

„Ungeheure Macht“

Das Wortlaut-Interview mit Horst Röper, Medienwissenschaftler und Geschäftsführer des Formatt-Institut (Dortmund)

(s.a. Titel Mediummagazin 3/2008, „Die neue Macht im Süden“, Seite 30ff)

Interview: Annette Milz

? Die Stuttgarter Zeitungsholding SWMH hat am 1. März die Mehrheit am Süddeutschen Verlag (SV) übernommen. Sehen Sie es als Vorteil, dass hier nun doch keine Finanzinvestoren sondern Verleger zum Zug gekommen sind?

Horst Röper: Nun, von Vorteil würde ich hier nicht sprechen. Ich hätte nichts gegen eine Beteiligung ausländischer Verlage gehabt. Die Antihaltung demgegenüber hierzulande kann ich nicht nachvollziehen. Tatsache ist nun: Eine Fusion von solchem Ausmaß hat es bisher auf dem deutschen Zeitungsmarkt nicht gegeben: Dass die bisher bereits nach Auflagen drittgrößte Zeitungsgruppe – die Stuttgarter Gruppe mit ihren Verflechtungen zur MedienUnion und zur Gruppe der Baden-Württembergischen Verleger – den bislang zehntgrößten Verlag mit dem Süddeutschen Verlag übernimmt, stellt eine neue Dimension im Markt her. Zum SV gehört schließlich nicht nur die „Süddeutsche Zeitung“ mit ihrem herausragenden publizistischen Einfluss, sondern auch eine Reihe von Regionalzeitungen.

Flößt Ihnen das Furcht ein im Hinblick auf eine publizistische Konzentration ?

Eindeutig ja. Die publizistische Macht, die in der Baden-Württembergischen Gruppe immer schon steckte, war ja schon bisher außerordentlich groß. Diese Macht steckt ja nicht nur in den Regionalzeitungen, sondern manifestiert sich ja

heute in vielerlei Aktivitäten der beteiligten Verlage von Internet über Anzeigenblätter bis zu Hörfunk und TV-Aktivitäten. Diese verknüpft mit den Möglichkeiten des SV – da entsteht ein publizistisches Konglomerat von ungeheurer Macht.

Wie beurteilen Sie denn die bisherige publizistische Strategie der baden-württembergischen Blätter besonders was potentielle redaktionelle Synergien betrifft?

In Baden-Württemberg gilt mittlerweile auch, was für andere Bundesländer längst zutrifft: Der Markt wird stetig mehr monopolisiert und die Besitzverhältnisse haben sich in den letzten 20 Jahren nachhaltig verändert. Titel und Verlage blieben überwiegend erhalten, so dass ein Eindruck von kleinteiligen Strukturen entsteht. Tatsächlich sind die Eigentümer im Hintergrund aber immer wieder dieselben.. An dieser Entwicklung sind die großen Verlage dieser Gruppe deutlich beteiligt, zum einen über horizontale Konzentration durch Übernahme bisher unabhängiger kleiner Verlage wie die „Lahrer Zeitung“ oder eben auch indem sie Marktaktivitäten zurückgedrängt haben, wie im Kreis Calw. Dort standen der Schwarzwälder Bote und Titel der Stuttgarter Gruppe früher in Konkurrenz zueinander. Diese Konkurrenz ist längst aufgehoben und nun durch die rechtliche Fusion unter dem Dach der SWMH auch dauerhaft festgeschrieben. Diese Tendenz zu einer publizistischen Ausdünnung im Lande wird wohl weitergehen.

Die Titel wie Stuttgarter Zeitung und Stuttgarter Nachrichten legen aber großen Wert auf redaktionelle Eigenständigkeit unter einem gemeinsamen verlegerischen Dach. Trifft das in der Praxis tatsächlich zu?

Ja, das muss man den großen Titel der Gruppe zugestehen. Für die vielen kleineren Titel gilt das allerdings nicht. Da geht die redaktionelle Kooperation bereits sehr weit – nach klassischem Vorbild: Eine Mantelredaktion – wie die „Stuttgarter Nachrichten“ oder auch die „Südwestpresse“ - bedient eine Vielzahl von Verlagen mit dem inhaltlich weitgehend identischen überregionalen Teil. Die Mantelredaktionen agieren aber in der Tat eigenständig. Das ist erfreulich. In Stuttgart ist bislang nicht versucht worden, so weit gehende Zusammenlegungen durchzusetzen, wie sie beispielsweise in Aachen oder in Bremen vollzogen worden sind.

In wie weit kann die Konstruktion der SWMH mit ihrem komplizierten Beteiligungsmodell von großen und vielen kleineren Verlagen ein Garant für ein sich austarierendes Kräftespiel sein?

Für die redaktionelle Hoheit ist ein solches Konstrukt sicher eher von Vorteil. Vor allem durch den Pool der beteiligten kleineren Verlage über die Gruppe der Baden-Württembergischen Verleger, die in ihren eigenen Gebieten durchaus auch andere Interessen als zB. die Medienunion verfolgen. Das ist sicher auch ein Grund dafür, dass hier redaktionelle Synergieeffekte wie sie anderswo zu beobachten sind, nicht genutzt werden.

Wie beurteilen Sie die bisherige verlegerische Leistung des Geschäftsführer der

SWMH, Richard Rebmann, als Verleger des Schwarzwälder Boten?

Ökonomisch ist er ein erfolgreicher Verleger. Er hat seinen ehemals lokal orientierten Verlag mit einer hochkomplizierten Verbreitungsstruktur breiter aufgestellt, hat neue technische Potentiale und Expansionsmöglichkeiten genutzt. Aus ökonomischer Sicht war es sicher auch richtig, die Wettbewerbssituation in Calw aufzugeben. Die Entscheidung, den Mantel des „Schwabo“ auch mit Inhalten der „Stuttgarter Nachrichten“ anzureichern, dient aber natürlich nicht der publizistischen Vielfalt.

Wie könnten sich denn nun die neuen Eigentümerverhältnisse auf die „Süddeutsche Zeitung“ auswirken?

Zunächst meines Erachtens überhaupt nicht. Sehr viel wahrscheinlicher sind Synergien auf der IT-, Einkaufs- und logistischen Ebene. Redaktionell sehe ich da kaum Andockmöglichkeiten. Die Ausrichtung und die Zielgruppen sind zu unterschiedlich. Auch fehlt die räumliche Nähe, die bei anderen Fusionen im redaktionellen Bereich für erhebliche Einschnitte maßgeblich war.. Das Kerngebiet der SZ ist Bayern, das der anderen Baden-Württemberg. Da gibt es kaum Überschneidungen.

Anders verhält es sich womöglich bei der mittel- und langfristigen Strategie im Internet. Schauen Sie sich nur mal das bisherige Verbreitungsgebiet aller beteiligten Titel an: Das deckt den gesamten Südwestdeutschen Raum ab. Wenn man es schafft diese Kompetenz in einem Portal zu bündeln, könnte das auch eine neue publizistische Dimension im Internet begründen.
