

Ringier

Portrait

Ringier ist ein Medien- und Unterhaltungskonzern mit Sitz in Zofingen. Das **Familienunternehmen** erzielt 67% 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 zusammgelegt.

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**.

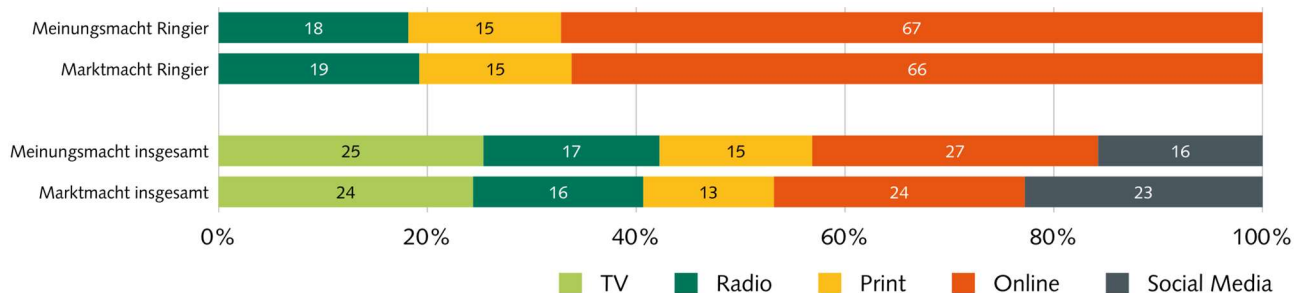
Basisinformationen



Geschäftssitz:	Zofingen
Name im Handelsregister:	Ringier AG
Aktionariat:	Familienbesitz
Umsatz 2024 (Mio. CHF):	800.6 (-12.9% seit 2023)
Gewinn 2024 (Mio. CHF):	118.8 (+12.6% seit 2023)
Mitarbeiter 2024:	6'048 (-8.0% seit 2023)
Ertragsstruktur:	<ul style="list-style-type: none"> > 57% aus Digitalerlösen > 21% aus Vertriebslösen > 10% aus Anzeigenerlösen > 3% aus Druckbereich > 8% übriger Ertrag
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



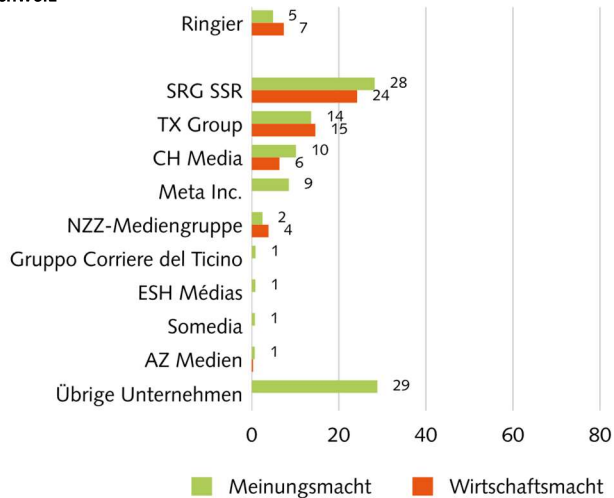
Publicom 2025

- > Erster Schwerpunkt ist **Online** mit **67%** des Meinungsmachtpotenzials und der gesamten Marktmacht von Ringier
- > **Radio** ist zweites starkes Schweizer Standbein, erzielt **18%** des Meinungsmachtpotenzials und 19% der Marktmacht des Konzerns
- > **Print** mit je **15%** des Meinungsmachtpotenzials und der Marktmacht von Ringier
- > **Meinungsmachtabnahme** bei Radio (-1) und Print (+1, keine Veränderungen bei restlichen Mediengattungen seit 2023)
- > Schweizer **Meinungsmacht** insgesamt: Online (27%) vor TV (25%), Radio (17%), Social Media (16%) und Print (15%)

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)

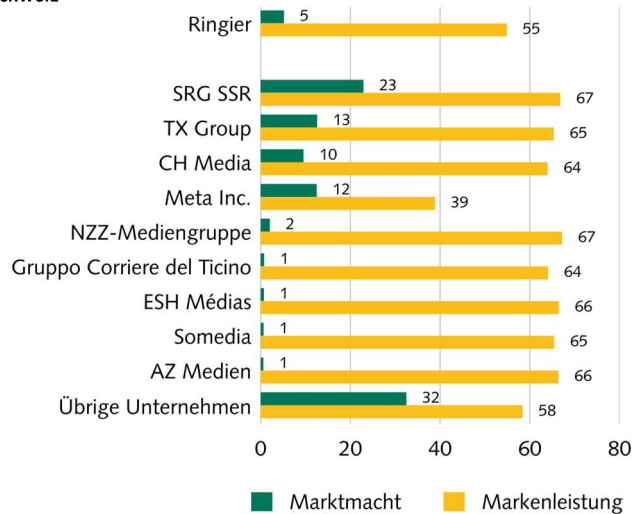
Schweiz



Publicom 2025

- > **Ringier** erreicht national **fünftgrösstes Meinungsmachtpotenzial** (5%) und **drittstärkste Wirtschaftsmacht** (7%) aller Konzerne
- > Ringier bei **Meinungsmacht** hinter SRG SSR, TX Group, CH Media und Meta, vor NZZ-Mediengruppe

Schweiz



Publicom 2025

- > Ringier (55) mit **geringster qualitativer Markenleistung** der grösseren Schweizer Konzerne, aber deutlich vor Meta
- > Ringier hat fünfgrösste nationale **Marktmacht**, liegt hinter SRG SSR, TX Group, Meta und CH Media

Abb. 3: Regionale Meinungsmacht Ringier

Anteile Konzern an gesamter Meinungsmacht in Medienräumen



Publicom 2024

Sehr grosse Meinungsmacht:

-

Grosse Meinungsmacht:

-

Mittlere Meinungsmacht:

-

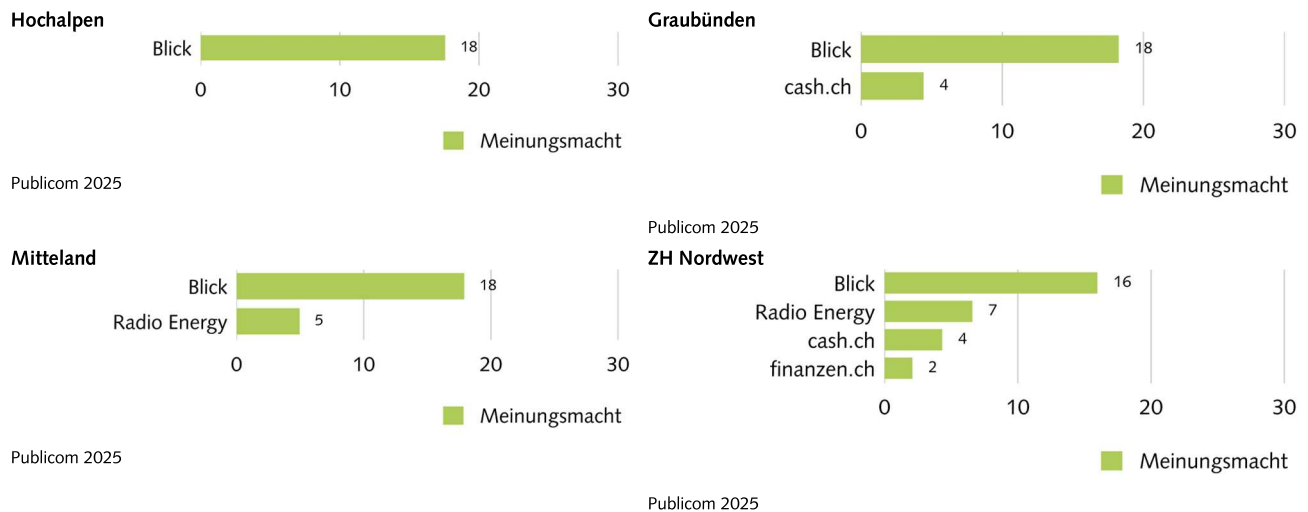
Kleine Meinungsmacht:

- > Basel #4, ZH Nordwest #4 und Bern #3 mit je 8%
- > Zürich/See #5 und Deutsche Schweiz #5 mit je 7%
- > Mittelland #5, ZH Nordost #5, Graubünden #6, St. Gallen #5 und Zentralschweiz #5 mit je 6%
- > Hochalpen #4 und Ganze Schweiz #5 mit je 5%
- > Vaud/Fribourg/Valais #5, Französische Schweiz #5 und Genève #5 mit je 1%

Nicht vertreten im Medienraum Arc Jurassien und Italienische 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)



- > **Blick** ist klar stärkste Marke für Meinungsmacht von Ringier; Boulevardzeitung ist Schweizer **#8** und Deutschschweizer **#7**
- > **Blick** sehr stark in **Graubünden** (#6) mit einer Meinungsmacht von 18 Punkten; gut auch in Hochalpen (18), Mittelland (18) und Zürich Nordwest (16)
- > **Radio Energy** ist Ringiers #2 (national #24 und Deutschschweizer #17)
- > Dahinter folgt **cash.ch** (national #50 und #38 in Deutschsprachiger Schweiz)

Wichtige Veränderungen

- > Nach der Übernahme von Ringier Axel Springer Schweiz durch Ringier nimmt das Medienhaus einen Abbau von 75 Stellen vor (09.01.2024).
- > Die gemeinsame Tochtergesellschaft von Ringier und NZZ, die Druckerei Swissprinters in Zofingen, wird per Ende September 2024 geschlossen (15.01.2024).
- > Ringier Medien Schweiz (RMS) vereint ab sofort alle Redaktionen sowie digitale und Marketing-Ressourcen in der Westschweiz und etabliert damit eine neue Struktur namens Ringier Médias Suisse romande. Diese Neuorganisation betrifft unter anderem die Westschweizer Online-Redaktion von "Blick" (blick.ch/fr), die nun nicht mehr in Zürich angesiedelt ist. (12.04.2024)
- > Ringier sammelt Ende Juli alle verbliebenen Zeitungsautomaten in der Schweiz ein und beendet damit den Vertrieb des "Sonntags-Blick" über diese Geräte ein (19.06.2024).

Methodische Anmerkungen

Der *Medienmonitor Schweiz* untersucht den Einfluss von insgesamt **182 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