

Gegendarstellung

Am 18. Oktober 2021 hat Beni Frenkel auf der Finanzwebseite Inside Paradeplatz unter dem Titel «20 Millionengrab von Fritz+Fränzi» zahlreiche unwahre Behauptungen über Dr. Ellen Ringier, Stiftungsratspräsidentin der Stiftung Elternsein, Herausgeberin des Schweizer ElternMagazins Fritz+Fränzi, verbreitet.

1. Der Autor schreibt: *Dr. Ellen Ringier pumpt seit Jahren Geld ins Elternmagazin.*

Das ist falsch. Richtig ist: In den Anfangsjahren der Stiftung Elternsein investierte Ellen Ringier in den Aufbau des Schweizer Elternmagazins Fritz+Fränzi. Ein Printmedium zu lancieren kostet Geld. Seit vielen Jahren schreibt die Stiftung Elternsein eine ausgeglichene Rechnung. Die Stiftung Elternsein untersteht der Schweizerischen Stiftungsaufsicht, die jedes Jahr Erfolgsrechnung, Bilanz und den Revisionsbericht prüft.

2. Der Autor schreibt: *Das Haus Ringier kommt nicht aus dem Feiern heraus.*

Das ist falsch. Richtig ist: Herausgeberin des Schweizer ElternMagazins Fritz+Fränzi ist die Stiftung Elternsein und nicht das Haus Ringier. Die Stiftung Elternsein wird präsiert von Frau Dr. Ellen Ringier. Das Unternehmen Ringier AG hat weder mit der Stiftung Elternsein noch mit der Herausgabe von Fritz+Fränzi etwas zu tun.

3. Der Autor schreibt: *Das Heft ist letzte Woche mit einer Sondernummer gefeiert worden.*

Das ist falsch. Richtig ist: Die Oktober-Ausgabe des Schweizer ElternMagazins Fritz+Fränzi beinhaltet einen Jubiläumsteil aus Anlass des 20-jährigen Bestehens der Stiftung Elternsein und des Schweizer ElternMagazins Fritz+Fränzi. Die Redaktion wirft einen Blick zurück auf die Anfänge von Fritz+Fränzi und richtet den Blick nach vorn, auf das was kommt: Welche künftigen Herausforderungen warten auf Eltern und die Schule?

4. Der Autor schreibt: *Ringier verschenkt 70 Prozent der Auflage von Fritz+Fränzi.*

Das ist falsch. Richtig ist: Das Schweizer ElternMagazin Fritz+Fränzi ist keine Gratispublikation. Wie im Jahresbericht 2020 nachzulesen ist, werden rund 66 Prozent der Exemplare von Fritz+Fränzi, gemäss dem Stiftungszweck der Stiftung Elternsein, kostenlos über die Schulen verteilt. Damit wird sichergestellt, dass auch Eltern, die sich kein Abonnement leisten können, von den Beiträgen

profitieren können. Im Weiteren erreicht die gemeinnützige Stiftung Elternsein damit auch diejenigen Eltern, die sich bisher nicht mit Elternbildung auseinandergesetzt haben. Ziel der Stiftung Elternsein ist es, so viele Eltern wie möglich bei der anspruchsvollen Aufgabe der Erziehung ihrer Kinder zu unterstützen.

5. Der Autor schreibt: *Den Pädagogen werden für ihre Verteil-Aktion ausserdem jede Nummer zwei redaktionelle Seiten freigeräumt, in denen sie von sich selbst schwärmen dürfen.*

Das ist falsch. Richtig ist: Die Stiftung Elternsein thematisiert regelmässig das Kommunikationsdreieck Eltern-Schule-Kind. Die Zusammenarbeit zwischen Schule und Elternhaus ist für das Gelingen enorm wichtig. Nicht selten führt dieses Verhältnis, und insbesondere die jeweiligen Erwartungen, zu Missverständnissen und Problemen. Die Stiftung Elternsein bietet dem Dachverband Lehrerinnen und Lehrer Schweiz LCH und dem Verband der Schulleiterinnen und Schulleiter VSLCH im Wechsel die Möglichkeit, wichtige Aspekte der Zusammenarbeit Schule-Elternhaus in Gastbeiträgen zu thematisieren.

6. Der Autor schreibt: *Ein Insider ortet den Verlust, den das Heft durch seine überdimensionierte Auflage erleidet, bei jährlich ein bis zwei Millionen Franken.*

Das ist falsch. Richtig ist: Wie erwähnt, erwirtschaftet die Stiftung Elternsein seit vielen Jahren eine ausgeglichene Rechnung.

7. Der Autor schreibt: *Letztes Jahr wurde ein Gewinn von 340'000 Franken erzielt. Dank Spenden und Förderbeiträgen von über 1'400'000 Franken. Wie viel davon aus Ringiers Schatulle stammt, wurde natürlich nicht beantwortet.*

Das ist falsch. Richtig ist: Die Stiftung Elternsein bietet, zusätzlich zum Schweizer Elternmagazin Fritz+Fränzi, ein umfassendes Angebot für Eltern zu Erziehungs- und Schulfragen: Filme, Kampagnen, Workshops in den Schulen, Veranstaltungen, und anderes. Dafür stehen Fördergelder und Spenden zur Verfügung, die gezielt für die einzelnen Projekte akquiriert werden. Das Unternehmen Ringier AG zählt nicht zu den Geldspendern. Der erzielte Gewinn wird dazu verwendet, neue, digitale Elternbildungsformate zu entwickeln, um nicht-printaffine Eltern mit einem qualitativ hochstehenden Angebot unterstützen zu können.

8. Der Autor schreibt: *Ellen Ringiers Hobby sorgt im Unternehmen ihres Mannes für Stirnrunzeln. «Früher mussten die Mitarbeiter von der Blick-Anzeigenabteilung auch für Fritz+Fränzi Anzeigen anbaggern», meint eine Auskunftsperson.*

Das ist falsch. Richtig ist: Noch nie in der 20-jährigen Geschichte der Stiftung Elternsein mussten Mitarbeitende der Ringier AG für das Schweizer ElternMagazin Fritz+Fränzi Anzeigen verkaufen.

9. Der Autor schreibt: *Was Verleger Michael Ringier Millionen kostet, seiner Gattin einen Zeitvertreib ermöglicht, droht anderen Redaktionen das Wasser abzugraben. Zum Beispiel «Wir Eltern» von CH Media.*

Das ist falsch. Richtig ist: Die Investition, die Ellen Ringier in den Anfangsjahren in den Aufbau von Fritz+Fränzi tätigte, war Geld, das sie von ihrem Grossvater erbt. Ellen Ringier engagiert sich seit fast 30 Jahren in verschiedenen Organisationen für soziale und gesellschaftliche Anliegen. Sie leistet einen unschätzbaren Beitrag an die Gesellschaft und verdient damit Anerkennung und Respekt. Fritz+Fränzi gräbt nicht anderen Redaktionen das Wasser ab. Der Erfolg im Leser- und Werbemarkt ist das Resultat einer konsequenten, verlegerischen und publizistischen Arbeit für die Zielgruppe «Eltern von schulpflichtigen Kindern».

Beni Frenkel ist übrigens für „Wir Eltern“ als Autor tätig.

10. Der Autor schreibt: *Weil das Ringier-Blatt aber Nummer für Nummer 70'000 Exemplare frei verteilt, liegt die WEMF-Reichweite deutlich höher als bei der Konkurrenz von «Wir Eltern» (213'000 zu 150'000). Folge: Ringier kann besser Anzeigen verkaufen.*

Das ist falsch. Richtig ist: Der Autor verwechselt Auflage mit Leserreichweite. Schlecht genutzte Auflage führt nicht zu höherer Leserreichweite. Nur Qualität generiert Leserreichweite. Und wie bereits erwähnt: Die Ringier AG hat noch nie Anzeigen für Fritz+Fränzi verkauft.

11. Der Autor schreibt: *In der September-Ausgabe wurden die Leserbriefe künstlich auf ganze sieben Seiten ausgewälzt.*

Das ist falsch. Richtig ist: Bei den Leserzuschriften handelt es sich um eine Auswahl an Einsendungen aus unserer Leserschaft. Es erreichen uns monatlich rund viermal mehr Zuschriften, als wir abdrucken. Die Publikation von Leserzuschriften ist ein wichtiger Bestandteil der Kommunikation mit unseren Leserinnen und Lesern.

Herr Frenkel hat der Stiftung Elternsein im Vorfeld des Beitrags über verschiedene Kanäle Fragen schriftlich zukommen lassen. Wir haben diese Fragen ausführlich beantwortet und uns darüber hinaus Zeit genommen, auch Rückfragen zu beantworten. Wir sind ausserordentlich erstaunt, feststellen zu müssen, dass ganz offensichtlich vorsätzlich unsere Antworten in keiner Weise in den Text eingeflossen sind, sondern gezielt Falschinformationen gestreut werden.

Die im Text verbreiteten Unwahrheiten und Mutmassungen beleidigen die Person von Dr. Ellen Ringier und die Stiftung Elternsein und beschädigen deren Ansehen und Arbeit. Die Stiftung Elternsein prüft deshalb rechtliche Schritte gegen den Autor Beni Frenkel und die Finanzwebsite Inside Paradeplatz.

Stiftung Elternsein
Stiftungsrat und Geschäftsleitung

Zürich, 27. Oktober 2021