

## 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**. 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**.

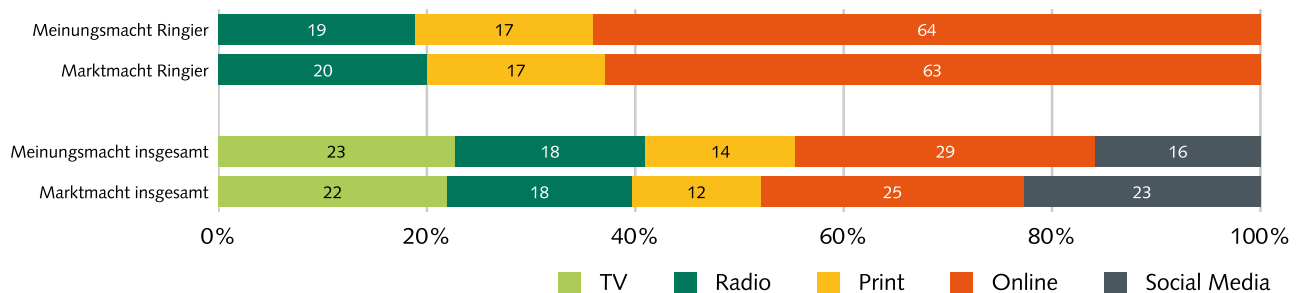
### Basisinformationen



Geschäftssitz:	Zofingen
Name im Handelsregister:	Ringier AG
Aktionariat:	Familienbesitz
Umsatz 2022 (Mio. CHF):	932.6 (-3.4% seit 2021)
Gewinn 2022 (Mio. CHF):	104.9 (-15.2%)
Mitarbeiter 2022:	6'486 (+1.8%)
Ertragsstruktur:	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; 56% aus Digitalerlösen</li> <li>&gt; 19% aus Vertriebslösen</li> <li>&gt; 10% aus Anzeigenerlösen</li> <li>&gt; 8% aus Druckbereich</li> <li>&gt; 7% übriger Ertrag</li> </ul>
Untersuchtes Sample:	7 Medienmarken

Abbildung 1: Meinungsmacht und Marktmacht – Publizistische Schwerpunkte von Ringier

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



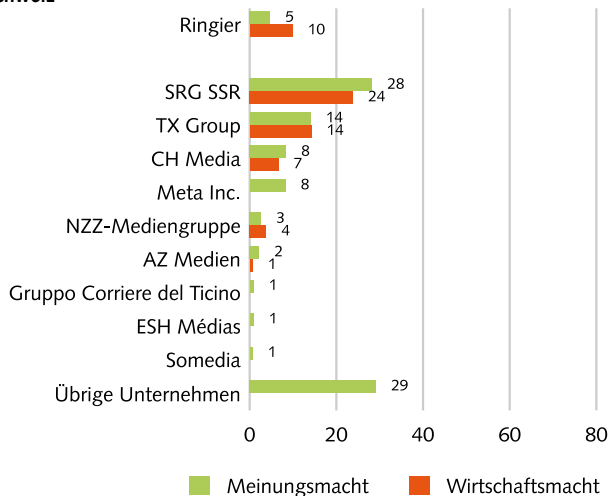
Publicom 2023

- > Erster Schwerpunkt ist **Online**, mit **64%** des Meinungsmachtspotenzials und 63% der gesamten Marktmacht von Ringier
- > **Radio** ist zweites starkes Schweizer Standbein, erzielt **19%** des Meinungsmachtspotenzials und 20% der Marktmacht des Konzerns
- > **Print** mit **17%** des Meinungsmachtspotenzials von Ringier sowie 17% Marktmacht
- > **Meinungsmachtzunahme:** bei Online (+4), Abnahme bei Print (-2) und Radio (-2) seit 2021
- > **Schweizer Meinungsmarkt** insgesamt: Online (29%) vor TV (23%), Radio (18%), Social Media (16%) und Print (14%)
- > Pas de valeurs sur les activités TV de Ringier en raison de l'absence de chiffres de pénétration

**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)

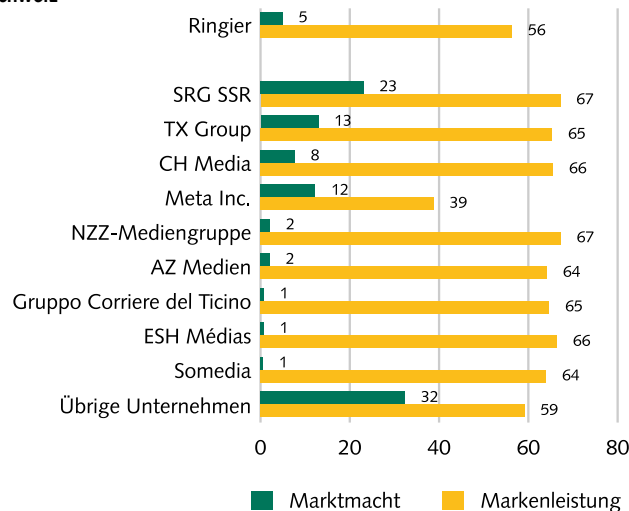
## Schweiz



Publicom 2023

- > Ringier erreicht national **fünftgrösstes Meinungsmachtspotenzial** (5%) und **drittstärkste Wirtschaftsmacht** (10%) aller Konzerne
- > Ringier bei **Meinungsmacht** klar hinter SRG SSR, TX Group, CH Media und Meta, deutlich vor NZZ-Mediengruppe und AZ Medien

## Schweiz



Publicom 2023

- > Ringier weiterhin mit **geringster qualitativer Markenleistung** der grösseren Schweizer Konzerne (Mittelwert von 62), aber deutlich vor Meta Inc.
- > Ringier hat fünfgrösste nationale **Marktmacht**, liegt (klar) hinter SRG SSR, TX Group, Meta und CH Media

**Abb. 3: Regionale Meinungsmacht Ringier**

Anteile Konzern an gesamter Meinungsmacht in Medienräumen



Publicom 2023

### Sehr grosse Meinungsmacht:

### Grosse Meinungsmacht:

### Mittlere Meinungsmacht:

### Kleine Meinungsmacht:

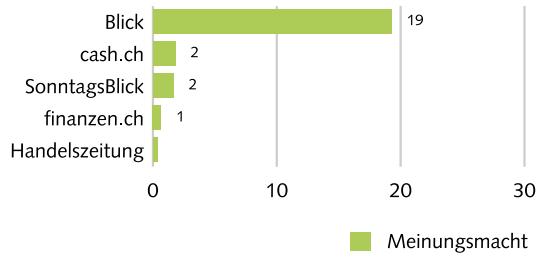
- > Basel #4 und Zürich/See #5: mit je 8%
- > Bern #5: mit 7%
- > Deutsche Schweiz, Mittelland, ZH Nordwest und ZH Nordost #6: mit je 6%
- > Hochalpen #5; St. Gallen, Zentralschweiz und Ganze Schweiz #6; Graubünden #7: mit je 5%
- > Zentralschweiz und St. Gallen: #6; Graubünden #7: mit je 5%
- > Vaud/Fribourg/Valais und Arc Jurassien #6: mit je 1%

**Nicht vertreten** in französischer Schweiz (Medienräume Genève, Vaud/Fribourg/Valais, Arc Jurassien) und italienischer Schweiz (Ticino)

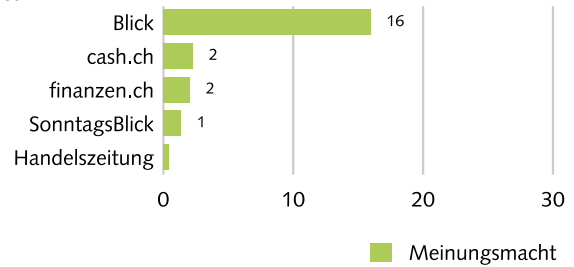
**Abb. 4: Meinungsmacht von Ringier: Stärkste Medienmarken in ausgewählten Regionen**

Meinungsmacht von Medienmarken in lokal-regionalen Medienräumen und Deutscher Schweiz (Indexwerte 0 bis 100)

## Hochalpen

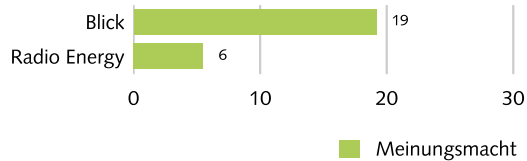


## ZH Nordost



Publicom 2023

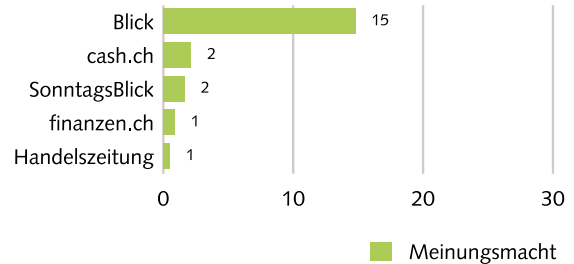
## Basel



Publicom 2023

Publicom 2023

## Bern



Publicom 2023

- > **Blick** ist klar stärkste Marke für Meinungsmacht von Ringier; Boulevardzeitung ist Schweizer **#8** und Deutschschweizer **#8** und erzielt jeweils die **zweitgrösste Meinungsmacht aller Printmarken** (deutlich hinter 20 Minuten)

- > **Blick** sehr stark in **Hochalpen** (#8) mit einer Meinungsmacht von 19 Punkten; gut auch in Mittelland (19); Zentralschweiz und St. Gallen (je 16); Graubünden, Bern und ZH Nordwest (je 15); Basel und Zürich/See (je 14)

- > **Radio Energy** ist Ringiers #2 (national #25 und Deutschschweizer #18)
- > Dahinter folgt **cash.ch** (national #60 und #45 in Deutschsprachiger Schweiz)

## Wichtige Veränderungen

- > Im Frühjahr 2023 macht Blick einen Teil seiner Inhalte auf dem Onlineportal "**blick.ch**" kostenpflichtig. (04.10.2022)
- > Energy lanciert ein Radiostudio im Metaverse. (26.08.2022)

- > Die "**Handelszeitung**" lanciert eine neue App und erneuert die E-Paper-App. (24.08.2022)
- > Die Blick-Gruppe lanciert zum eigenen News-Portal in der Westschweiz eine App namens "**Blick | fr**". (25.01.2022)

## Methodische Anmerkungen

Der *Medienmonitor Schweiz* untersucht den Einfluss von insgesamt **176 Medienmarken** aus TV, Radio, Print, Online und Social Media (mind. wochenaktuell, ohne Gratis-Wochenanzeiger) auf die **Meinungsbildung** in der Schweizer Bevölkerung.

**Meinungsmacht** besteht aus zwei Einflussgrössen: Erstens die **qualitative Markenleistung** (Bewertung von Medienmarken durch ihre Nutzer, ermittelt in Bevölkerungsbefragung) und zweitens die **quantitative Marktmacht**, bzw. die täglichen Kontaktleistungen von Medienmarken (auf Basis von Sekundäranalysen der Schweizer Währungsstudien von WEMF und Mediapulse für Print, Radio und TV sowie eigenen Hochrechnungen für Online und Social Media).

- > Befunde auf **Gattungsebene** kumulieren die täglichen Kontaktleistungen für jeden Verbreitungskanal, der von Medienmarken des Konzerns bedient wird (Abb.1). Befunde auf **Konzernebene** kumulieren die Gesamt-Kontaktleistung (=aller Verbreitungskanäle) sämtlicher Marken des Unternehmens (Abb. 2 und 3). Die ermittelte Kontaktsumme wird als prozentualer **Anteil** des Brutto-Kontaktuniversums ausgewiesen, das der Summe der Kontaktleistungen aller Medienmarken eines Konzerns (Abb. 1) bzw. in einer Region (Abb. 2 und 3) entspricht.
- > **Indexwerte** auf **Markenebene** (Abb. 4) kumulieren die täglichen Gesamt-Kontaktleistungen einer Medienmarke, ausgewiesen als Teil des Netto-Universums (=Bevölkerung) im betreffenden Gebiet und/oder Bevölkerungssegment. Zur Berechnung des Meinungsmacht-Index wird der Marktmacht-Index mit dem Markenleistungs-Index gewichtet und in den Indexbereich (0 bis 100) normalisiert.
- > Kennzahl für **Wirtschaftsmacht** weist bereinigte Inlandumsätze der Konzerne (falls vorhanden) als Anteile des Schweizer Gesamtmarkts aus.

Der *Medienmonitor Schweiz* ist eine Studie der Publicom AG im Auftrag des Bundesamts für Kommunikation (BAKOM). Weitere Informationen und Methodik unter [www.medienmonitor-schweiz.ch](http://www.medienmonitor-schweiz.ch)