

ROLAND RECK

„Ein völlig ungewöhnlicher Vorgang“

RAVENSBURG. Es war die Titelgeschichte unserer Januar/Februar-Ausgabe: Das Wochenblatt und sein Verschwinden. „Ein leiser Tod“, stand in BLIX zu lesen, der sich bereits vor drei Jahren angekündigt hatte, als BLIX erstmals über die Wochenzeitung berichtet hat. BLIX recherchierte damals die verschleierte Hintergründe des Wochenblatts und kam zu dem Schluss, dass das „Schweizer Kind“ ein verheimlichtes Kind von Schwäbisch Media ist. BLIX lag damit richtig, wie sich nun bestätigt. Statt spurlos abgewickelt, wie von den Alt-Eigentümern gewollt, hat das Wochenblatt dank Insolvenzverwalter überraschende Retter gefunden. Mit den neuen Herren des „unabhängigen Wochenblatts“ sprachen wir über die absonderlichen Todesursachen des alten und die wundersame Auferstehung des neuen Wochenblatts. Ein Ostergespräch.

Alle Welt redet nur noch von Online-Medien. Warum retten Sie in diesen hypermodernen Zeiten eine altmodische Wochenzeitung?

Mauritz: Kostenlose Anzeigenblätter schaffen in Deutschland einen Jahresumsatz von fast zwei Milliarden Euro, wachsen mit etwa sechs Prozent pro Jahr. Offensichtlich gibt es einen Bedarf bei Lesern, die sich über ihre Stadt und Region infor-

mieren wollen und hierfür keine Zeit und/oder Geld für ein teures Tageszeitungs-Abonnement ausgeben wollen oder können. Auch Anzeigen- und Beilagenkunden schätzen die Kraft regionaler Werbung in bekannten Medien, wie etwa dem Wochenblatt, seit rund 50 Jahren die Nr.1-Marke bei Wochenzeitungen im Wochenblatt-Land zwischen Schwarzwald, Alb und Bodensee.

Die Drei vom Wochenblatt (von links): Christoph Fluhr (50), Sven Jetter (42), Dr. Peter Mauritz (55). Fluhr und Mauritz sind die beiden Investoren, die mit ihrem Unternehmen Prolimity aus Ummendorf das Wochenblatt gerettet haben. Jetter war Vertriebsleiter beim alten Wochenblatt und ist nun Teil der Geschäftsführung. Fluhr fungiert als Interims-Chefredakteur.

Foto: Wochenblatt



Wenn die Bilanzen vom Wochenblatt gut waren, warum dann die Insolvenz im vergangenen Dezember? Was und vor allem wer steckte dahinter?

Fluhr: Die Insolvenz wurde einzig und allein durch den vormaligen Eigentümer ausgelöst, indem dieser aus unserer Sicht ohne jede Not a) im November 2017 beschloss, das Wochenblatt aus vorgeblich wirtschaftlichen Gründen zu liquidieren und b) dann aber nicht bereit war, dem mit der Liquidation beauftragten Geschäftsführer Boris Lazar die dafür erforderlichen Abfindungen für langjährige und verdiente Mitarbeiter bereitzustellen. ‚Billigen Personalabbau‘ nennen das die Schwarzen Schafe in der Sanierungsbranche. Herr Lazar ist übrigens seit neuestem Geschäftsführer beim Südfinder, einem Anzeigenblatt von Schwäbisch Media, dem Hauptwettbewerber vom Wochenblatt und Herr Lazar hat ein Jobangebot für den Neustart des Wochenblattes nicht angenommen.

Sie erklären, dass es ‚keine Insolvenz im landläufigen Sinne‘ war. Was war es dann? Und wie hat sich die Übernahme gestaltet?

Mauritz: Zu einer Insolvenz kommt es immer dann, wenn langjährig hohe Verluste angefallen sind und kein Geld mehr in der Kasse ist. Beim alten Wochenblatt gab es bis zum Schließungsbeschluss durch den ehemaligen Eigentümer Ende 2017 nie operative Verluste. Im Gegenteil: Das Unternehmen war schuldenfrei und hatte einen hohen Kassenbestand zum Zeitpunkt der Anmeldung der Insolvenz Anfang Dezember 2017. Ein völlig ungewöhnlicher Vorgang. Der Kassenbestand konnte durch den Insolvenzverwalter zu einer unserer Einschätzung nach nahezu vollständigen Gläubigerbefriedigung genutzt werden. Der Übernahme ging eine umfassende Prüfung der Verhältnisse beim Wochenblatt voraus. Daraus haben wir rasch die Überzeugung gewonnen, dass das Wochenblatt über langjährig loyale Kunden und Fans verfügt, ein eingeführtes Produkt und eine echte Marke ist. Das Wochenblatt ist ein über viele Jahrzehnte fest verwachsener Teil der acht regionalen Communities von Laupheim bis Friedrichshafen, von Wangen bis Tuttlingen. All dies ist der Erfolg einer hochmotivierten, hart arbeitenden, tollen Mannschaft.

Sie firmieren als ‚Unabhängiges Wochenblatt‘. Was ist daran neu?

Fluhr: Wir sind fortan unabhängig von ominösen Schweizerischen Stiftungen, deren ultimativen Eigentümer keiner kennt und auch unabhängig von der Schwäbisch Media Gruppe, mit der beim alten Wochenblatt sehr unvorteilhafte und kostspielige Verträge für den Druck, die IT und Drucklogistik bestanden. Diese Verträge haben zu hohen jährlichen Mittelabflüssen beim Wochenblatt in Richtung Schwäbisch Media geführt. Und: Diese Verträge durften durch den Geschäftsführer Lazar nach dessen eigener Aussage laut seines Ge-

► Fortsetzung Seite 8

schäftsführungsvertrags nicht durch normale und viel günstigere Verträge ‚wie unter fremden Dritten‘ ausgetauscht werden, sondern mussten mit der Schwäbisch Media Gruppe bestehen bleiben. Ebenfalls ein ungewöhnlicher Befund.

Unabhängigkeit ist als Anzeigenblatt ein hoher Anspruch. Wie wollen Sie ihm gerecht werden?

Mauritz: Die Unabhängigkeit stellen wir als neue Eigentümer in allen Funktionsbereichen des Unternehmens sicher, aber auch in der gesellschaftsrechtlichen Struktur und in der üppig ausgestatteten Finanzierung des Unternehmens.

Sie stehen als wöchentliches Anzeigenblatt in direkter Konkurrenz zum Südfinder von Schwäbisch Media, dem quasi Monopolisten in Ihrem Verbreitungsgebiet. Wie wollen Sie in diesem Wettbewerb bestehen?

Jetter: Durch die seit fast 50 Jahren bessere Marke, die interessanteren und relevanteren redaktionellen Inhalte, die engagierteren und besser eingeführten Media-Berater, durch bessere Ideen für die zukünftige Verlängerung der Print-Inhalte ins Digitale und vieles andere mehr. Unsere Kunden schätzen das Wochenblatt und den Umstand, dass sie unter verschiedenen Media-Partnern wählen können.

Schwäbisch Media generiert viel Werbeumsatz durch so genannte ‚Medienpartnerschaften‘. Ein monopolistisches Instrument, das Ihnen als ‚Unabhängiges Wochenblatt‘ nicht oder nur sehr beschränkt zur Verfügung steht. Wie wollen Sie dem begegnen?

Fluhr: ‚Medienpartnerschaften‘ sind oft eine Verbrämung für die Gängelung von Kunden: Mach deine gesamte Werbung mit uns, sonst schmeißen wir dich raus oder quälen dich am Ende noch mit negativer Presse im wahrsten Sinne des Wortes. Sie sind oft ein Zeichen für übergroße Marktmacht. Kunden möchten aber für ihre Bedürfnisse die Auswahl haben und sich jeweils für das passende Angebot entscheiden, sie mögen keine Knebelung. Das Wochenblatt kann natürlich noch nicht mediale Leistungen wie Radio, TV-Werbung und Monatsmagazine aus eigenem Hause anbieten. Aber wir können uns zukünftig enge Partnerschaften mit ebenfalls unabhängigen Anbietern im süddeutschen Medienmarkt vorstellen. Und einige disruptive Neuerungen in unseren digitalen Kanälen wie Internet, Apps, Facebook, WhatsApp, Instagram. Hier haben wir schon Spezialisten eingestellt: Unsere Leser und Kunden dürfen sich auf hochwertige digitale Inhalte aus der Region freuen, die bei uns nichts kosten werden.

Herr Mauritz, Sie weisen auf die Erfahrung und Kompetenz von Prolimity hin, aber Sie beide sind dennoch Neulinge in der Medienbranche. Ist das nicht gefährlich? Unterscheidet sich ein Presseverlag nicht zu stark von einem Reifenhersteller, den Sie zuletzt saniert haben?

Mauritz: Nein, das Wochenblatt-Projekt ist eines der einfacheren ‚Spezialprojekte‘, die wir im Laufe der vergangenen 20 Jahre bearbeitet haben. Weil hier keine harte Sanierungsarbeit zu leisten ist, sondern der Neustart und dann langjähriges Wachstum gemanagt werden darf.

Sie sagen, Sie sind gekommen, um zu bleiben und nicht, um das Wochenblatt so schnell wie möglich wieder zu verkaufen. Soll das Wochenblatt Ihr ‚Steckenpferd‘ fürs Alter werden?

Mauritz: Das können wir uns sehr gut vorstellen. Wir haben ausschließlich Eigenkapital investiert und keine Bankverschuldung für das Wochenblatt vorgesehen. Damit besteht – anders als bei herkömmlichen Private Equity Management Gesellschaften, die mit einem Investoren-Fonds arbeiten – keinerlei Exit-Druck nach fünf oder sieben Jahren.

Herr Fluhr, Sie sind aktuell als Chefredakteur tätig. Macht Ihnen der Job Spaß oder schauen Sie sich schon nach was anderem um? Wie sieht das Personaltableau des Wochenblatts aus?

Fluhr: Ich habe die Rolle des Chefredakteurs interimistisch übernommen. Wir sind in ersten Gesprächen mit interessanten Kandidaten für die Neubesetzung der Chefredaktion. Dessen ungeachtet macht mir dieser Teil meiner Aufgaben großen Spaß: Das Team ist sehr engagiert und wir arbeiten im Redaktionsteam an neuen Themen und Formaten. Zudem suchen wir noch Verstärkung von engagierten und vor allem kreativen Köpfen. Wir bauen eine schlagkräftige Redaktionsmannschaft auf, die bereit ist, morgens früher aufzustehen als der Wettbewerb, kälter zu duschen und schneller zu laufen. So besteht man nicht nur im Kampf gegen den chinesischen Wettbewerb, sondern auch gegen große Konkurrenten im Ländle.

Herr Jetter, Sie sind als ehemaliger Vertriebsleiter beim alten Wochenblatt und als jetziger Geschäftsführer des ‚Unabhängigen Wochenblatts‘ das Bindeglied. Was muss anders werden, um besser zu werden?

Jetter: Zunächst bin ich sehr stolz auf unser Team, das es in einem enormen Kraftakt geschafft hat, die Neustart-Ausgabe am 1. Februar zu liefern. Das Wochenblatt wird seither Woche für Woche in der gewohnten hohen Qualität gratis und frei Haus zugestellt. Und das gegen die massiven Widerstände und Abwehrreaktionen der Konkurrenz. Wir haben uns davon nicht beeindrucken lassen. Nach vorne blickend dürfen unsere Leser und Kunden in allen Bereichen von uns Verbesserungen erwarten: Wir werden in topp-aktuelle, interessante redaktionelle Inhalte aus der Region für die Region investieren, in der Zeitung und auch online. Wir werden neue und attraktive Optionen im Anzeigen- und Beilagesgeschäft unseren langjährigen Kunden wie auch Neukunden anbieten. Insgesamt werden wir in allen Facetten des Wochenblatts ein noch aufmerksamerer, engagierterer und flexiblerer Partner in unseren acht regionalen Communities werden.

Herr Mauritz, Sie verweisen auf das große Netzwerk, über das Prolimity verfügt. Sie sprechen von ‚rund 150 so genannten Co-Investoren im Hintergrund‘. Heißt das, dass Sie bei Ihrem Wochenblatt-Engagement aus 150 Quellen schöpfen und womöglich 150 Köpfe mitreden?

Mauritz: Unsere Co-Investoren regieren nicht hinein ins Operative, sondern verlassen sich auf die langjährige große Erfahrung von Prolimity und unser großes Engagement im Bereich der Sanie-



Unser BLIX-Titel von Januar/Februar muss aktualisiert werden: Jetzt wieder da! Wie es dazu kam, lesen Sie wieder nur in BLIX. BLIX macht den Unterschied!

rung und operativen Performanceverbesserung von Unternehmen. Wir sind seit 20 Jahren im Bereich Turnaround und Unternehmenstransformation in zahlreichen unterschiedlichen Branchen erfolgreich unterwegs: vom Maschinenbau über Automotive, Handel, Industrieautomation/Robotics bis eben zu interessanten Medienunternehmen wie dem Wochenblatt.

Sie agieren in der Nachbarschaft von Schwäbisch Media und das ‚Unabhängige Wochenblatt‘ erscheint in Konkurrenz zu Schwäbisch Media. Ist es eine gute oder schlechte Nachbarschaft?

Mauritz: Es ist überwiegend eine gute Nachbarschaft. Die operativ tätigen Kollegen bei Schwäbisch Media machen unserer Einschätzung nach einen guten Job. Daheim sind wir beispielsweise auch Abonnenten der Schwäbischen Zeitung und schätzen überwiegend deren tägliche regionale Berichterstattung. Dem Management von Schwäbisch Media empfehlen wir ganz schlicht, seine Furcht vor dem neuen, unabhängigen Wochenblatt abzulegen und sich dem Wettbewerb um die besten regionalen Inhalte, um die Relevanz im Anzeigen- und Beilagesgeschäft und um die Herzen der Leserinnen und Leser zu stellen. Wie heißt es so schön: Wettbewerb belebt das Geschäft. In sehr wettbewerbsintensiven Branchen wie der Automobilzulieferindustrie haben wir gelernt, dass Wettbewerb der Motor für Fortschritt ist, dies gilt natürlich auch für den Medienbereich.

Sie verweisen ‚für den Fall der Fälle‘ auf ‚versierte Anwälte‘, die zu Ihrem Netzwerk gehören. Welchen Fall fürchten Sie?

Mauritz: Wir fürchten ehrlich gesagt gar nichts. Und wir sind wahrlich keine Klagehansel. Aber wer uns oder das Wochenblatt mit unlauteren und anderen rechtswidrigen Mitteln angreift, muss wissen, dass wir uns mit allen im Rechtsstaat gebotenen Mitteln zur Wehr setzen.