

Zeitschrift: Heimatkunde Wiggertal
Herausgeber: Heimatvereinigung Wiggertal
Band: 82 (2025)

Artikel: Ringier schliesst die Druckerei : Wirtschaftlichkeit ist stärker als Tradition
Autor: Lüönd, Karl
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1062454>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 16.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

ooo Ringier



Ringier schliesst die Druckerei

Wirtschaftlichkeit ist stärker als Tradition

Karl Lüönd

«Es muss sich alles ändern, damit alles bleiben kann wie es ist.»

*Giuseppe Tomasi di Lampedusa
in «Il Gattopardo»*

Die grosstechnische Anwendung des Gutenberg-Prinzips hat im 18. und 19. Jahrhundert die Verbreitung von Ideen und Informationen durch die gedruckte Schrift für Arm und Reich zugänglich gemacht. Die Alphabetisierung der Massen und die Industrialisierung haben den Buchdruck aus seiner elitären Nische befreit. Er wurde zu einer kultur- und gesellschaftsprägenden Macht und zur Grundlage des Medienwesens für mehr als zweihundert Jahre. Heute werden einst grosse Druckereien geschlossen. Das digitale Zeitalter verdrängt eine Technologie, die Kultur, Politik und Staat, aber auch die Mentalität der Menschen grundlegend verwandelt hat.

Oskar Mergenthalers Erfindung der Linotype-Setzmaschine (1884), die einzelne Buchstaben zeilenweise aneinanderreihte und die Matrizen mit flüssiger Bleilegierung ausgoss, erhöhte die Produktivität auch der tüchtigsten Handsetzer etwa um Faktor 5. Parallel dazu wurde die Papierherstellung vereinfacht

Der Eingang zum Hauptsitz von Ringier in Zofingen westlich des Bahnhofs.

Foto Roland Zumbühl, picswiss.ch

und der Telegraf erleichterte die Übermittlung von Texten. Die stets modernisierten Druckerpressen ermöglichen (erst im Bogen, dann in der Rotation) hohe Auflagen. Dies alles verbilligte die Herstellung gedruckter Schriften dramatisch. Der Multi-Erfinder und Unternehmer Thomas Alva Edison sprach von einem «achten Weltwunder», blendete aber die sozialen Folgen aus: die Arbeitslosigkeit und Not der Handsetzer zum Beispiel ([wikipedia.org/wiki/Thomas_Edison](https://en.wikipedia.org/wiki/Thomas_Edison)).

Die Gründung und Verbreitung von gedruckten Massenmedien wurden entscheidend verstärkt, als die Stein-druckpresse (Lithografie) auch die Reproduktion von Bildern ermöglichte: erst einmal schnell und billig, später in immer besserer Qualität, schliesslich mehrfarbig. Zugleich erleichterte das wachsende Eisenbahnnetz den preiswerten Vertrieb aktueller Druckprodukte. Viele Zeitungen häuteten sich von politischen Meinungsträgern zu aktuellen Massenmedien und Konsumprodukten; die Entwicklung ging einher mit der Industrialisierung, die einen tiefgreifenden technischen und sozialen Wandel auslöste.

Lieber hungern als auf das Stimmrecht verzichten

Zofingen 1833: Das Landstädtchen zählt etwas mehr als 3000 Einwohner, die so-

zialen Regeln folgen noch streng den alten Bräuchen. Vom Aktivbürgerrecht war ausgeschlossen, wer bevormundet, mit einem Wirtshausverbot oder einer entehrenden Strafe belegt oder wer «vergeldstagt» war, das heisst, seinen finanziellen Verpflichtungen nicht nachkommen konnte. Dies führt dazu, dass sich mancher Mann in Hungerjahren weigerte, von der gespendeten Armensuppe zu essen in der Angst, dies ziehe den Verlust des Aktivbürgerrechts nach sich. Über Generationen hinweg war die Gegend um Zofingen die ärmste im ganzen Aargau. Noch um 1870 waren 29 Prozent der erwachsenen, männlichen Zofinger aus sozialen Gründen nicht stimmberechtigt. 22 Prozent der Ortsbürger bezogen öffentliche Beihilfe.

Mit der neuen Kantonsverfassung (1831) traten Gewaltentrennung, Pressefreiheit und Petitionsrecht in Kraft. Auf dieser Grundlage kam es zu einer Gründungswelle von Zeitungen, die sich, dem schweizerischen föderalistischen Prinzip entsprechend, in Regionen und Parteien zersplitterten, was die meisten Titel schnell in wirtschaftliche Schwierigkeiten brachte.

Technisch führend,
im Marketing geschickt...

Unter den Zehntausenden von protestantischen Glaubensflüchtlingen, die seit Mitte des 16. Jahrhunderts in die

Schweiz strömten, befanden sich auch die Vorfäder der Ringier-Familie, die in Zofingen heimisch wurden und im Lauf der nächsten 150 Jahre angesehene Positionen erreichten, unter anderem als Stadtpfarrer, aber auch als Beamte und Kaufleute, zum Beispiel als Weinhändler.

Im unruhigen Jahr 1833 gründete Johann Rudolf Ringier eine Druckerei. Hier wurde die erste Ringier-Zeitung gedruckt: das «Zofinger Wochenblatt», das vom Stadtrat sogleich zum amtlichen Publikationsorgan erklärt wurde. Eigentlich hatte aber kein Ringier am Anfang gestanden; das im bescheidenen Oktavformat auftretende «Wochenblatt» war schon 1810 vom unternehmerischen Lehrer Daniel Sutermeister gegründet worden. Nach Sutermeisters frühem Tod wurde das ganze Inventar nach Liestal verkauft, wo es vorübergehend so etwas wie die «Staatsdruckerei» des sich bildenden Halbkantons Basel-Land wurde. Dieses Experiment scheiterte aber und Ringier kaufte die Druckerei samt Wochenblatt zurück. Seinen ersten Betrieb siedelte er (sicher nicht ohne Hilfe seiner wohlhabenden Familie) in der Unterstadt neben dem «Goldenem Ochsen» an.

Es fallen einem sofort zwei Parallelen zu späteren, enormen Erfolgsperioden des Hauses Ringier auf. Früh schaffte der Gründer moderne technische Ausführungen an: neue Schriften und eine

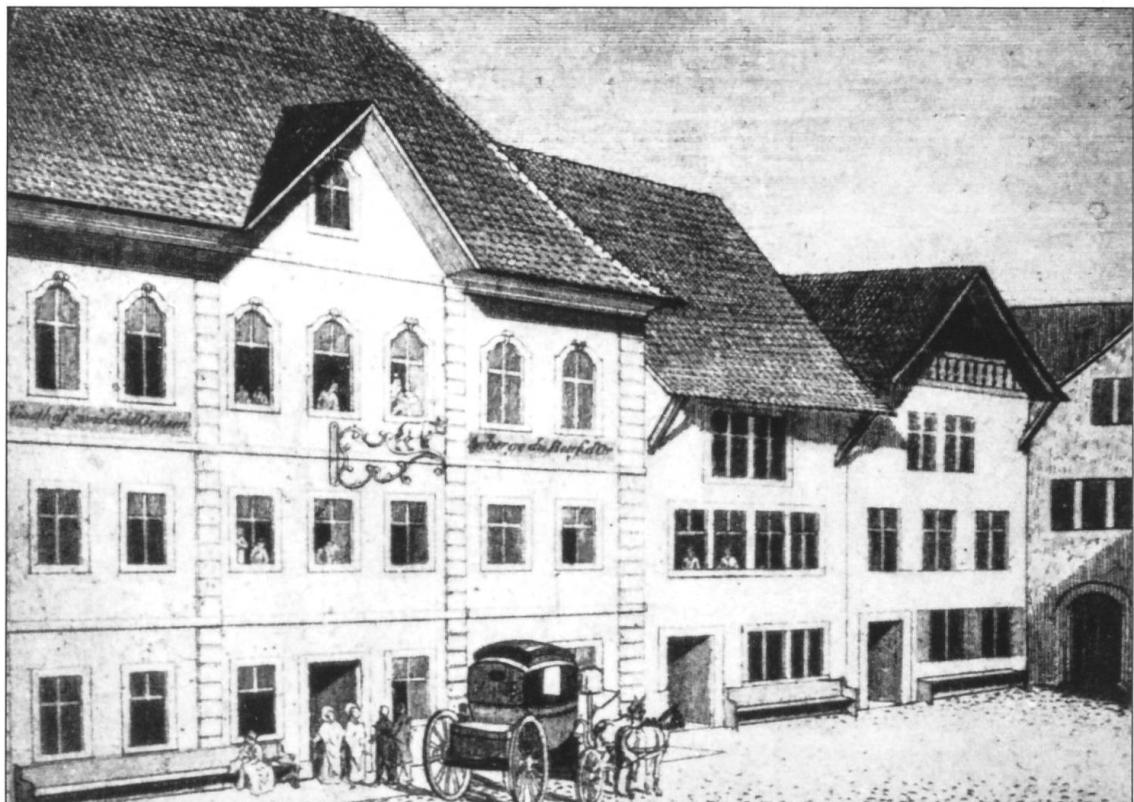


Abbildung der ersten Ringier-Druckerei in Zofingen.

Bildsammlung Felix Aeberli © STAAG/RBA13-RC01493-1_4

hölzerne Handpresse, die die damals enorme Auflage von 250 Abzügen pro Stunde drucken konnte. Er erreichte dadurch auch eine deutlich bessere Qualität als die Konkurrenz und wurde schon 1835 mit einem Grossauftrag beehrt: dem Druck der 300 Seiten umfassenden Roggwiler Chronik. Zweitens profilierte er sich als Verleger – weniger mit dem «Wochenblatt», das wenig erfolgreich blieb, als mit gedruckten Standreden. Das waren die Ansprachen, die ein Geistlicher jeweils auf dem Schafott nach der Enthauptung des armen Sünders hielt. Die Leute rissen sich um diese wohlfeilen Drucke, weniger wegen der christlichen Belehrungen als wegen der unterhaltenden Schauergeschichten über die Missetaten der Hingerichteten, die natürlich breit auserzählt wurden. Johann Rudolf Ringiers Standreden kön-

nen als Anfänge der Boulevardpresse in der Schweiz gesehen werden.

Die Entdeckung der Bilderwelt

Johann Rudolf Ringier starb 1874. Sein Sohn Franz Emil investierte den für damalige Verhältnisse enormen Betrag von 6000 Franken in Technik: eine Johannisberger Schnelldruckmaschine aus zweiter Hand. Nun musste sich Ringier nicht mehr mit Gemeindereglementen, Formularen und Visitenkarten begnügen. Sein Kleinbetrieb war auch fit für grössere gewerbliche Drucksachen, aber er blieb immer noch weit hinter der stürmischen Entwicklung der Repro- und Drucktechnik in Europa und USA zurück. Die wichtigsten Stichworte: Schnellpresse, Zwei- und Mehrfarbendruckmaschinen, Rotations-

druck (ab 1873), dramatisch verbilligte Papierherstellung, schliesslich die Erschliessung der Bilderwelt in mehreren Etappen: Kupferstich, farbige Kupferdrucke, Lithografie.

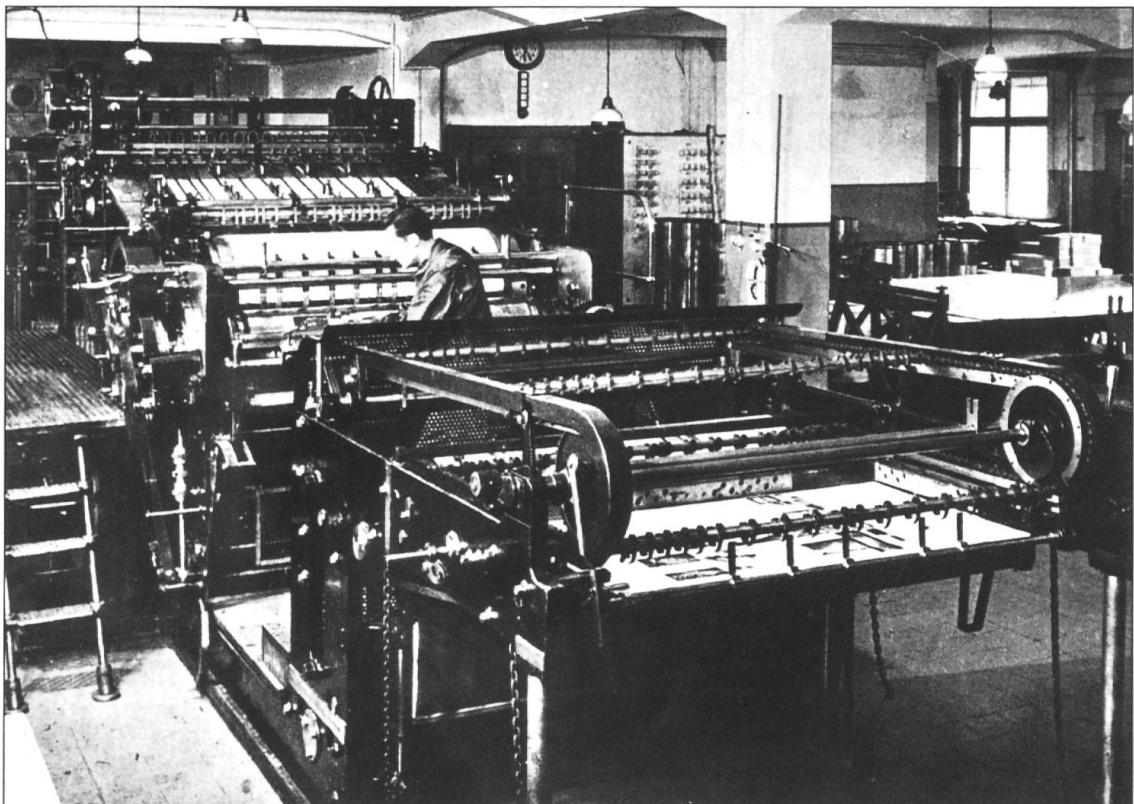
Ihr Erfinder war Alois Senefelder, eigentlich Schauspieler und Stückeschreiber, der aber kein Geld für den Druck seiner Werke hatte, sodass er ein eigenes Verfahren zur Vervielfältigung erfand: die Lithografie, im Wortsinne «Schreiben auf Stein». 1799 eigneten sich kluge Geschäftsleute diese Erfindung an, während Senefelder Lehrbücher schrieb und verschiedene Entwicklungsstufen bis zum billigen Mehrfarbendruck erkomm. Franz Emil Ringier führte das Zofinger Familienunternehmen behutsam und vorsichtig. Auch er pflegte die frühen besonderen Eigenschaften der Ringiers: die Passion für Reproduktions- und Drucktechnik und den Nerv für populäre Publizistik.

Das Oberhaupt der zweiten Ringier-Druckergeneration starb früh, sodass sein Sohn Paul August mit 22 Jahren zum Chef wurde. Er zeichnete sich durch unternehmerischen Wagemut und eine risikofreudige Expansionspolitik aus; zudem war er ein Technik-Freak – alles sicher nicht ohne den Rückhalt der vermögenden Familie. Zuerst fusionierte er mit seinem lokalen Konkurrenten August Francke, dann tat er einen entscheidenden Schritt.

Stadtmauern sprengen, verlegerische Strategien anwenden

Dem jungen, als arbeitssüchtig und rücksichtslos beschriebenen Paul August Ringier war der kleine Markt Zofingen zu eng. Er machte das aus der Fusion mit Francke hereingenommene, auch überregional erfolgreiche Wochenblatt dank des gefärbten Papiers zum bekannten Markenartikel: der «roten Zofiger Zytig», die offiziell «Schweizerische Allgemeine Volkszeitung» genannt wurde und heute in der «Glückspost» weiterlebt. Paul August Ringier befolgte, lange bevor diese Begriffe erfunden waren, wichtige Marketing-Grundsätze: Mach dich auffällig, hebe dich von den anderen ab, werde zum Begriff, zur Marke! Und pflege Spezialitäten. So war die «Zofiger Zytig» über Generationen hinweg der wichtigste Stellenmarkt für landwirtschaftliches Personal.

Lesen und Schreiben waren nun frei; Gemeinden, Parteien, Kirchen, Interessengruppen; alle machten Zeitungen. In den Jahren 1880 bis 1900 verdoppelte sich bei der Schweizer Post die Zahl der beförderten Zeitungsexemplare wie auch die Zahl der Titel. Neben den traditionell partei- und ortsgebundenen Lokalblättern begannen sich kommerziell konzipierte Zeitungen zu verbreiten, allen voraus, im Gefolge der ersten Zürcher Eingemeindung, der Zürcher «Tages-Anzeiger» mit seiner



Zeitungspresse des Ringier-Verlagshauses. Fotograf unbekannt © StAAG/RBA4-3-112-1714_11

ungewohnten Erfolgsformel: politisch neutraler Inhalt, Schwergewicht auf das Lokale, starke Dienstleistungs- und Orientierungsfunktion, Schwergewicht auf Alltagsthemen. Diese Stoffe zielten direkt auf die Frauen, die zwar noch kein Stimmrecht hatten, aber beim Einkaufen über die Ausgaben der Familie entschieden. Vier Wochen lang liessen die deutschen Gründer den «Tagi» gratis verteilen, dann hatten sie 30 000 Abonnementsbestellungen.

Dieses rein kommerziell motivierte Zeitungskonzept war die Grundlage für das Anzeigengeschäft und bewährte sich al- lenthalben. Auch die auf strenge politische Neutralität eingeschworene «rote Zofinger Zytig» wurde zum Auflagen-Star: von 15 000 im Jahr 1896 auf 60 000 fünf- zehn Jahre später. Jungverleger Paul Au-

gust Ringier lernte: Es kommt auf politische Neutralität an, zugleich auch auf spannende Geschichten, Unterhaltung, Dienstleistungen und Bilder.

Treiber waren die modernen Druck- techniken, allen voran (ab 1914) der Tiefdruck. In schneller Folge bestellte Ringier die modernsten Druckmaschi- nen, für die sein angestammter regionaler Markt viel zu klein war. Darum warb er schon 1909 in der «Neuen Zürcher Zeitung» mit seiner «ersten und einzigen variablen Illustrations-Rotationsmaschi- ne für rasche und billige Herstellung grosser Druckauflagen.» Es meldete sich das Warenhaus Jelmoli, das in der Folge über Jahrzehnte hinweg seine Versand- kataloge in Zofingen drucken liess und von 1939 bis 1963 auch mehrheitlich Ringier gehörte.

Unparteilich, aber politisch klug: vom Drucker zum Verleger Ringier

In der Schweiz wimmelte es von politisch oder weltanschaulich ausgerichteten Zeitungen und Zeitschriften, die durch ihre regionale oder ideologische Einschränkung bei niedrigen Verbreitungsleistungen verharrten und häufig mit den Fixkosten zu kämpfen hatten. Paul August Ringier machte das Gegenteil. Während die anderen politischen Streitigkeiten abbildeten, erzählte er seinen Lesern von der grossen weiten Welt. Während die anderen Bleiwüsten druckten, setzte er auf die Magie der Bilder und blieb nicht lange Drucker – er wurde Verleger.

1911 wagte er den Start der «Schweizer Illustrierten Zeitung» und erwischte ein gutes Zeitfenster. Denn die Schweizer hatten damals zunehmend Angst vor dem Krieg und wandten sich von den auch in der Schweiz weit verbreiteten deutschen Zeitschriften ab. Ringier sah, dass die Titel mit den meisten und spektakulärsten Bildern den grössten Erfolg hatten.

Der Publizist Friedrich Witz bestätigte in einer 1925 erschienenen Übersicht: «Des Verlegers (Ringiers) Absicht war, den sich in der Schweiz damals in aufdringlicher Art breit machenden ausländischen illustrierten Blättern ein

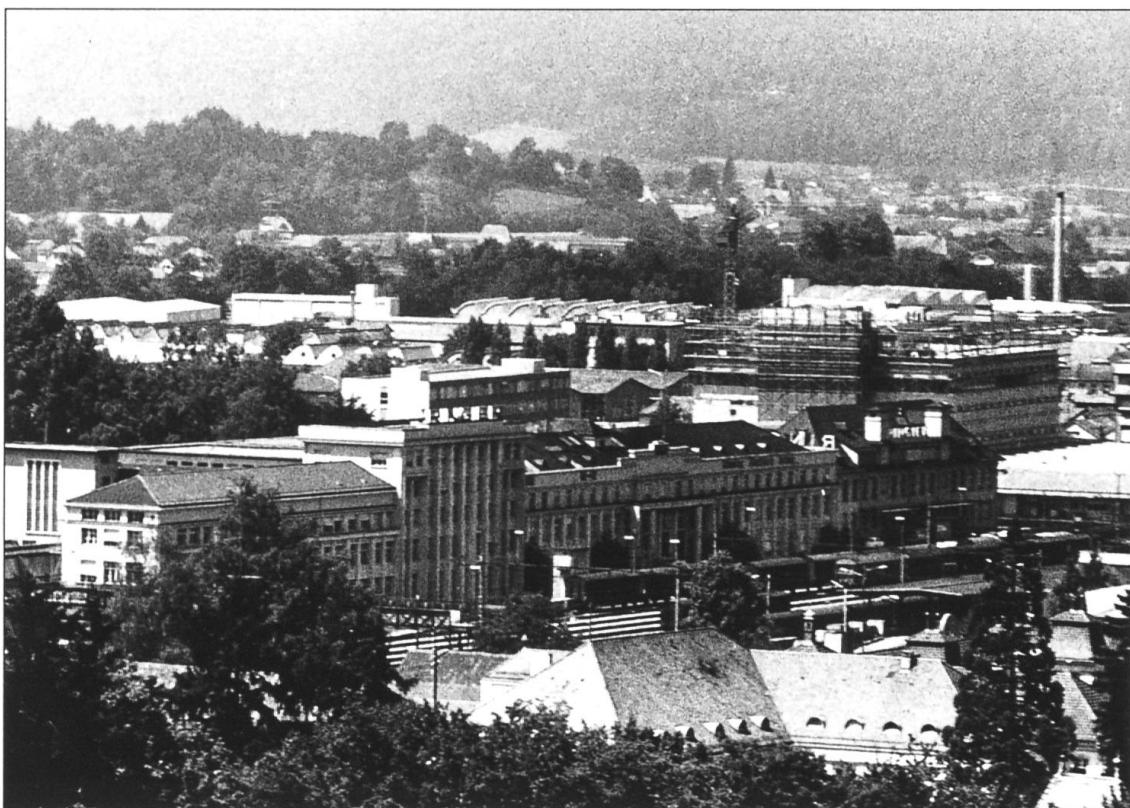
schweizerisches Presseerzeugnis entgegenzustellen, im Gewande ähnlich, den Inhalt aber der schweizerischen Denk- und Wesensart angepasst.»

1914, pünktlich zur Landesausstellung, erschien die «Schweizer Illustrierte» erstmals im brillanten Tiefdruck. Sie wurde zu einer Art gedruckter Wochenschau und hatte am Ende des ersten Kriegsjahres schon eine Auflage von 43000 Exemplaren.

Paul Ringier organisierte seine Druck- und Verlagsfirma schon früh industriell und nutzte geschickt den Wandel des Leserinteresses. Kaum war wieder genügend Papier erhältlich, gründete er mit «L'Illustré» die Westschweizer Kopie der SI (1921). Sie erreichte schnell eine Auflage von 50 000. Schon ein halbes Jahr später erfand er «Ringiers Unterhaltungsblätter», landesweit als «das Gelbe Heftli» bekannt. Die Arbeitsteilung war klar: Die SI kümmerte sich um die Aktualität im Bild. Das «Heftli» übernahm die Ratgeberrubriken, die Heimatromane und betont schweizerische, mehrheitsfähige Beiträge über Natur und Brauchtum.

Trends früh und klug genutzt: Farbenschnitte, Radiozeitung

Zu Beginn der 1930er-Jahre übernahm Ringier mitten in der Wirtschaftskrise ähnlich gelagerte Titel von Orell Füssli



Luftaufnahme des Ringier-Verlagshauses. Fotograf unbekannt © StaAG/RBA4-3-112-2283_1

und vom Vobach-Verlag. Geschickt folgte Ringier dem Zeitgeist. In der Not der Wirtschaftskrise waren Handarbeiten überlebenswichtig, also brachte er mit grossem Erfolg die Ringier-Farbenschnitte für selbst nähende Hausfrauen auf den Markt. Mit der Konkurrenz pflegte Ringier einen einfachen Umgang: «Bevor sich ein anderer breit macht, mache ich mir die Konkurrenz lieber selber.» Als Conzett & Huber mit dem später als Schriftsteller berühmten Arnold Kübler die «Zürcher Illustrierte» lancierte, antwortete er (freilich nach einem misslungenen ersten Kopierversuch) mit der eher städtisch und fortschrittlich gestylten «Sie & Er».

Als das Radio zum Massenmedium wurde, spielte Ringier die regionalen Radio- gesellschaften solange und so geschickt

gegeneinander aus, dass er am Ende das Dauermandat für Redaktion und Verlag der «Schweizer Radiozeitung» erhielt.

Nicht als Erster, aber als erster erfolgreicher Verleger brachte er 1959 mit «Blick» eine streng auf Leserinteressen und Unterhaltung gerichtete, kommerzielle Schweizer Boulevardzeitung auf den Markt.

Marketing-Ideen, bevor Marketing ein Begriff war: Ameisenverkauf, Heftliversicherung, Vortritt für Leser

Seine Marktpräsenz festigte Ringier schon in der Zeit zwischen den Kriegen durch bisher ungewohnte Vermarktungsideen. Zeitweise waren bis zu 200

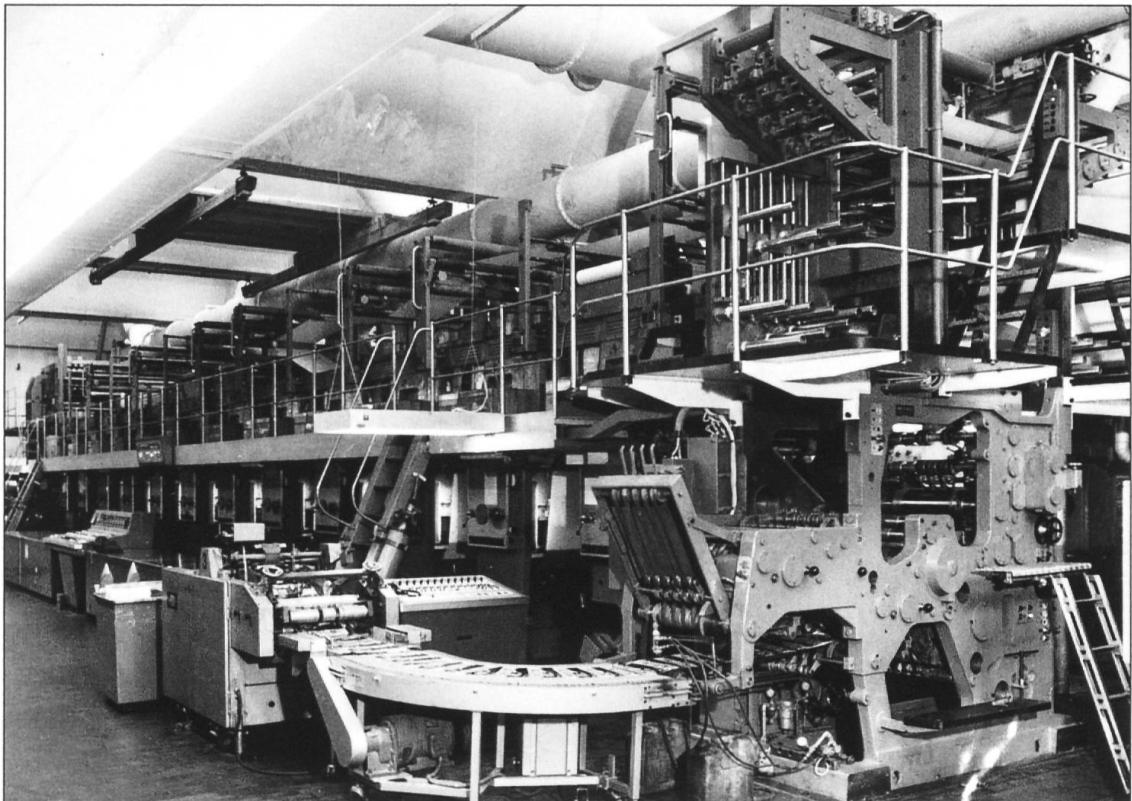
Die Ringiers, bestens integrierte Flüchtlinge

Ringiers sind eine Pfarrer-, Politiker- und Unternehmerfamilie von Zofingen, die 1527 erstmals bezeugt ist, als Stammvater Jean, Küfer aus Nîmes, eingebürgert wurde. Von seinen fünf Söhnen begründete Michael (1521–1605) die Stammlinie der späteren Buchdrucker und Verleger. Als Schultheiss stand er auch am Anfang einer langen Reihe von Familienmitgliedern, die den Einfluss der Ringier stetig vergrösserten. Ab dem 18. Jahrhundert engagierten sich verschiedene Ringiers in der Politik, etwa Samuel (1706–86) und Rudolf Friedrich (1805–86) als Schulteiss und Stadtammann. Die Familie zeichnete sich durch eine starke religiöse Verwurzelung aus. Michaels Sohn Moritz (1557–1615) wurde Pfarrer und Dekan in Zofingen. Insgesamt zählten die Ringiers bis ins 19. Jahrhundert gegen 30 reformierte Geistliche, die vor allem als Pfarrer im bernischen Herrschaftsgebiet amtierten. Die Ratsherren Beat (1712–78) und Niklaus (1734–66) beteiligten sich erstmals als Fabrikanten in der protoindustriellen Tuchweberei. Bis Mitte des 19. Jahrhunderts folgten weitere Kaufleute. Der Architekt Niklaus Emanuel (1744–1815) schuf 1792–95 das spätbarocke Zofinger Rathaus. Zu Beginn des 19. Jahrhunderts war Johann Rudolf in der Helvetischen

Republik tätig. Der Zofinger Stadtrat Samuel (1767–1826) entwarf 1803 das Wappen des Kantons Aargau. Mit Karl Ludwig als Staatsschreiber und Arnold als Regierungsrat und mehrfachem Landammann traten die Ringiers in der kantonalen Politik in Erscheinung. Auf nationaler Ebene gelang dies Nationalrat Johann Rudolf sowie Ständerat und Bundeskanzler Gottlieb.

1833 gründete Johann Rudolf (1803–74) die Druckerei Ringier in Zofingen, die sein Sohn Franz Emil (1837–98) übernahm. Ab 1898 baute Paul August das Familienunternehmen in dritter Generation zum grössten Druck- und Verlagshaus der Schweiz aus. Dieses expandierte unter seinem Sohn Hans (1906–2003) ab 1960 und dessen Söhnen Christoph (1941, bis 1991 in der Firma) und Michael (1949) ab 1985 zum internationalen Multimediakonzern.

Peter Meier: «Ringier (Familie)», in: *Historisches Lexikon der Schweiz (HLS)*, Version vom 04.01.2012. Online: <https://bls-dhs-dss.ch/de/articles/020450/2012-01-04/>, konsultiert am 16.07.2024.



Zeitungsdrukmaschine im Druckzentrum des Ringier-Verlags.

Fotograf unbekannt © StAAG/RBA4-3-112-1708_1

Aussendienstmitarbeiter («Heftlireisende») unterwegs und bearbeiteten Quartier um Quartier. Sie fingen in einem Mietshaus immer oben an, weil umgekehrt die Hausfrauen einander gewarnt hätten. Zwei Abonnements pro Tag war die existenzsichernde Vorgabe für den «Heftlireisenden». Zu manchen Familien mussten sie abends nochmals kommen, weil nur der Vater das Abonnement unterschreiben durfte. Der Vertrieb glich einem Ameisenhandel: In jeder Ortschaft, in jedem Quartier gab es eine Ringier-Ablage. Die Heftli wurden von Schülern ausgetragen und gleich kassiert. Jede Hausfrau hatte doch etwas Münz in der Schürzentasche, von dem der Hausherr nichts wusste. So kamen auch jene Frauen zu ihren Heftlis, deren Männer nie einen Abonnementsvertrag unterzeichnet hätten.

Besonders erfolgreich waren die Heftliversicherungen: Abonnenten erhielten nach Unfällen im Todesfall sofort Bargeld. In jeder Ausgabe wurde ein Fall aus dem wirklichen Leben beschrieben. Die Heftliversicherung war eins der stärksten Marketinginstrumente des Verlags.

Auffallend war schliesslich, dass Paul August Ringier im Zweifel immer für die Interessen der Leser entschied und die Inserenten eher kurz hielt. Erst ab Mitte der 1960er-Jahre, als die «Schweizer Illustrierte» zeitweise aus Kapazitätsgründen Anzeigenaufträge ablehnen musste, waren die Einnahmen aus dem Anzeigenmarkt höher als die Vertriebserlöse (Abonnements und Einzelverkauf).

Spitzenbelegschaft in Zofingen: 1300 Mitarbeiter

Mit Ausnahme des «Blicks» wurden die Ringier-Zeitschriften im 1925 bezogenen Neubau beim Bahnhof Zofingen gedruckt. Dort waren Ende der 1990er-Jahre bis zu 1300 Menschen beschäftigt. Das letzte und auffälligste Erfolgsjahr war 1999. Weil der Umsatz gegenüber dem Vorjahr 60 Prozent höher war, erhielten alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine Prämie zwischen 200 und 500 Franken. Für diesen Bonus liess der Verwaltungsrat eine Million Franken springen.

Dann aber setzte die stürmische Umwälzung der Massenmedien ein. Das Internet wurde zur Leitwährung, die Auflagen der gedruckten Medien und die grossen Druckaufträge (etwa die Telefonbücher) gingen Jahr für Jahr zurück. Die letzten zwanzig Jahre waren gekennzeichnet von der Digitalisierung, an der sich Ringier erfolgreich beteiligte, die aber auf Kosten des angestammten Inserate- und damit des Druckgeschäfts ging. Der Umsatz aller Druckereien in der Schweiz sank von 2000 bis 2020 um mehr als 70 Prozent, weil das Anzeigengeschäft einbrach und die Rubriken-Inserate in die Internet-Portale abwanderten, während die digitalen Medien immer mehr Aufgaben der früher gedruckten Unternehmens- und Behördenkommunikation übernahmen.

Was im letzten Vierteljahrhundert mit der Druckbranche geschah, kann mit einem Tsunami verglichen werden!

Die Logik der Entwicklung wie bei der Gotthardpost: das Aus nach 191 Jahren

Der enorme Wandel des Geschäfts mit Worten, Bildern, Nachrichten und Deutungen, verbunden mit der Stärke des Schweizer Frankens und dem Druck der ausländischen Konkurrenz zwingen nicht nur Ringier, sondern alle im Druck investierten Unternehmer zu radikalen Schritten. Die meisten müssen kämpfen, um die nötigen Abschreibungen zu verdienen. Viele KMU-Betriebe (vor allem im Tageszeitungsbereich) haben Zuflucht unter dem Dach der wenigen noch verbleibenden Zeitungsgruppen gefunden. Nicht nur Ringiers Druckereien müssen aufgehoben werden. Es ist wie seinerzeit bei der Gotthardpost: Die stärksten Rosse und die bequemsten Wagen nützen nichts mehr. Unten, durch den Berg, wurde längst der Tunnel gebohrt. Die Eisenbahn verkürzte und verbilligte das Reisen radikal. Sie kann als das «Internet des 19. Jahrhunderts» bezeichnet werden.

Ringier will auch unter radikaler Veränderung der Lebensbedingungen seine Wurzeln nicht ausreissen. 191 Jahre nach der Gründung der Ringier-Druckerei hat Verleger Michael Ringier ver-



Luftaufnahme des Firmengebäudes der Ringier & Co AG in Zofingen.

Foto Felix Aeberli © StAAG/RBA13-RC01830-1_15

bindlich (unter anderem im «Zofinger Tagblatt» vom 16. Januar 2024) zugesichert, dass der Hauptsitz des inzwischen weltumspannenden Ringier-Medienkonzerns in Zofingen bleiben werde. «Das ist überhaupt keine Frage!»

Ringier ist national und international für die Medienzukunft gut gerüstet. Dank dem frühen und entschlossenen Einstieg in die digitale Welt und dank geschickter Expansion ins Ausland ist Ringier weiterhin wettbewerbsfähig. Darauf kommt es an, wenn man weiterhin im Mediengeschäft mitspielen will, ob lokal oder global. Aber eben auch auf die Bereitschaft, rechtzeitig Ballast abzuwerfen. Auch wenn es wehtut.

Zum Autor:

Der Publizist Karl Lüönd (geboren 1945) war von 1974 bis 1980 Mitglied der leitenden Redaktion des «Blicks» und hat nach eigenem Bekunden «in dieser Zeit den Journalisten-Beruf zum zweiten Mal erlernt». Nach beinahe 20 Jahren als Chefredaktor von «Züri Leu» und «Züri Woche» wurde er freier Publizist. Karl Lüönd hat rund 80 Sachbücher geschrieben, darunter den in hoher Auflage (unter anderem auch in chinesischer Übersetzung) erschienenen Band «Ringier bei den Leuten. Die bewegte Geschichte eines ungewöhnlichen Familienunternehmens» (Zürich, 2008, 520 Seiten).