

RINGIER «SPEAK» -

Kernbotschaften aus dem Geschäftsbericht für alle Mitarbeitenden weltweit

Das international tätige Medienunternehmen Ringier setzt in der Berichterstattung auf Kunst, Infotainment und Live-Kommunikation. Welche Ideen dahinterstehen, zeigt Dr. Annabella Bassler, CFO der Ringier AG, im Gespräch mit Reto Schneider auf. Klar ist: Fokussierten CFOs früher vornehmlich auf finanzielle Aspekte, beschäftigen sie sich heute immer stärker mit führenden und strategischen Aufgaben.

Von Reto Schneider



ZUR PERSON: DR. ANNABELLA BASSLER

Die Finanzexpertin ist seit 2007 für die Ringier AG tätig. Seit Juni 2012 ist sie CFO und seit 2014 Landesverantwortliche von Ringier Rumänien sowie Mitglied in den Verwaltungsräten von Ticketcorner AG und Ringier Digital Ventures AG. Nach Abschluss ihres Wirtschaftsstudiums an der European Business School in Oestrich-Winkel, Buenos Aires und Los Angeles sowie anschliessendem Doktorat führte ihr Weg über das Consulting in den Finanzbereich der Reederei Hamburg Süd.

Frau Dr. Bassler, Sie sind seit zwölf Jahren bei Ringier tätig und wurden 2012 zur Group CFO ernannt. Was hat sich in dieser Zeit bei Ringier am stärksten verändert?

Wir haben in den letzten zwölf Jahren rund zwei Milliarden Schweizer Franken investiert – um zu diversifizieren und zu digitalisieren. Mittlerweile stammen 46% der erzielten Erlöse aus digitalen Geschäftsmodellen. Mit einem EBITDA-Digitalanteil von 71% nimmt Ringier eine europäische Spitzenposition unter den Medienunternehmen ein. Dieses Wachstum ist nicht nur dem Bereich digitale Marktplätze zuzuschreiben, sondern auch der Steigerung der Monetarisierung von digitalen Produkten im Bereich Publishing, also dem Bereich Journalismus und allen unseren kompetenten Mitarbeitern.

Welche Auswirkungen hatten diese Veränderungen auf Ihre Funktionen als CFO und wo sehen Sie den Fokus in naher Zukunft?

Ich habe mit meinem Team diesen Prozess proaktiv mitgestaltet. Im Gegensatz zu früher, als der Fokus eines CFOs eindeutig auf den Bereichen Treasury, Rechnungs- und Berichtswesen lag, definiere ich meine Rolle als führend und strategisch im Transformationsprozess. Die Notwendigkeit zum finanziellen Risk-Management setze ich durch eine aktive Steuerung um: So werden Herausforderungen strukturiert und Entscheidungen getroffen. Ein CFO muss sein CFO-Handwerk verstehen, Standards setzen und den Status quo challengen. Dies bedeutet, Strategie, Business Enabler und Coach zu sein. Als Strategie im Transformationsprozess ist es meine Aufgabe, vielversprechende Wachstumspfade aufzuzeigen – so haben wir in den letzten zehn Jahren unter anderem 50 M&A-Transaktionen abgeschlossen. Als Business

Enabler leite ich dazu an, rationale Entscheidungen auf der Basis von Daten zu treffen um das Business voranzutreiben. Als Coach verstehe ich, das Beste aus mir und meinem Team herauszuholen. Dies versuche ich durch eine harte, aber herzliche Führungskultur umzusetzen.

Ringier ist nicht börsenkotiert und nutzt die Freiheiten in der Berichterstattung. Der Ringier-Geschäftsbericht verbindet seit Jahren Kunst mit der Berichterstattung. Warum?

Ein guter Geschäftsbericht muss heute immer eine Portion Infotainment enthalten: Zahlen, Daten und Fakten, kombiniert mit professionellem Storytelling. Das machen wir – die Kunst gehört zur Ringier-DNA. Wir sprechen hier von einer international anerkannten Sammlung zeitgenössischer Kunst. Die Kunstwerke aus der Sammlung werden den Mitarbeitenden in vielfältiger Form zugänglich gemacht. Seit 1997 entsteht der Ringier-Jahresbericht in Zusammenarbeit mit einem Künstler oder einer Künstlerin und avancierte in Sammlerkreisen schon früh zum begehrten Objekt. Der Ringier-Jahresbericht wurde u.a. von dem Künstler-Duo Fischli-Weiss, von Maurizio Cattelan, Richard Prince oder Helen Marten gestaltet. 2017 erhielt Ringier den European Excellence Award für den besten Jahresbericht. Dieser war gespickt mit Augmented-Reality-Elementen, die die unterschiedlichen Geschäftseinheiten unseres Unternehmens darstellen. Michael Ringier sagte einmal, dass die Kunst die Wahrnehmung für die Gegenwart und die Zukunft schärfe und verändere. Mehr noch: Wer sich mit zeitgenössischer Kunst beschäftigt, muss sich auf sein eigenes Urteil verlassen. Kein Kunstexperte kann sagen, ob ein Künstler und dessen eben erst geborenes Werk vor der Geschichte Bestand haben werden. Und bei Ringier beschäftigen wir uns eben auch mit der Gegenwart und der Zukunft.

Best-of-Video der
Veranstaltung «Speak!
Ringier Annual Report»:
bit.ly/2ZoWhJL



Welcher Bericht der letzten Jahre hat Ihnen am besten gefallen und weshalb?

Die Entscheidung ist nicht ganz einfach, weil sie alle für sich einzigartig sind. 2007 zeichnete der Künstler die Geschichte des Lebenskreises von der Geburt bis zum Tod nach. 2016 war der «Blick» die künstlerische Grundlage. Der Künstler bildete unsere DNA als Medienunternehmen perfekt ab, indem er den Bogen spannte von unseren Anfängen als Zeitungsverlag bis zur Gegenwart als digitales Medienunternehmen. Wir bei Ringier stehen für digitale Innovationen, deshalb finde ich die Augmented-Reality-Elemente von 2017 besonders spannend. Es unterstreicht unsere Kraft als technologiebasiertes Medienunternehmen.

Was ist speziell am Jahrgang 2018?

Die diesjährige Künstlerin Martine Syms nahm uns anhand von Fotografien mit auf die «Long road back» nach Detroit. Dort besuchte sie die Besitzerin des legendären Plattenladens Simpson's Record Shop. Die Künstlerin sah die Wandelbarkeit im Laufe der Zeit als Parallele zwischen dem Plattenladen und Ringier. Hinzu kommt eine Besonderheit im Geschäftsteil des Jahresberichts, der nach alter japanischer Art gestaltet ist und ein Auftrennen der Seiten notwendig macht.

Was ist Ihre Meinung: Inwiefern leistet der Geschäftsbericht einen Beitrag, um den Mitarbeitenden die Unternehmensstrategie zu vermitteln?

Ein Jahresbericht zeichnet das abgelaufene Geschäftsjahr nach und gibt Auskunft zur Lage des Unternehmens. Wenn also Bilanz gezogen wird, dann auch über den aktuellen Entwicklungsstand der Unternehmensstrategie. Anlässlich der Mitarbeiterveranstaltung «Speak» haben wir sehr anschaulich dargestellt, wie der Transformationsprozess von Ringier aussah, indem über die verschiedenen Akquisitionen – vor allem im Bereich der digitalen Marktplätze – berichtet wurde.

Mit «Speak» hat Ringier bei der Präsentation des Geschäftsberichts im vergangenen April neue Wege beschritten. Welche Idee steht dahinter?

Für mich ist unsere Visionskraft entscheidend wie auch Klarheit und Transparenz gegenüber den Mitarbeitenden. Daher erachte ich unsere «Speak»-Veranstaltung als äusserst gelungen.

Anlässlich der Präsentation des Jahresberichts 2018 haben wir einen völlig neuen Ansatz gewählt, um Mitarbeitende und Medienschaffende über das Jahresergebnis 2018 zu informieren. Nach den Jahresbericht-Schwerpunkten «Virtual Reality» 2016 und «Augmented Reality» 2017 war das Gebot der Stunde in 2018: transparente Live-Kommunikation.

Als nicht börsenkotiertes Familienunternehmen unterliegt Ringier keiner Veröffentlichungspflicht. Dennoch gehört es seit vielen Jahren zur Ringier-Kultur, die Mitarbeitenden sowie die Öffentlichkeit über den wirtschaftlichen Stand der Gruppe zu informieren. Im April 2019 verlegten wir unsere Bilanzpressekonferenz vom Pressehaus an der Dufourstrasse in das Kino Corso und transformierten die Medienkonferenz in eine weltweite Mitarbeiterinformationsveranstaltung, durch die CEO Marc Walder auf Englisch führte. Insgesamt nahmen 450 Ringier-Mitarbeitende vor Ort teil. 1000 Mitarbeitende weltweit verfolgten die Infotainmentveranstaltung via Livestream. Dazu kamen ausgesuchte Medienschaffende externer Schweizer Medienhäuser.

Es gelang Marc Walder während seiner 90-minütigen Präsentation, die gespickt mit Animationen war und über eine spannende Storyline verfügte, die uneingeschränkte Aufmerksamkeit der Teilnehmenden zu gewinnen und zu halten. Die Veranstaltung wurde mit der Frage aller Fragen eröffnet, die die Medienbranche weltweit und somit auch unsere Mitarbeitenden am meisten beschäftigt: «Können wir auch in Zukunft noch jour-

nalistische Inhalte finanzieren?». Ein Opening, mit dem wohl niemand an einem solchen Tag gerechnet hätte, an dem es eigentlich doch um einen Jahresrückblick auf Ringier gehen sollte. Anhand von Rückblenden in die Vergangenheit – zu den Anfängen in Afrika vor einigen Jahren, zum Einstieg bei Scout24 vor zwölf Jahren oder zum Kauf von Jobs.ch, der Lancierung von «Blick am Abend» etc. – wurde aufgezeigt, wie Ringier in die Zukunft des Unternehmens investiert hat und das traditionelle Verlagshaus in ein digitales Medienunternehmen transformiert wurde, zu dem heute 105 konsolidierte Unternehmen in den Bereichen Publishing und digitale Marktplätze in 19 Ländern weltweit zählen.

Eindrücklich ist, wie vielfältig die Geschichte des Verlagshauses zum heute digitalen Medienunternehmen ist. Das Publikum durchlebte den Prozess der unterschiedlichen erfolgreichen, aber

Mit grosser Ehrlichkeit wurde von den Tops und Flops berichtet.

auch der weniger erfolgreichen Akquisen der letzten Jahre im Zeitraffer mit. Mit grosser Ehrlichkeit wurde von den Tops und Flops berichtet. Im Gedächtnis blieb am Schluss den meisten Anwesenden der beeindruckende, grosse unternehmerische Mut, der die Familie Ringier sowie die verantwortlichen Entscheidungsträger auszeichnet. Mit dem ehrlichen Eingeständnis, oftmals nur einem Instinkt gefolgt zu sein und nicht immer das vollumfängliche Verständnis dessen, was man akquiriert hat, gehabt zu haben, punktete Marc Walder bei den Mitarbeitenden. Von einer Vielzahl an Mitarbeitenden hörte ich im Anschluss, dass sie stolz seien, an dieser Transformation entweder mitgewirkt zu haben oder aktuell mitzuwirken. Somit gelang es uns, neben der Information in 90 Minuten auch ein gutes Stück Commitment und Zusammengehörigkeitsgefühl zu schaffen.

Wie aufwändig waren die Planungsphase und die Umsetzung des Projektes?

Die «Speak»-Veranstaltung ist Bestandteil unserer Kommunikationsstrategie, um den Transformationsprozess der Ringier-Gruppe kraftvoll zu begleiten und die Mitarbeitenden aktiv in den Change Prozess zu integrieren.

Haben Sie die anvisierten Ziele mit «Speak» erreicht?

Was würden Sie zukünftig ändern?

Gemäss einer sich an das Event anschliessenden Umfrage haben die Mitarbeitenden die transparente Kommunikation der ersten «Speak»-Veranstaltung sehr geschätzt und das innovative Format erhielt viele Komplimente. Durch die weltweiten Liveschaltungen demonstrierten wir zum ersten Mal unsere enorme Internationalität. Aus meiner Sicht eine der grossen Stärken unserer Gruppe.

Ringier befindet sich, wie alle Verlage, in einem Transformationsprozess zum digitalen und diversifizierten Medienunternehmen. Mal abgesehen von «Speak» – welche Massnahmen ergreift Ringier, um die Mitarbeitenden weltweit für den Wandel fit zu machen?

Wir haben in den letzten zwölf Jahren Ringier konsequent strategisch weiterentwickelt: vom traditionellen Schweizer Verlag zum internationalen Medienkonzern, der den Grossteil seiner Gewinne digital erwirtschaftet. In meiner Zeit bei Ringier haben wir knapp zwei Milliarden Schweizer Franken in die Digitalisierung und Diversifizierung des Familienunternehmens investiert. Wir dürfen stolz sein, dass wir das operative Ergebnis im vierten Jahr in Folge steigern konnten.



Limited Special Offer

Live Audio & Live Video
Webcast flat-rate,
starting from CHF 1.490.-*
resp. CHF 2.490.-*

*Offer valid until 30th of November 2019
for new clients only

Your partner for professional

Live Webcasts and Town Halls

Top-notch video and audio quality on all devices
Highest security and guaranteed GDPR compliance
Modular and interactive webcasting platform
Full service – from concept to execution

swisscom

www.swisscom.ch/ir-webcast