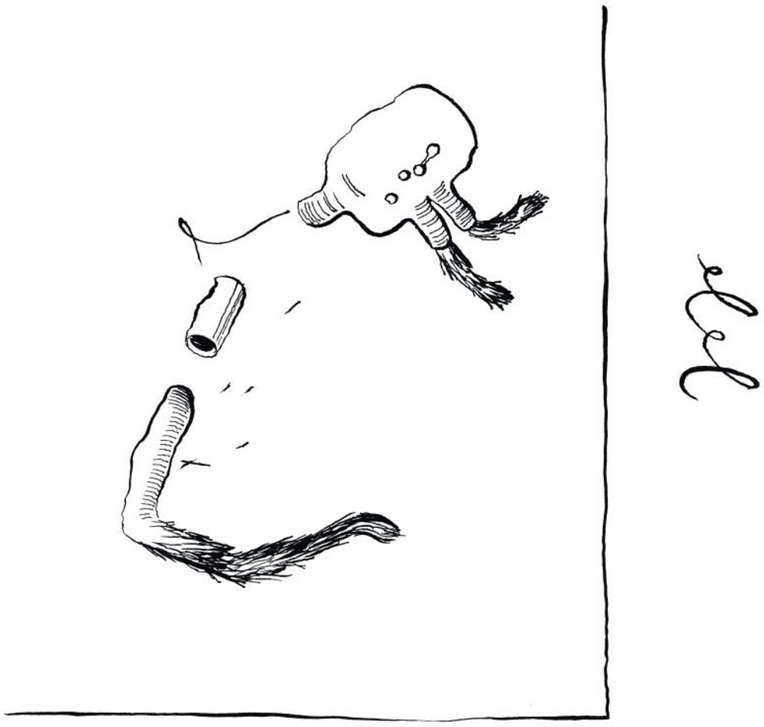
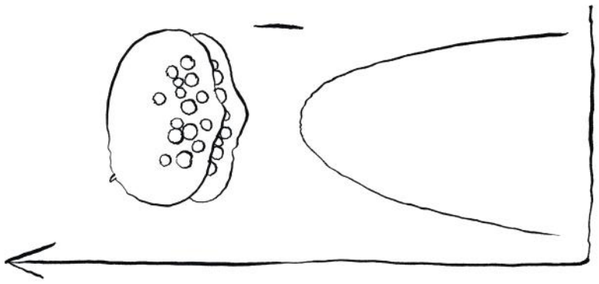
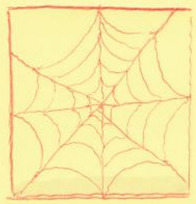
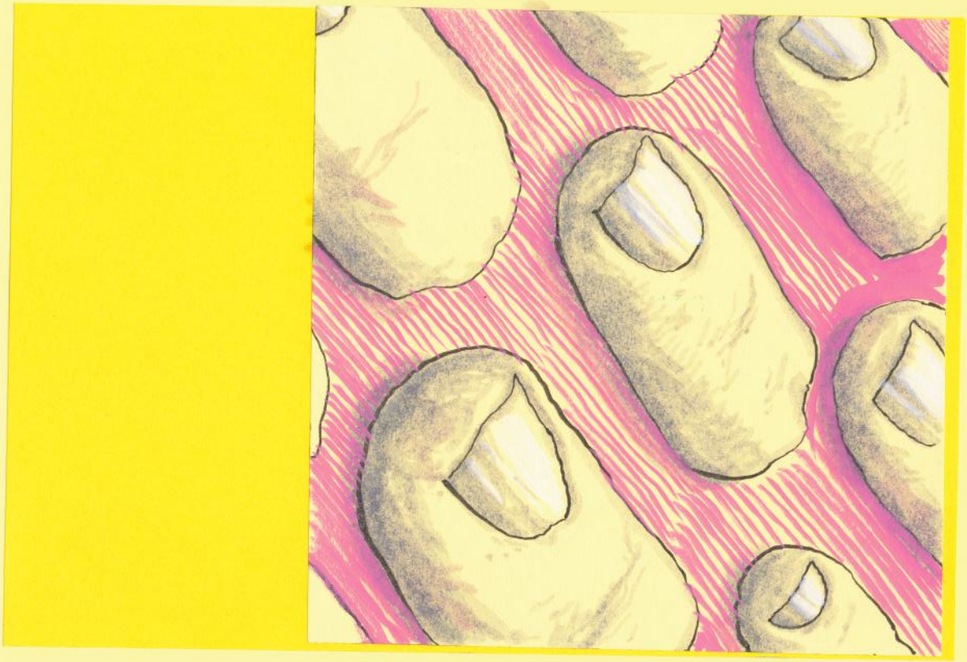
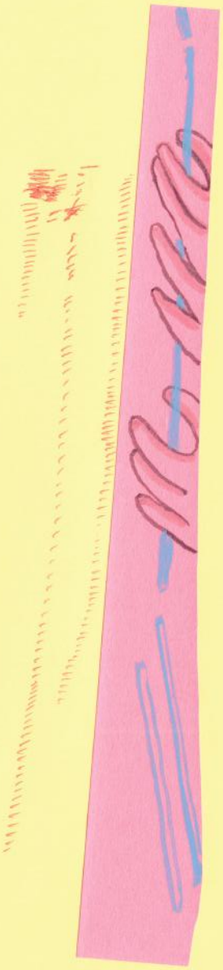




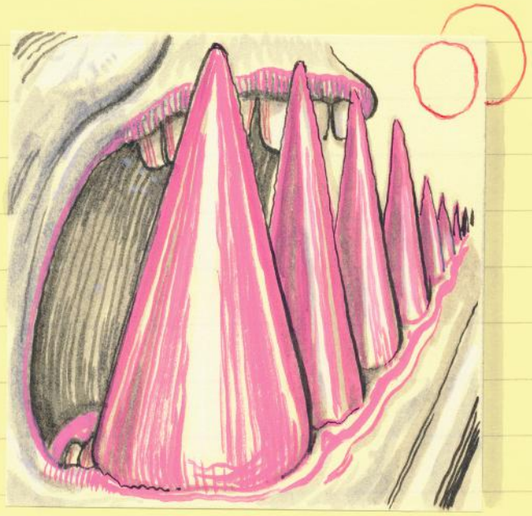




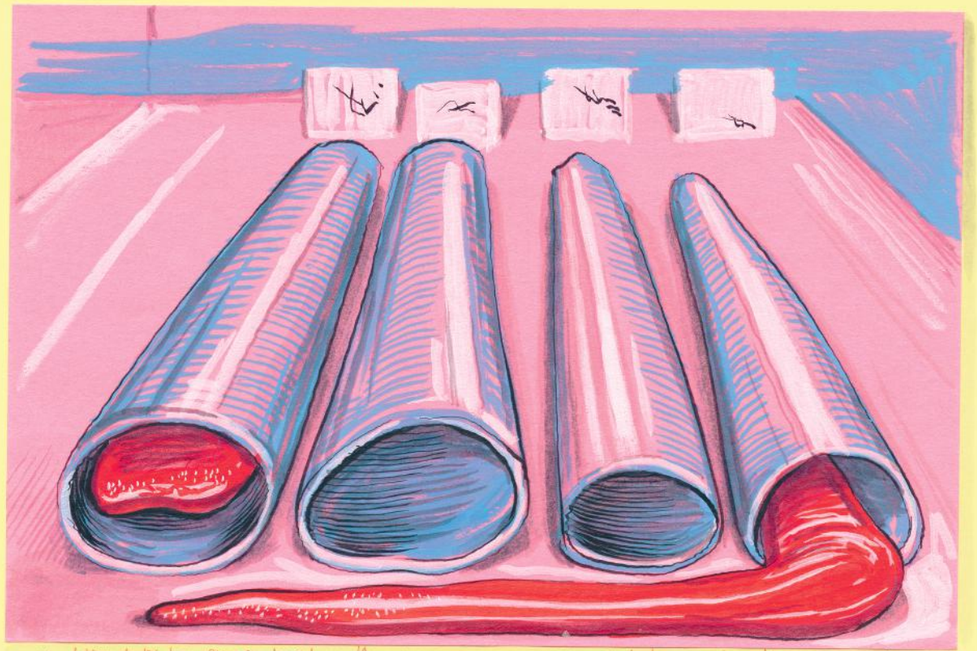


CONTENTS

Introduction – Ed Allen
Colour – Michael Clark
SUPHEAF 2020 – Mark Walton
2020 in Figures – Annabella Miller
Editorial Team – Emma A. Meyer
Editorial Policy
Contributing Artists
Marker pen drawing
Mapping a journey from previous form of labor
Poetry or lyrical non-fiction
Publishing Artists.

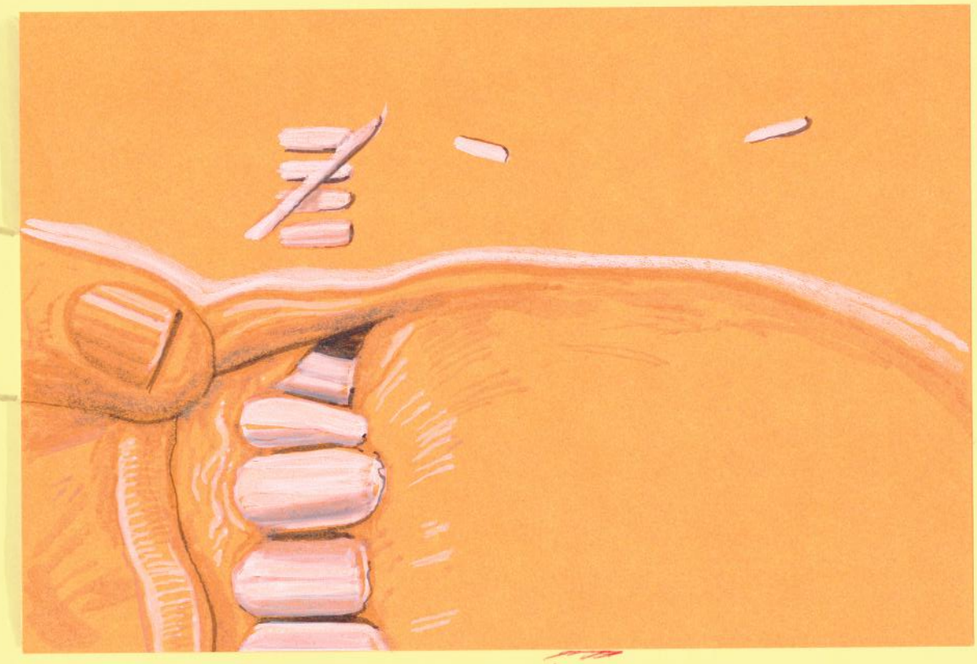


Introduction by Ed Atkins

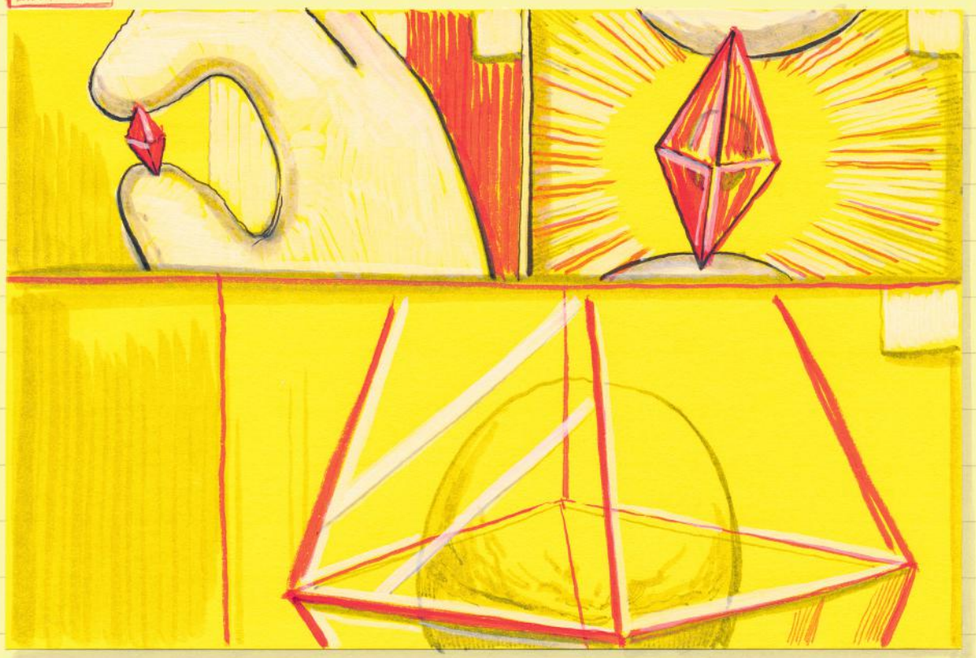


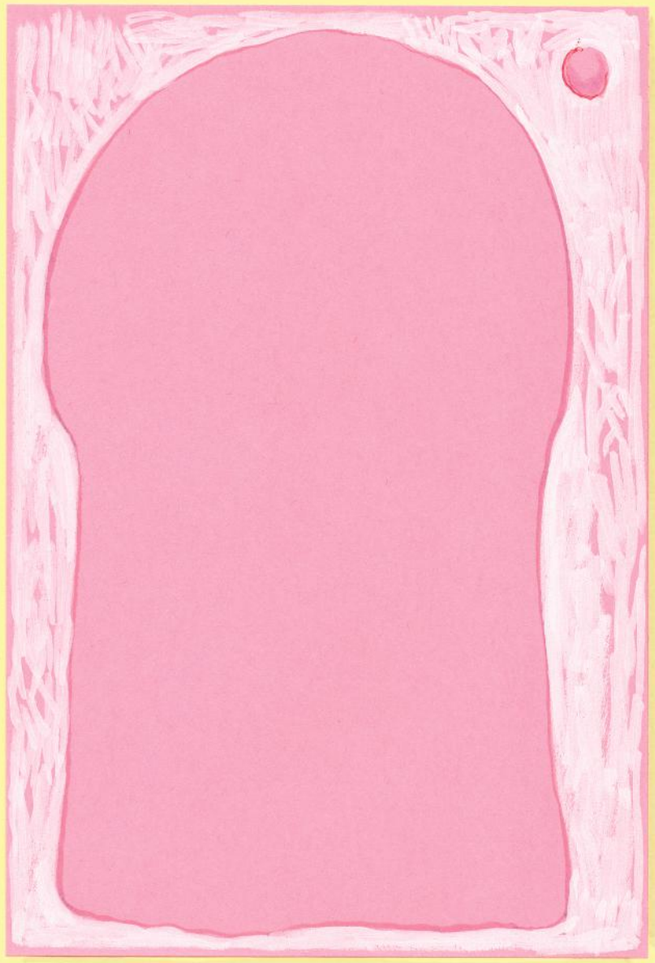
2020 doomed to be remembered as the exceptional, multifaceted horror show that it was. In lieu of pondering its peculiar representation an artist might reasonably expect to be entirely overwhelmed and disorientated. Hankering for a tight hermetic method, it would seem wise to avoid any direct approach and instead PRESUME your reception. Any work made in the shadow of 2020 will be indelibly marked by it and read accordingly, regardless the artist's attempt to wrestle with or eschew it.

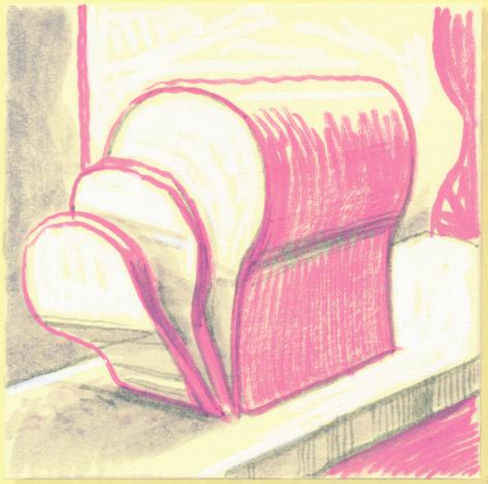
To be alive today is to consume, be consumed by, the deluge of media that seems to flatten the pandemic, the PROTESTS, the drama, fallen when reading, as well as fresh tables and bright colours sewn with tragedy and graphics relate data in a manner akin to a — much — WHAT? Perhaps everything that, to be honest, the 2020 Artist Report, a revenue of the art world, tempts expressing then, to be shunted on an essay that would include

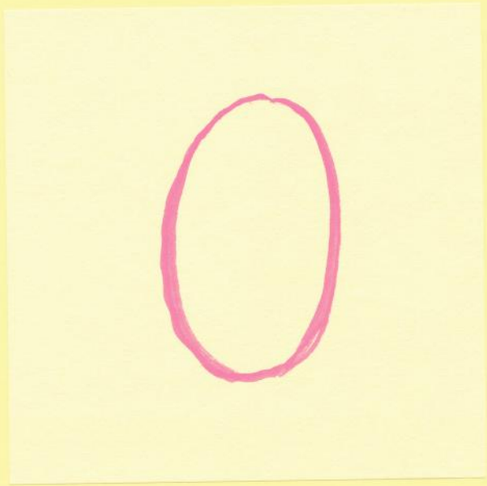


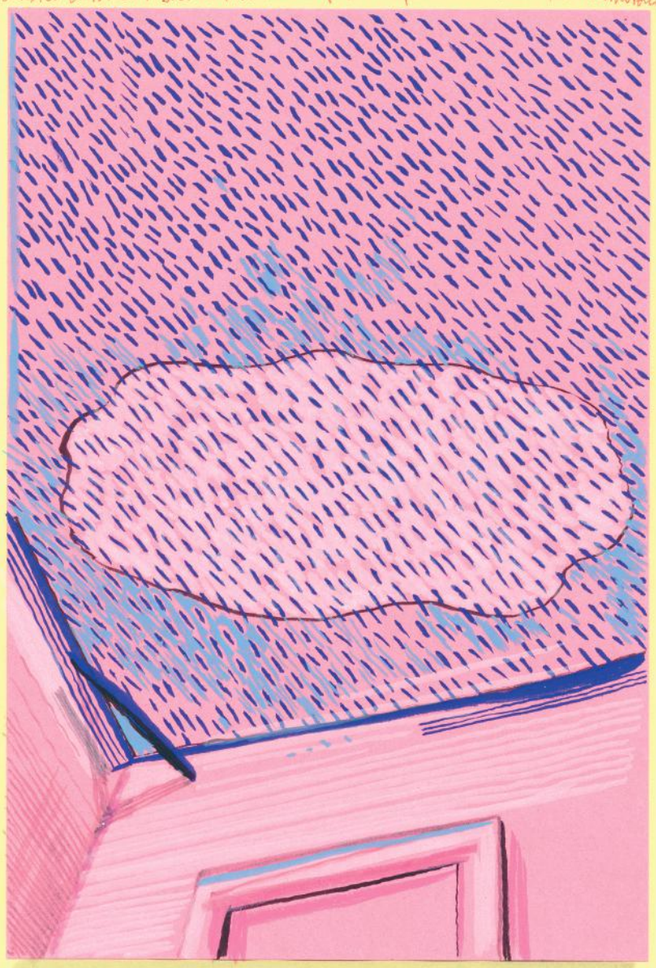
Break

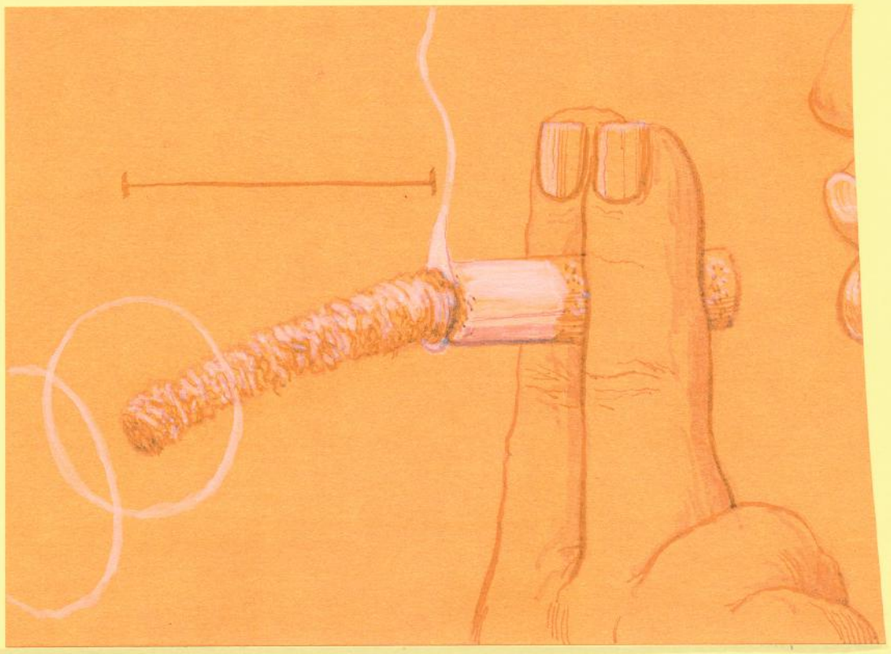


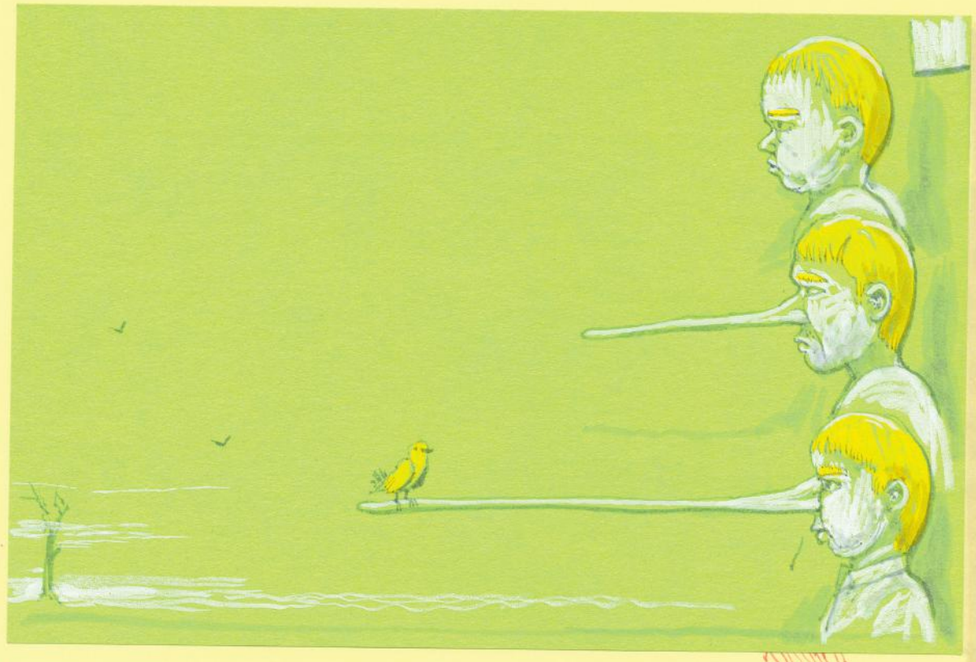


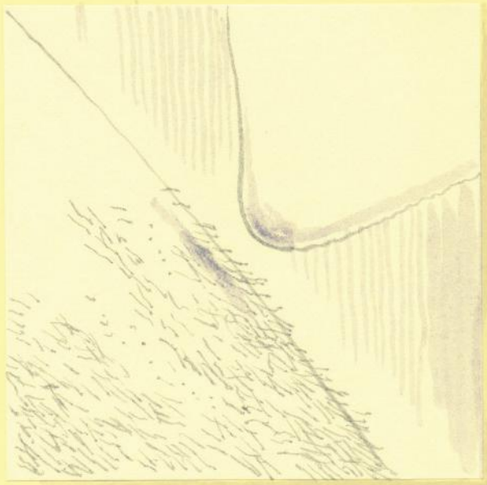


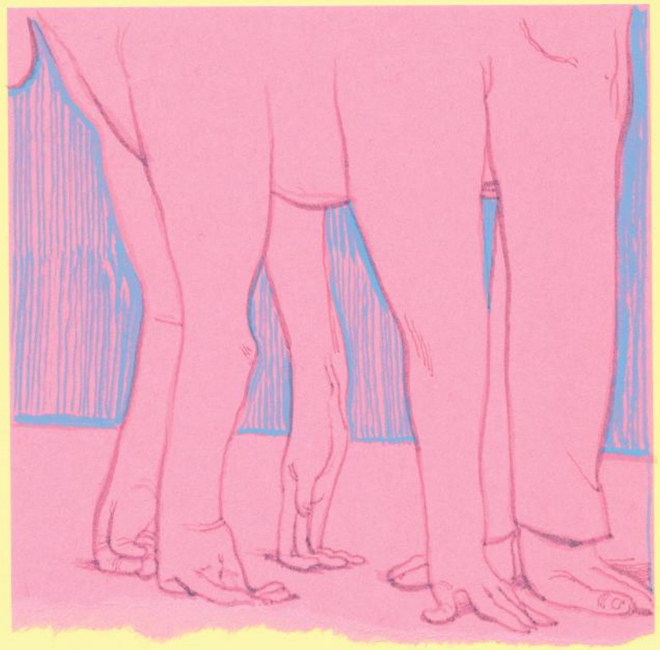


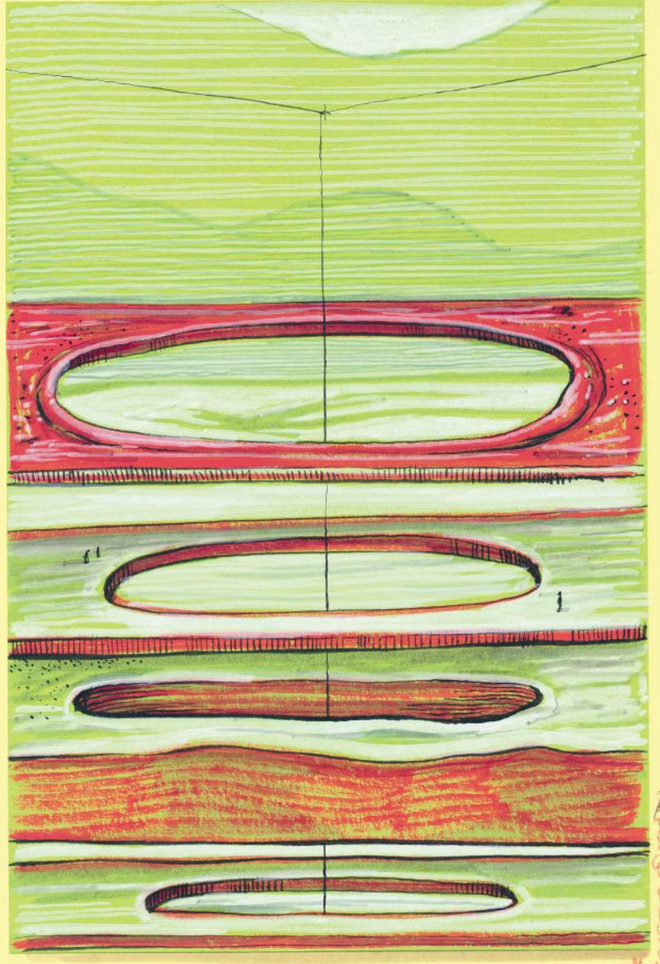


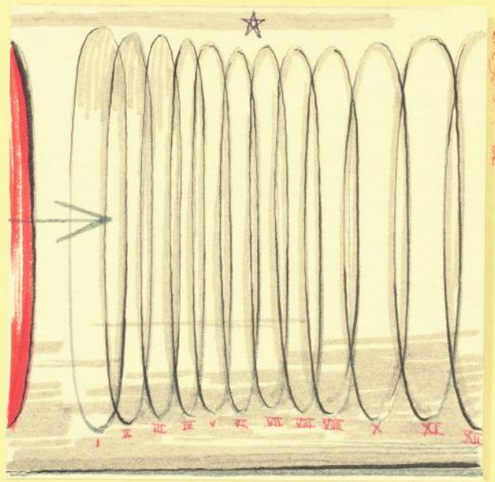












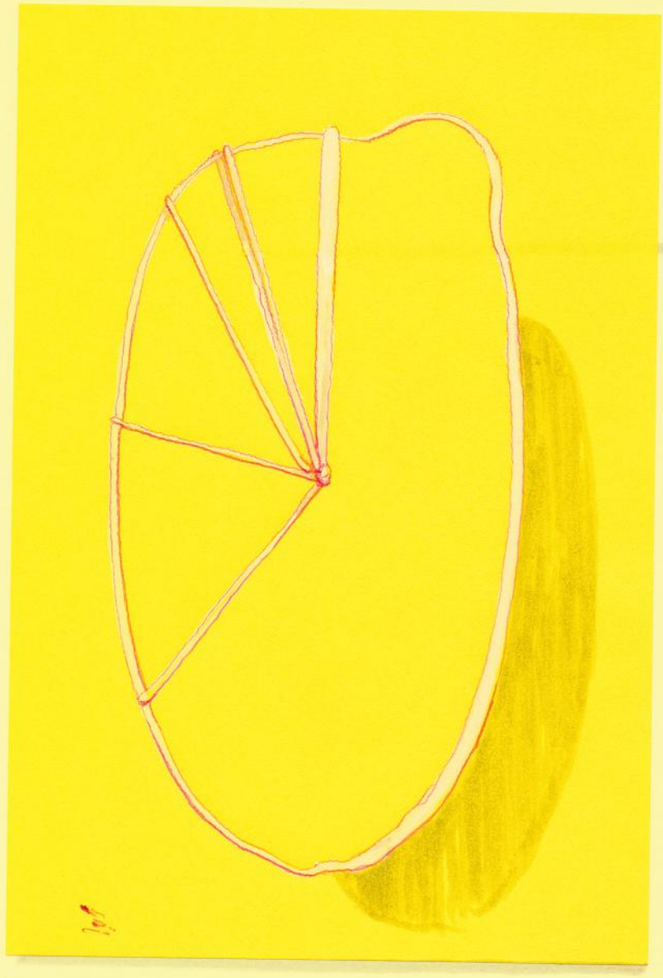
2020 REVENUE BY REGION
16% - ASIA & AFRICA
16% - EASTERN EUROPE
68% - SWITZERLAND.

2020 REVENUE BY SOURCE
57% - FROM DIGITAL
21% - FROM DISTRIBUTION
10% - FROM ADVERTISING
7% - FROM PRINTING AND OTHER MEDIA.

KEY FIGURES IN CHF MILLION

REVENUE BY REGION	2019	2020
	784.8	755.7
Switzerland	762.4	748.2
From Eastern Europe	18.3	16.6
From Asia & Africa	19.3	16.9
REVENUE BY SOURCE		
From digital media	484.8	433.7
From distribution	202.6	161.6
From advertising	121.6	79.3
From printing & other media	95.4	65.6
EBITDA	114.1	84.4
EBITDA margin	11.6%	8.8%

EMPLOYEES	2019	2020
Employees by region		
Switzerland	1197	1133
Eastern Europe	538	478
Asia and Africa	587	585



GROUP REVENUE BREAKDOWN IN CHF MILLION

	2019	2020
SWITZERLAND	762.4	748.2
From digital distribution	484.8	433.7
From advertising	202.6	161.6
From printing and other media	121.6	79.3
EASTERN EUROPE	18.3	16.6
From digital distribution	10.8	9.7
From advertising and other media	7.5	6.9
From printing activities	0.4	0.2
ASIA & AFRICA and other media	19.3	16.9
From advertising	19.3	16.9

EBITDA trends 2019-2020

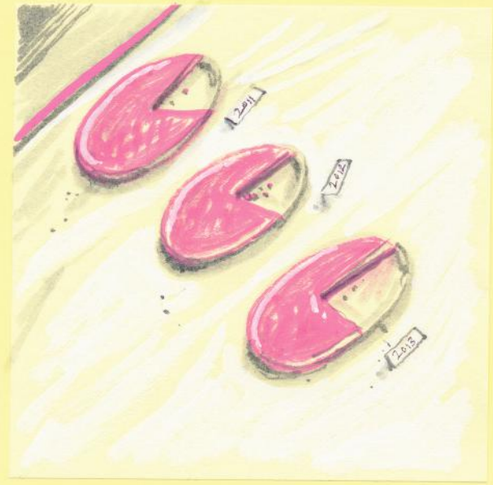
Digital revenues as percentage of total revenues

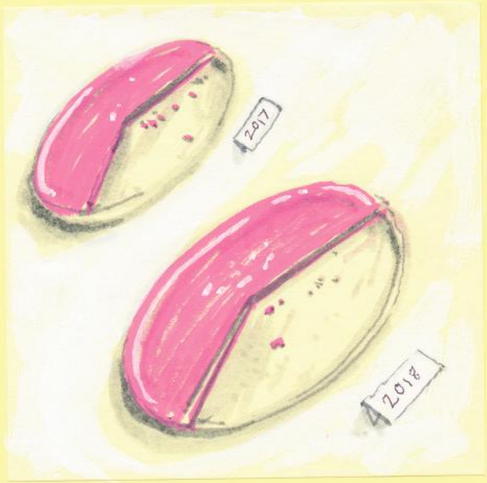
I - 12%
II - 18%
III - 72%

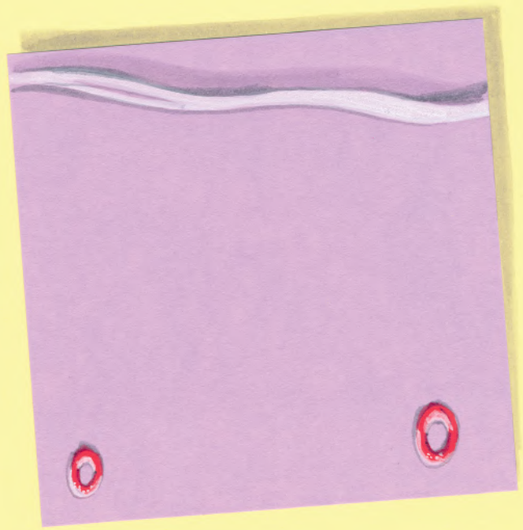
I - 9%
II - 22%
III - 69%

- EBITDA margin
- EBITDA
- Non-digital sales
- Digital media contribution

- Digital revenues
- Non-digital revenues



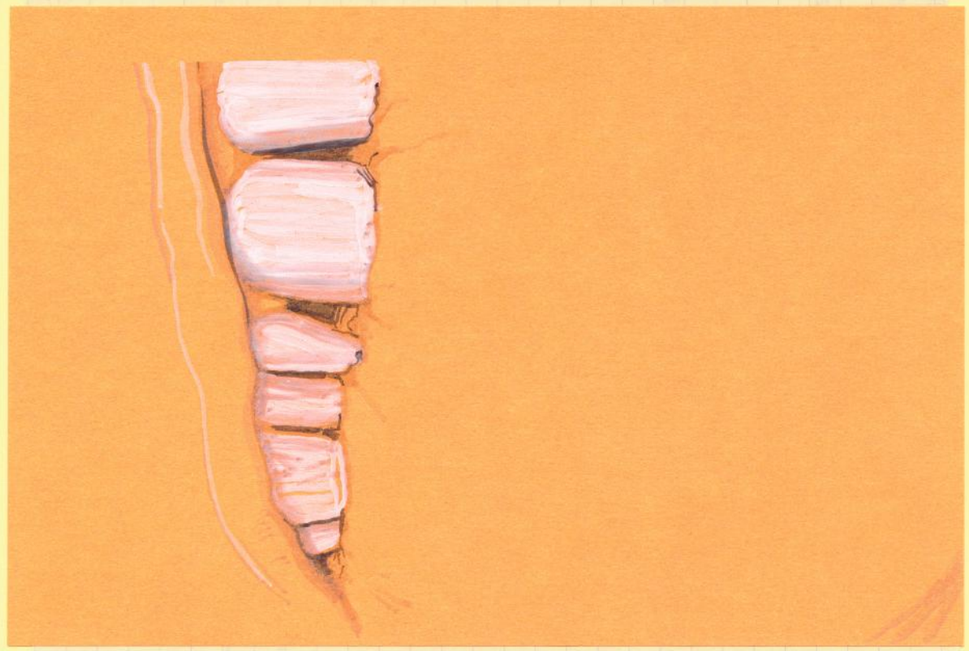




COUNT

1

1/20 21 22 23 24 25 26

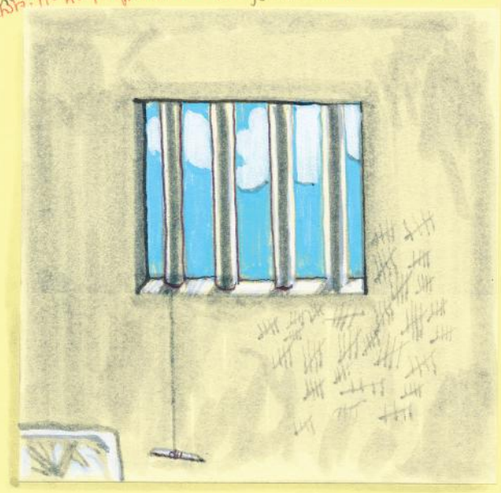


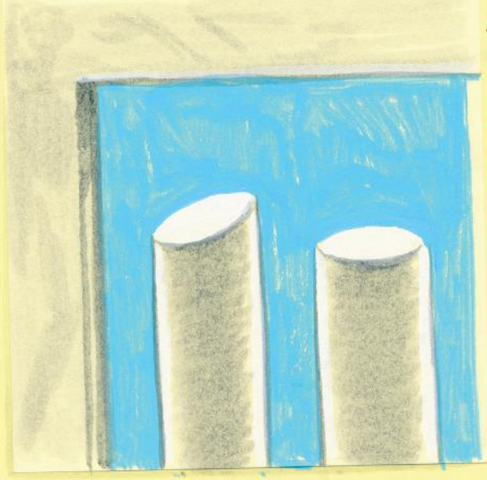
Epilogue
Frank A. Meyer, Publisher

Never have we been more we.
We citizens.
We patriots.
We individuals.
We journalists.
We people in the media do, we people in the streets. We all the everyday people out of partially covering — filled hands
[illegible] as we people in the media do, we people in the streets. We all the everyday people out of partially covering — filled hands
[illegible] "CORONA DENIERS!" "CONSPIRACY THEORISTS!" "RIGHT-WING EXTREMISTS!"

Have we journalists failed?

DER SPIEGEL [illegible] SCHMIDT-LUNA [illegible] JOURNALISM [illegible] DIE WELT [illegible] EMBARGO





Christoph Schwennicke, a well-known journalist and joint editor of BERLIN media posters, wrote an article in the daily DIE WELT warning of his colleagues' growing eagerness to belong: "We are running the risk of transferring the power of definition to ourselves. Out of feeling that we are the only ones who know what is right, and that is not only a dangerous, it is a systemic danger."

In the pandemic, which has brought creeping impacts in such a nasty way that had been hardly visible the media, [illegible] years previously [illegible] we are highly closing ranks — and those who won't toe the line are punished.

But democracy is not communality.
Democracy is society. And society is difference.
Pluralism, it's lived liberality — it's difference.
Diversity of opinion and difference — and it's
that, it's what an open society is — and it's
unthinkable without journalism. So, it is our job to represent ourselves,
to give them shape. Journalists are the architects of political thinking,
of democratic debate, of civic information.

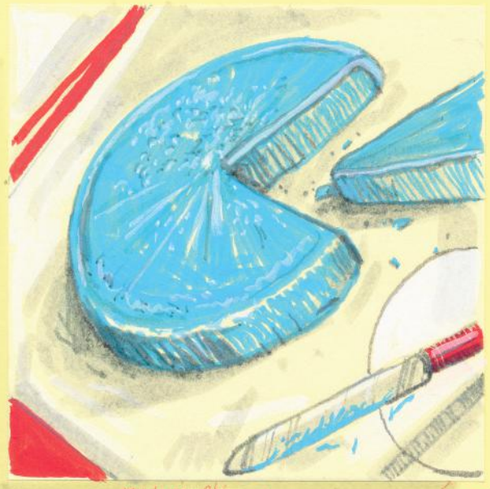
Ethics has to do with beauty.
And indeed, democracy is the most
beautiful thing in the world, because it means the freedom of the
individual, the freedom of the human being, of the
journalism: the FIDUCIARY of this freedom.
So, it is nothing.

Bingier			
Bild	Tabloid Sunday Newspaper	953 444	
Sonntags Bild		115 960	
Bingier Axel Springer Schweiz			
Berlinerin	Consumer magazine	289 620	1165 585
Blanz	Business magazine	37 579	
Bilero	Trade magazine / supplement		
	Financial news		1122083
Cosmopolitan	Business magazine	114847	79083
Glückspost	Lifestyle magazine	18452	
Glückspost Super Rätsel	Food channel		315713
Gewinnwillw. ch	Hobby magazine	37 700	344 500
Handelszeitung	Celebrity magazine	34 885	228 585
Illustrierte	Country-life magazine	177 569	7809
Landliebe	Business magazine	18971	85966
ONE Magazine	Celebrity magazine	127 027	1960000
Schweizer Illustrierte	Fashion design magazine		
Single*	Reading magazine	92770	26712
Streaming**	TV-schedule magazine	32473	57217
Tele	Daily Newspaper		2104883
Tele Temps	TV-schedule magazine	53424	
TV 2	TV-schedule magazine	57061	
TV 8	TV-schedule magazine	18708	
TV Star	TV-schedule magazine	11573	
TV Vier	TV-schedule magazine		
TV Land & Lieb	TV-schedule magazine		
TV Zeitung			
Entertainment			
WEBSITES			
Energy.ch			223 200
Tvtelis.ch			28700
Vigong.ch			65300
Bingerjects.ch			
RADIO			NET REACH
Energy Basel			81000
Energy Bern			137000
Energy Zürich			57000
Energy Zürich			253000
Jetzt Radio			19100
Radio Pilatus			49000
Voyage Radio			108000
EVENTS			
Energy Air			
Energy Camp			
Energy Live (Academia)			
Energy Live Night			
Energy Tour			
PUBLISHING SERVICES			
Farmer's Publishing Technology & Services			
Axel Springer Schweiz			
Axel Springer Advertising			
Axel Springer AG			
INTERNATIONAL STEINER MEDIA AG			
POLAND			
Aktualności			70 746
Aktualności Onet			539 374
Aktualności Onet Pasta			608520
Auto Image Art	Car magazine	19371	
Auto Image Kosmetyka	Car magazine	11880	
Auto Image Motoring	Car magazine	7424	
Autosuma.pl	Car magazine	14917	
Autosuma.sfr.com.pl			104 93 280
Bankier.pl	Tabloid	159026	
Bankier.com.TV	Lifestyle supplement	28167	859 220
Fakt	TV supplement	257 259	
Fakt Dobre Chwile			
Fakt TV	News magazine	20629	
Fakt.pl		9470	
Fakt Folder.pl			

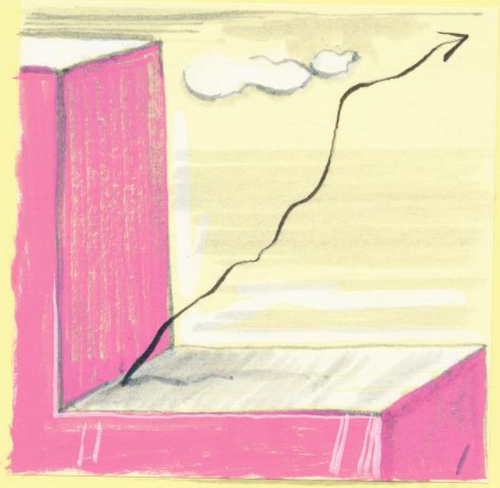
* publication ceased in 3th quarter 2020 ** Launched in 4th quarter 2020 x sold in 4th Quarter 2020.

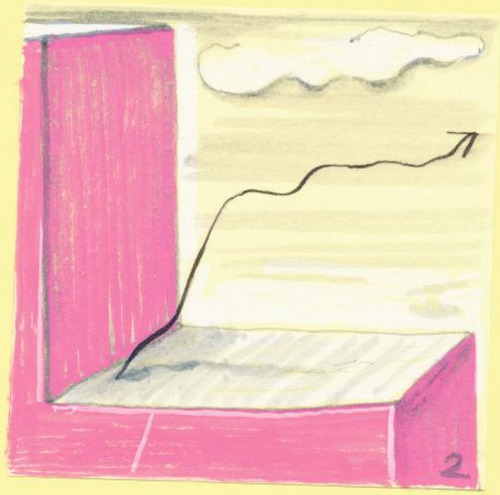
PUBLISHING PORTFOLIO

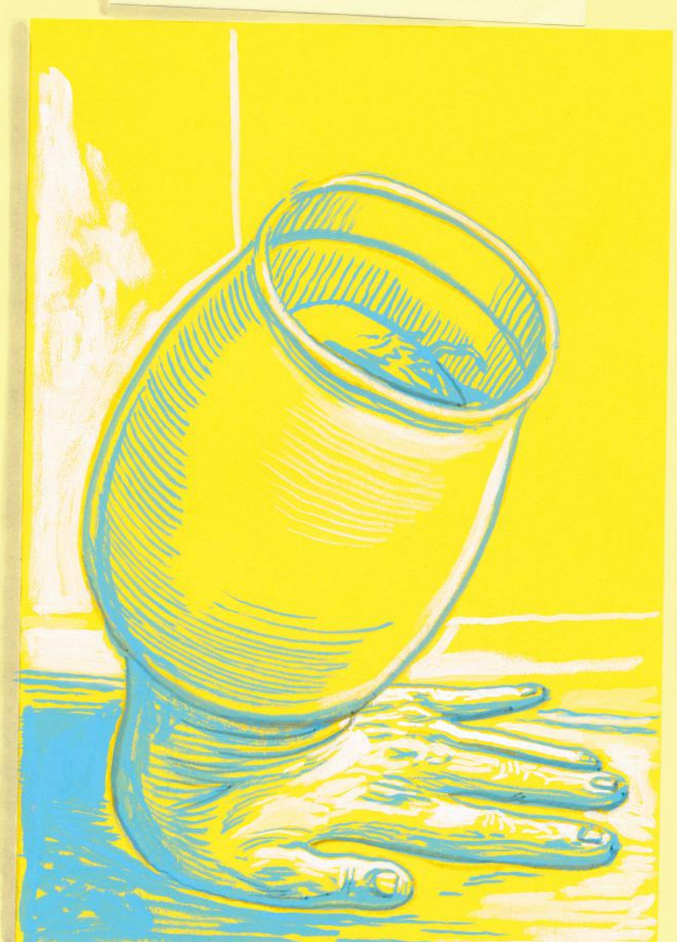
Distributed Circulation 2018	Unique users per month
	31 05 000



Kuchenpfl	Computer magazine	24749	4543 776
Komputer Junat			
Komputer Junat	Computer magazine	17001	1267758
Tuba Niezależnik			9193486
Viedo.pl			
Medium.com	Business magazine	12599	
Newsweek Kurzweil	News magazine	75[illegible]	
Newsweek Learning Engine	Magazine		
Newsweek Polska			
Newsweek Polska Extra	Magazine	16985	
Newsweek Polska Extra	Magazine	16[illegible]	
Newsweek Extra Lifeline	Health guide	16[illegible]	
Newsweek Extra Wellness		4243	
Newsweek Pytania			
Newsweek.pl			3216684
Onet.pl			1240056
Onet.pl Strona główna			2952796
Onet. News	News portal		4375188
Onet. Wiadomości	News portal		15720246
Onet. Facet	News portal		15522658
Onet. Film	News portal		978642
Onet. Motoryzacja	News portal		350400
Onet. Podróże	News portal		4543560
Onet. Kultura	News portal		1677786
Onet. Moda	News portal		4677845
Onet. Moje	News portal		2267574
Onet. Gotuj	News portal		1077594
Onet. Poradnik	News portal		871022
Onet. Pod zapytaj	News portal		54888
Onet. Poczta	News portal		2312078
Onet. Pogoda	News portal		1755[illegible]258
Onet. Programy TV	News portal		4667[illegible]06
Onet. Sport	News portal		3775786
Onet. Technologie	News portal		3780156
Onet. Uczelnie	News portal		1770194
Onet. Wydarzenia	News portal		1584398
Onet. Zdrowie	News portal		1408740
Onet.pl			1[illegible]
Plotek.pl			1[illegible]
Przegląd Sportowy.pl	National sports daily	1871	3[illegible]2
Przegląd Sportowy.pl			1[illegible]12
Prawo.pl			1[illegible]740
Prawo.pl			2[illegible]78
Prawo.pl			5[illegible]58
Prawo.pl			
Prawo.pl			
Prawo.pl		

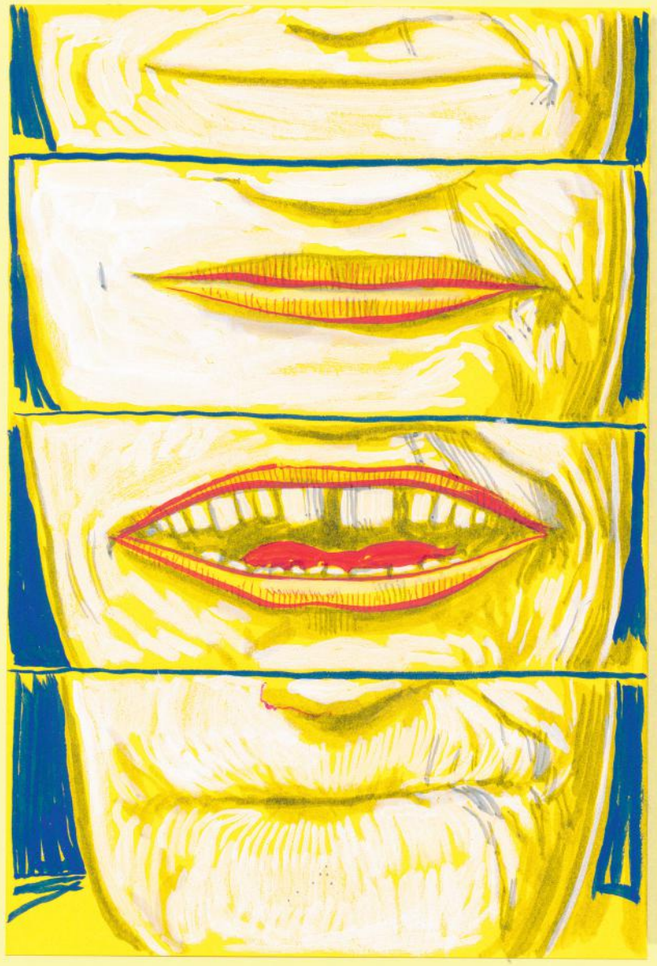


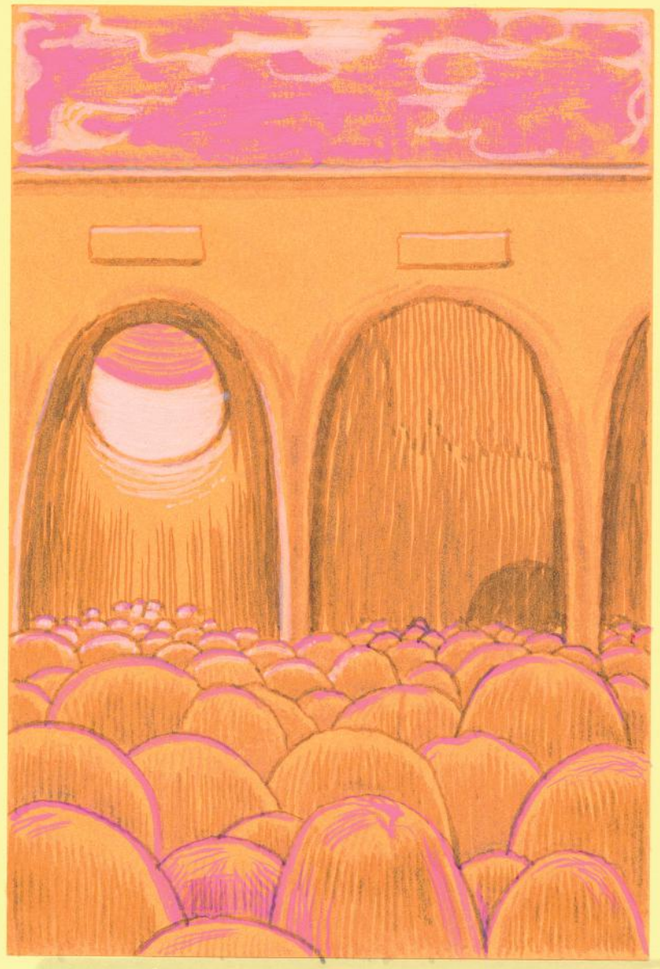




MARK SHEIP COMPANY
Equity interest on 17.12.2019.

COMPANY	percentage
SWITZERLAND	
Axel Springer Schweiz AG, Zürich	100
Axel Springer Media AG, Zürich	100
Axel Springer Media Holding AG, Zürich	100
Axel Springer Media Holding AG, Zürich	100
Axel Springer Schweiz AG, Zürich	100
Axel Springer Schweiz AG, Zürich	100
Axel Springer Schweiz





BOARD MEMBERS

Board of Directors
Michael Mangier
Chairman

Dr. Ulf Schumann
Deputy Chairman

Friedrich Gepple Board

Wilhelm Gepple Board

Reinhard Gepple Board

Andreas Gepple Board

Wolfgang Geppe Board

Roman Geppe Board

Group executive board

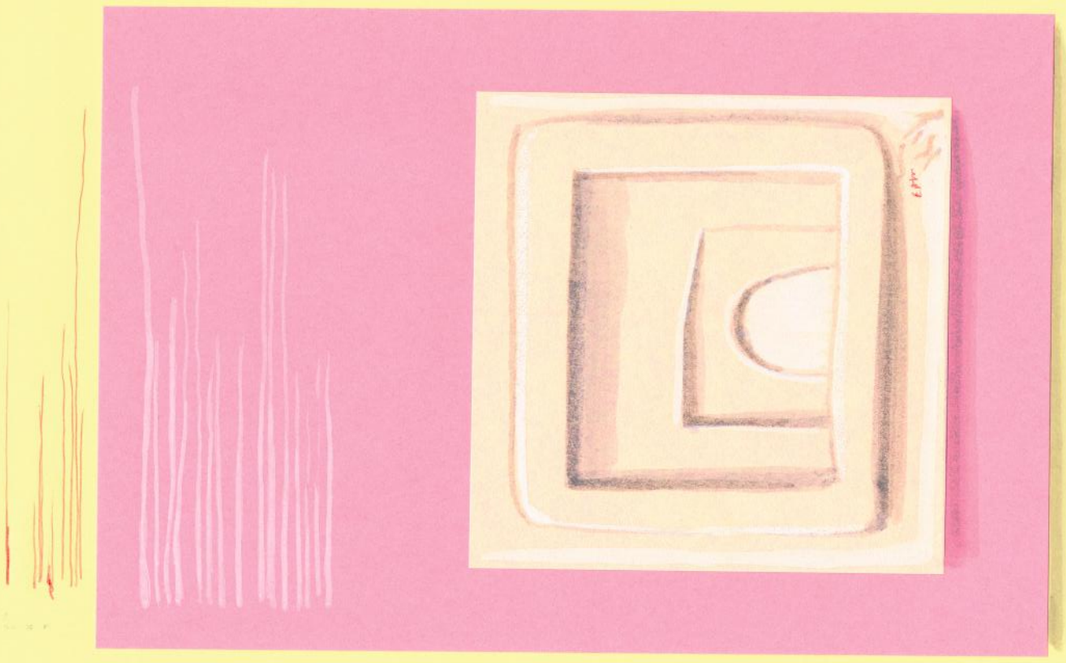
Michael Mangier
Chief Executive Officer and Managing Partner Rigier AG

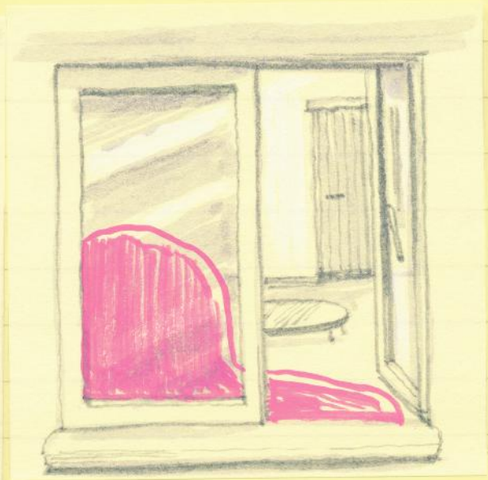
Dr. Annabelle Geppe
Chief Financial Officer Rigier AG

Alexander Geppe Board

Lady Heather Richard Mangier Rigier AG and CEO Blim Group

Axel Kenneth Richard Mangier Rigier AG.





Ringier Annual Report

Ringier Jahresbericht

2020

Ringier

Contents

Introduction – Ed Atkins, Artist 04

Prologue – Michael Ringier, Publisher 06

Our Year 2020 – Marc Walder, CEO and Managing Director 08

2020 in figures – Dr. Annabella Bassler, CFO 18

Epilogue – Frank A. Meyer, Publicist 26

Ringier Global Media 30

Ringier Global Marketplaces 36

Major group companies 40

Organization 42

Locations across the globe 43

Publishing details 44

Introduction

by Ed Atkins, Artist

2020's doomed to be remembered as the exceptional, multifaceted horror show that it was.

In simply pondering its possible representation an artist might reasonably expect to be entirely overwhelmed and dissuaded, however slight her method. Indeed, it would seem wise to avoid any direct approach and instead presume your cooption: any work made in the shadow of 2020 will be indelibly marked by it and read accordingly, irrespective of the artist's attempt to wrestle with or eschew it.

Still, to be alive today is to consume and be consumed by the deluge of media that claims to render the pandemic, the protests, the wars, the paranoias – the innominate loss – as somehow digestible content. Infographics relate death in a manner akin to a drawing of a black hole, and animated text-crawls subtitle war zones with FTSE crashes and resurgent R numbers. It's too much, even when regurgitated as soundbites and bright colours.

What a wonderful-terrible opportunity, then, to be invited to design the 2020 Ringier annual report: a document of such wild specificity and total irrelevance to me that is, nevertheless, an extraordinary means of accurately relating an aspect of 2020. It's precisely the combination of broad irrelevancy and statistical scrupulousness that lends the document such a peculiar pleasure to the outsider – specifically in relation to a year like no other; specifically in relation to everything else that so defined 2020 for the world at large.

Not that Ringier is in any way siloed from the effects of the pandemic, say, but that its annual report's purpose supersedes the kind of crippling sentiment that floods most unrequited representations of the year. It's amazing to encounter such an original take on a year suffocated by hot takes. If 2020 was a singularly globally homogeneous year – a year where a vast majority of the world's population found themselves in a superficially similar situation – then one company's annual report reminds us that our normalcy, our precious discreteness from before, might better be understood as a kind of angled sameness, and that the similarities of our suffering were as superficial as our privilege. As in: not at all.

I decided to write the annual report out by hand. Likewise, I wanted to hand draw the graphs and infographics that illustrate the company's progress through the year. I suppose, in some way, I wanted to translate the hyper-specificity of the document into another kind of crazed particularity in order to excessively underline it: I thought to push a fantasy that this annual report was written by one person, by hand – a kind of compulsive, occult pouring forth – and that this document would be a facsimile of that frenzied outpouring.

The very consistency of an annual report feels crazy to me right now, symbolizing, as it does, a normalcy that it's hard to feel. And yet, like any kind of journal, this report provides us with a clear-eyed document of the year 2020. The year everything and nothing changed, and all we seemed to want – desperately and desperately sadly – was a return to the norm.

Einleitung

von Ed Atkins, Künstler

2020 ist dazu verdammt, als jene aussergewöhnliche, mannigfaltige Horrorshow in Erinnerung zu bleiben, die es war.

Beim blossen Nachdenken über seine mögliche Darstellung könnte man als Künstler vernünftigerweise erwarten, völlig überwältigt und abgeschreckt zu werden, egal wie schlicht die Herangehensweise auch sein mag. In der Tat scheint es ratsam, jeden direkten Ansatz zu vermeiden und stattdessen vorauszusetzen, dass Sie gleicher Ansicht sind: Jedes Werk, das im Schatten von 2020 entstanden ist, wird unauslöschlich von diesem Jahr geprägt sein und entsprechend gelesen werden, egal ob der Künstler versucht, damit zu ringen oder ihm auszuweichen.

Doch wer heute lebt, der verschlingt und den verschlingt die Medienflut, die behauptet, die Pandemie, die Proteste, die Kriege, die verschiedenen Formen von Paranoia – den namenlosen Verlust – als irgendwie verdaulichen Inhalt zu vermitteln. Infografiken erzählen vom Tod in einer Weise, die der Zeichnung eines Black Hole ähnelt, und animierte Laufschriften untertiteln Kriegsgebiete mit einbrechenden Börsenkursen und wieder hochschnellenden R-Werten. Es ist zu viel, selbst wenn es in Form von Sprechblasen und in bunten Farben wieder ausgewürgt wird.

Was für eine wundervoll-schreckliche Gelegenheit also ist da die Einladung, den Ringier Jahresbericht 2020 zu gestalten: ein Dokument, das zugleich wahnsinnig spezifisch und für mich völlig irrelevant ist, das aber nichtsdestotrotz ein aussergewöhnliches Mittel ist, um einen Aspekt von 2020 genau zu erzählen. Es ist just die Kombination aus weitgehender Irrelevanz und statistischer Hochpräzision, die das Dokument für den Aussenstehenden zu einem so eigentümlichen Genuss machen – gerade in Bezug auf ein Jahr wie kein anderes; gerade in Bezug auf alles andere, das 2020 für die Welt im Ganzen so definiert hat.

Nicht, dass Ringier etwa in irgendeiner Weise von den Auswirkungen der Pandemie abgeschottet wäre, sondern dass der Zweck des Jahresberichts jene Art von lähmenden Gefühlen verdrängt, von denen die meisten unverlangten Darstellungen dieses Jahres triefen. Es ist verblüffend, einer so originellen Sichtweise auf ein Jahr zu begegnen, das unter lauter umstrittenen Sichtweisen erstickte.

Wenn 2020 ein einmalig global homogenes Jahr war – ein Jahr, in dem sich die grosse Mehrheit der Weltbevölkerung in einer oberflächlich ähnlichen Situation befand –, dann erinnert uns der Geschäftsbericht eines einzelnen Unternehmens daran, dass unsere Normalität, unsere kostbare Eigenständigkeit von vorher, vielleicht besser als eine Art angedeutete Gleichheit zu betrachten wäre und dass die Ähnlichkeiten unseres Leidens ebenso oberflächlich waren wie unser Privileg. Nämlich: ganz und gar nicht.

Ich habe beschlossen, den Jahresbericht von Hand zu schreiben. Ebenso wollte ich die Diagramme und Infografiken, die den Fortschritt des Unternehmens im Laufe des Jahres illustrieren, von Hand zeichnen. Ich wollte vermutlich in gewisser Weise die Hyperspezifität des Dokuments in eine andere Art von verrückter Eigentümlichkeit übersetzen, um sie übermässig herauszustreichen: Ich wollte die Fantasie forcieren, dass dieser Jahresbericht von einer einzelnen Person von Hand geschrieben wurde – in einer Art zwanghaftem, okkultem Erguss – und dass dieses Dokument ein Faksimile dieses fieberhaften Ergusses wäre.

Die schiere Konsequenz eines Geschäftsberichts kommt mir derzeit verrückt vor, symbolisiert sie doch eine Normalität, die nur schwer zu spüren ist. Und doch bietet uns dieser Bericht, wie jede Art von Geschäftsbuch, ein scharfsichtiges Zeugnis des Jahres 2020. Dieses Jahres, in dem sich alles und nichts geändert hat und in dem wir offenbar nichts anderes wollten – verzweifelt und verzweifelt traurig – als eine Rückkehr zur Normalität.

Prologue

Michael Ringier, Publisher

For almost 45 years, the Association for the German Language has been choosing the «Word of the Year». Its selection of last December basically sums up the year 2020. The winner was «coronavirus pandemic» and the runner-up was «lockdown». A year we'd all like to forget about, just as the German radio comedian Mike Lehmann used to sing in the 1990s: «Kannste abhaken» («Good Riddance»).

As far as the financial results are concerned, I'm happy to do that. 2020 was probably the most difficult year for Ringier that I can remember. You'll find the details on the following pages of this report. But it's not just the financial side that has come under pressure. One item of crucial importance to journalism has suffered a lot of abuse in this pandemic year: I'm talking about the truth. The flood of lies, nonsense, hogwash and deception that was spread around, especially via social media, certainly reached pandemic proportions. Unlike Covid-19, however, this is an illness for which the remedy has long been available: journalism that is based on research, built on facts and tries to get close to the truth.

But as with Covid-19, there are a considerable number of people who don't want to be immunized. All the more reason why it remains one of our company's central duties to uphold journalistic standards – and to implement them even where the governments themselves would rather believe in their own conspiracy theories.

But even after this horrific year, I would like to take a cue from a lyric by the Swiss band Baby Jail. Their refrain was «Du muesch s'Positive gseh» («You gotta look at the good side»). And there is something that made the shareholders and the Board of Directors of this company particularly happy. Our staff were at the top of their game in these difficult times. Thanks to their enormous efforts and their great loyalty, the economic fallout has stayed within limits. And so, a huge «thank you» goes out to all of them. This also applies to the artist Ed Atkins, who decided to write the texts of this annual report by hand. What a wonderful idea and how very fitting for a year that has reduced so many things to absurdity.

Prolog

Michael Ringier, Verleger

Seit bald 45 Jahren wird das «Wort des Jahres» von der Gesellschaft für deutsche Sprache gekürt. Die Wahl im letzten Dezember sagt eigentlich alles über das Jahr 2020. Auf Platz 1 landete «Corona-Pandemie» und auf Platz zwei «Lockdown». Ein Jahr zum Vergessen also, ganz so wie Mike Lehmann, eine deutsche Radio-Comedy-Figur schon in den 90er Jahren gesungen hat: «Kannste abhaken».

Was die Zahlen betrifft, mache ich das gerne. 2020 war für Ringier wohl das schwierigste Jahr, an das ich mich erinnern kann. Die Details dazu gibt es auf den folgenden Seiten dieses Berichts. Aber nicht nur die Zahlen sind unter Druck geraten. Ein Kriterium, das im Journalismus eine zentrale Rolle spielt, ist im Pandemiejahr zum Teil schwersten Misshandlungen ausgesetzt worden: Ich rede von der Wahrheit. Was da an Lügen, Unsinn, Quatsch und Irreführung vor allem über Social Media verbreitet wurde, hatte durchaus pandemische Auswüchse. Im Gegensatz zu Corona ist das Gegenmittel allerdings schon längst erfunden. Es ist Journalismus, der recherchiert, auf Tatsachen aufbaut und versucht, sich der Wahrheit anzunähern.

Aber wie bei Covid, gibt es auch hier eine beträchtliche Anzahl Menschen, die sich nicht immunisieren lassen wollen. Umso mehr bleibt eine der zentralen Aufgaben unseres Unternehmens, die journalistischen Standards hochzuhalten – und sie auch dort umzusetzen, wo sogar Regierungen lieber an ihre eigenen Verschwörungstheorien glauben.

Aber selbst nach diesem Horrorjahr möchte ich mich an einem Text der Schweizer Band Baby Jail orientieren. Ihr Refrain hiess «Du muesch s'Positive gseh». Und da gab es etwas, worüber sich die Aktionäre und der Verwaltungsrat dieses Unternehmens ganz besonders gefreut haben. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind in diesen schwierigen Zeiten zur Höchstform aufgelaufen. Dank enormem Einsatz und grosser Loyalität konnte der wirtschaftliche Schaden in Grenzen gehalten werden. Deshalb ein riesiges «Dankeschön» an alle. Das geht auch an den Künstler Ed Atkins, der sich entschieden hat, die Texte dieses Jahresberichts von Hand zu schreiben. Was für eine wunderbare Idee und sehr passend zu einem Jahr, das vieles ad absurdum geführt hat.

Our Year 2020

Marc Walder, CEO

I remember it as if it were yesterday.

It was a year ago exactly, as I am writing these lines, that I had a long telephone call with Antonio Hodgers, the President of the Geneva Government Council. Tuesday afternoon, 25 February 2020.

The coronavirus still seemed a long way away. In fact, it was far closer: it had already arrived in Northern Italy. Three days earlier, it later emerged, the country had had its first Covid-19 fatality – a 78-year-old man with a pre-existing medical condition.

President Hodgers had one overriding concern: what should we do about the coming 2020 Geneva International Motor Show, a genuine mega-event that draws hundreds of thousands of visitors to the city's Palexpo centre from all over the globe?

From today's perspective, the discussion was a formality. Cancel, of course. Right away. No question.

Back then, though, at the outset of the European spread of this mysterious virus, it was a highly complex debate. For Hodgers, a seasoned and sensitive politician, there was clearly so much at stake – in economic, medical and societal terms, and politically, too. Cancel the Motor Show? Now? Who would do that? Who would dare to?

Three days later, on the Friday, Geneva's great motoring meet was cancelled. Along with every other event in Switzerland attracting more than a thousand attendees. By order of the Swiss Federal Council.

That Tuesday, after my intense phone call with Hodgers, I convened our Ringier Group Executive Board – earlier than many other companies – to create a coronavirus task force. Its mandate: to define how Ringier should respond to the emerging developments, in organizational, medical, financial and technological terms.

Not knowing, and only vaguely intuiting at best, what we all might be in for in the coming weeks and months.

Ten days later, over 95 per cent of the 7 150 employees of the Ringier Group were working from home in all their various countries.

I would never have thought it possible that we would have to take as radical an action as this. And even less could I have imagined that all the 110-odd companies under the Ringier holding banner would genuinely function from home.

Media companies like the Blick Group, *Bilanz*, *Handelszeitung*, *Beobachter* and *Schweizer Illustrierte*, to name just a few of our Swiss media brands. *Radio Energy*, the Scout24 Group, *jobs.ch*, *Ticketcorner*, *DeinDeal*, *geschenkidee* – these, too, just a Swiss-based selection of our many operations and platforms – all working from their employees' homes. It worked. It genuinely worked.

Even those areas of our business that could not switch to working from home during these coronavirus times – operations such as *Swissprinters* or *Blick TV* – were able to maintain their production under far-from-easy conditions and with full and consistent observance of all hygiene requirements.

Almost all our employees at home. But all our services for our customers and our users still up and running.

Economically, the coronavirus crisis has been and remains a fiasco for many companies in many industries and in almost every country. As it has for the Ringier Group.

A truly strong start into the first quarter of 2020 was followed, once the pandemic broke out, by dramatic revenue slumps at almost every group company which continued well into at least the third-quarter period. In the Media segment in particular, we recorded massive advertising declines while simulta-

Das Jahr 2020

Marc Walder, CEO

Ich erinnere mich, als wäre es gestern gewesen: Exakt heute vor einem Jahr, als ich diese Zeilen schreibe, hatte ich ein langes Telefonat mit Antonio Hodgers, dem Präsidenten des Genfer Regierungsrates. Es war Dienstagnachmittag, der 25. Februar 2020.

Corona schien noch weit weg – und war doch bereits so nah, angekommen im Norden Italiens. Drei Tage zuvor, so erfuhr man später, starb in Italien der erste Mensch, ein 78-jähriger Mann mit medizinischer Vorbelastung, an Covid-19.

Regierungsrats-Präsident Hodgers und ich hatten ein zentrales Thema: Was ist zu tun mit dem bevorstehenden internationalen Autosalon 2020 in Genf? Einem wahrlichen Mega-Event, an dem Hunderttausende von Menschen in den Palexpo-Hallen zusammenkommen, aus allen Ländern der Welt.

Aus heutiger Sicht ein ganz und gar obsoletes Telefonat. Klar, absagen. Sofort. Keine Frage.

Aber damals, ganz zu Beginn der Ausbreitung dieses unheimlichen Virus in Europa, war es eine hochkomplexe Diskussion. Für Hodgers, sensitiver Vollblut-Politiker, war klar: Es geht um enorm viel. Wirtschaftlich, medizinisch, gesellschaftlich – und auch politisch. Und doch – den Salon absagen? Jetzt? Wer macht, wer wagt den Schritt?

Drei Tage später, am Freitag, wurde die grosse Auto-Show von Genf abgesagt. Mit ihr sämtliche Veranstaltungen in der Schweiz mit mehr als 1 000 Besuchern. Ein Entscheid des Schweizer Bundesrates.

An jenem Dienstag, nach dem intensiven Telefonat mit Hodgers, versammelte ich die Konzernleitung von Ringier, um – früher als viele andere Unternehmen – eine Taskforce zu bilden. Der Auftrag an das Team: Definieren, wie sich unser Unternehmen zu verhalten hat. Organisatorisch, medizinisch, finanziell, technologisch. Nicht wissend, höchstens vielleicht vage ahnend, was in den kommenden Wochen und Monaten noch alles geschehen könnte.

Zehn Tage später arbeiteten über 95 % der 7 150 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Ringier-Gruppe in allen Ländern im Home Office.

Nie, wirklich nie, hätte ich es für möglich gehalten, dass wir gezwungen werden, eine derart radikale Massnahme treffen zu müssen. Noch weniger hätte ich mir vorstellen können, dass alle rund 110 Unternehmen unter dem Holding-Dach von Ringier tatsächlich von zuhause aus funktionieren würden.

Medienunternehmen wie die Blick-Gruppe, die *Bilanz*, die *Handelszeitung*, der *Beobachter*, die *Schweizer Illustrierte* – um nur einige unserer Schweizer Marken zu nennen. *Radio Energy*, die Scout24-Gruppe, *Jobs.ch*, *Ticketcorner*, *Deindeal*, *geschenkidee* – auch hier nur eine Auswahl aus der Schweiz – alle von zuhause aus. Es funktionierte. Tatsächlich.

Und selbst jene Bereiche, die während der Corona-Zeit kein Homeoffice umsetzen konnten wie z.B. *Swissprinters* oder *Blick TV*, haben die Produktion unter erschwerten Bedingungen, aber stets unter Berücksichtigung der Hygiene-Vorgaben, aufrechterhalten.

Praktisch alle Mitarbeitende zuhause. Und alle Dienstleistungen gegenüber unseren Kunden und Usern «up and running».

Ökonomisch ist und war Corona für viele Unternehmen in vielen Industrien und praktisch allen Ländern ein Fiasko. Auch für die Ringier-Gruppe.

Auf einen richtig starken Start ins erste Quartal 2020 folgten nach dem Ausbruch der Pandemie in fast allen Unternehmen dramatische Umsatzeinbrüche, zumindest bis einschliesslich des dritten Quartals 2020. Vor allem im Medienbereich mussten wir massive Rückgänge im Werbemarkt verzeichnen – bei gleichzeitig rekordhohen Nutzerzahlen. Ein totales Paradoxon! Mehr dazu im Kapitel «Das Jahr in Zahlen».

neously seeing record user numbers – a total paradox, more on which will be found in our «2020 in figures» section.

But while the coronavirus was the dominant topic of 2020 and a constant companion for all our employees, much more than this happened at the Ringier Group in the course of last year. Positive, encouraging and inspiring achievements by our managements and our frontline teams. Despite the historic adversities.

Turning first to the Media segment:

In Switzerland, the country welcomed its first digital broadcaster when *Blick TV* went live on 17 February after months of preparations. *Blick TV* got many things right from the start: its production quality, its journalistic standards, its winning presenters. But it also needs to constantly further develop, in line with its users' customs and needs.

Blick.ch substantially expanded its reach over the course of 2020 to around 1.2 million users a day – some 42 per cent more than the previous year and a record result. The Blick Group also announced in October that it would be extending its online offerings to Western Switzerland and launching a French-language equivalent to *blick.ch* in 2021.

At our Ringier Axel Springer Switzerland (RASCH) joint venture, Alexander Theobald took over as CEO in April from Ralph Büchi. There was positive news at RASCH on both the print and the digital fronts. In the digital field, *handelszeitung.ch* raised its numbers of unique users per month by over 100 per cent year on year, *L'Illustré* by over 200 per cent and *cash.ch* by more than 240 per cent. And in the print field, autumn brought the launch of the new *Streaming* TV magazine offering a useful overview of the competitive streaming market.

At the same time, the structural declines in advertising revenues prompted the closure of the *Style* fashion and lifestyle magazine, along with a restructuring at our *Schweizer Illustrierte* publication.

After 18 months of negotiations, we were able to announce the sale in November of *Le Temps*, the only daily newspaper in the RASCH portfolio, to the Aventinus Foundation – a good new owner and a unique Swiss model to date.

In advertising marketing terms, 2020 was a year of reorganization. In February Ringier acquired Swisscom's previous 50-per-cent holding in *Admeira* to make it sole owner of the ad marketing company. *Admeira*, which is led by Frank Zelger, was also restructured and now focuses on marketing TV commercial spots, with SRG SSR Swiss TV as its most important and long-term inventory provider. Since October 2020, all the advertising inventory for Ringier's media titles and the print and digital inventories of external clients have been marketed by the newly-created Ringier Advertising unit, which is headed by Thomas Passen.

2020 was a challenging year for the Energy Group in financial terms. This was due partly to the slump in the advertising market and partly to the cancellation of the mega-events that are so important to the group, such as the *Energy Star Night* and *Energy Air*.

Energy can look back on some positives for 2020. The group's radio broadcasters were reaching over 730 000 listeners a day in the latter half of the year. And for the third year running, *Energy* was the most successful Swiss media brand on social media, taking first place in the Storyclash interaction rankings. *Energy* also broke the million-fans-and-followers social media threshold in the course of the year.

The *izzy* brand, which is aligned specifically to a young audience, also underwent a reorganization in 2020. The restructuring delivered a new *@izzyprojects* brand identity and a new *izzy* app, both with the aim of achieving high user numbers not only via social media but also through a dedicated *izzy* destination.

Successes were scored in Eastern Europe, too.

The *Onet* news portal, which belongs to our Ringier Axel Springer Media AG (RASMAG) company, is the most-cited opinion former in Poland, and remains – according to the Reuters Institute – the country's most trusted online media channel. In Slovakia,

Doch auch wenn Corona das dominierende Thema 2020 war und all unsere Mitarbeitenden stets begleitete – es ist noch viel mehr passiert in der Ringier-Gruppe im vergangenen Jahr. Sehr viel Positives, viel Ermutigendes, Inspirierendes, das unser Management und unsere Mitarbeitenden auf die Beine gestellt haben. Trotz allen historischen Widrigkeiten.

Zunächst zum Bereich Media.

In der Schweiz ging, nach monatelangem Aufbau, mit *Blick TV* am 17. Februar 2020 der erste digitale Sender der Schweiz live. *Blick TV* hat vieles von Anfang an richtig gemacht: Die Qualität der Produktionen, die überzeugenden Moderatoren und Moderatorinnen, das journalistische Niveau. Und dennoch: *Blick TV* muss sich ständig weiterentwickeln. Entlang der Bedürfnisse und Gewohnheiten der Userinnen und User.

Im Laufe des Jahres steigerte *Blick.ch* seine Reichweite erheblich: Auf nunmehr rund 1.2 Millionen Nutzerinnen und Nutzer pro Tag und damit 42 % mehr als im Vorjahr. Ein Rekordergebnis! Im Oktober kommunizierte die Blick-Gruppe zudem, dass sie ihr Online-Angebot auf die französische Schweiz ausweiten und 2021 das Westschweizer Pendant zu *Blick.ch* lancieren wird.

Bei unserem Joint Venture Ringier Axel Springer Schweiz (RASCH) übernahm im April Alexander Theobald den CEO-Posten von Ralph Büchi. Sowohl im Digitalen als auch im Print gab es positive Nachrichten: Im Digitalen konnte u.a. *handelszeitung.ch* die Anzahl der Unique User pro Monat ggü. Vorjahr um über 100 % steigern, *L'Illustré* um über 200 %, und *cash.ch* sogar um über 240 %. Im Print lancierte RASCH im Herbst das neue TV-Magazin *Streaming*, das einen Überblick im kompetitiven Streaming-Markt bietet.

Gleichzeitig sahen wir uns aufgrund strukturell sinkender Werbeeinnahmen gezwungen, das Mode- und Lifestyle-Magazin *Style* einzustellen und bei der *Schweizer Illustrierten* eine Restrukturierung vorzunehmen.

Nach 18-monatigen Verhandlungen haben wir im November den Verkauf von *Le Temps*, der einzigen Tageszeitung im RASCH-Portfolio, an die Stiftung Aventinus bekanntgegeben – ein guter neuer Besitzer und ein bisher einzigartiges Modell für die Schweiz.

Bei der Werbevermarktung stand das Jahr 2020 im Zeichen der Reorganisation: Im Februar erwarb Ringier den 50-Prozent-Aktienanteil von Swisscom an *Admeira* und wurde damit alleinige Eigentümerin der Werbevermarkterin. Gleichzeitig wurde *Admeira*, unter der Leitung von Frank Zelger, restrukturiert und konzentriert sich seitdem auf die Vermarktung von TV-Werbung, insbesondere der SRG SSR als wichtigster und langfristiger Inventargeberin. Seit Oktober 2020 werden die Ringier-Medientitel sowie auch Print- und Digital-Inventar von externen Kunden von der neu geschaffenen Einheit «Ringier Advertising» vermarktet, unter der Leitung von Thomas Passen.

Für die Energy-Gruppe war 2020 aus finanzieller Sicht ein anspruchsvolles Jahr. Dies zum einen aufgrund der Einbrüche im Werbemarkt, zum anderen aufgrund der Absage der für *Energy* bedeutsamen Mega-Events wie *Energy Star Night* oder *Energy Air*.

Dennoch kann auch *Energy* 2020 auf einige positive Punkte zurückblicken: So erreichten die Radiosender der Energy-Gruppe im zweiten Halbjahr 2020 täglich über 730 000 Hörer und Hörerinnen. Zudem ist *Energy* auch 2020 – und damit das dritte Jahr in Folge – die erfolgreichste Schweizer Medienmarke auf Social Media und belegt Platz 1 im Storyclash-Interaktionsranking. Dabei durchbrach *Energy* im 2020 die Schallgrenze von total 1 Million Fans und Followers auf Social Media.

Bei der auf ein junges Publikum fokussierten Marke *izzy* haben wir 2020 eine Neuorganisation durchgeführt: Unter *@izzyprojects* wurde ein neuer Markenauftritt realisiert und eine eigene *izzy*-App lanciert – dies mit dem Ziel, die hohen Nutzerzahlen nicht nur via Social Media zu erreichen, sondern auch auf der eigenen *izzy*-Destination.

Erfolgsmeldungen auch in Osteuropa: Das Nachrichtenportal *Onet*, das zu unserem Unternehmen Ringier Axel Springer Media AG (RASMAG) gehört, ist das meistzitierte meinungsbildende Medium in

meanwhile, *Aktuality.sk* is the country's most-visited and most-quoted opinion-forming medium.

In Romania, where we conduct our own business outside the RASMAG joint venture, further year-on-year growth was achieved with our flagship *Libertatea* and *Gazeta Sporturilor* media. The investigative team at our *Gazeta* and *Libertatea* news brands also gained international fame: «*Collective*», a documentary film of their work, has been nominated for the 2021 Academy Awards (Oscars) in two categories.

In Africa all the brands of Ringier Africa Digital Publishing (RADP) have been operating under the umbrella *Pulse* brand since February 2020. *Pulse* is now attracting over 100 million users a month in Sub-Saharan Africa. And with the launch of *Pulse.sn* in Senegal, the brand has extended its reach in francophone Africa, too.

In Asia we were compelled to announce in August that Ringier Vietnam would be closing its *ELLE Vietnam* title. In Myanmar our *Duwun* company acquired the *Irie Digital* social-first agency.

2020 also brought the creation in November of a Global Media Unit for our entire Media segment. This new international core team headed by Ladina Heimgartner has been tasked with coordinating the exchange of knowledge and expertise among the media companies of the Ringier Group, offering strategic guidance and facilitating access to central technologies.

For our Marketplaces, too, the coronavirus crisis made 2020 a challenging year. Yet through targeted expansions to our digital products, features and services, a number of our platforms were still able to grow against the trend in the second-half period.

JobCloud, which is Switzerland's leading digital job-seeking and recruiting channel, launched two new business-to-business platforms – *jobcloud.joveo.com* and *jobcloud.ai* – which are closely tailored to the specific needs of large corporations, personnel service providers and SMEs. *JobCloud* has also started offering AI technology-based digital recruitment services through the creation of its new «Spotted» business unit.

The Scout24 Group reported double-digit growth rates in traffic and leads for both its *ImmoScout24* and its *AutoScout24* platforms. *FinanceScout24* also attracted more than three million visits in its first year, and is increasingly positioning itself as Switzerland's one-stop shop for financing and insurance solutions.

Our two Swiss e-commerce companies *deindeal.ch* and *geschenkidee.ch* adapted swiftly to the coronavirus year's new customer needs and benefited substantially from the general growth in online shopping activities.

Deindeal.ch was one of the first Swiss companies to import millions of protective facemasks. The company also registered sizeable growth in both its new customer volumes (which were up 55 per cent) and its reactivations of existing customers (which rose by 48 per cent). *Geschenkidee.ch* further cemented its position as Switzerland's number-one online gift shop, and recorded both substantial revenue growth and a disproportionately high improvement in its EBITDA for the year.

Ticketcorner achieved another strong start to the year. But Covid-19 and the resulting extensive social restrictions hit the whole event scene hard and impacted severely on 2020's subsequent business development, with slumps of some 75 per cent in both revenues and sales volumes. For the first half of the year, *Ticketcorner* was primarily occupied with postponements, cancellations and refunds: 3 000 events had to be either cancelled or rescheduled, and over 600 000 tickets refunded. In the second half of the year the company was able to launch some new products and innovations, such as event security software services and solutions. And in acquiring the *Mindful* app, *Ticketcorner* has secured itself a strong position in the tracing field. Online ski ticketing also generated some welcome revenue flows towards the end of the year.

In Eastern Europe the Marketplaces portfolio underwent further expansion. In spring our Ringier Axel Springer Media AG (RASMAG) joint venture

Polen – und bleibt laut dem Reuters-Institut auch das vertrauenswürdigste Online-Medium. In der Slowakei wiederum ist *Aktuality.sk* das meistbesuchte und meistzitierte meinungsbildende Medium des Landes.

In Rumänien, das wir ausserhalb des RASMAG-Joint-Ventures in Eigenregie betreiben, konnten wir mit unserem Flaggschiff *Libertatea* und *Gazeta Sporturilor* gegenüber Vorjahr weiter wachsen. Zu internationaler Bekanntheit gelangte das Investigativ-Team unserer Nachrichten-Marken *Gazeta* und *Libertatea*: Die Verfilmung ihrer Arbeit, der Dokumentarfilm «Collective», wurde inzwischen in zwei Kategorien für die Oscar-Verleihung nominiert.

In Afrika operieren seit Februar 2020 alle Marken von Ringier Africa Digital Publishing (RADP) unter der Hauptmarke *Pulse*. *Pulse* erreicht über 100 Millionen Nutzerinnen und Nutzer pro Monat in Subsahara-Afrika. Mit dem Start von *Pulse.sn* in Senegal konnte *Pulse* zudem seine Reichweite im frankophonen Afrika erweitern.

In Asien mussten wir im August bekanntgeben, dass Ringier Vietnam den Titel *ELLE Vietnam* einstellt. In Myanmar hat unser Unternehmen *Duwun* die Social-First-Agentur *Irie Digital* erworben.

Übergreifend im Bereich Media wurde im November 2020 die Global Media Unit neu aufgestellt, unter der Führung von Ladina Heimgartner. Dieses internationale Kernteam koordiniert den Austausch von Knowhow und Expertise zwischen den Medienunternehmen der Ringier-Gruppe, vereinfacht den Zugang zu zentralen Technologien und bietet strategische Guidance.

Auch für die Digital Marketplaces war 2020 aufgrund der Corona-Krise ein herausforderndes Jahr. Und dennoch: Durch gezielt erweiterte Angebote an digitalen Produkten, Features und Services konnten einige Plattformen im zweiten Halbjahr gegen den Trend wachsen.

Der Schweizer Marktführer in der digitalen Stellenvermittlung, *JobCloud*, lancierte mit *jobcloud.joveo.com* und *jobcloud.ai* zwei neue Business-to-Business-Plattformen, die auf spezifische Bedürfnisse verschiedener Kundensegmente zugeschnitten sind: Grossunternehmen, Personaldienstleister und KMUs. Mit der Lancierung der neuen Geschäftseinheit «Spotted» bietet *JobCloud* darüber hinaus auf KI-Technologie basierende Dienstleistungen im Bereich der digitalen Rekrutierung an.

Bei der Scout24-Gruppe verzeichneten sowohl *ImmoScout24* als auch *AutoScout24* bei Traffic und Leads zweistellige Wachstumsraten. *FinanceScout24* konnte bereits im ersten Jahr seines Bestehens mehr als drei Millionen Besuche generieren und positioniert sich zunehmend als «One-stop-shop» für Finanzierungs- und Versicherungslösungen in der Schweiz.

Unsere beiden Schweizer E-Commerce-Unternehmen *deindeal.ch* und *geschenkidee.ch* haben sich im Corona-Jahr rasch auf die neuen Kundenbedürfnisse eingestellt und profitierten stark vom generellen Online-Shopping-Wachstum. *Deindeal.ch* war eines der ersten Schweizer Unternehmen, das 2020 Millionen von Hygienemasken in die Schweiz importierte. Zudem konnten die Anzahl Neukunden (+55 %) wie auch die Reaktivierung von bestehenden Kunden (+48 %) substantiell gesteigert werden. *Geschenkidee.ch* baute seine Position als Nummer-1-Online-Shop für Geschenke in der Schweiz weiter aus und konnte sowohl ein starkes Umsatz- als auch ein überproportionales EBITDA-Wachstum verzeichnen.

Ticketcorner startete erneut erfolgreich ins neue Jahr. Doch Covid-19 und die damit verbundenen massiven Einschränkungen haben die gesamte Veranstalterszene hart getroffen und den weiteren Geschäftsverlauf stark beeinflusst: Umsatz und Verkaufsvolumen gingen um rund 75 % zurück. In der ersten Jahreshälfte war *Ticketcorner* hauptsächlich mit Verschiebungen, Absagen und Rückerstattungen beschäftigt: 3 000 Veranstaltungen mussten verschoben oder abgesagt werden, über 600 000 Tickets wurden rückerstattet. Im zweiten Halbjahr konnte *Ticketcorner* neue Produkte und Innovationen lancieren: So hat *Ticketcorner* Software-Lösungen und -Services für die Sicherheit an Anlässen bereitgestellt. Und mit der Übernahme der *Mindful*-App hat sich *Ticketcorner* eine starke Position im Tracing geschaffen. Zum Jahresende hin

acquired a 100-per cent holding in *gratka.pl*, one of Poland's biggest digital marketplaces. RASMAG also acquired *morizon.pl*, which is one of the country's leading real estate portals, and *lendi.pl*, an innovative online portal for financing services. The amalgamation of these three platforms will provide the foundation for developing a leading group of digital real estate marketplaces and digital financial services for the Polish market.

In Hungary the *profession.hu* platform has been the top job portal for more than ten years now. Despite a downturn in the recruitment market as a result of the coronavirus pandemic, *profession.hu* consistently further consolidated its number-one market position last year.

In Slovakia, too, all our marketplaces were able to further strengthen their leading market positions. More than 90 per cent of buyers and sellers now trade their properties and their cars via our digital platforms.

For our Slovakian food supplier *Bistro.sk* the delivery trend spurred by the coronavirus situation ensured buoyant business, with some 3.5 million orders handled for the year. The platform now enables customers to select their meals of choice from more than 1 650 restaurants.

In the Baltic States, the *CV Keskus* job portal is the clear number-one in Estonia, with three times as many visitors as its closest competitor. For the second year running, the company was among the fastest-growing and the most innovative in its core market.

In the Romanian market Ringier also operates the two leading digital marketplaces for real estate and jobs. For *Imobiliare.ro* 2020 was an important year in multiple respects: four years after it secured a majority shareholding, Ringier acquired the remaining shares from the company's founders to become its sole owner.

The Romanian employment market was severely affected by the coronavirus crisis in 2020. This was reflected by the decline in listing volumes at *eJobs.ro*, the country's leading job portal, in the first-half period. But by launching a «restart» campaign to reactivate existing customers and acquire new ones, *eJobs* was able to stem the negative trend in the second half of the year and even generated some growth in digital job postings.

In Africa, Ringier One Africa Media (ROAM) achieved a significant year-on-year improvement in its profitability while simultaneously raising customer satisfaction in all its business segments (real estate, jobs, cars and horizontals). On top of this, ROAM substantially expanded its strategic partnership with the MasterCard Foundation in the jobs, training and qualifications fields. This unique collaboration is intended to help three million young Nigerians into gainful employment by 2024, and to give five million of their countryfolk better qualifications for the employment market via upskilling programmes. *Jobberman.com*, Nigeria's leading job portal, also organized the biggest virtual career fair in Sub-Saharan Africa to date, which attracted over 7 000 participants.

Parallel to these various operational innovations and initiatives, ROAM took steps to streamline its business portfolio. This was achieved through the successful sales of the *Cheki Nigeria* and *Cheki Ghana* car platforms in the West African market, and by divestitures at *Zoom Tanzania* and *BrighterMonday Tanzania*.

In Asia the *MyJobs* portal, which is the market leader in Myanmar, expanded its market position under a new CEO and made further product and technology investments. As part of a broader streamlining of the Asian portfolio, the *MuaBanNhaDat* real estate portal in Vietnam was closed and its operating company wound up.

At *Ringier Digital Ventures* the coronavirus crisis has helped boost development, with many involvements progressing well ahead of plan. The focus on investing in consumer-oriented business models (e-commerce, subscription models and marketplaces) paid off in 2020. Opportunities for market consolidation also arose. In addition to company mergers (such as *Makerist/FabFab*), the year brought various exits in the form of acquisitions by strategic buyers. As a result, the *Ringier Digital*

konnte zudem das Online-Ski-Ticketing erfreuliche Umsätze generieren.

In Osteuropa wurde das Marketplaces-Portfolio weiter ausgebaut.

Im Frühjahr übernahm unser Joint Venture Ringier Axel Springer Media AG (RASMAG) 100 % der Anteile an *gratka.pl*, einem der grössten Digital Marketplaces in Polen. Darüber hinaus akquirierte RASMAG *morizon.pl*, eines der führenden Immobilienportale in Polen, sowie *lendi.pl*, eine innovative Plattform zur digitalen Abwicklung von Finanzierungsdienstleistungen. Die Zusammenführung der drei Plattformen ist die Basis für den erfolgreichen Aufbau einer führenden Gruppe von digitalen Immobilien-Marktplätzen und digitalen Finanzdienstleistungen im polnischen Markt.

In Ungarn ist *profession.hu* seit über zehn Jahren das marktführende Jobportal. Trotz einer Abkühlung des Rekrutierungsmarkts durch die Corona-Pandemie baute *profession.hu* seine Nummer-1-Position 2020 konsequent weiter aus.

Auch in der Slowakei konnten alle Marketplaces ihre führenden Marktpositionen weiter stärken: Mehr als 90 % der Käufer und Verkäufer handeln Immobilien und Autos mittlerweile über unsere digitalen Marktplätze.

Beim Essenslieferanten *Bistro.sk* sorgte der durch Corona ausgelöste Delivery-Trend für volle Auftragsbücher: 3.5 Millionen Bestellungen wurden im Jahr 2020 verarbeitet. Damit können Kunden nun aus über 1 650 Restaurants auswählen.

In den baltischen Ländern ist das Jobportal *CV Keskus* die Nummer 1 in Estland. *CV Keskus* wird dreimal häufiger besucht als jedes andere Jobportal des Landes. Zum zweiten Mal in Folge zählte das Unternehmen zu den am schnellsten wachsenden und innovativsten Unternehmen in seinem Kernmarkt.

Im rumänischen Markt betreibt Ringier die beiden führenden digitalen Marktplätze für Immobilien und Jobs. Für *Imobiliare.ro* war 2020 in vielerlei Hinsicht ein bedeutsames Jahr: Vier Jahre nach Übernahme der Mehrheitsbeteiligung an *Imobiliare* erwarb Ringier die verbleibenden Anteile von den Gründern und wurde somit alleiniger Eigentümer.

Der rumänische Arbeitsmarkt wurde durch die Coronakrise deutlich beeinflusst, was sich beim führenden Jobportal *eJobs.ro* im ersten Halbjahr durch einen Rückgang der Listing-Zahlen bemerkbar machte. Über die Lancierung einer «Restart Campaign» zur Stimulation von Bestandskunden und Akquisition von Neukunden gelang es *eJobs*, die negative Entwicklung im zweiten Halbjahr zu stoppen und bei den digitalen Stellenausschreibungen Wachstum zu generieren.

In Afrika konnte Ringier One Africa Media (ROAM) gegenüber dem Vorjahr eine signifikante Profitabilitätssteigerung erzielen, bei gleichzeitigem Anstieg der Kundenzufriedenheit in allen Segmenten (Immobilien, Jobs, Auto und Horizontal). Darüber hinaus hat ROAM die strategische Partnerschaft mit der MasterCard Foundation im Bereich Jobs, Training und Qualifikation deutlich ausgebaut. Diese einzigartige Kooperation hat zum Ziel, bis 2024 drei Millionen junge Nigerianerinnen und Nigerianer in eine Erwerbstätigkeit zu bringen – und fünf Millionen Nigerianerinnen und Nigerianer durch Upskilling-Programme für den Arbeitsmarkt zu qualifizieren. *Jobberman.com*, marktführendes Job-Portal in Nigeria, veranstaltete zudem die bislang grösste in Subsahara-Afrika durchgeführte virtuelle Karrieremesse mit mehr als 7 000 Teilnehmenden.

Parallel zu den diversen operativen Innovationsinitiativen hat ROAM eine Schärfung seines Beteiligungsportfolios vorgenommen. Dies zum einen durch den erfolgreichen Verkauf der Autoplattformen *Cheki Nigeria* und *Cheki Ghana* im westafrikanischen Markt. Zum anderen durch Desinvestitionen bei *Zoom Tanzania* und *BrighterMonday Tanzania*.

In Asien konnte das führende Jobportal *MyJobs* in Myanmar 2020 seine Marktposition unter Führung eines neuen CEOs ausbauen und investierte weiter in Produkt und Technologie. Das vietnamesische Immobilienportal *MuaBanNhaDat* wurde im Zuge der Bereinigung des Asien-Portfolios eingestellt und die Betreibergesellschaft abgewickelt.

Ventures portfolio had diminished from 22 investments to 14 by the end of the year.

Our Tech&Data segment has long been a top strategic priority. Here, too, is just a selection of the key projects and undertakings that were moved further forward in 2020:

In addition to the existing tech hubs in Switzerland and Poland, a further major tech hub was established in South Africa. The new hub is focused on central core technologies for developing scalable modular marketplaces in the jobs, car, real estate and horizontals fields. The new *Myjobs.com.mm* job platform in Myanmar was migrated to the new solution in 2020, and further platforms will follow in 2021.

For our Media segment, a new segment-based personalization was launched in 2020 on the use case of the *Blick* website, where users are now grouped according to their interests and offered personalized content based on the same. We intend to make greater use of our new personalization engine, which has been developed in-house and which naturally complies with all data protection requirements, in our Marketplaces, too, in 2021, to tailor our offers even more precisely to our users' needs.

With our *Ringier Connect* registration and log-in service, 2020 saw us become one of the world's first media organizations to offer face ID and touch ID registration. The new *Ringier Connect* facilities bring both more speed and greater security to the process of logging onto our various platforms.

Tech&Data was also instrumental in 2020 in further promoting our *EqualVoice* initiative, which is intended to raise the visibility of women in media reporting: the data foundation needed to quantify these endeavours is derived from semantic analyses of our media reporting. After a successful start in Switzerland, *EqualVoice* was further extended to 12 media markets in Eastern Europe in the course of 2020.

Another key initiative of the Ringier Group Executive Board was also launched last year. Our Group has long regarded diversity as opportunity. And in line with this philosophy, a new Diversity&Inclusion Board was created in the course of the year. We are convinced that diversity and inclusion are vital core values and success factors for any corporation.

One final thought on a historically difficult year:

The paramount priority of Ringier management throughout 2020 was to protect the health of our employees and their families. It was to this end that we promptly adopted and consistently maintained working from home, issued free protective facemasks, introduced physical distancing, and actively and transparently communicated all these endeavours.

It has all proved its worth.

It is our 6 800 or so employees at our 110 constituent companies who are behind the steady further progress of the Ringier Group.

Flexibility, agility and resilience are vital credentials that are cited today in every management manual. Our people showed, in this coronavirus year more than ever, how flexibility, agility and resilience can be embraced and maintained in a crisis situation.

For this I offer them my greatest respect. And my deepest thanks.

Für unser Venture-Geschäft *Ringier Digital Ventures* hat die Corona-Krise als Beschleuniger gewirkt: Zahlreiche Beteiligungen wuchsen deutlich über Plan. Die Ausrichtung der Investitionen auf konsumentenorientierte Geschäftsmodelle (eCommerce, Abo-Modelle, Marktplätze) hat sich im Jahr 2020 bezahlt gemacht. Darüber hinaus boten sich Chancen zur Marktkonsolidierung. Neben Zusammenschlüssen von Unternehmen (z.B. *Makerist/FabFab*) kam es auch zu diversen Übernahmen («Exits») durch strategische Käufer, so dass sich Ende 2020 von insgesamt 22 Investments noch 14 im Portfolio befanden.

Der Bereich Tech&Data ist längst strategische Top-Priorität. Auch hier nur ein Auszug zentraler Projekte, die 2020 vorangetrieben wurden:

Neben den bereits bestehenden Tech Hubs in der Schweiz und Polen wurde 2020 in Südafrika ein zusätzlicher grosser Tech Hub aufgebaut. Dieser fokussiert auf zentrale Core-Technologien für die Entwicklung von skalierbaren und modularen Marketplaces in den Bereichen Jobs, Auto, Immobilien und Horizontals. Im Jahr 2020 wurde die neue Job-Plattform von *Myjobs.com.mm* in Myanmar auf diese Lösung migriert – weitere Plattformen folgen 2021.

Für den Bereich Medien wurde 2020 die segmentbasierte Personalisierung lanciert, und zwar am Use Case der *Blick*-Homepage. Hierbei werden Userinnen und User aufgrund ihrer Interessen gruppiert und erhalten auf dieser Basis personalisierte Inhalte. 2021 werden wir unsere selbstentwickelte und datenschutzkonforme Personalisierungs-Engine auch für unsere Marktplätze verstärkt einsetzten, um unseren Usern und Userinnen noch präzisere Angebote zu unterbreiten.

Bei unserem Registrierungs- und Login-Service *Ringier Connect* konnten wir dieses Jahr als eines der ersten Medienunternehmen weltweit die Anmeldung via Gesichtserkennung (Face ID) und Touch ID anbieten. Diese ermöglicht ein noch schnelleres und sichereres Einloggen via *Ringier Connect* auf unsere Plattformen.

Die Ende 2019 lancierte *EqualVoice*-Initiative wurde nicht zuletzt dank Tech&Data 2020 mit Kraft vorangetrieben. Die Initiative setzt sich dafür ein, dass Frauen in der Medienberichterstattung sichtbarer werden. Die für die Messbarkeit erforderliche Datengrundlage wird auf Basis semantischer Analysen unserer Medienberichterstattung ermittelt. Nach einem erfolgreichen Start in der Schweiz erfolgte der Roll-out der Initiative nun bei 12 Medienmarken in Osteuropa.

Eine weitere zentrale Initiative des Group Executive Boards wurde im letzten Jahr angestossen: Die Ringier-Gruppe versteht Vielfalt als Chance – und hat aus diesem Grund 2020 ein «Diversity&Inclusion Board» nominiert. Wir sind der Überzeugung, dass Diversität und Inklusion zentrale Werte und Erfolgsfaktoren für ein Unternehmen sind.

Ein letzter Gedanke zu einem historisch schwierigen Jahr:

Oberste Priorität des Ringier-Managements war es, die Gesundheit unserer Mitarbeitenden und ihrer Familien zu schützen. Hierfür haben wir frühzeitig und konsequent Home Office eingeführt, Hygienemasken gratis ausgegeben, Sicherheitsabstände eingeführt – und aktiv und transparent kommuniziert.

All dies hat sich bewährt. Es sind unsere heute rund 6 800 Mitarbeitenden in unseren 110 Tochterunternehmen, die den konstanten Fortschritt der Ringier-Gruppe ausmachen.

Flexibilität, Agilität und Resilienz sind erforderliche Eigenschaften, die heute in jedem Management-Lehrbuch stehen. Unsere Mitarbeitenden zeigten gerade im Corona-Jahr, wie Flexibilität, Agilität und Resilienz in einer Krise gelebt werden.

Hierfür gebührt ihnen mein allergrösster Respekt.

Und mein tiefer Dank.

2020 in figures

Annabella Bassler, CFO

The coronavirus crisis had a substantial impact on the Ringier Group's revenues and earnings for the 2020 business year. But innovative initiatives and rigorous cost management helped to mitigate much of the damage.

Group earnings before interest, taxes, depreciation and amortization (EBITDA) for the year declined to CHF 84.4 million (2019: CHF 114.1 million). The lower group revenues of CHF 953.7 million (2019: CHF 984.8 million) were attributable primarily to the slumps in advertising and event activities as a result of the Covid-19 pandemic and the responses thereto. These declines were offset to some extent by higher revenues from e-commerce activities, albeit with the lower margins that prevail in this business subsegment. The Ringier Group was also able to make up for a large part of the revenue shortfalls by taking comprehensive actions in all business segments on both the cost and the income front. But the 8.8 % EBITDA margin for 2020 still represented a 2.8-percentage-point year-on-year decline (2019: 11.6 %).

The digitalization of the Ringier Group was consistently further pursued, and the levels of investment in digital products in both the Media and the Marketplaces segments remained as high as in previous years. As a result of shifts in revenue volumes between business areas, digital activities accounted for 69 % of EBITDA in 2020, a slight decline from the 72 % of 2019 but still a very high proportion in comparison of the European media industry. The contribution of digital products to total group revenues rose from the 51 % of 2019 to 57 %.

After the turbulence of the Covid-19 crisis which developed from spring 2020 on, expectations were exceeded in the last few months of the year, a trend that also makes us cautiously optimistic for 2021. Ringier has set itself the objective of returning all its relevant financial key performance indicators to growth from 2023 onwards.

Thanks to la Mobilière's acquisition of its 25 % equity share in Ringier AG, the Ringier Group is now excellently positioned in financial terms with minimal net debt, and is thus ideally equipped to invest again in 2021 in both its organic and its acquisitional further growth.

Das Jahr in Zahlen

Annabella Bassler, CFO

Die Corona-Krise 2020 wirkt sich signifikant auf die finanziellen Kennzahlen und den operativen Gewinn der Ringier-Gruppe aus. Dank innovativen Initiativen und rigorosem Kostenmanagement konnte ein substantieller Teil des Schadens aufgefangen werden.

Das EBITDA der Ringier-Gruppe verringert sich auf CHF 84.4 Mio. (2019: CHF 114.1 Mio.). Der tiefere Umsatz der Ringier-Gruppe von CHF 953.7 Mio. (2019: CHF 984.8 Mio.) ergibt sich vor allem aus dem Covid-19 bedingten Einbruch im Werbe- und Eventmarkt. Dieser kann durch höhere Erlöse im eCommerce-Business teilweise kompensiert werden, jedoch mit einer in diesem Subsegment geringeren Marge. Die Ringier-Gruppe gleicht durch umfassende Umsatz- und Kostenmassnahmen in allen Segmenten einen erheblichen Teil des Umsatzverlustes aus. Dennoch sinkt die EBITDA-Marge in 2020 auf 8.8 % und ist damit -2.8 Prozentpunkte geringer als im Vorjahr (2019: 11.6 %).

Auch in 2020 wird die Digitalisierung der Ringier-Gruppe konsequent fortgesetzt. Die Investitionsquote in die Digital-Produkte der beiden Segmente Media und Marketplaces liegt ähnlich hoch wie in den Vorjahren. Aufgrund von Umsatzverschiebungen zwischen den Bereichen liegt der EBITDA-Digitalanteil mit 69 % (2019: 72 %) zwar leicht unterhalb des Vorjahres, im europäischen Branchenvergleich aber weiterhin auf einem sehr hohen Niveau. Auch der digitale Erlösanteil erhöht sich von 51 % in 2019 auf 57 % in 2020.

Nach den Turbulenzen der Covid-19 Krise, die im Frühling 2020 begonnen hat, konnten in den letzten Monaten des Jahres 2020 die Erwartungen übertroffen werden, was auch für 2021 verhalten positiv stimmt. Ringier hat sich zum Ziel gesetzt, ab 2023 bei allen relevanten Finanz-Kennzahlen wieder zu wachsen.

Dank des 25 %-Einstiegs der Mobiliar in 2020 ist die Ringier-Gruppe bei einer aktuell minimalen Nettoverschuldung finanziell hervorragend positioniert, um bereits in 2021 wieder zu investieren, sowohl organisch wie durch Transaktionen.

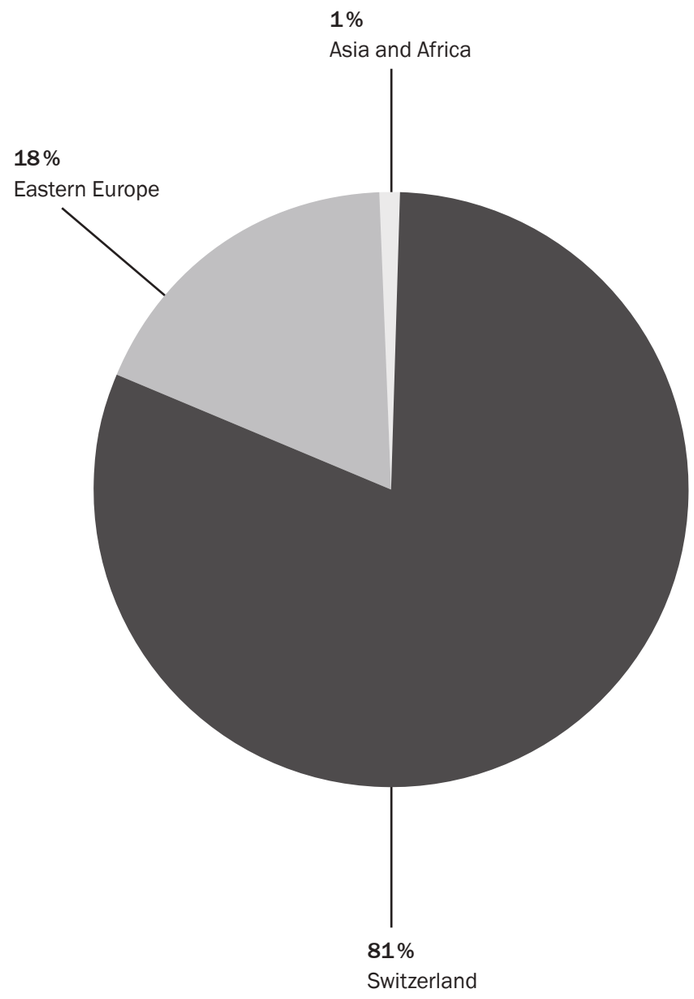
Key figures in CHF million

	2019	2020
Revenues by region	**984.8**	**953.7**
From Switzerland	782.4	769.9
From Eastern Europe	190.1	173.2
From Asia and Africa	12.3	10.6
Revenues by source	**984.8**	**953.7**
From digital activities	504.6	541.6
From sales and distribution	212.1	201.6
From advertising	130.5	93.3
From printing activities	62.2	53.6
From events and other media	75.4	63.6
EBITDA	**114.1**	**84.4**
EBITDA margin	11.6 %	8.8 %

Employees

	2019	2020
Employees by region	**7 147**	**6 783**
Switzerland	2 964	2 848
Eastern Europe	3 366	3 210
Asia and Africa	817	725

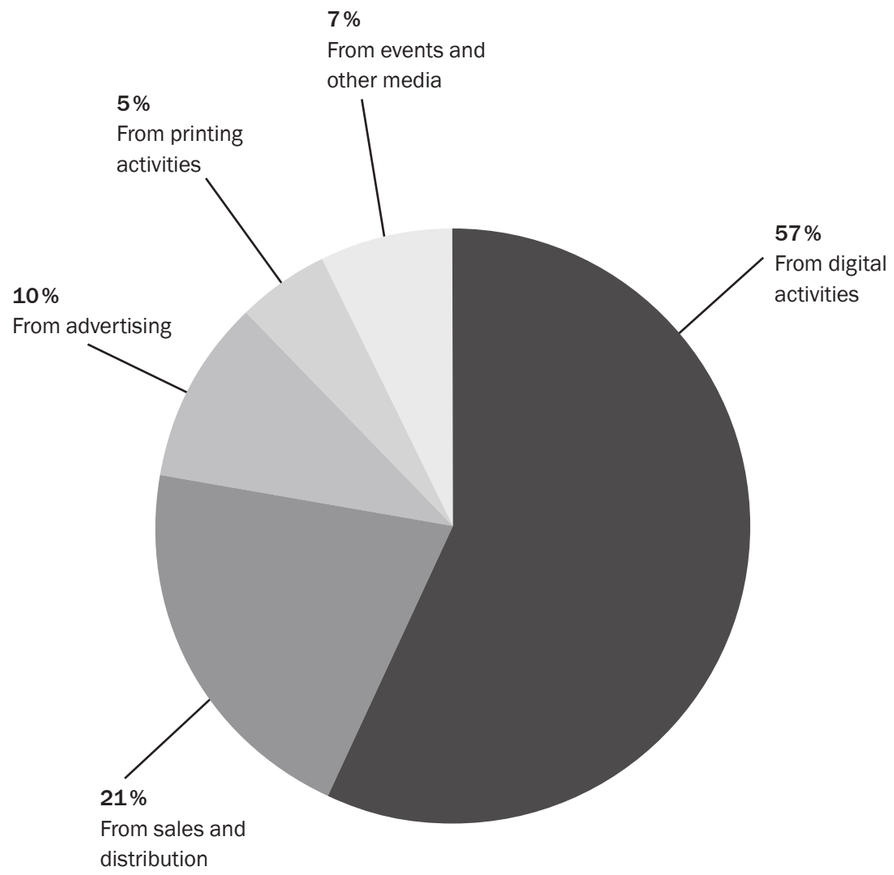
2020 revenue by region



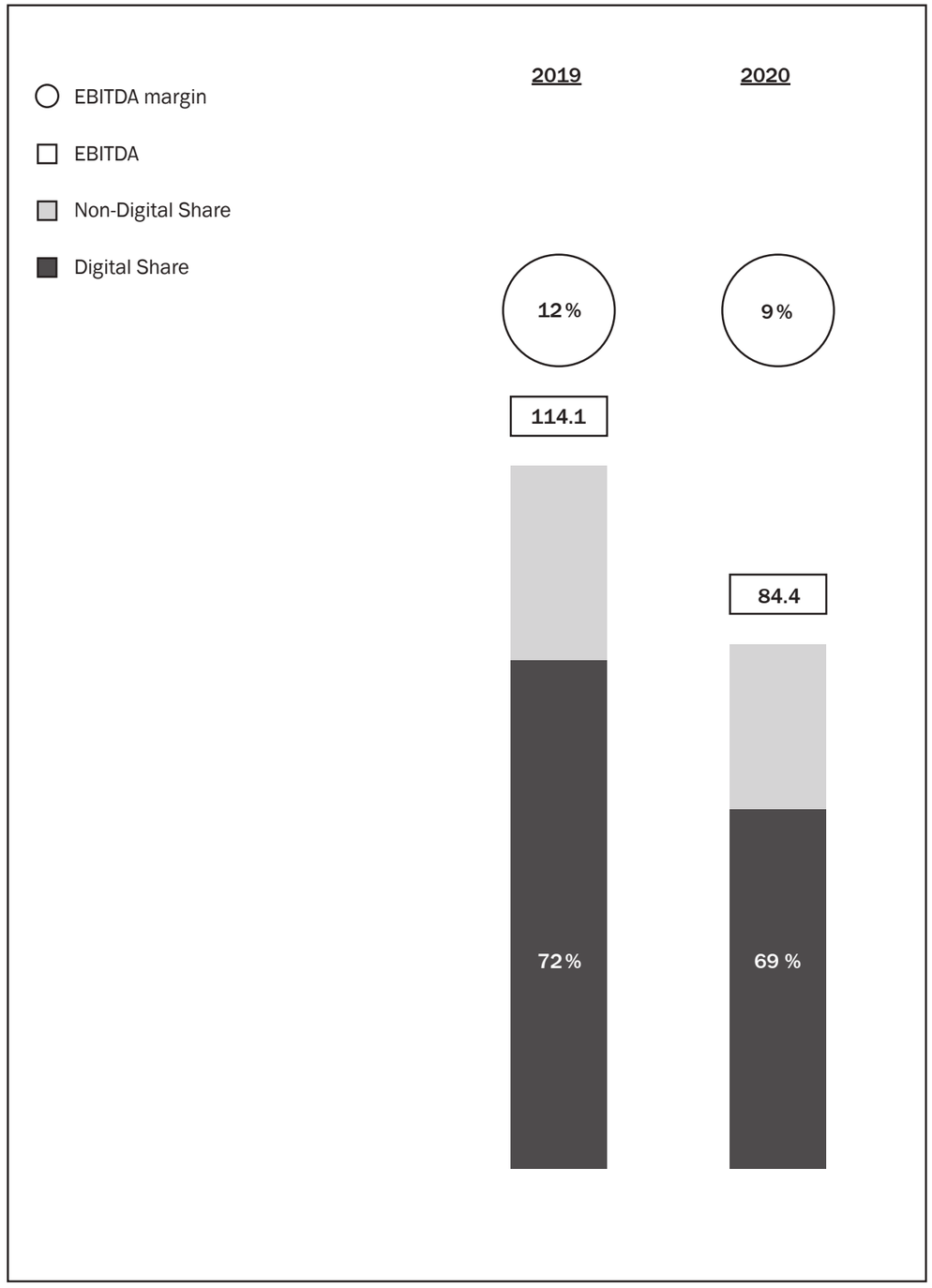
Group revenue breakdown in CHF million

	2019	2020
Switzerland	**782.4**	**769.9**
From digital activities	383.1	419.4
From sales and distribution	174.4	171.9
From advertising	111.1	79.4
From printing activities	56.9	49.4
From events and other media	56.9	49.8
Eastern Europe	**190.1**	**173.1**
From digital activities	111.2	113.2
From sales and distribution	37.8	29.7
From advertising	18.4	13.3
From events and other media	17.3	12.7
From printing activities	5.4	4.2
Asia and Africa	**12.3**	**10.6**
From digital and other media	11.4	10.0
From advertising	0.9	0.6

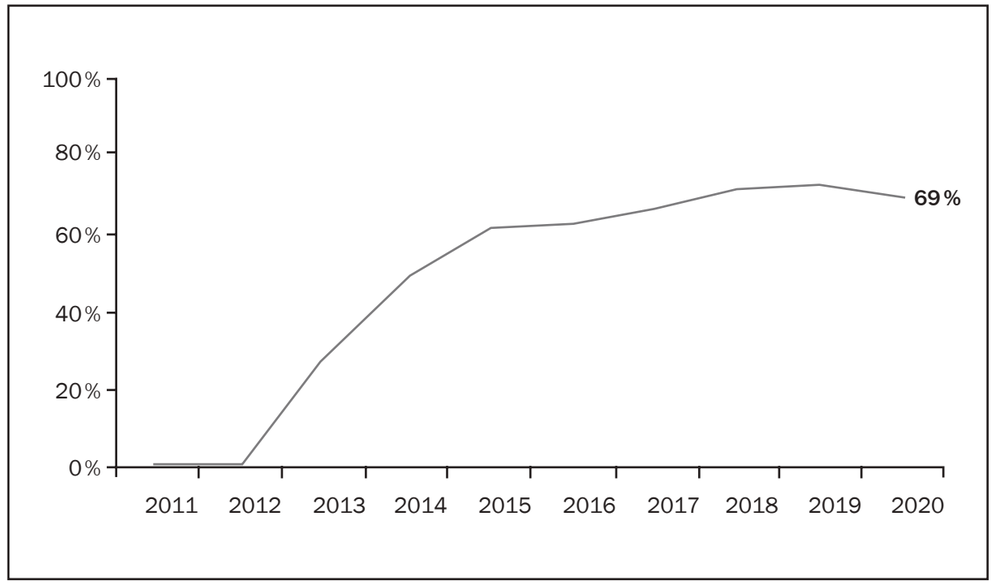
2020 revenue by source



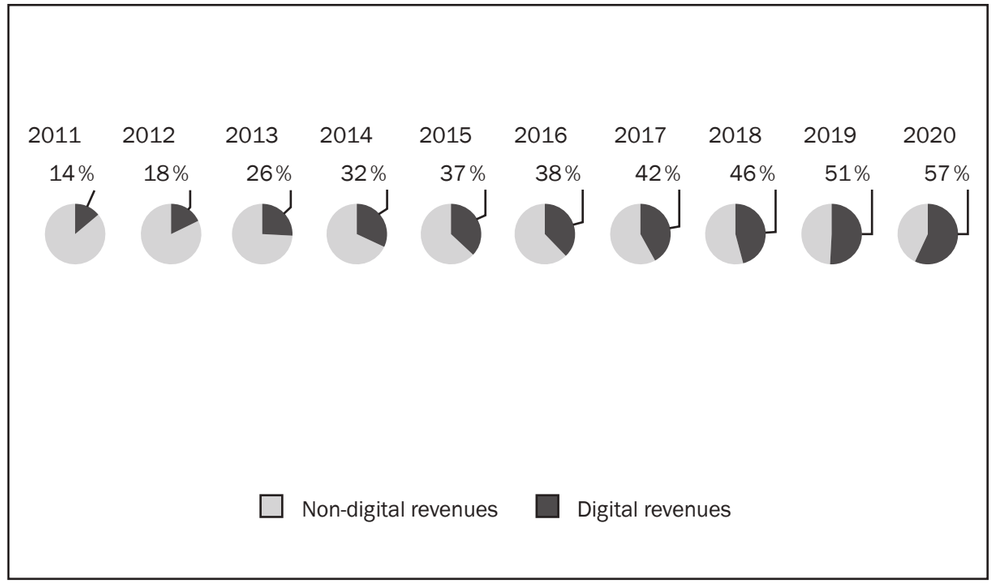
EBITDA trends 2019-2020



Contribution of digital activities to EBITDA in %



Digital revenues as percentage of total revenues



Epilogue

Frank A. Meyer, Publicist

Never have we been more we. We citizens. We politicians. We journalists. Never have we suffered so much from the same hardships, the same restrictions of everyday life, the same existential anxieties. Members of government worry about their health, the safety of their children, parents, grandchildren and friends – same as we do. They reach for their masks as reflexively as we people in the media do, we people in the streets. We all thoroughly disinfect our potentially corona-riddled hands, wash them abundantly, including and especially, as recommended by epidemiologists, our thumbs. And whenever we meet somebody, we follow the virologists' precepts and scrupulously maintain our distance.

We are we are we – one community, all of us.

For us journalists, this is a problem. Our inclusion in this We, in a closed commonality, does not agree with our job, which is to differentiate: to recognize differences, work them out, show them up. And even to preserve them.

For one thing is crucial to our profession: not to let ourselves be co-opted – and to maintain that outside position as we observe, report, describe, evaluate.

Is that what we do? Did we do that in these times of continually vacillating anti-corona measures? There is a whole new phenomenon suggesting that we have not been careful enough about maintaining the distance between journalists and virologists and politicians. That we haven't managed to keep the power of the state at arm's length as clearly as we should. That some parts of the citizenry have not felt represented in our media – leading them to take to the streets and the Internet and swamp the public with provocative theories about corona.

Wherever unease, skepticism and revolt cannot be channeled into the turbines of democracy, into the political parties, the parliaments, the media, these rushes of emotion will seek their own outlets. They form spontaneous torrents of opinion, rapids of outrage, waterfalls of wrath. And one cannot lessen their effect by cursing their sources: «Corona deniers!», «Conspiracy theorists!», «Right-wing extremists!» Yes, all these groups probably participated when the protests spilled out into the street – but so did many quite reasonably outraged citizens.

Have we journalists failed?

We deemed our governments' measures reasonable; we appreciated the uncertainties affecting their actions; we tolerated their encroachments on democratic and constitutional rules; we excused all that as consequences of poking around in the dark of the pandemic.

We were we – one community, all of us.

A key example of this was provided by Der Spiegel, formerly Europe's most unruly magazine – quite ruthlessly keen on asserting divergent, even outlandish points of view to provocative effect. In January, this weekly talked to Christian Drosten, the bellwether among Germany's virologists. The interviewers narrowed their epistemological interest by prefacing their questions as follows: «In the course of this past year, corona-deniers probably did less harm than those experts who kept arguing against science-based measures, such as Jonas Schmidt-Chanasit and Hendrik Streeck.» Drosten, the government virologist, was expected to disqualify said colleagues, both of them respected scientists. He helplessly answered: «Do you want me to criticize my peers by name?»

That is precisely what Der Spiegel wanted: to ostracize anything diverging from the Corona We, in subservience to the domineering ideology of the Great Corona Community. Another name for this is «embedded journalism». Journalists blissfully in bed with power, in the example at hand: the dominant power of opinion.

Christoph Schwennicke, a well-known political journalist and a 15-year insider of Berlin's media

Epilog

Frank A. Meyer, Publizist

Noch nie waren wir so sehr wir. Wir Bürger. Wir Politiker. Wir Journalistinnen. Wir Journalisten. Noch nie litten wir so sehr unter der gleichen Bedrängnis, den gleichen Einschränkungen des Alltags, den gleichen Lebensängsten. Regierungsmitglieder sorgen sich – wie wir – um ihre Gesundheit, um die Unversehrtheit ihrer Kinder, Eltern, Enkel und Freunde. Sie greifen ebenso reflexartig zur Maske wie wir Menschen in den Medienbetrieben, wir Menschen auf der Strasse. Wir alle desinfizieren gründlich unsere womöglich Corona-verseuchten Hände, waschen sie ausgiebig, ganz besonders auch, wie von den Epidemiologen empfohlen, die Daumen. Und bei Begegnungen sind wir, wie von den Virologen verordnet, peinlich auf Distanz bedacht.

Wir sind wir sind wir – eine Gemeinschaft, allesamt.

Für uns Journalistinnen und Journalisten ist das ein Problem. Der Einbezug ins Wir, in ein geschlossenes Ganzes, verträgt sich nicht mit unserer Aufgabe zu differenzieren: Differenzen zu erkennen, sie herauszuarbeiten, sie aufzuzeigen. Und sogar zu pflegen.

Denn ganz zentral gehört zu unserem Beruf: uns nicht vereinnahmen zu lassen – und aus eben diesem Abseitsstehen das Geschehen zu beobachten, zu berichten, zu beschreiben, zu bewerten.

Tun wir das? Taten wir das in diesen Zeiten ewig schwankender Corona-Massnahmen? Ein völlig neues Zeitphänomen deutet darauf hin, dass wir nicht genügend um den Abstand vom Journalisten zum Politiker zum Virologen besorgt gewesen sind. Dass wir die gebotene Distanz zur Staatsmacht nicht deutlich genug gewahrt haben. Dass sich Teile der Bürgerschaft in unseren Medien nicht repräsentiert sahen – dass sie auf die Strasse gingen und ins Netz, um die Öffentlichkeit mit provokativen Corona-Thesen zu fluten.

Wo Unbehagen, Skepsis und Aufbegehren nicht auf die Turbinen der Demokratie geleitet werden können, in die Parteien, in die Parlamente, in die Medien, suchen sich diese Gefühlslagen eigene Kanäle. Es entstehen spontane Wildbäche der Meinung, Stromschnellen der Empörung, Wasserfälle der Wut. Und deren Wirkung mildert man nicht ab, indem man gegen sie wettert: «Coronaleugner!», «Verschwörungstheoretiker!», «Rechtsextremisten!» Ja, all diese Gruppierungen waren wohl dabei, wenn sich der Protest auf die Strasse ergoss – aber eben auch viele ganz vernünftig empörte Bürgerinnen und Bürger.

Haben wir Journalistinnen und Journalisten versagt?

Wir fanden vernünftig, was die Regierungen veranlassten; wir hatten Verständnis für die Unsicherheiten, die ihr Handeln prägten; wir duldeten das Ritzen von demokratischen und rechtsstaatlichen Regeln; wir entschuldigten all das als Folge des Stocherns im Pandemie-Nebel.

Wir waren wir – Gemeinschaft, allesamt.

Ein Schlüsselbeispiel dafür lieferte «Der Spiegel», einst Europas widerspenstigstes Magazin – geradezu erbarmungslos darauf erpicht, abweichende, gar abwegige Standpunkte provokativ zur Geltung zu bringen. Im Januar sprach das Blatt mit Christian Drosten, dem Leithammel unter Deutschlands Virologen. Die Interviewerinnen verengten ihr Erkenntnisinteresse durch folgende Vorrede: «Einen grösseren Schaden als Corona-Leugner haben im vergangenen Jahr wohl Experten angerichtet, die immer wieder gegen wissenschaftlich begründete Massnahmen argumentiert haben, zum Beispiel Jonas Schmidt-Chanasit und Hendrik Streeck.» Staats-Virologe Drosten sollte die genannten Kollegen, beide sachkompetente Wissenschaftler, disqualifizieren. Er antwortete hilflos: «Wollen Sie, dass ich jetzt Kollegen namentlich kritisiere?»

Genau das wollte «Der Spiegel»: Abweichendes vom Corona-Wir ausgrenzen, um der alles dominierenden Ideologie von der grossen Corona-Gemeinschaft zuzudienen. Man nennt das auch «Embedded Journalism» – eingebetteter Journalismus.

business, wrote an article in the daily Die Welt warning of his colleagues' growing eagerness to belong: «We are running the risk of transferring the power of politicians to ourselves. Of feeling that we are sharing in this power. And that is not only absurd; it is a systemic danger.»

In this pandemic, which has thrown so many iniquities into stark relief, a nasty habit that had been creeping into the media business for years has been taken to new extremes. We are tightly closing ranks – and those who won't toe the line are punished.

But democracy is not commonality. Democracy is society. And society is political plurality, it is lived liberality – it is difference, divergence and dissidence.

That is what an open society is – and it is unthinkable without journalism. So, it is our job to represent differences, to give them shape. Journalists are the esthetes of political thinking, of democratic debate, of civic interaction.

Esthetics has to do with beauty. And indeed, democracy is the most beautiful thing in the world, because it means the freedom of the individual.

The freedom of the human being. Of the I.

Journalism is the fiduciary of this freedom.

Or it is nothing.

Journalisten wohlig im Bett der Macht, im aktuellen Fall: der herrschenden Meinungsmacht.

Christoph Schwennicke, prominenter politischer Journalist, seit 15 Jahren Insider des Berliner Medienbetriebes, warnte in der Tageszeitung «Die Welt» vor der grassierenden Lust seiner Kollegen und Kolleginnen am Dazugehören: «Wir sind in Gefahr, die Macht der Politiker auf uns zu übertragen. Uns selbst als Teil dieser Macht zu fühlen. Das ist nicht nur Unsinn, sondern systemisch gefährlich.»

Was sich bereits seit Jahren als schleichend um sich greifende Untugend des Medien-Metiers abzeichnet, erlebt in der Pandemie, die manches Bedenkliche grell hervortreten lässt, gerade einen neuen Höhepunkt: Wir rücken eng zusammen – und wer sich nicht ins Glied stellt, wird bestraft.

Doch Demokratie ist nicht Gemeinschaft. Demokratie ist Gesellschaft. Und Gesellschaft ist politische Pluralität, ist gelebte Liberalität – ist Differenz, Divergenz und Dissidenz.

So ist die offene Gesellschaft – ohne Journalismus ist sie undenkbar. Also ist es unsere Aufgabe, Differenzen abzubilden, ihnen Gestalt zu verleihen. Journalistinnen und Journalisten sind die Ästheten des politischen Denkens, des demokratischen Diskutieren, des bürgerlichen Umgangs miteinander.

Ästhetik hat mit Schönheit zu tun. Und in der Tat – Demokratie ist die schönste Sache der Welt, denn sie bedeutet die Freiheit des Einzelnen.

Die Freiheit des Menschen. Des Ich.

Journalismus ist der Treuhänder dieser Freiheit.

Sonst ist er nicht.

Ringier Global Media

		Distributed circulation 2020	Unique users per month
Ringier			
Blick	Tabloid	95 944	3 105 000
SonntagsBlick	Sunday newspaper	115 960	
Blick TV	Digital TV		
Ringier Axel Springer Schweiz			
Beobachter	Consumer magazine	239 620	1 165 583
Bilanz	Business magazine	37 579	
Bolero	Fashion and lifestyle magazine		
	Handelszeitung supplement		
Cash.ch	Financial news portal		1 122 083
Glückspost	Women's magazine	114 047	79 083
Glückspost Super Rätsel	Puzzle magazine	18 952	
gaultmillau.ch	Food Channel		315 713
HandelsZeitung	Business magazine	37 700	744 500
L'Illustré	Celebrity magazine	54 885	228 583
LandLiebe	Country-living magazine	177 309	7 509
PME Magazine	Business magazine	18 971	55 966
Schweizer Illustrierte	Celebrity magazine	127 027	1 960 000
Style*	Fashion glossy magazine		
Streaming**	Media magazine		36 312
Tele	TV-schedule magazine	92 770	57 917
Le Temps	Daily newspaper	32 473	2 104 833
TV 2	TV-schedule magazine		
TV 8	TV-schedule magazine	53 424	
TVstar	TV-schedule magazine	57 061	
TVvier	TV-schedule magazine	18 908	
TV Land & Lüt	TV-schedule magazine	11 533	
TV Täglich	TV-schedule magazine		
Entertainment			
Websites			
energy.ch			223 200
students.ch			25 700
usgang.ch			63 300
izzyprojects.ch			
Radio			Net reach
Energy Basel			81 000
Energy Bern			127 000
Energy Hits			47 000
Energy Zürich			232 000
Schlager Radio			29 100

*Publication ceased in 3rd quarter 2020 **Launched in 4th quarter 2020

		Distributed circulation 2020	Unique users per month
Rockit Radio			49 000
Vintage Radio			108 000
Events			
Energy Air			
Energy Cruise			
Energy Live/Red Session			
Energy Star Night			
Moon&Stars*			
Publishing Services			
Admeira			
Ringier Publishing Technology & Services			
Ringier Business Services			
Ringier Advertising			
SMD AG			
Swissprinters AG			
Ringier Axel Springer Media AG			
Poland			
agdlab.pl			70 740
Aplikacja Onet			534 384
Aplikacja Onet Poczta			668 520
Auto Świat	Car magazine	39 371	
Auto Świat 4x4	Car magazine	11 800	
Auto Świat Classic	Car magazine	7 424	
Auto Świat Katalog	Car magazine	14 917	
auto-swiat.pl			4 114 854
businessinsider.com.pl			7 477 218
ekstraklasa.tv			
Fakt	Tabloid	180 016	
Fakt Dobre Chwile	Lifestyle supplement	181 607	
Fakt TV	TV supplement	257 288	
fakt.pl			10 493 280
Forbes	News magazine	20 629	
forbes.pl		9 470	859 220
kochaj.pl			
Komputer Świat	Computer magazine		
komputerswiat.pl		24 749	4 543 776
KŚ Twój Niezbędnik	Computer magazine		
literia.pl		17 001	126 738
medonet.pl			9 193 986
Newsweek Historia	History magazine		
Newsweek Learning English	Educational magazine	12 599	
Newsweek Polska	News magazine	5 112	
Newsweek Polska EXTRA	Magazine	75 339	

*Sold in 4th quarter 2020

		Distributed circulation 2020	Unique users per month
Newsweek Wydanie Specjalne	Magazine	16 983	
Newsweek Psychologia	Magazine	8 523	
Newsweek Zdrowie	Health Guide	14 594	
newsweek.pl		4 243	3 216 834
nk.pl			1 240 056
noizz.pl			2 952 396
ofeminin.pl			4 375 188
onet strona główna	News portal		12 720 240
onet.dom	News portal		1 352 268
onet.dziecko	News portal		978 642
onet.facet	News portal		950 400
onet.film	News portal		4 543 560
onet.gotowanie	News portal		1 677 780
onet.kobieta	News portal		4 677 048
onet.kultura	News portal		3 267 594
onet.magia	News portal		1 077 894
onet.moda	News portal		871 020
onet.moto	News portal		54 000
onet.muzyka	News portal		2 912 058
onet.pl	News portal		17 535 258
onet.pl zapytaj	News portal		4 678 560
onet.poczta	News portal		3 757 266
onet.podróże	News portal		3 780 756
onet.pogoda	News portal		1 750 194
onet.program tv	News portal		1 384 398
onet.sport	News portal		5 400 540
onet.technologie	News portal		
onet.technowinki	News portal		
onet.uroda	News portal		787 468
onet.wiadomości	News portal		1 390 554
onet.zdrowie	News portal		10 544 472
opineo.pl			1 208 142
pclab.pl			936 198
plejada.pl			5 864 076
Przegląd Sportowy	National sports daily		
przegladsportowy.pl		15 171	1 565 892
skapiec.pl			3 105 000
softonet.pl			94 122
sympatia.pl			1 701 540
targsmaku.pl			69 660
vod.pl			2 484 378
zumi.pl			542 538
Slovakia			
aktuality.sk	News portal		2 805 867
azet.sk			939 086
byty.sk	Real estate		123 715
chaty.sk	Real estate		47 369

		Distributed circulation 2020	Unique users per month
diva.sk			951 697
dobruchut.sk	Food		1 168 244
horoskopy.sk			155 720
kalendar.sk			437 460
najmama.sk			955 097
noizz.sk	Millennial platform		718 526
noveauta.sk	Cars		33 517
noveauto.sk	Cars		85 894
novostavby.sk	Rest estate		63 169
Pokec.sk			338 545
realsoft.sk			3 757
slovnik.sk			933 616
referaty.sk			317 487
zive.sk			597 715
sport.sk	Sports news		871 831
Serbia			
Ana.rs			690 042
Blic	Tabloid	32 444	2 917 691
Blic zena	Women's magazine	64 855	1 801 008
Blic zena specials	Magazine	7 352	
Blic.sport.rs			1 266 284
Clip.rs			50 4350
NIN	News magazine	5 903	
Noizz.rs			946 837
Pulsonline.rs			1 161 180
Hungary			
14 Nap Műsorfüzet	TV-schedule magazine	6 583	
Auto Bild	Car magazine	11 306	
Auto Bild Különszám	Car magazine	1 702	
Blikk	Tabloid	56 577	
Blikk Extra Receptek	Cooking magazine	18 139	
Blikk Nők	Women's magazine	47 267	
Blikk Nők Extra	Women's magazine	23 034	
Blikk Nők Konyha	Cooking magazine	9 097	
Blikk Nők Otthon&Kert	Interior decorating magazine	6 543	
Blikk Rejtvény	Crossword supplement	44 733	
Blikk TV	TV supplement	48 041	
Bookazine	Educational magazine	4 286	
Bookazine Plusz	Educational magazine	1 349	
Csók és könny	Women's magazine	7 065	
Eszes	Crossword magazine	9 425	
Eszes Évkönyv	Crossword magazine		
Eszes Évszakok	Crossword magazine	5 909	
Eszes Rejtvénytár	Crossword magazine		
Eszes Skandi	Crossword magazine	4 749	
Eszes Extra	Crossword magazine	9 819	

		Distributed circulation 2020	Unique users per month
Rejtvény Terefere Plusz	Crossword magazine	7 440	
GEO	Educational magazine	3 319	
Glamour	Women's magazine	49 150	
Glamour Különszám	Women's magazine		
Havi Kópé	Crossword magazine	1 269	
Hétpróba Skandi	Crossword magazine	7 058	
Jó vicc!	Crossword magazine	2 326	
Képes TV Műsor	TV-schedule magazine	10 260	
Kiskegyed	Women's magazine	145 435	
Kiskegyed Extra	Women's magazine	21 994	
Kiskegyed Konyhája	Cooking magazine	18 953	
Kiskegyed Konyhája Különszám	Cooking magazine	6 548	
Kiskegyed Otthona	Interior decorating magazine	14 425	
Kiskegyed Plusz	Health magazine	5 147	
Kiskegyed Recepttár	Cooking magazine	19 165	
Kiskegyed Rejtvény Extra	Crossword magazine	6 480	
Kópé	Crossword magazine	3 662	
Kópé Évkönyv	Crossword magazine		
Kópé Évszakok	Crossword magazine	11 445	
Kópé Extra Rejtvénymagazin	Crossword magazine	2 766	
Rejtvény Terefere	Crossword magazine	14 381	
Rejtvény Terefere Évkönyv	Crossword magazine		
Rejtvény Terefere Extra	Crossword magazine	4 550	
Rejtvény Terefere Skandi	Crossword magazine	4 298	
Rejtvénytár	Crossword magazine		
Sárga TV	TV-schedule magazine	18 479	
Színes kéthetes	TV-schedule magazine	28 071	
TV kéthetes	TV-schedule magazine	38 800	
TV Revü	TV-schedule magazine	13 872	
Tvr Újság	TV-schedule magazine	39 316	
TVR-Hét	TV-schedule magazine	54 051	
TVR-Hét Extra	TV-schedule magazine	7 293	
Ügyes	Crossword magazine	24 448	
Ügyes 5 Perc	Crossword magazine	2 870	
Ügyes évszakok	Crossword magazine	20 261	
Ügyes Extra	Crossword magazine	4 684	
Ügyes Extra Szudoku	Crossword magazine	4 332	
Ügyes Sorozat	Crossword magazine	11 037	
Ügyes Plusz	Crossword magazine	10 025	
Ügyes Skandi	Crossword magazine	4 754	
Ügyes 100 Rejtvény	Crossword magazine	1 706	
Vasárnapi Blikk	Sunday newspaper	31 929	
Blikk.hu	Tabloid		2 459 698
Blikk Rúzs.hu	Women's magazine		1 700 441
Glamour.hu	Women's magazine		1 139 761
EgészségKalauz.hu	Health Guide		1 302 035
Noizz.hu	Urban culture		975 270

		Distributed circulation 2020	Unique users per month
Recepttár.hu	Gastronomy		68 130
Ringier Romania			
Avantaje	Women's glossy magazine	2 332	
avantaje.ro			1 072 244
ELLE	Fashion glossy magazine	4 266	
elle.ro			683 924
ELLE Decoration	Decorating glossy magazine		
Libertatea	Daily general public newspaper	22 630	
libertatea.ro			8 101 551
Libertatea Weekend	TV Supplement	38 617	
Libertatea pentru femei	Women's mass-market magazine	11 127	
libertateapentrufemei.ro			1 265 619
retetepractice.ro			556 731
Povestea mea	Women's weekely magazine	6 970	
Intamplari adevarate	Women's bi-monthly magazine	6 807	
Povesti de viata	Women's monthly magazine	6 199	
Gazeta Sporturilor	Daily sports newspaper	9 352	
gsp.ro			3 410 714
Unica	Women's glossy magazine	3 653	
unica.ro			2 939 459
VIVA!	Women's people magazine	4 506	
viva.ro			2 302 262
Lucru de mana	Handcrafting magazine	7 220	
Ringier Africa			
Pulse			
Ghana			
pulse.com.gh			2 845 919
Kenya			
pulselive.co.ke			2 561 843
Nigeria			
pulse.ng			5 434 450
Ringier Asia			
Vietnam			
Elle*	Fashion & Beauty magazine		
Elle Decoration*	Home Decoration magazine		
Elle Man*	Fashion & Beauty magazine		
Elle.vn*	Fashion & Beauty platform		
Myanmar			
Duwun.com.mm			2 411 709
Marry network**			

*Operations closed in 4th quarter 2020 **Taken over by Com BizGroup in 1st quarter 2020

Ringier Global Marketplaces

		Unique users per month
Switzerland		
alpha.ch	Jobs	
anibis.ch	Horizontal	3 446 830
AutoScout24.ch	Cars	3 662 390
DeinDeal.ch	E-commerce	
FinanceJobs.ch	Jobs	
geschenkidee.ch	E-commerce	371 405
ICTcareer.ch	Jobs	
ideecadeau.ch	E-commerce	114 049
ImmoScout24.ch	Real estate	2 418 697
INGJobs.ch	Jobs	
jobs.ch	Jobs	1 840 057
jobs4sales.ch	Jobs	
JobScout24.ch	Jobs	800 538
jobsuchmaschine.ch	Jobs	
jobup.ch	Jobs	933 722
jobwinner.ch	Jobs	
medtalents.ch	Jobs	
MotoScout24.ch	Motorcycles	537 693
My-Store.ch	E-commerce	
Ticketcorner.ch	Tickets	
Topjobs.ch	Jobs	
FinanceScout24.ch	Financing/Insurance	287 879
Austria		
karriere.at	Jobs	1 780 917
Ringier Digital Ventures		
Archilyse AG		
Baze Labs AG		
Blok Enterprises OY		
CheckYeti GmbH		
fabfab GmbH		
Flatfox AG		
Insenio GmbH		
Skoove		
Medlanes GmbH		
AirConsole		
Pamono GmbH		
Recommerce AG (verkaufen.ch)		
Wine & Gourmet Digital AG		
yamo AG		

Digital Ventures exits 2020: Airgreets GmbH, Campanda GmbH, Makerist GmbH

		Unique users per month
Ringier Axel Springer Media AG		
Poland		
jakdojade.pl	Tickets	1 150 146
nofluffjobs.com	Jobs	152 496
StepStone.pl*	Jobs	
Morizon.pl	Real estate	1 283 526
Gratka.pl/nieruchomosci	Real estate	1 495 800
Gratka.pl/motoryzacja	Cars	554 580
Gratka.pl	Horizontal	930 474
Gratka.pl/praca	Jobs	310 446
Lendi.pl	Financing	
alegratka.pl		67 662
domy.pl		123 228
nportal.pl		86 508
oferty.net		71 820
komercyjne.pl		66 528
bezposrednie.com		63 018
App Gratka Nieruchomości		32 022
App Domy.pl		24 570
App Morizon - nieruchomości		23 814
noweinwestycje.pl		24 894
Slovakia		
autobazar.eu	Cars	742 461
autobazar.sk	Cars	324 401
bistro.sk	Food	407 948
bazar.sk	Horizontal	750 298
autovia.sk	Cars	182 434
nehnutelnosti.sk	Real estate	604 852
reality.sk	Real estate	250 508
topreality.sk	Real estate	354 942
Pokec.sk	Social Media	
Serbia		
Mojauto.rs	Cars	367 492
Nekretnine.rs	Real estate	469 178
Hungary		
profession.hu	Jobs	925 591
jobmonitor.hu	Jobs	119 562
munkahelyek.hu	Jobs	33 043
nofluffjobs.com		
Estonia		
cvkeskus.ee	Jobs	401 828

*Operations closed in 4th quarter 2020

		Unique users per month
Latvia		
cvmarket.lv	Jobs	101 206
Lithuania		
cvmarket.lt	Jobs	219 106
Ringier Romania		
ejobs.ro	Jobs	1 099 585
imobiliare.ro	Real estate	1 822 050
Imoradar24.ro	Real estate	
Jobradar24.ro	Jobs	
Kazakhstan		
homsters.kz	Real estate	
Azerbaijan, Kyrgyzstan, Serbia		
lalafo.com	Horizontal	
Ringier One Africa Media (ROAM)		
Ethiopia		
Qefira.com	Horizontal	139 000
Ghana		
Jobberman.com.gh	Jobs	116 000
Cheki.com.gh*	Cars	
Sokoso.com.gh	Jobs	
Kenya		
Brightermonday.co.ke	Jobs	283 000
Buyrentkenya.co.ke	Jobs	205 000
Cheki.co.ke	Cars	427 000
Pigiame.co.ke	Horizontal	640 000
Sokoso.co.ke	Jobs & Real estate	
Nigeria		
Cheki.com.ng*	Cars	
Jobberman.com	Jobs	393 000
Sokoso.ng	Jobs	
Senegal		
Expat-dakar.com	Horizontal	397000
Mamaison.sn	Real estate	
Tanzania		
Brightermonday.co.tz**	Jobs	
Zoomtanzania.com**	Horizontal	
Sokoso.co.tz	Jobs & Real estate	

*Sold in 3rd quarter 2020 **Operations closed in 4th quarter 2020

		Unique users per month
Uganda		
Brightermonday.co.ug	Jobs	67000
Ringier Asia		
Vietnam		
Muabannhadat.vn**	Real estate	419 003
Myanmar		
MyJobs.com.mm	Jobs	139 865

Major group companies

Equity interest on 31.12.2020

Company	Percentage
Switzerland	
Ringier AG, Zofingen	100 %
Admeira AG, Bern	100 %
Swissprinters AG, Zofingen	70 %
Ringier Axel Springer Schweiz AG, Zurich	50 %
GetYourLawyer AG, Zurich	27 %
Ringier Axel Springer Media AG, Zurich	50 %
Ringier Africa AG, Zofingen	100 %
Energy Schweiz Holding AG, Zurich	65 %
Ringier Sports AG, Zurich	100 %
Scout24 Schweiz AG, Flamatt	50 %
FinanceScout24 Hypo AG, Magden	50 %
Casasoft AG, Bottighofen	50 %
IAZI, Informations- und Ausbildungszentrum für Immobilien AG, Zurich	33 %
JobCloud AG, Zurich	50 %
Ticketcorner AG, Rümlang	50 %
Geschenkidee.ch GmbH, Zurich	100 %
DeinDeal AG, Zurich	90 %
Ringier Digital Ventures AG, Zurich	73 %
Romania	
S.C. Ringier Romania s.r.l., Bucharest	100 %
Ejobs Group S.A., Bucharest	100 %
Realmedia Network SA, Timisoara	100 %
Ringier Sportal S.R.L., Bucharest	51 %
Slovakia	
Ringier Axel Springer SK a.s., Bratislava	44 %
United Classifieds s.r.o., Bratislava	26 %
SPORT.SK, s.r.o., Silein	29 %
Serbia	
Ringier Axel Springer d.o.o, Belgrade	50 %
APM Print d.o.o., Belgrade	50 %
NIN d.o.o., Belgrade	50 %
New Digital d.o.o., Belgrade	50 %
Hungary	
Ringier Axel Springer Magyarorszàg Kft., Budapest	50 %
Blikk Kft., Budapest	50 %
Profession.hu Kft., Budapest	50 %

Company	Percentage
Poland	
Ringier Axel Springer Polska Sp. z.o.o., Warsaw	50 %
MZN Property S.A., Warsaw	45 %
Gratka Spolka Z.o.o., Warsaw	45 %
StepStone PL, Warsaw	26 %
Estonia	
CV Keskus OÜ, Tallinn	50 %
Africa Pulse	
Ringier Ghana Ltd., Accra	100 %
Ringier Kenya Ltd., Nairobi	100 %
Ringier Media Nigeria Ltd., Lagos	100 %
Ringier Digital Marketing SA, Dakar	100 %
Afrika ROAM (Ringier One Africa Media)	
Ringier One Africa Media (Pty) Ltd., Cape Town	42 %
Cheki Africa Media Ltd., Ebène	57 %
Asia	
Ringier Pacific Ltd., Hong Kong	100 %
Pyramid Solutions Company Ltd., Yangon	95 %
Nhat Viet Group Co. Ltd., Ho Chi Minh	50 %

Organization

Board of Directors

Michael Ringier
Chairman

Dr. Uli Sigg
Deputy Chairman

Claudio Cisullo
Member of the board

Lukas Gähwiler
Member of the board

Felix Oberholzer-Gee
Member of the board

Markus Hongler
Member of the board

Urs Berger
Member of the board

Laura Rudas
Member of the board

Roman Bargezi
Member of the board

Group Executive Board

Marc Walder
Chief Executive Officer and
Managing Partner Ringier AG

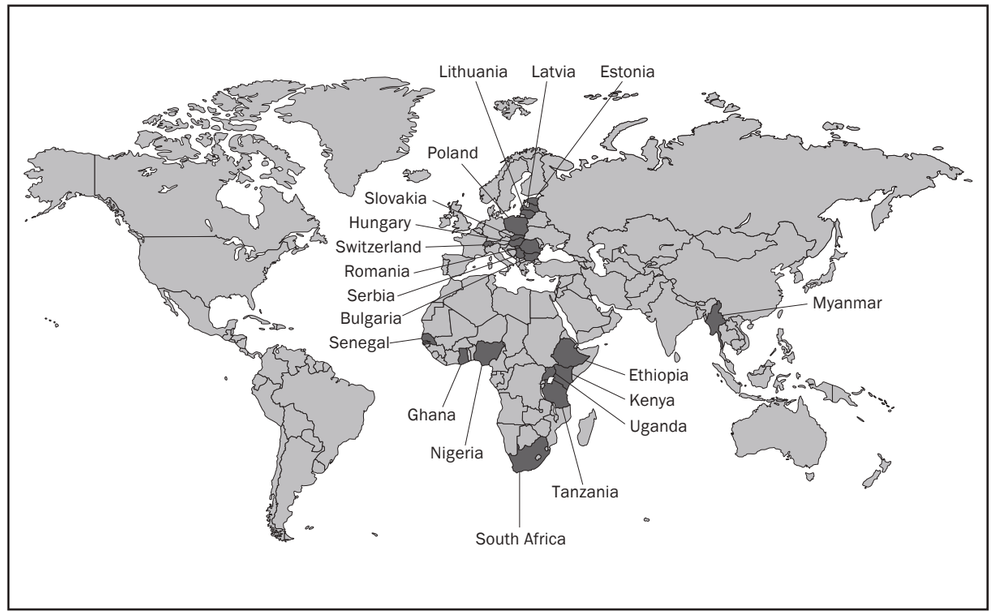
Dr. Annabella Bassler
Chief Financial Officer Ringier AG

Alexander Theobald
COO Switzerland and
CEO Ringier Axel Springer Schweiz AG

Ladina Heimgartner
Head Global Media Ringier AG
and CEO Blick Group

Axel Konjack
Head Global Marketplaces Ringier AG

Ringier locations across the globe



Publishing details

Impressum

Since 1998 the Ringier Annual Report has been designed each year by an artist or artists whose work features in the Ringier Collection. The series was initiated by Michael Ringier and art curator Beatrix Ruf as a means of forging closer ties between the art world and the activities of the Ringier Group.

Publisher: Ringier AG
Coordination: Bernhard Weissberg (Weissberg Consulting, Zurich), Rahel Blättler (Ringier Collection), Alejandro Velert (Corporate Communications, Ringier AG)
Artist: Ed Atkins, Copenhagen
Graphic design: Zuni Halpern
Production: Nicolas Kutsomanolakis (Production Services, Ringier AG)

Ringier AG
Dufourstrasse 23
8008 Zurich
Switzerland
Phone +41 44 259 64 44
media@ringier.ch
www.ringier.com

Zurich, April 2021

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

Herausgeberin: Ringier AG.
Leitung und Koordination: Bernhard Weissberg (Weissberg Consulting, Zürich), Rahel Blättler (Sammlung Ringier), Alejandro Velert (Corporate Communications Ringier AG).
Künstler: Ed Atkins, Kopenhagen.
Grafik: Zuni Halpern.
Produktion: Nicolas Kutsomanolakis (Produktions-Services Ringier AG).

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

Zürich, April 2021