal und der Gründung des Joint Ventures Sportnieuws.nl in den Niederlanden wird das Portfolio der Ringier Sports Media Group gezielt erweitert.

Die operativen Kosten folgen weitgehend der Umsatzentwicklung, wodurch die EBITDA-Marge um 0.2 Prozentpunkte erhöht werden kann. Ein Schwerpunkt der Personalentwicklung ist die Umsetzung der vielen Innovationsprojekte und AI-Initiativen. Seit 2023 wird Ringier X als gruppenweiter interner Beschleuniger eingesetzt. Das Programm hat das Ziel, das Wachstums- und Innovationsmindset bei allen Mitarbeitenden der Ringier-Gruppe zu fördern, um aus den Ideen von heute die Geschäftsmodelle und Einkommensströme von morgen aufzubauen.

Auch im Jahr 2024 stellt Tech & Data den Investitionsschwerpunkt der Ringier-Gruppe dar, um durch die Digitalisierung unserer Geschäftsmodelle Kundenbedürfnisse bestmöglich abzubilden. Die überaus erfolgreiche erste Durchführung in 2023 führt zu einer konsequenten Fortführung des Ringier Innovationsprogramms im Jahr 2024, wobei ein Fokus auf AI und insbesondere im Segment Media auf Generative AI gelegt wird.

Kennzahlen in Mio. CHF

	<u>2022</u>	<u>2023</u>
Umsatz nach Regionen		
Schweiz	932.6	918.9
Europa (exkl. Schweiz)	643.3	617.0
Afrika	280.1	293.9
	9.2	8.0
Umsatz nach Erlösarten		
Digitalerlöse	523.5	534.5
Vertriebserlöse	174.8	169.0
Anzeigenerlöse	94.7	88.6
Druckerlöse	71.4	58.2
Eventerlöse und übrige Medienerlöse	68.2	68.6
Digitalanteil in % des Umsatzes	56%	58%
EBITDA	104.9	105.5
EBITDA margin	11.2%	11.5%

Mitarbeitende

	<u>2022</u>	<u>2023</u>
Mitarbeitende nach Regionen		
Schweiz	6486	6571
Europa (exkl. Schweiz)	2358	2376
Afrika	3427	3609
	701	586

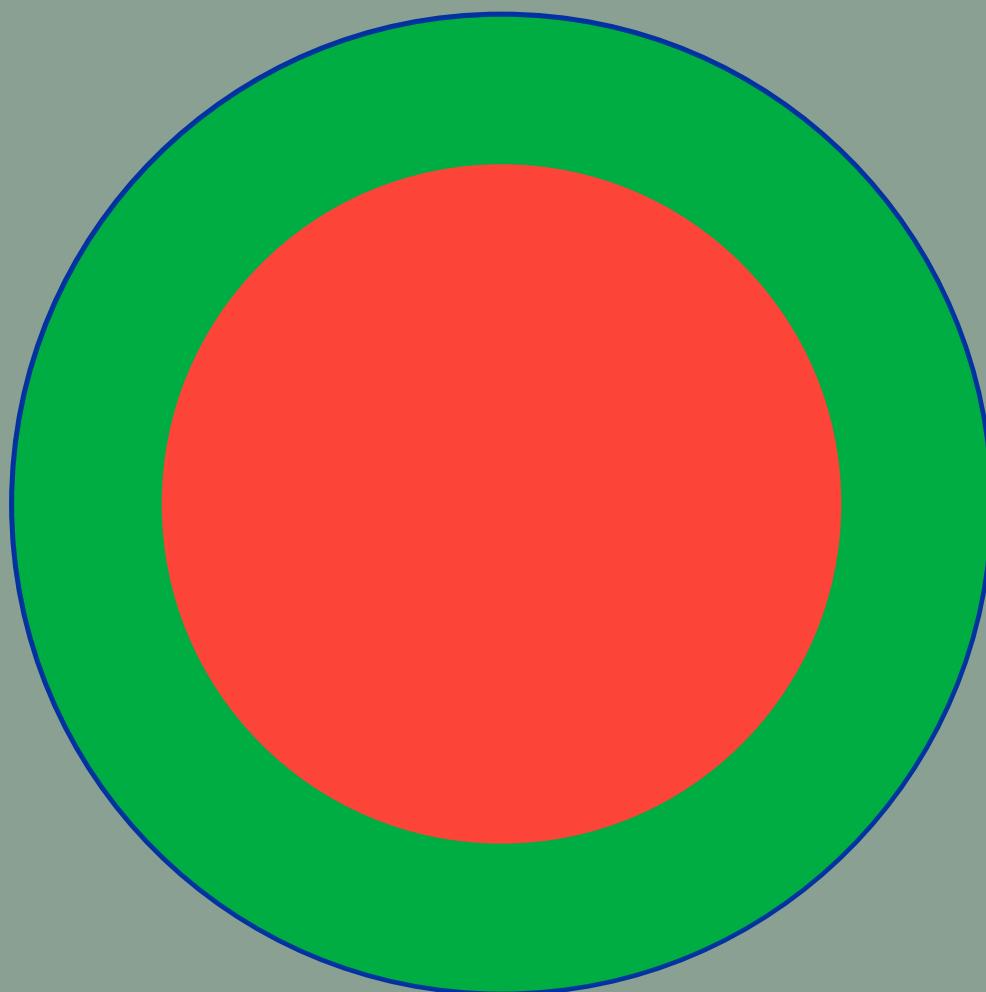
Umsatz nach Regionen

2023 (Reported)

67%
Schweiz

32%
Europa
(exkl. Schweiz)

1%
Afrika



Umsatz nach Erlösarten

2023 (Reported)

58%

Digitalerlöse

18%

Vertriebserlöse

10%

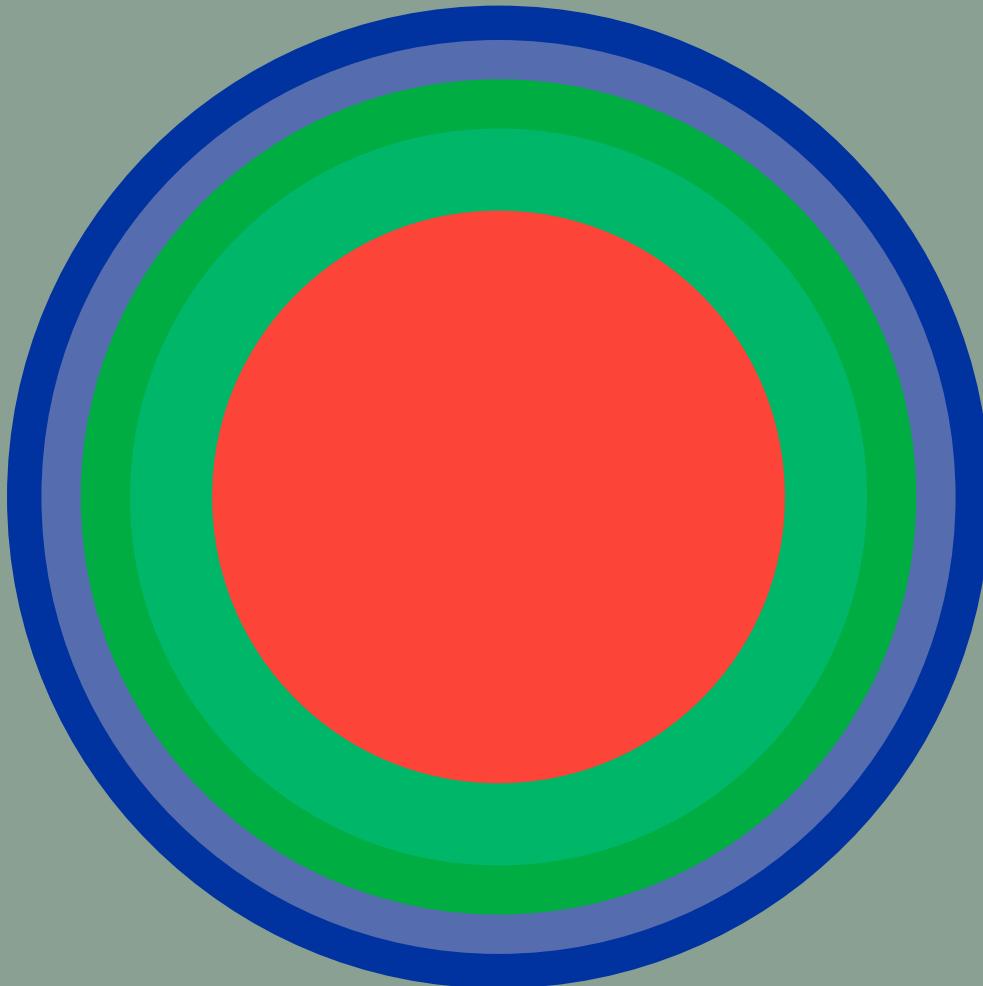
Anzeigenerlöse

8%

Eventerlöse und
übrige Medienerlöse

6%

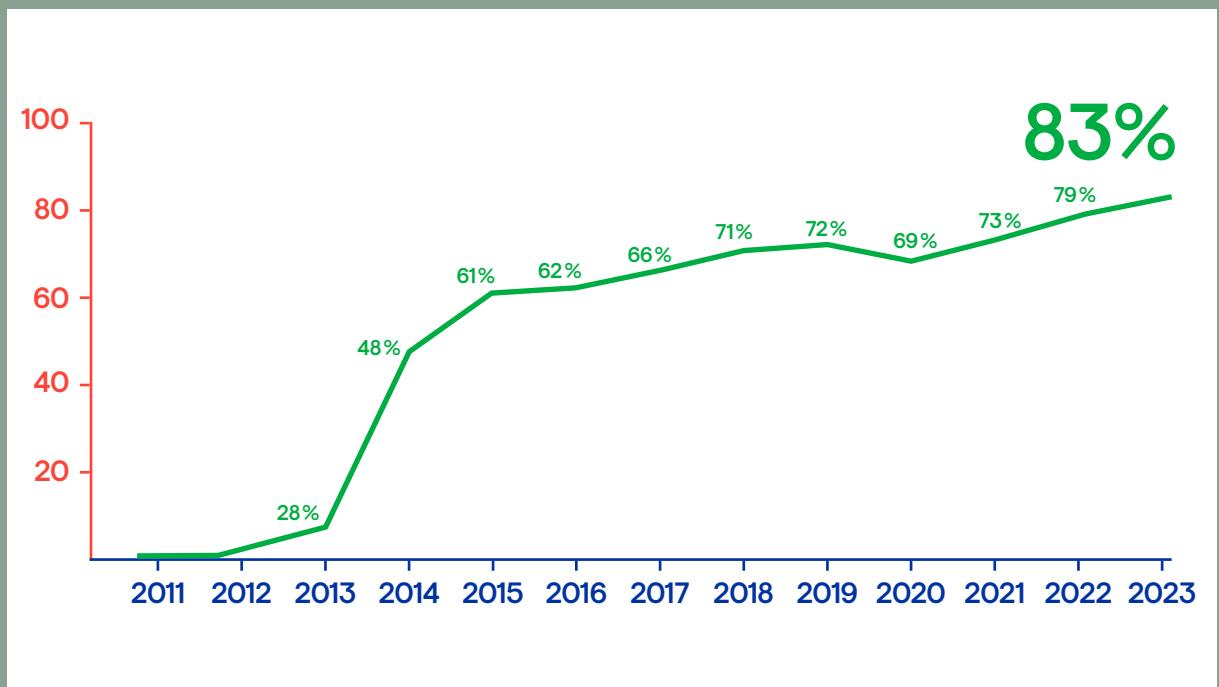
Druckerlöse



Ringier Gruppe Umsatz in Mio. CHF

	<u>2022</u>	<u>2023</u>
Schweiz		
Digitalerlöse	643.3	617.0
Vertriebserlöse	321.2	310.8
Anzeigenerlöse	142.3	135.5
Druckerlöse	77.2	72.5
Eventerlöse und übrige Medienerlöse	63.7	57.7
	38.9	40.5
Europa (exkl. Schweiz)	280.1	293.9
Digitalerlöse	194.5	217.0
Vertriebserlöse	32.5	33.5
Anzeigenerlöse	17.4	16.1
Druckerlöse	7.7	0.5
Eventerlöse und übrige Medienerlöse	28.0	26.8
Afrika	9.2	8.0
Digitalerlöse und übrige Medienerlöse	9.2	8.0

Digitaler EBITDA Anteil in %



Epilog – Der Urberuf

Frank A. Meyer, Publizist

Ist es die Aufgabe von Journalisten, nützlich zu sein? Gemeinnützig gar, wie manche Kollegen in Deutschland das sehen. Und damit ihren Beruf zur Berufung überhöhen? Hinter dieser Sinsuche der Worthandwerker steckt die Angst vor der Uferlosigkeit des Internets, das jedem User eine Stimme gibt. Gerade gestern noch bemühten sich die professionellen Schreiber in klassischen Redaktionsstuben um die Gunst der Leser; heute tippen sie im total vernetzten Newsroom Texte als Clickbait.

Kein Wunder, verrutscht das Berufsbild.

In Deutschland, durch eine populistische Partei provoziert, führt die journalistische Sinsuche auf sonderbare Wege: Einflussreiche Verlage verbünden sich mit Firmen zu einer werbemächtig lancierten Aktion unter dem Titel «Zusammenland». Die pathetisch klingende Initiative soll dem Rechtsaußen-Populismus Inhalt gebieten.

Deutschland «Zusammenland»: Dient dieser Schulterschluss von «Zeit», «Süddeutscher Zeitung», «Handelsblatt» und weiteren verdienten Presseorganen mit aktivistischen Akteuren der Wirtschaft tatsächlich dem Wohl des Landes? Ist das der neue nützliche, der gemeinnützige Journalismus – die Antwort auf die Frage nach Sinn und Zweck des Urberufes der Demokratie?

«Urberuf» ist auf den ersten Blick ein befremdlicher Begriff. Doch gäbe es Demokratie ohne Journalismus?

Die Emanzipation der klassischen Demokratie zur offenen Gesellschaft von Versuch und Irrtum führte auch zur Emanzipation des demokratischen Urberufes: vom gesinnungstüchtigen Partejournalisten zum frei formulierenden, zum unabhängigen Verdichter von Geschehen und Gedanken – ganz seiner handwerklichen Meisterschaft im Umgang mit der Wirklichkeit verpflichtet, von der Politik über Wirtschaft, Kultur und Sport bis zur Unterhaltung.

Journalisten zeichnen die Bilder des Alltags. Was heißt «zeichnen»? Sie geben diese Wirklichkeit,

einem Skulpteur gleich, dreidimensional wieder: durch die Schilderung von Vergangenheit und Herkunft des Geschehens, durch dessen Bezüge zu anderen Themenkomplexen, schliesslich durch die gesellschaftliche Bedeutung, die dem Thema zukommt.

Vor den Augen des Lesers, des Hörers, des Zuschauers entsteht eine Skulptur: ein mediales Ereignis, das er greifen kann – begreifen.

Be-greifen: der Urbegriff des Urberufes.

Doch als was vollbringt der Journalist dieses wundersame Handwerk? Als Künstler? Als Zauberkünstler gar?

Nein: als Bürger.

Denn mehr kann er gar nicht sein als das, was die freiheitliche Gesellschaft ausmacht, was ihre Substanz ist: Bürger, Bürgerin.

Urgestalt der Demokratie.

Diese grossartig-bescheidene Rolle bestimmt Tun und Lassen des journalistischen Handwerkers: seine Neugierde, seine Beobachtungslust, seine Denkschärfe, sein Sprachtalent – sein berufliches Sein.

Einzureihen in politisch wohlgefällige Aktionen braucht er sich nicht; gemeinnützig muss er nicht sein; von jedem «Zusammenland» mit Aktivisten hält er sich fern.

Er macht sichtbar und denkbar, was ist, wohlwissend, dass seine Sicht der Dinge nur die seine und damit nur die eine ist, ausgesetzt der Widerrede durch Kolleginnen und Kollegen – durch Bürgerinnen und Bürger. Auf diese Widerrede ist er gespannt, ja, er erfreut sich daran, denn der demokratische Streit ist sein Lebenselement.

Bürgerlicher Anarchist wäre die treffende Bezeichnung für einen solchen leidenschaftlichen Journalisten. Denn zu seinem Selbstverständnis gehört die Absage

an politisch-ideologisches oder religiös-moralisches Bekenntnis. Der ideale Standort für den Urberuf der Demokratie ist die Peripherie: Der Journalist beobachtet das Geschehen vom Rand aus, beteiligt ist er durch seine gespannte Aufmerksamkeit.

So wird der journalistische Handwerker zum Gewährsmann der Bürgerschaft, zum unverzichtbaren Teil dieser Bürgerschaft – und nicht herausgehoben zur «Vierten Gewalt», als die sich manche Medienmächtige gerne sehen und verklären. Die drei Staatsgewalten kontrollieren sich wechselseitig – der Journalist gehört nicht zu diesem konstitutionellen Konstrukt. Er ist beim Bürger angesiedelt.

Er ist Bürger.

Damit steht er im Dienst der Demokratie – der Werkstatt der Freiheit, die er durch seine Arbeit vor Anfechtung und Relativierung schützt.

Wer aber beschränkt die Macht der journalistischen Bürger? Sie kontrollieren sich untereinander und gegenseitig: durch Gegenreden und Meinungsvielfalt, durch Einmischung von Bürgerinnen und Bürgern, durch das demokratische Durcheinander in der offenen Gesellschaft.

Demokratie benötigt keine bekennend nützlichen und gemeinnützigen Journalisten. Der Nutzen des demokratischen Urberufs ergibt sich daraus, dass er sagt, was wie ist, was warum ist – was ist. Immer aus seiner Sicht.

Journalisten sind die Anarchisten der bürgerlichen Ordnung.

Ringier Portfolio

Europe

SWITZERLAND

MEDIA

RINGIER MEDIEN SCHWEIZ

(The former Ringier Axel Springer Schweiz AG media titles and Blick Group are managed under the umbrella of Ringier Medien Schweiz)

Blick / Blick.ch	Daily Newspaper (Print & Digital)
Blick TV	Digital TV
Sonntagsblick	Sunday Newspaper (Print & Digital)
izzy projects	Social Media Format
Beobachter	Consumer Magazine (Print & Digital)
Bilanz	Business Magazine (Print & Digital)
Bolero	Lifestyle Magazine (Print)
Bonanza	Lifestyle Magazine (Print)
Caminada	Lifestyle Magazine (Print)
cash.ch	Digital Financial News platform
CôtéNature	Nature, Gardening & Lifestyle Magazine (Print)
GaultMillau / gaultmillau.ch	Food Magazine (Print & Digital)
getyourlawyer.ch	Digital Legal Service platform Sold in April 2023
Glückspost	Glossy Magazine (Print)
Glückspost Super Rätsel	Riddle Magazine (Print)
GRYPS	Digital SME platform
Handelszeitung	Business Magazine (Print & Digital)
Interview by Ringier	Lifestyle Magazine (Print)
LandLiebe	Nature, Gardening & Lifestyle Magazine (Print)
L'illustre	Glossy Magazine (Print)
PME	Business Magazine (Print & Digital)
Schweizer Illustrierte	Glossy Magazine (Print & Digital)
TELE TV	TV Magazine (Print)
TV8	TV Magazine (Print) Integrated into L'illustre, April 2023
TV-Star	TV Magazine (Print)
TVvier	TV Magazine (Print)
TV Land & Lüt	TV Magazine (Print)

BOOK PUBLISHER

Beobachter Edition	Book Publisher
--------------------	----------------

ENTERTAINMENT

ENERGY GRUPPE SCHWEIZ

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

SPORTS MEDIA

RINGIER SPORTS MEDIA GROUP (RSMG)

A Bola / Abola.pt	Sports Media (Print & Digital)
AutoFoco	Sports Media platform Closed in 2023
autofoco.pt	Sports Media platform Closed in 2023
gsp.ro Sports Media	Sports Media platform
sportal.bg	Sports Media platform
sportal.hu	Sports Media platform
sportal.rs	Sports Media platform
sport.sk	Sports Media platform
sportal.gr	Sports Media platform
sportsnieuws.nl	Sports Media platform JV mit DPG Media Group
sportal365.com	(Digital Ventures OOD) Sports Media Technology
LiveScore Group	Sports Media / Technology Company Strategic partnership

MARKETPLACES

JOBCLOUD

alpha.ch	Jobs
FinanceJobs.ch	Jobs
ICTcareer.ch	Jobs
INGJobs.ch	Jobs
jobs.ch	Jobs
jobs4sales.ch	Jobs
jobscout24.ch	Jobs
jobsuchmaschine.ch	Jobs

jobup.ch	Jobs	Insenio GmbH	Venturing
jobwinner.ch	Jobs	Skoove	Venturing
karriere.at	Jobs	AirConsole	Venturing
medtalents.ch	Jobs	yamo	Venturing
Topjobs.ch	Jobs	The Creative Club	Venturing
SMG SWISS MARKETPLACE GROUP			
acheter-louer.ch	Real Estate	Regimen	Venturing
anibis.ch	Horizontal	Chairish	Venturing
autoScout24	Cars	Carvolution	Venturing
casasoft.ch	Real Estate	Recommerce AG	Venturing
carforyou.ch	Cars	About You	Venturing
FinanceScout24	Financing	Wine & Gourmet Digital	Venturing
home.ch	Real Estate	OTHERS	
homegate.ch	Real Estate	Admeira	Advertising
iazicifi.ch	Real Estate	Ringier Advertising	Advertising
icasa.ch	Real Estate	Swissprinters	Printing house
ImmoScout24	Real Estate	SMD Schweizer Mediendatenbank	Media Database
MotoScout24	Cars	Hans Ringier Stiftung	Foundation
ImmoStreet.ch	Real Estate	BULGARIA	
logiciel.publimmo.ch	Real Estate	MEDIA	
ricardo.ch	Horizontal	SPORTAL MEDIA GROUP	
tutti.ch	Horizontal	Profit.bg	Digital Finance News platform
E-COMMERCE		Woman.bg	Digital Lifestyle platform
DeinDeal.ch	E-Commerce	Hotnews.bg	Digital Lifestyle platform
Mystore.ch	E-Commerce	Novini.bg	Digital News platform
TICKETING		Winner.bg	Sports News platform
Ticketcorner.ch	Ticketing	SPORTS MEDIA	
TECHNOLOGY		RINGIER SPORTS MEDIA GROUP	
Delphi	Technology	sportal365.com	(Digital Ventures OOD) Sports Media Technology
STAR	Technology	sportal.bg	Sports Media
Ringier Connect+	SSO, ID, Gamification	ESTONIA	
EqualVoice Factor	Technology	MARKETPLACES	
Homsters	Technology / New Depth	cvkeskus.ee	Jobs
Lalafo	Technology / New Depth	HUNGARY	
OneLog	Technology	MEDIA	
INVESTMENTS		RINGIER HUNGARY	
RINGIER AG		Auto Bild	Car Magazine (Print)
BotLabs	Investment	Auto Bild Extra	Car Magazine (Print)
EdgeStratey	Investment	Bookazine	Science Magazine (Print)
Virtusan	Investment	Bookazine Plus	Science Magazine (Print)
RINGIER DIGITAL VENTURES		Blikk Extra Receptek	Gastro magazine (Print)
Archilyse AG	Venturing	Blikk Nök	Women weekly (Print)
Blok Enterprises OY	Venturing	Blikk Nök Extra	Lifestyle Magazine (Print)
CheckYeti GmbH	Venturing	Blikk Nök Konyha	Gastro magazine (Print)

Blikk Nők Otthon&Kert	Home and Garde (Print)	TVR Újság	TV Magazine (Print)
Csók és könny	Lifestyle Magazine (Print)	TVR-Hét	TV Magazine (Print)
Glamour	Fashion and Lifestyle (Print)	TVR-Hét Extra	TV Magazine (Print)
Glamour Extra	Lifestyle Magazine (Print)	Képes TV Műsor	TV Magazine (Print)
Glamour Book	Lifestyle Magazine (Print)	Noizz.hu	Digital Young Gen platform
Kiskegyed	Women weekly (Print)		
Kiskegyed Extra	Lifestyle Magazine (Print)		
Kiskegyed Konyhája	Gastro magazine (Print)		
Kiskegyed Konyhája	Special Editions Gastro magazine (Print)		
Kiskegyed Otthona	Home and Garden (Print)		
Kiskegyed Plusz	Lifestyle Magazine (Print)		
Kiskegyed Recepttár	Gastro magazine (Print)		
Kiskegyed Rejtvény Extra	Riddle Magazine (Print)		
Glamour.hu	Digital Lifestyle platform		
EgészségKalauz.hu	Digital Health platform		
Recepttár.hu	Digital Gastro platform		
Kiskegyed.hu	Digital Women platform		
Blikk / Blikk.hu	Daily newspaper (Print & Digital)		
Eszes	Riddle Magazine (Print)*		
Eszes Évszakok	Riddle Magazine (Print)*		
Eszes Skandi	Riddle Magazine (Print)*		
Eszes Extra	Riddle Magazine (Print)*		
Hétpróba Skandi	Riddle Magazine (Print)*		
Kópé Évszakok	Riddle Magazine (Print)*		
Rejtvény Terefere	Riddle Magazine (Print)*		
Rejtvény Terefere Extra	Riddle Magazine (Print)*		
Rejtvény Terefere Plusz	Riddle Magazine (Print)*		
Rejtvény Terefere Skandi	Riddle Magazine (Print)*		
Ügyes	Riddle Magazine (Print)*		
Ügyes 200 Rejtvény	Riddle Magazine (Print)*		
Ügyes 300 Rejtvény	Riddle Magazine (Print)*		
Ügyes Bónusz Extra	Riddle Magazine (Print)*		
Ügyes évszakok	Riddle Magazine (Print)*		
Ügyes Extra	Riddle Magazine (Print)*		
Ügyes Extra Szudoku	Riddle Magazine (Print)*		
Ügyes Kópé	Riddle Magazine (Print)*		
Ügyes Sorozat	Riddle Magazine (Print)*		
Ügyes Plusz	Riddle Magazine (Print)*		
Ügyes Poén +	Riddle Magazine (Print) *		
Ügyes Skandi	Riddle Magazine (Print)*		
	* Sold in October 2023		
GEO	Science Magazine (Print)		
Vasárnapi Blikk	Sunday Newspaper (Print)		
Blikk TV	TV supplement (Print)		
14 Nap Műsorfüzet	TV Magazine (Print)		
Sárga RTV	TV Magazine (Print)		
Színes kéthetes	TV Magazine (Print)		
TVR kéthetes	TV Magazine (Print)		
TV Revü	TV Magazine (Print)		

Moneteasy	Digital Acquisition platform
Skapiec	Digital Price Comparison platform
Opineo	Digital Rating platform
Sympatia	Digital Dating platform
Jakdojade	Digital Trip Planner platform
Ofeminin	Digital Lifestyle platform
Game Planet	Digital Game platform
Literia.pl	Digital Bookstore platform
VOD.pl	Streaming platform Until February 2023

Intamplari adevarate	Lifestyle Magazine (Print) Closed - Dec 2022
Povesti de viata	Lifestyle Magazine (Print) Closed - Dec 2022
VIVA!	Lifestyle Magazine (Print)
avantaje.ro	Digital Lifestyle platform
elle.ro	Digital Lifestyle platform
libertateapentrufemei.ro	Digital Lifestyle platform
unica.ro	Digital Lifestyle platform
viva.ro	Digital Lifestyle platform
Libertatea Weekend	Supplement (Print)
TVmania	TV Magazine (Print)
Tvmania.ro	TV Magazine (Print)
TVsatelit	TV Magazine (Print)

MARKETPLACES

GRUPA RINGIER AXEL SPRINGER POLSKA AG	
LaModa.pl	E-Commerce
literia.pl	E-Commerce
Lendi.pl	Finance
gratka.pl	Horizontal
nofluffjobs.com	Jobs
Morizon.pl	Real Estate
domy.pl	Real Estate
nportal.pl	Real Estate
oferty.net	Real Estate
komercyjne.pl	Real Estate
bezposrednie.com	Real Estate
noweinwestycje.pl	Real Estate
jakdojade.pl	Ticketing
opineo.pl	E-Commerce
skapiec.pl	E-Commerce

TECHNOLOGY

GRUPA RINGIER AXEL SPRINGER POLSKA AG	
Ring Publishing	Technology

PORTUGAL

SPORTS MEDIA	
RINGIER SPORTS MEDIA GROUP	
A Bola / Abola.pt	Sports Media (Print & Digital)

ROMANIA

MEDIA	
RINGIER ROMANIA	
Libertatea / libertatea.ro	Daily Newspaper (Print & Digital)
Avantaje	Lifestyle Magazine (Print)
ELLE	Lifestyle Magazine (Print)
ELLE Decoration	Lifestyle Magazine (Print), Licence full owned by Ringier Romania
Libertatea pentru femei	Lifestyle Magazine (Print) Closed - Dec 2022
Povestea mea	Lifestyle Magazine (Print) Closed - Dec 2022

SPORTS MEDIA

RINGIER SPORTS MEDIA GROUP	
gsp.ro	Sports Media platform
Gazeta Sporturilor	Sports Magazine (Print) Closed - Oct 2023

MARKETPLACES

RINGIER ROMANIA	
ejobs.ro	Jobs
Jobadar24.ro	Jobs
imobiliare.ro	Real Estate
Imoradar24.ro	Real Estate

SERBIA

MEDIA	
RINGIER SERBIA	
Blic / Blic.rs	Daily Newspaper (Print & Digital)
Blic TV	TV
Ana.rs	Digital Women Forum
Blic zena	Women Magazin (Print & Digital)
Zena.rs	Digital Lifestyle platform
Pulsonline.rs	Digital Show Business platform
Srpskainfo.com	Digital Food platform
Bosnainfo.ba	Digital News platform
Superrecepti.rs	Digital Food platform
NIN / NIN.rs	Political Magazine (Print & Digital) sold in Aug. 2023

SPORTS MEDIA

RINGIER SPORTS MEDIA GROUP	
sportal.rs	Sports Media platform

MARKETPLACES

RINGIER SERBIA	
Mojauto.rs	Cars
Nekretnine.rs	Real Estate

SLOVAKIA

MEDIA

RINGIER SLOVAKIA

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

MARKETPLACES

RINGIER SLOVAKIA

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

Africa

MEDIA

africa.businessinsider.com	Digital Business platform under licence of Pulse
----------------------------	--

CÔTE D'IVOIRE

MEDIA

pulse.ci	Digital News platform
----------	-----------------------

GHANA

MEDIA

pulse.com.gh	Digital News platform
--------------	-----------------------

MARKETPLACES

THE AFRICAN TALENT COMPANY (TATC)

Jobberman.com.gh	Jobs
------------------	------

KENYA

MEDIA

pulselive.co.ke	Digital News platform
-----------------	-----------------------

MARKETPLACES

THE AFRICAN TALENT COMPANY (TATC)

Brightermonday.co.ke	Jobs
----------------------	------

Buyrentkenya.co.ke	Real Estate
--------------------	-------------

Pigiamco.co.ke	Horizontal
----------------	------------

NIGERIA

MEDIA

pulse.ng	Digital News platform
----------	-----------------------

MARKETPLACES

THE AFRICAN TALENT COMPANY (TATC)

Jobberman.com	Jobs
---------------	------

SENEGAL

MEDIA

pulse.sn	Digital News platform
----------	-----------------------

MARKETPLACES

Expat-dakar.com	Horizontal
-----------------	------------

UGANDA

MEDIA

pulse.ug	Digital News platform
----------	-----------------------

MARKETPLACES

THE AFRICAN TALENT COMPANY (TATC)

Brightermonday.co.ug	Jobs
----------------------	------

ETHIOPIA

MARKETPLACES

RINGIER ONE AFRICA MEDIA (ROAM)

Qefira.com	Horizontal
closed May 2023	

SOUTH AFRICA

TECHNOLOGY

Cube	Technology
Hexagon	Technology
Content Distribution Engine	Technology

Wesentliche Beteiligungen

Beteiligungsquote zum 31.12.2023

Gesellschaften	Anteil	Gesellschaften	Anteil
SCHWEIZ		UNGARN	
Ringier AG, Zofingen	100.0%	Ringier Hungary Kft., Budapest	100.0%
Ringier Magazine AG, Zürich	100.0%	Blikk Kft., Budapest	100.0%
GRYPS AG, Rapperswil-Jona	100.0%	Profession.hu Kft., Budapest	100.0%
Admeira AG, Bern	100.0%	Ringier Sports Media Hungary Kft., Budapest	100.0%
Swissprinters AG, Zofingen	70.0%		
Ringier Sports Media Group AG, Zofingen	100.0%		
Pulse Africa Holding AG, Zofingen	100.0%		
Energy Schweiz Holding AG, Zürich	65.0%		
Ringier Sports AG, Zürich	100.0%		
Ticketcorner AG, Rümlang	50.0%		
SMG Swiss Marketplace Group AG, Zürich	29.3%		
JobCloud AG, Zürich	50.0%		
DeinDeal AG, Zürich	90.0%		
Ringier Digital Ventures AG, Zürich	73.1%		
RUMÄNIEN		ESTLAND	
Ringier Romania SRL, Bukarest	100.0%	CV Keskus OÜ, Tallinn	100.0%
Ejobs Group SRL, Bukarest	100.0%		
Realmedia Network S.A., Timișoara	100.0%		
Ciberi Info. Systems SRL, Bukarest	100.0%		
Realmedia Credit SRL, Bukarest	100.0%		
Ringier Sportal SRL, Bukarest	51.0%		
BULGARIEN		GRIECHENLAND	
Sportal.bg JSC, Sofia	51.0%	Ringier Sports Media IKE, Athen	100.0%
Digital Ventures OOD, Sofia	66.0%		
SLOWAKEI		PORTUGAL	
Ringier Slovakia Media s.r.o., Bratislava	87.0%	Sociedade Vicra Desportiva S.A., Lissabon	100.0%
SPORT.SK s.r.o., Silein	87.0%	Vicra Comunicações Lda, Lissabon	100.0%
Ringier Slovakia Communities s.r.o., Bratislava	87.0%		
United Classifieds s.r.o., Silein	52.2%		
SERBIEN		NIEDERLANDE	
Ringier Serbia d.o.o, Belgrad	100.0%	Sportnieuws.nl B.V., Hoofddorp	49.0%
New Digital d.o.o., Belgrad	100.0%		
Ringier Sports Media d.o.o., Belgrad	100.0%		
AFRIKA		Ringier Ghana Ltd., Accra	100.0%
		Ringier Kenya Ltd., Nairobi	100.0%
		Ringier Media Nigeria Ltd., Lagos	100.0%
		Ringier Digital Marketing SA, Dakar	100.0%
		Marketplace Group Africa Ltd., Mauritius	96.6%
		Ringier One Africa Media (Pty) Ltd., Cape Town	100.0%

Organisation

Verwaltungsrat

Michael Ringier,
Präsident des Verwaltungsrats

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

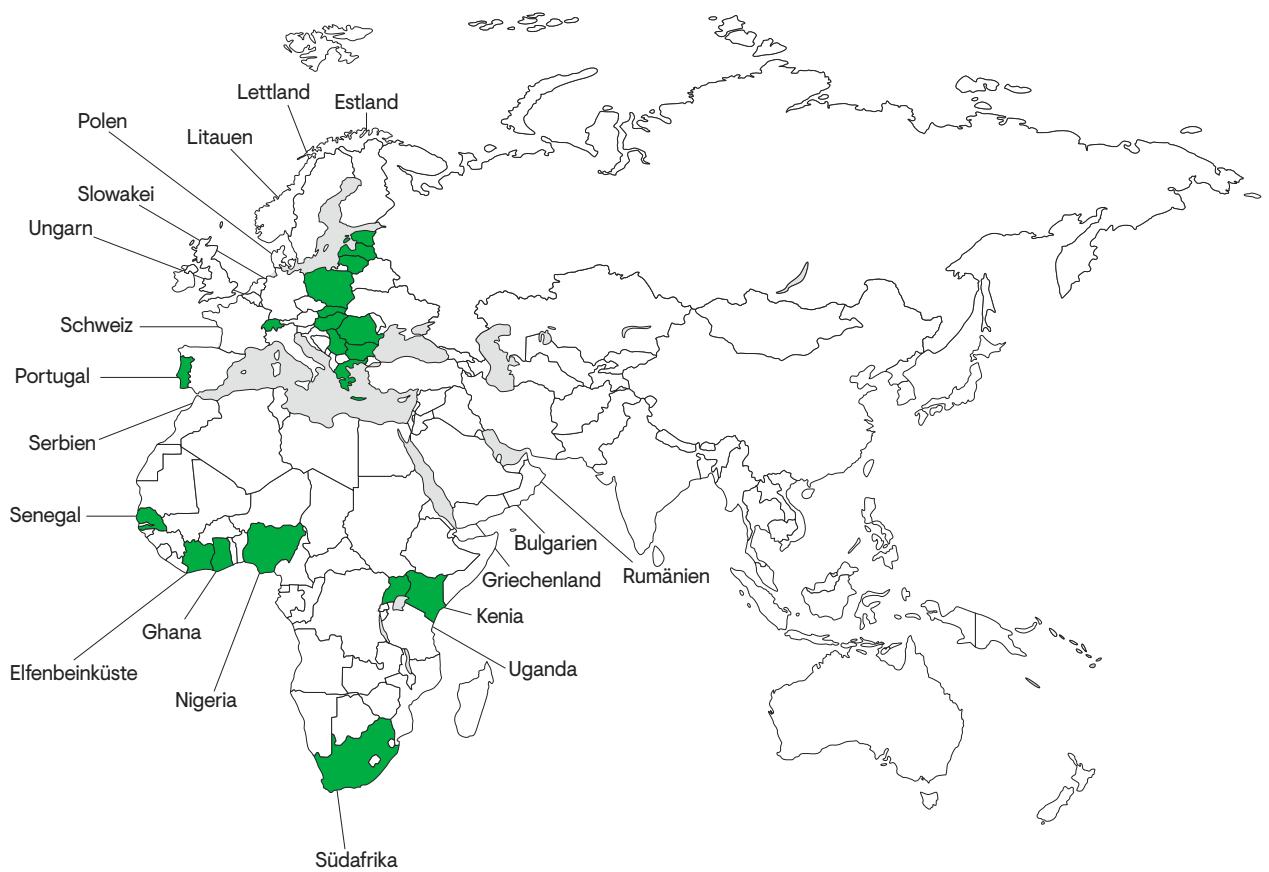
Ladina Heimgartner,
Head Media Ringier AG und
CEO Ringier Medien Schweiz

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



ESG

ESG-Report Ringier AG

Vorbemerkung

Wir bei Ringier glauben, dass unsere Geschäftstätigkeit nicht nur Erfolg und Wachstum erzielen, sondern auch einen positiven Einfluss auf die Welt um uns herum haben soll. Umwelt-, Sozial- und Unternehmenssteuerungsfaktoren (ESG-Faktoren) sind für uns seit langem ein Schwerpunkt, und unsere Initiativen auf diesem Gebiet reichen bis in die frühen 1990er Jahre zurück.

2022 entwickelte die Ringier AG ein konzernweites ESG-Konzept, das wir seit Anfang 2023 umsetzen. Um die Bedeutung von ESG zu unterstreichen, hat der Verwaltungsrat (VR) der Ringier AG das ESG-Board ernannt, das aus Mitgliedern des VR besteht und die Entwicklung der ESG-Bemühungen von Ringier beaufsichtigt und leitet. Auf operativer Ebene hat Ringier das bereichsübergreifende ESG-Komitee gegründet, das Projekte und Prozesse mit ESG-Bezug konzernweit koordiniert und umsetzt. Die ESG-Botschafterinnen und Botschafter in jeder Tochtergesellschaft helfen bei der Koordination von Bottom-up-Initiativen innerhalb der Ringier Gruppe.

Materialitätsanalyse

2022 führte das ESG-Komitee eine Materialitätsanalyse durch, um die Nachhaltigkeitsthemen mit den grössten Auswirkungen auf die Geschäftstätigkeit der Ringier Gruppe, die Stakeholder und unser Umfeld im weiteren Sinne zu ermitteln. Aufgrund der *Themenstandards der Global Reporting Initiative (GRI)* haben wir interne und externe Stakeholder befragt, welche ESG-Themen für Ringier am wichtigsten sind. Die Umfrage wurde durch eine Analyse vergleichbarer Unternehmen in der Branche und der Best Practices ergänzt. Die Materialitätsanalyse ergab unsere vier *ESG-Schwerpunkte*.

Geltungsbereich

Der Geltungsbereich des *ESG-Berichts 2023* beschränkt sich auf die Ringier AG und soll in den kommenden Jahren schrittweise auf die Gesellschaften unserer Gruppe ausgeweitet werden. Der ESG-Bericht ist aufgrund der im vorangehenden Abschnitt beschriebenen *ESG-Schwerpunkte* von Ringier strukturiert.

Umwelt und Rohstoffe

Strategien festlegen und Projekte lancieren, um die Emissionen der Gruppe zu minimieren, Energieverbrauch (einschl. der Energiequellen) und Rohstoffnutzung (einschl. Recycling) optimieren sowie den erzeugten Abfall reduzieren und die dazugehörigen Auswirkungen bewältigen.

Diversity & Inclusion

Vielfalt und Chancengleichheit innerhalb der Ringier Gruppe und außerhalb aktiv fördern (Equal Voice Initiative). Diskriminierung und Belästigung von Menschen aus jeglichem Grunde verhindern bei Vorfällen von Diskriminierung Abhilfemaßnahmen ergreifen.

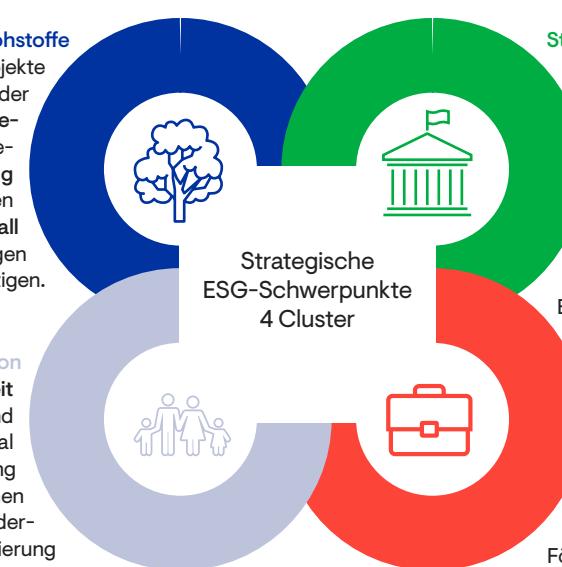
Stützpfiler der Demokratie & gute Unternehmensbürgerschaft

Positiven Beitrag zu lokalen Gemeinschaften leisten durch das Schaffen eines Stützpfilers der Demokratie, Einhalten von Gesetzen und Vorschriften und soziale Engagements wie ehrenamtliche Tätigkeiten des Konzerns oder Spenden an Kultur- / Bildungs- institutionen.

Begehrenswerter Arbeitsort

Einen begehrenswerten Arbeitsort schaffen durch fortwährende Verbesserungsmöglichkeiten für die Kompetenzen der Mitarbeitenden, die Beurteilung ihrer beruflichen Entwicklung und die Förderung des Wohlbefindens am Arbeitsplatz.

Strategische
ESG-Schwerpunkte
4 Cluster



Umwelt und Rohstoffe

Verringerung der Emissionen

Die Ringier AG hat sich mit der Schweizer Stiftung *myclimate* zusammengetan, um ihren CO₂-Fussabdruck für das Jahr 2023 zu berechnen. Die Resultate der Analyse werden im Jahr 2024 erwartet. Diese Ergebnisse werden uns wertvolle Einblicke in unsere CO₂-Emissionen geben und es uns ermöglichen, Strategien zu entwickeln, um unseren CO₂-Fussabdruck künftig weiter zu verringern.

Die Ringier AG hat bereits mehrere Initiativen zur Verringerung des Treibhausgasausstosses eingeleitet. So fördert die Ringier AG im Bereich der Mobilität den öffentlichen Verkehr durch die Subventionierung des ZVV-BonusPasses für Mitarbeitende sowie die Nutzung von Elektrofahrzeugen durch die Installation von Ladestationen beim Pressehaus.

Energiebeschaffung und Verbrauchsverringerung

Die Ringier AG setzt bei der Verringerung des Energieverbrauchs auf mehrere wesentliche Ansätze, darunter: nachhaltige Beschaffung von Energie aus europäischer Wasserkraft; Zusammenarbeit mit Energieberaterinnen und -beratern der *Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW)* bei der Ermittlung von Energiesparmöglichkeiten wie der Umstellung auf LED-Leuchtmittel und dem Ersatz von weniger effizienten Heizungs- und Wasseranlagen sowie die Nutzung von Seewasser aus dem nahe gelegenen Zürichsee für die Heizung und Kühlung des Pressehauses. Außerdem hat die Ringier AG adaptive Lüftungs- und Heizungssysteme eingebaut, die den Energieverbrauch zusätzlich optimieren.

Rohstoffe und Abfall

Die Ringier AG hat ihr Mediengeschäft weitgehend von Papier auf digitale Produkte umgestellt. Die verbleibenden Printprodukte werden im *Tamedia Druckzentrum* in Zürich, bei der *DZZ Druckzentrum AG* in Bern und bei der *Swissprinters AG* hergestellt. Einen wesentlichen Beitrag zur nachhaltigen Geschäftspraxis der Ringier AG leistet die Partnerschaft mit der Schweizer Papierfabrik *Perlen Papier AG*. Die *Perlen Papier AG* hat beachtliche Schritte zur Minimierung ihrer CO₂-Emissionen unternommen und sich zur nachhaltigen Papierproduktion verpflichtet. Auf Unternehmensebene hat die Ringier AG eine *Politik des papierlosen Büros* für Finanz- und Rekrutierungsprozesse eingeführt. Diese Initiative hat eine bedeutende Verringerung des Papierverbrauchs gebracht, während gleichzeitig digitale Lösungen für effizientere und umweltbewusstere Abläufe eingeführt wurden.

Im Bereich Entsorgung hat die Ringier AG diverse Initiativen angestoßen. In unserem Personalrestaurant minimieren wir die Lebensmittelabfälle, indem wir nach

den Stosszeiten vergünstigte Take-away-Optionen anbieten und die wiederverwendbaren Lunchboxen von *reCIRCLE* einsetzen. Unsere Bemühungen zur Abfalltrennung sorgen für effizientes Recycling, wie etwa das Sammeln und Verarbeiten von gebrauchten Kaffeekapseln, die zu Dünger verarbeitet werden.

Stützpfeiler der Demokratie und gute Unternehmensbürgerschaft

Redaktionelle Arbeit

Als unabhängiges Medienunternehmen ist die Ringier AG den Werten der Demokratie, der Menschenwürde und der Redefreiheit verpflichtet. Unsere Redaktionen arbeiten unabhängig, um dem öffentlichen Interesse zu dienen, indem sie ausgewogene, unvoreingenommene und qualitativ hochstehende Inhalte liefern. Die redaktionellen Werte von Ringier sind im *Code of Conduct* der Gruppe¹ und im *Redaktionsleitbild*² verankert. Diese Dokumente dienen all unseren Redaktorinnen und Redaktoren, Journalistinnen und Journalisten als Leitlinien für ihre Arbeit.

Lokale Gemeinschaften

Die Ringier AG ist bestrebt, durch eine Reihe von Initiativen und Engagements einen positiven und nachhaltigen Einfluss auf lokale Gemeinschaften auszuüben: Die Mitarbeitenden der Ringier AG können sich im Rahmen des *Corporate Volunteering Programms* bis zu fünf Arbeitstage pro Jahr für gemeinnützige Zwecke engagieren. Zudem hat die Ringier AG die *Hans Ringier Stiftung* und die ihr angeschlossene *Ringier Journalistenschule* gegründet. Zu den weiteren Engagements zählen die *Dariu Foundation*, welche unterprivilegierten Kindern in Vietnam, Myanmar, Malaysia und Bhutan Bildung und digitale Fähigkeiten vermittelt, die *SOS Beobachter Stiftung*, die von Armut betroffene Menschen in der Schweiz unterstützt, sowie verschiedene Beiträge an andere lokale Organisationen. Diese Bemühungen sind Teil unseres Engagements für die Förderung von Wachstum und Nachhaltigkeit in den Regionen, in denen wir tätig sind.

Datenschutz und Netzsicherheit

Wir legen grossen Wert auf Data Protection and Cyber Security³, indem spezielle Abteilungen in unseren Unternehmen von den jeweiligen Kompetenzzentren auf Konzernebene koordiniert und geleitet werden.

Kinderarbeit und Mineralien und Metalle aus Konfliktgebieten

Aufgrund der *Verordnung über Sorgfaltspflichten und Transparenz bezüglich Mineralien und Metallen*

¹ Code of Conduct: <https://www.ringier.com/about-us/code-of-conduct/>

² Leitbild der Redaktion: <https://www.ringier.com/de/ringier-internationales-editorial-mission-statement-und-internationales-editorial-und-innovation-board/>

³ Ringier Datenschutz: <https://www.ringier.com/data-privacy/>

aus Konfliktgebieten und Kinderarbeit (VSoTr) hat die Ringier AG im Jahr 2023 eine konzernweite Prüfung ihrer Lieferkette bezüglich Kinderarbeit und der jährlichen Einfuhr- und Bearbeitungsmengen von Mineralien und Metallen aus Konflikt- und Hochrisikogebieten durchgeführt.

Diese Prüfung hat ergeben, dass die Ringier AG und die ihr unterstehenden Tochtergesellschaften grundsätzlich von den in der VSoTr festgelegten Sorgfalts- und Berichterstattungspflichten befreit sind, da kein begründeter Verdacht auf Kinderarbeit besteht und die in Anhang 1 der VSoTr festgelegten jährlichen Einfuhr- und Bearbeitungsmengen von Mineralien und Metallen nicht überschritten werden. Für die DeinDeal AG wurden gesonderte Sorgfaltpflichten in Bezug auf Kinderarbeit proaktiv umgesetzt.

Diversity und Inclusion

Wir stehen für Chancengleichheit und fördern ein Arbeitsumfeld, das den Wert und die Würde jeder und jedes Einzelnen anerkennt. Wir lehnen jegliche Form von Diskriminierung und Ausgrenzung ab, was auch im konzernweiten *Code of Conduct*⁴ verankert ist. Diversity und Inclusion sind zentrale Werte und Erfolgsfaktoren der Ringier AG, weshalb wir im Jahr 2020 ein Diversity & Inclusion Board (D&I Board) ins Leben gerufen haben. Der Schwerpunkt des D&I Boards liegt auf der Schaffung eines Arbeitsumfelds, in dem alle Mitarbeitenden fair behandelt werden und ihr volles Potenzial entfalten und umsetzen können. Das D&I-Board überwacht verschiedene Initiativen für Diversity und Inclusion (z. B. die LGBTQIA+-Woche, Eltern- und Familienworkshops, Pensionierungsworkshops usw.) sowie Zertifizierungen (z. B. Fair-ON-Pay+, EDGE, Advanced usw.).

Die Ringier AG setzt sich aktiv für eine vielfältige Zusammensetzung ihrer Führungsgremien und Teams ein. Angesichts der diesbezüglich bereits erzielten Fortschritte konzentrieren sich die laufenden Initiativen auf die weitere Verbesserung der Beteiligung von Frauen auf allen Entscheidungsebenen.

	VR ⁵		GEB ⁶		GEB ⁷	
Weiblich	3	30%	2	33%	5	50%
Männlich	7	70%	4	67%	5	50%
Insgesamt	10	100%	6	100%	10	100%

Geschlechterverteilung in den Führungsgremien der Ringier AG gem. Personalbestand am 31.12.2023

EqualVoice

Die Ringier AG nutzt ihre Position als führendes Medien- und Technologieunternehmen, um mit der Initiative *EqualVoice*⁸ eine gleichberechtigte

Vertretung der Geschlechter in den Medien zu fördern und zu verfechten. *EqualVoice* wurde 2019 von der Ringier AG lanciert und hat in der Medienbranche einen Diversitätsstandard gesetzt. Die Initiative verwendet künstliche Intelligenz, um die Vertretung der Geschlechter in Artikeln von 32 Medienmarken in sieben Ländern mit einer Reichweite von 50 Millionen Menschen zu messen und darzustellen.

Im Zentrum der Initiative steht der *EqualVoice Factor*, ein semantischer Algorithmus, der die Geschlechterrepräsentation in Bildern, Texten und Videos der teilnehmenden Medienpublikationen analysiert. Die Ringier AG kommuniziert regelmässig die *EqualVoice-Faktor*-Werte ihrer Medienmarken. Die folgenden Abschnitte illustrieren den *EqualVoice Teaser Score* der Online- und Printtitel von Ringier, der die Visibilität von Frauen in Bildern, Headlines und Titeln abbildet.

Online haben sich die *EqualVoice Teaser Scores* unterschiedlich entwickelt. Die digitale Ausgabe der Handelszeitung legte um 3,5% zu, während Blick.ch in der Deutschschweiz um 1,7% zunahm. Den stärksten Rückgang verzeichnete die digitale Ausgabe des GaultMillau mit -5,1%, gefolgt von cash.ch mit -3,3%. Die digitalen Ausgaben von Beobachter, Schweizer Illustrierte, L'illustre und LandLiebe erreichten nahezu ausgeglichen die *EqualVoice Teaser Scores*.

Im Printbereich stieg der *EqualVoice Teaser Score* über alle gemessenen Publikationen hinweg. Den höchsten Zuwachs verzeichnete die Glückspost mit 17,1%. Der Beobachter legte um 10,0% zu und erreichte 38,0%, und die Bilanz stieg um 9,4% auf knapp 30%.

Der *EqualVoice-Faktor* dient als Diversity-Kennzahl, die über die Medienbranche hinausgeht und branchenübergreifend eine ausgewogene Geschlechtervisibilität in der Kommunikation fördert. Neben der Inhaltsanalyse geht *EqualVoice* den Gender Visibility Gap in den Medien an durch die Veranstaltung redaktioneller Workshops, die Erstellung einer Expertinnenliste zuhanden der Journalistinnen und Journalisten innerhalb der Ringier AG und die Entwicklung von Strategien und Projekten in Zusammenarbeit mit Fachleuten und Redaktionen.

Die Ringier AG teilt die Erkenntnisse aus *EqualVoice* mit weiten Teilen der Branche über das Netzwerk *EqualVoice United*, das aus 18 Unternehmen aus verschiedenen Branchen in der Schweiz besteht. Dieses Netzwerk ermöglicht die Konsolidierung und

⁴ Medienmitteilung Diversity and Inclusion Board

⁵ Verwaltungsrat

⁶ Group Executive Board

⁷ Extended Group Executive Board

⁸ Webseite von Equalvoice: <https://www.equalvoice.ch/>

den Austausch von Erfahrungen und Wissen zwischen namhaften Unternehmen und bietet ihnen die Möglichkeit, gemeinsam die Gleichstellung der Geschlechter voranzutreiben und ihre Attraktivität als Arbeitgeber in der Schweizer Wirtschaft zu steigern. Ausserdem arbeitet EqualVoice regelmässig mit Bildungsinstitutionen und Unternehmen an White Papers zu verwandten Themen zusammen. Im Dezember 2023 wurde das «EqualVoice Mindset»-Buch veröffentlicht, das die wichtigsten Schritte zur Reduzierung des Gender Visibility Gap beschreibt und praktische Instrumente zur Förderung der Diversität im redaktionellen Alltag bietet.

Begehrenswerter Arbeitsort

Ausbildung und Schulung

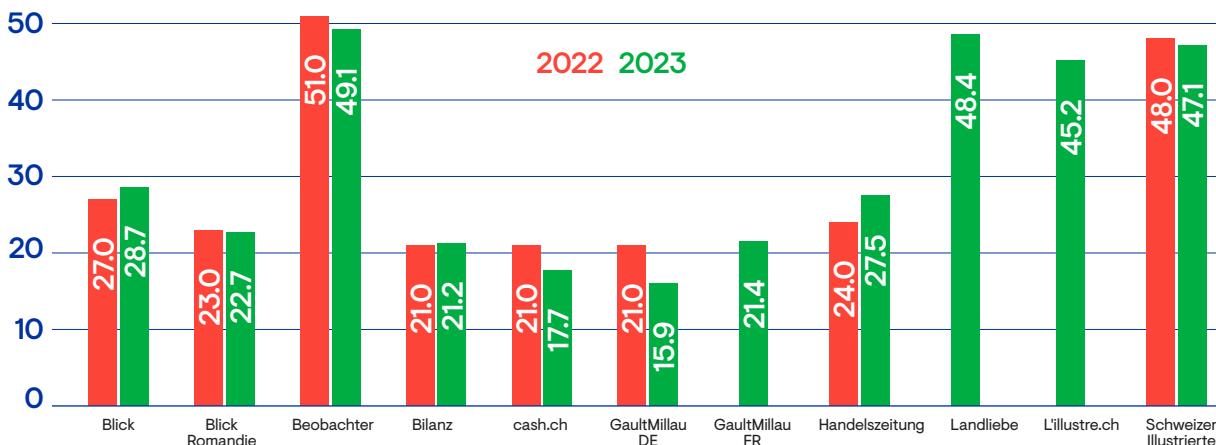
Die Ringier AG engagiert sich für die Aus- und Weiterbildung auf allen Ebenen. Zum Bildungsangebot der Ringier AG gehören das *MediaLab*, ein Schulungsprogramm für Journalistinnen und Journalisten, *PEAK*, eine Initiative zum Training von Führungskräften, *Feed Your Mind*, ein Angebot von einstündigen Webinaren mit Gastreferentinnen und -referenten, die *See & Learn Weeks* mit interaktiven Technologie-Sessions und das Expertise-Programm

mit ganztägigen Trainings zur Verbesserung von Fähigkeiten.

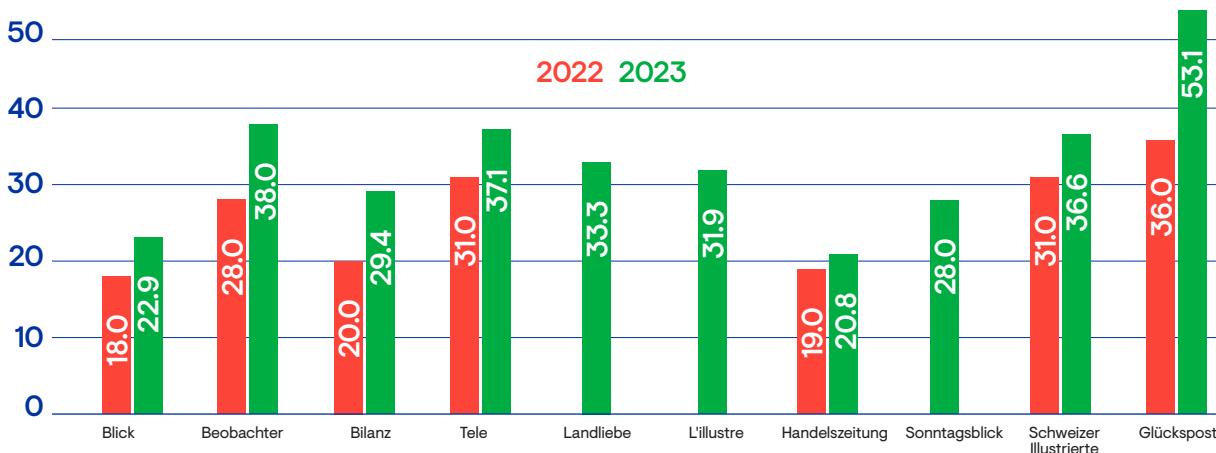
Ein besonderes Highlight ist die Förderung und Weiterentwicklung der Mitarbeitenden und des Schweizer Journalismus im Allgemeinen durch die *Hans Ringier Stiftung*. Die Stiftung beherbergt die *Ringier Journalistenschule*, die seit 1974 angehende Medienschaffende in allen journalistischen Disziplinen ausbildet.

Wohlbefinden am Arbeitsplatz

Bei der Ringier AG haben wir das Wohlbefinden am Arbeitsplatz in der Firmenkultur verankert. Wir gehen oft über die gesetzlichen Anforderungen hinaus und bieten eine 40-Stunden-Woche, flexible Arbeitszeiten, Möglichkeiten für mobiles Arbeiten, Teilzeitarbeitsmodelle, psychologische Beratung, fünf Wochen Ferien, die Möglichkeit für unbezahlten Urlaub und ein Fitnesscenter, das allen Mitarbeitenden kostenlos zur Verfügung steht. Die Ringier AG ist sich der Bedeutung der Unterstützung von Mitarbeitenden mit Familienpflichten bewusst und gewährt 16 Wochen bezahlten Mutterschaftsurlaub sowie 20 Tage Vaterschaftsurlaub.



EqualVoice Teaser Score Online



EqualVoice Teaser Score Printprodukte

