

Ringier unter der Lupe

Umfassende und wissenschaftlich fundierte Analyse der Unternehmensgeschichte

Zürich, 23. Februar 2011

Von der aargauischen Provinzdruckerei zum multinationalen Medienkonzern: Eine soeben publizierte Studie der Universität Bern analysiert erstmals umfassend, wissenschaftlich fundiert und kritisch den Aufstieg der Ringier AG zum Schweizer Branchenleader. Der Fokus liegt dabei auf der historisch gewachsenen Unternehmenskultur und -identität, die Ringier bis heute prägt. Mit der Veröffentlichung dieser Forschungsarbeit schafft Ringier eine in der Schweizer Medienbranche wohl einzigartige Transparenz in der gesamten Unternehmensgeschichte.

Der Name Ringier steht in der Schweiz für beispiellosen Erfolg. *Schweizer Illustrierte*, *Blick* oder *Cash* gelten heute als Meilensteine, die den Schweizer Journalismus im 20. Jahrhundert geprägt und die Branche verändert haben. Doch der Aufstieg von der kleingewerblichen Provinzdruckerei zum multinationalen und multimedial integrierten Medienkonzern verlief alles andere als kontinuierlich. Krisen und kapitale Pleiten prägen die über 175-jährige Geschichte des Familienunternehmens genauso wie unternehmerische Risikobereitschaft und beispiellose Erfolge. Eine wissenschaftliche Studie des Instituts für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Bern (ikmb), die Professor Roger Blum geleitet hat, nimmt nun die wechselvolle Entwicklung und das bewegte Innenleben des grössten Schweizer Medienkonzerns erstmals kritisch, umfassend und detailliert unter die Lupe.

«Wer sich weiterentwickeln will, tut gut daran, seine Geschichte zu kennen», sagt Ringier Verwaltungsratspräsident Michael Ringier. «Die vorliegende Unternehmensgeschichte zeigt, dass der Erfolg von Ringier auf der Bereitschaft basiert, sich stets konsequent auf die vorherrschenden Rahmenbedingungen einzustellen. Ringier hat sich in seinen 175 Jahren immer wieder neu erfunden und sich neu positioniert, oft in schwierigen und auch

schmerzhaften Prozessen. Das Buch ist ein Spiegel in dem wir, wenn wir heute in die Vergangenheit blicken, zugleich in die Zukunft sehen und sie jetzt gestalten. Auch künftig müssen wir Grenzen sprengen, wenn wir nicht von der Entwicklung der Zeit überrollt werden wollen.»

Die Autoren Peter Meier und Thomas Häussler zeichnen die Geschichte Ringiers kenntnisreich und anschaulich bis in die Gegenwart nach. Dabei vermitteln sie überraschende Einblicke in die Funktionsweise eines aussergewöhnlichen Medienhauses und fördern viel Neues zutage. Sie beleuchten insbesondere jene ganz spezifische Unternehmenskultur und -identität, die über mehrere Verleger- und Journalistengenerationen hinweg gewachsen ist und Ringier bis heute prägt. Zudem spüren Peter Meier und Thomas Häussler den vielen Gerüchten, Halbwahrheiten und Mythen nach, die sich um das Familienunternehmen, seine Publizistik und seine Macher ranken, um sie aufzudecken, mit Fakten zu untermauern oder aber zu korrigieren. Entstanden ist so ein einzigartiger Blick auf ein wichtiges Kapitel der Schweizer Medien- und Wirtschaftsgeschichte. Professor Roger Blum sagt dazu: «Medien und Medienunternehmen können nur vollends verstanden werden, wenn man auch ihre Geschichte kennt. Die Erforschung der Mediengeschichte wurde in der Schweiz bisher sträflich vernachlässigt. Peter Meier und Thomas Häussler zeigen am Beispiel von Ringier exemplarisch, welche Erkenntnisse sich aus der historischen Forschung gewinnen lassen.»

Die wenigen vorliegenden Studien zur Geschichte von Medienunternehmen im deutschsprachigen Raum untersuchen bislang ausnahmslos lediglich isolierte Einzelaspekte. Hier betreten Peter Meier und Thomas Häussler wissenschaftliches Neuland, indem sie die Ebenen von Akteuren, Organisationsstrukturen und publizistischen Titeln verknüpft analysieren und zusätzlich um eine ökonomische Perspektive ergänzen. Möglich wird dies einerseits durch bisher unbearbeitete Quellen aus dem wiederentdeckten Ringier-Unternehmensarchiv, welche die Autoren erstmals umfassend auswerten konnten. Andererseits haben sie für ihre Untersuchung weitere Schweizer Archive sowie Privatnachsätze bearbeitet und eine Vielzahl von Zeitzeugeninterviews geführt.

Die mehrjährige Untersuchung ist von der Ringier AG finanziert worden. Unabhängigkeit und Forschungsfreiheit waren den Autoren vertraglich zugesichert und während des gesamten Forschungsprozesses jederzeit gewährleistet.



^b
UNIVERSITÄT
BERN

Das ikmb hat im Auftrag von Ringier bereits die Rolle der Ringier Zeitschriften von 1933 bis 1945 analysiert (Peter, Meier, Nicole Gysin: «Vom heimischen Herd an die politische Front», Bern 2003). Karl Lüönds Buch zum 175-Jahre Jubiläum, «Ringier bei den Leuten», basiert streckenweise auf den Recherchen und Forschungsarbeiten zum nun erschienenen Werk und war gewissermassen eine Populärversion im Vergleich zum vorliegenden Zweibänder.

Kommunikation Ringier Schweiz

Ansprechpersonen für weitergehende Fragen:

Prof. Dr. Roger Blum, ehem. Direktor Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft Universität Bern, Tel. +49 221 569 34 3 34, Mobile +49 160 80 107 28, oder +41 79 601 07 60

Peter Meier, Historiker, Kommunikationswissenschaftler (Autor und Projektleiter «Unternehmensgeschichte Ringier»), Tel. +41 76 339 12 41

Ringier AG, Matthias Graf, CCO, +41 44 259 64 44

Angaben zum Buch:

Peter Meier, Thomas Häussler: Zwischen Masse, Markt und Macht. Das Medienunternehmen Ringier im Wandel (1833–2009). Zürich: Chronos 2011. 1078 S., 2 Bde. geb. CHF 98.00 / EUR 72.50. ISBN 978-3-0340-0952-2.

Ringier AG
Kommunikation Ringier Schweiz
Dufourstrasse 23
CH-8008 Zürich

Telefon +41 259 44 64 44
Telefax + 41 259 86 35
Mobile +41 79 470 64 44
E-Mail media@ringier.ch
Internet www.ringier.ch, www.ringier.com

**Zeitungen
Zeitschriften
Digital Media
Radio/Fernsehen
Druckzentren**