



Nichts wie weg

Deutsche Verlage in Osteuropa:
Groß war die Hoffnung, desillusioniert haben
die meisten längst den Rückzug angetreten

Von Ulrike Simon

Jeder, der dabei war, als deutsche Verlage in Osteuropa den nächsten großen Medienmarkt für sich entdeckt zu haben glaubten, hat Dutzende Anekdoten auf Lager. Erzählungen wie die von dem Verlagsmanager, der eine offene Rechnungssumme eintrieb, indem er im Büro des Zahlungsrückständigen nach vergeblichen Verhandlungen einfach den teuren Fernseher huckepack nahm. Er war schon aus der Tür, als ihm endlich zugesagt wurde, dass die Schuld beglichen werde. Oder die Geschichte von dem Politiker, der nicht wusste, wie ihm geschieht, weil die Redaktion, die doch bisher immer geschrieben hatte, was er wollte, ihm plötzlich nicht mehr gehorchte. Und immer wieder Leser, die Unverständnis äußerten, warum sich die Zeitung neuerdings über Korruption von Regierungsmitgliedern aufregt. Wann, wenn nicht im Amt, sollte ein Politiker solchen Geschichten nachgehen? Es sind Geschichten, denen man kopfschüttelnd lauscht und die begreiflich machen, welches mediale, aber auch wirtschaftliche Brachland die Verlagshäuser seit Beginn der 90er Jahre in dieser Region vorfinden. So lässt sich auch nachvollziehen, warum die meisten von ihnen dieses Brachland desillusioniert wieder verlassen.

Nach dem Fall des Eisernen Vorhangs waren die westlichen Verlage davon ausgegangen, dass diese Region „schnell europäische Standards erreichen würde“, sagt Bodo Hombach. Der frühere SPD-Politiker hat dort seinerzeit als Geschäftsführer der WAZ-Mediengruppe eine maßgebliche Rolle gespielt (siehe Interview nächste Seite). Es war eine Zeit des

Aufbruchs, in der beim Aufbau demokratischer Strukturen in vermeintlich wirtschaftlich erstarkenden Ländern Investitionen und Pioniere gefragt waren. Auch Russland und der Westbalkan lagen im Visier. Aktuell jedoch verbinden sich mit diesen Ländern Gedanken an kriegerische Konflikte, Bilder wie die gestrandeter Flüchtlinge an der mazedonisch-serbischen Grenze, man liest von katastrophalen Lebensbedingungen in Bulgarien und erlebt den Bau neuer eiserner Zäune an den Grenzen Ungarns.

Die meisten der damals forsch gen Osten strömenden Zeitungsverlage haben sich inzwischen zurückgezogen. Erst vor wenigen Wochen teilte die Verlagsgruppe Passau mit, sämtliche Aktien an der Vltava-Labe-Press in Prag mitsamt den Beteiligungen an Tochtergesellschaften in Tschechien und der Slowakei an den Finanzinvestor Penta zu verkaufen. Dazu zählt auch die tschechische Ausgabe von „National Geographic“.

Am aktivsten in Osteuropa sind Bauer und Burda mit ihren unterhaltenden Zeitschriften. Gruner + Jahr hat sich mit dem Verkauf von Adria Media im vergangenen Jahr dagegen endgültig aus dem osteuropäischen Raum zurückgezogen und ist lediglich mit „Geo“ und „Gala“ als Lizenzgeber in Tschechien, der Slowakei, Ungarn, Lettland, Estland und Litauen vertreten. Axel Springer hat sein Osteuropa-Geschäft, etwa das mit den Boulevardzeitungen in Serbien und Ungarn, mit dem von Ringier zusammengelegt und kann sich einzig in Polen über Wachstum freuen.

Von seinem eigenständig geführten Geschäft in Russland wird sich Springer dagegen trennen, nachdem der Verlag „Newsweek“ bereits 2010 eingestellt hat.

Nach Informationen von HORIZONT ist der Verkauf der „Geo“-Lizenz und des Magazins „Forbes“ an den russischen Verleger Alexander Fedotov besiegelt und soll in Kürze bekannt gegeben werden. Dem Eigentümer von Artcom Media, zu dem unter anderem Mode-, Architektur- und Designmagazine gehören, trauen Springer und die „Forbes“-Redaktion noch am ehesten zu, die Unabhängigkeit des Titels zu gewährleisten. Auslöser für den Verkauf des 2004 in Russland gestarteten Magazins, das sich mit seinen Recherchen als regierungskritische Stimme positioniert hat, ist ein neues Mediengesetz. Es sieht vor, bis Februar 2017 den Gesellschafteranteil von ausländischen Verlagen auf 20 Prozent zu begrenzen. Um Leib und Leben müssen kritische Journalisten in Russland ohnehin fürchten. Mit dieser noch stringenteren Regulierung hofft die Regierung in Moskau, Einflüsse aus dem Ausland weiter unterbinden zu können.

Burda, mit „Burda Moden“ im März 1987 der erste westliche Verlag überhaupt, der sich auf den russischen Markt begab, macht bisher keine Anstalten zum Rückzug. Für Hochglanzblätter ist der russische Werbemarkt noch immer profitabel. Auch das Digitalgeschäft wächst. Die Ausgaben explodieren jedoch angesichts des Wertverlusts des Rubels.

Den anschaulichsten Beleg, wie stark die Geschichte des Ost-Engagements deutscher Verlage rückblickend von Niederlagen, Enttäuschungen und Missverständnissen geprägt ist, liefert die sich die damalige WAZ- und heutige Funke-Gruppe. Sie dachte damals, mit den süd-osteuropäischen EU-Kandidaten wachsen zu können, war in Ungarn, Bulgarien, Rumänien, Kroatien und Serbien aktiv und setzte im literarisch ausgehungerten

Mazedonien in kürzester Zeit gar eine halbe Million Bücher mit Klassikern der Weltliteratur ab. In der Unternehmenschronik taucht das einst so leidenschaftlich betriebene Osteuropa-Engagement mit keinem Sterbenswörtchen mehr auf, ganz so, als wollte die Funke-Führung es ungeschehen machen. Die mentalen Verletzungen haben Narben hinterlassen. Hätten wir uns die vielen, schönen Millionen doch gespart, hätten wir das Engagement doch bloß früher gestoppt, heißt es in Essen. Das Geld hätte der Konzern beim Kauf der Springer-Titel gut brauchen können. Stattdessen sind nun über Jahre hinweg hohe Kredite zu tilgen. Hombach widerspricht, das eine habe nichts mit dem anderen zu tun. Im Übrigen sei ja eine Zeitlang in Osteuropa sehr gutes Geld verdient worden.

Osteuropa galt als Goldgrube. In der Bevölkerung gab es ein immenses Informationsbedürfnis. Überregionale und Boulevardmedien funktionierten am besten. Auch Werbegelder flossen, vor allem aus der Telekommunikationsbranche. Manches Haus erwirtschaftete in Osteuropa bald mehr Umsatz als in der Heimat.

Neben Großverlagen waren mit der „Rheinischen Post“ und der „Passauer Neuen Presse“ zwei regionale Häuser ganz besonders aktiv. Begonnen hatte die Expansion der Passauer im Jahr 1990 mit dem Erwerb der jetzt veräußerten lokalen Wochen- und regionalen Tageszeitungen, die zur heutigen Vltava-Labe-Press zusammengeschlossen waren. Vier Jahre später erfolgten Akquisitionen in Polen, 1999 in der Slowakei. Moderne Druckzentren entstanden. Innerhalb von zehn Jahren steigerten die Passauer ihren Umsatz von 90 Millionen

„Das darf Europa nicht hinnehmen“

Bodo Hombach zeigt sich erschüttert, wie geradezu enthemmt EU-Mitgliedstaaten unter aller Augen die Presse missbrauchen

Seit seinem Ausstieg bei der WAZ-Mediengruppe, heute Funke, lehrt Bodo Hombach politische Wissenschaft an der Universität Bonn sowie an der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg. Der 63-Jährige ist stellvertretender Vorsitzender der Brost-Stiftung, die unter anderem das Recherchebüro Correctiv fördert, und Präsident der Bonner Akademie für Forschung und Lehre.

Bevor Sie Verlagsmanager wurden, waren Sie mit dem Mandat der G9, Nato und EU Sonderkoordinator für Südosteuropa. Wie beurteilten Sie seinerzeit das Osteuropa-Engagement deutscher Verlage?
Ich habe die Aktivitäten westlicher Verlage in Südosteuropa sehr begrüßt. Das war eine der wirksamsten Aufbauhilfen für eine demokratische Entwicklung dieser Region. Bei der WAZ zählten dazu Kroatien, Bulgarien, Ungarn, Rumänien, und der Kauf von „Politika“ in Serbien durch meine Vorgänger.

Heute heißt es bei Funke, hätten wir uns das viele schöne Geld damals bloß gespart, dann hätten wir uns für den Kauf der Springer-Titel nicht derart verschulden müssen. War das starke Engagement der WAZ in Osteuropa im Nachhinein ein Fehler?
Dort wurde durchaus Geld verdient. Die aktuelle Expansion der Funke-



Bodo Hombach,
Brost-Stiftung

Gruppe, die ich für sehr sinnvoll halte, hat damit nichts zu tun. Das teure Debakel war durch betrügerische Vorgänge in Serbien entstanden. In Kroatien wurde das Geschäft notleidend durch eine Expansionspolitik, die sich nicht refinanziert hat. Die alte Idee der Fifty-fifty-Partnerschaften – das sogenannte WAZ-Modell – erwies sich als nicht balkantauglich. Eine unternehmerische Erfolgsstory war am Ende der Balkanausflug wohl für kein Medienhaus.

Worin bestand überhaupt die Hoffnung in Osteuropa?
Die Investoren erwarteten von dieser Region, dass sie schnell europäische Standards erreichen würde. Gerade im Medienbereich war Pionierleistung gefragt. Wer dort frühzeitig unterwegs war, hat auch wirtschaftlichen Erfolg erzielt und nicht nur seinen Beitrag zum Aufbau einer Medienstruktur geleistet. Demokratische Prozesse leben davon, dass öffentlich wird, was Mächtige und dunkle Gestalten nicht enthüllt sehen wollen. Genau daher rührte später der Konflikt zwischen den europäisch gesonnenen Verlagen und Mächtigen, die aus alten Strukturen kamen und sie vermissten.

Was genau hat die Hoffnung zerstört?
Das ökonomische Wachstum in der Region entwickelte sich schlechter als erwartet. Die Weltgemeinschaft musste bitter lernen, dass sie zwar Kriege führen, aber den ökonomischen und gesellschaftlichen Wiederaufbau kaum organisieren kann. Gravierend war, dass die Kandidatenländer, die über die Mitgliedschaft in der EU ver-

handelt haben, sich europäischen Standards zunächst angepasst haben. Als sie Mitglied waren, ist Interessantes passiert, etwas, was für die Zukunft verstanden werden muss. Nachdem die Konditionalität weggefallen war, haben bestimmte politische Kräfte auf geradezu enthemmte Weise Maßnahmen ergriffen, um die Macht in und über die Medien zurückzugewinnen. Dazu gehörten subtile Repression, ein eigenartiges Zusammenspiel bestimmter Oligarchen und staatlicher Instanzen.

Das heißt konkret?
Boris Tadic in Serbien, der im Westen zeitweise als Hoffnungsträger galt, hat zugelassen, dass Oligarchen mit Verantwortlichen der Kartellbehörde zusammenspielen, um die WAZ-Gruppe in ihren Geschäften zu torpedieren. Ich habe zum Rückzug geblasen, um schlechtem Geld nicht noch gutes hinterherzuwerfen. In anderen Ländern konnten wir zu ordentlichen Preisen verkaufen. Uns war

damals klar, dass wir keine Chance haben, unser Recht durchzusetzen. In Ungarn zelebriert Victor Orbán die Repressionen gegen Medien ganz offen. Anderswo sind sie noch schlimmer, aber heimlich oder gar heimtückisch. Herr Ponta in Rumänien setzt da Maßstäbe. Das findet unter dem Radar der europäischen Öffentlichkeit statt. Das darf Europa nicht hinnehmen.

Wie beurteilen Sie die aktuelle Lage, in der sich die deutschen Verlage zurückgezogen haben?
Als die westlichen Verlage noch engagiert waren, wurde unterstellt, die Politik beeinflussen zu wollen, weil man das von Medien so gewohnt war. Der Verdacht wurde auch genährt von Interessenten auf dem Balkan, die sich durch enthüllungsfähige, nicht zu vereinnahmende Medien gestört fühlten. Selbst NGOs verdächtigten uns, die sich entwickelnden Volkswirtschaften ausbeuten zu wollen.

Und aktuell?
Die OSZE, die für die Entwicklung der Pressefreiheit zuständig ist, hat sich unter Freimut Duve sehr kämpferisch, danach aber leider nicht mehr gekümmert. Jetzt haben wir dort eine Presse, die weitgehend von Parteien, staatlichen Institutionen und sie missbrauchenden Oligarchen dominiert ist. Sie ist deutlich hinter den Status zurückgefallen, bevor diese Staaten Mitglieder der EU geworden sind.

Wie finden Sie, dass Funke alles aus der Firmenchronik gestrichen hat, was an das Osteuropa-Engagement erinnern könnte?
Wer erinnert sich schon gern an eine glückliche Scheidung nach unglücklicher Ehe? Während etwa der Zukauf der „Braunschweiger Zeitung“ die Familie gestärkt hat, war der Kauf von „Novosti“ ein Flop. Ich bin aber zuversichtlich, dass der serbische Premier Aleksandar Vucic die durch ihn angestoßenen polizeilichen Ermittlungen, die ich unterstützte, zu Ende führt und die Gauner dingfest macht.

Anzeige

auf eine Milliarde D-Mark. Das Wachstum führte mancherorts zu Größenwahn. Eine Schlüsselrolle spielte der damalige Konzerngeschäftsführer Franz Xaver Hirtreiter. Vom „Wunder von Passau“ und dem Wandel eines regionalen Zeitungshauses zum „internationalen Medienimperium“ war in jener Zeit die Rede. Tempi passati. Die Passauer konzentrierten sich längst auf ihren hiesigen Kernmarkt. 2004 verließ Hirtreiter den Verlag. Heute ist der ehemalige Überflieger unter anderem Chef einer Autohauskette in Ostbayern.

Ähnlich die „Rheinische Post“. Hierzulande sah die Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft kaum Expansionsmöglichkeiten, anders in Osteuropa. 1994 startete sie ihren Eroberungszug in Tschechien, dann in Polen, schließlich in der Slowakei. Seit 2013 hat sich die Verlagsgruppe komplett aus Osteuropa zurückgezogen und konzentriert sich auf das Inland. Sie investiert ins Digitalgeschäft und kaufte 2013 dem von Zeitungen ohnehin nicht überzeugten Stuttgarter Verlagsraben Stefan von Holtzbrinck die Saarbrücker Zeitungsgruppe („Saarbrücker Zeitung“) ab.

Einen ersten Dämpfer in Osteuropa hatte es Anfang der 2000er Jahre gegeben. Die New-Economy-Blase platzte, der Werbemarkt brach ein. Anders als hierzulande gab es in den mageren Redaktionen der jungen Transformationsländer nichts zu sparen. Zudem wurden den expandierenden Westhäusern kartellrechtliche Fesseln angelegt. In Ungarn etwa musste G+J die seinerzeit von Bertelsmann-Vorstandschef Gunter Thielen angeschleppte Zeitung „Nepszabadsag“ an Ringier verkaufen, um der Gütersloher Konzernmutter mit ihrem eigenen En-

gagement mehr Freiheit zu gewähren. Schon damals musste G+J zurückstecken. Es folgte die sogenannte zweite postsozialistische Übernahmewelle. Gruner + Jahr stand vor der Entscheidung: zukaufen oder aufgeben. G+J entschied sich für Letzteres. 2003 verkauften die Hamburger auch die Beteiligungen in Tschechien, der Slowakei („Novy Cas“), Rumänien und Serbien („Blic“) für gutes Geld an den Ringier-Verlag. Er tat sich später mit Springer zusammen und kann froh sein, dass das kaum lukrative Geschäft von Springer konsolidiert wird. 2008 dann die Finanzkrise.

Die traf die osteuropäischen Märkte heftiger als die westlichen. Da trennte sich auch die Verlagsgruppe Handelsblatt von einem Großteil ihrer Aktivitäten mit Wirtschafts- und Finanzinformationen, verkaufte erst ihr Bulgariengeschäft und schließlich ihre Beteiligungen in Tschechien und der Slowakei.

Auf die Euphorie nach dem Fall des Eisernen Vorhangs folgte die Einsicht, dass das korrupte System fort dauert. Noch immer hatten Oligarchen das Sagen, obskure Mächte arbeiteten, wenn gleich unter anderem Namen, mit denselben Leuten wie zuvor.

Wo es keine freie Presse gebe, mahnt VDZ-Geschäftsführer Stephan Scherzer, hätten Oligopole und Oligarchen das Sagen, gebe es weder Rechtssicherheit noch unternehmerische Freiheit und Wettbewerb. Tatsächlich ist es wie bei der Frage nach der Henne und dem Ei. Wo die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen nicht stimmen, hat es auch die Pressefreiheit schwer. In der „FAZ“ sagte Turcsányi Sándor, Vize-Chef der ungarischen Zeitung „Magyar Narancs“, kürzlich: „Auf die Qualität der Presse zu verzichten ist einfacher als auf das tägliche Brot.“

Für Falz-Fetischisten.

Perfekt drucken und falzen bei viaprinto.

Immer perfekt:

Bestnoten für Produkt-Qualität, Services und Sicherheit

Immer flexibel:

Bedarfsgerecht in Auflage, Format und Versand

Immer schnell:

Per Overnight, Express oder Standard

Immer persönlich:

Vom ersten Tag an mit persönlichem Berater an Ihrer Seite

Jetzt testen: www.viaprinto.de