

Ringier

Portrait

Ringier ist ein Medien- und Unterhaltungskonzern mit Sitz in Zofingen. Das **Familienunternehmen** erzielt knapp 80% des Umsatzes in der Schweiz, den Rest vor allem in Osteuropa und zu einem kleinen Teil in Asien und Afrika. In der Schweiz verlegt Ringier zwei **Tageszeitungen**, eine **Sonntagszeitung** sowie einen Finanztitel und ein Finanzportal und veranstaltet drei regionale **Radioprogramme**. Zu allen Marken gehören entsprechende **Online-Angebote**. 2020 ging der **digitale TV-Sender** "Blick TV" live. 2016 wurden die Axel Springer-**Zeitschriften** in der Schweiz mit dem Portfolio von Ringier in einem 50/50-Joint-Venture zusammengelegt.

Im starken **Digitalgeschäft** liegt der Schwerpunkt auf Marktplätzen und anderen E-Commerce-Aktivitäten. Die **Vermarktung** erfolgt in der seit 2020 zu 100% zu Ringier gehörende Tochtergesellschaft **Admeira**.

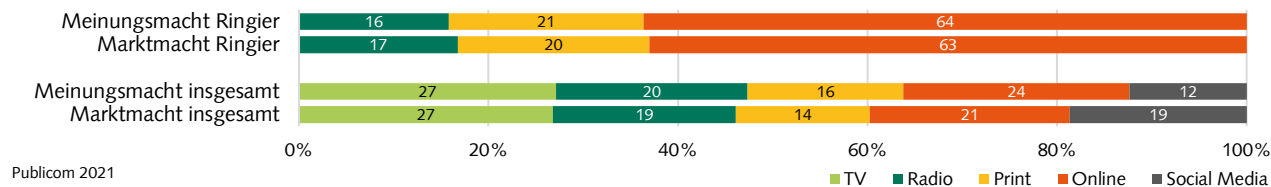
Basisinformationen



Geschäftssitz:	Zofingen
Name im Handelsregister:	Ringier AG
Aktionariat:	Familienbesitz
Umsatz 2020 (Mio. CHF):	953,7 (-3,2% seit 2019)
Gewinn 2020 (Mio. CHF):	84.4 (-26.0% seit 2019)
Mitarbeiter 2020:	6'783 (-5.1% seit 2019)
Ertragsstruktur:	<ul style="list-style-type: none"> > 57% aus Digitalerlösen > 21% aus Vertriebslösen > 10% aus Anzeigenerlösen > 6% aus Druckbereich > 7% übriger Ertrag
Untersuchtes Sample:	8 Medienmarken

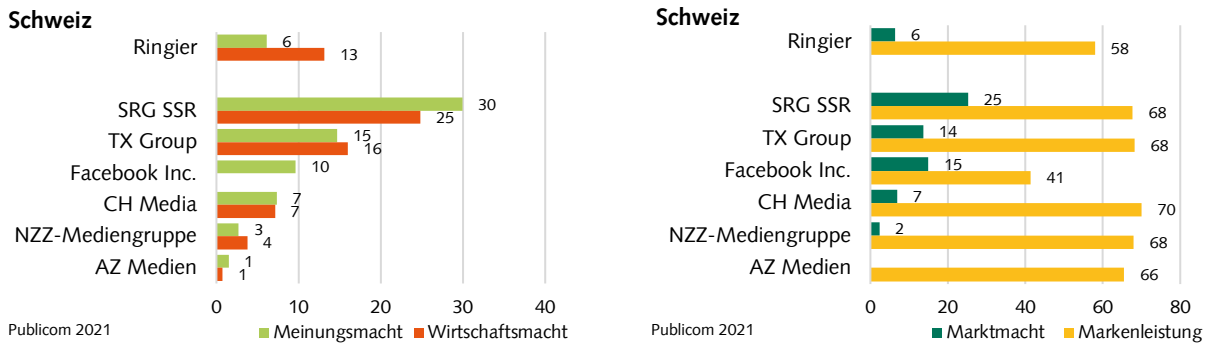
Abb. 1: Meinungsmacht und Marktmacht – Publizistische Schwerpunkte von Ringier

Anteile Mediengattungen bzw. Verbreitungskanäle an summierter nationaler Meinungs- und Marktmacht des Konzerns



- > Erster **Schwerpunkt** ist **Online**, mit **64%** des Meinungsmachtpotenzials und **63%** der gesamten Marktmacht von Ringier
- > **Print** ist zweites starkes Schweizer Standbein, erzielt **21%** des Meinungsmachtpotenzials und **20%** der Marktmacht des Konzerns
- > **Radio** mit nur **16%** des Meinungsmachtpotenzials von Ringier sowie **17%** Marktmacht
- > **Transformation** der Meinungsmacht von Print zu Online setzt sich 2020 fort; Online mit Zunahme von **14%** auf Kosten von Print (-6) und Radio (-7) gegenüber dem Vorjahr
- > **Schweizer Meinungsmarkt** insgesamt: TV (27%) vor Online (24%), Radio (20%), Print (16%) und Social Media (12%)
- > Keine reine **TV**-Aktivitäten von Ringier

Abb. 2: Meinungs-, Wirtschafts- und Marktmacht sowie Markenleistung – Ringier im Konkurrenzvergleich
 Anteile Konzerne an gesamter nationaler Meinungs-, Markt- und Wirtschaftsmacht; Mittelwerte für Markenleistung (Index 0 bis 100)



- > Ringier erreicht national **fünftgrößtes Meinungsmachtspotenzial** (6%) und **drittstärkste Wirtschaftsmacht** (13%) aller Konzerne
- > Ringier bei **Meinungsmacht** klar hinter SRG SSR, TX Group, Facebook Inc. und CH Media, deutlich vor NZZ-Mediengruppe und AZ Medien
- > Ringier weiterhin mit **geringster qualitativer Markenleistung** der grösseren Schweizer Konzerne (Mittelwert von 58), aber deutlich vor Facebook Inc.
- > Ringier hat **fünfgrosste nationale Marktmacht**, liegt (klar) hinter SRG SSR, Facebook Inc., TX Group und knapp hinter CH Media

Abb. 3: Regionale Meinungsmacht Ringier
 Anteile Konzern an gesamter Meinungsmacht in Medienräumen



Publicom 2021

Sehr grosse Meinungsmacht:

-

Grosse Meinungsmacht:

-

Mittlere Meinungsmacht:

-

Kleine Meinungsmacht:

- > Hochalpen, Basel: #4 mit je 9%
- > Zürich Nordost und Bern #3, Zürich/See #4: mit je 8%
- > Deutsche Schweiz, Zürich Nordwest, Mittelland: #5 mit je 7%
- > Zentralschweiz, Ganze Schweiz: #5 mit je 6%
- > Genève #4, St. Gallen #5, Graubünden #6: mit je 5%
- > Französische Schweiz: #5 mit 4%
- > Vaud/Fribourg/Valais, Arc Jurassien: #5 mit je 3%

Nicht vertreten im Medienraum Ticino bzw. italienische Schweiz

