

PRESSE

„Krise? Ham mer ned“

Farbenfroh bis in die Todesanzeigen, ist Vorarlberg Wallfahrtsort für die, die das Zeitungssterben überleben wollen

VISIONÄR IN SCHWARZ

Eugen A. Ruß, 41, Verleger der „Vorarlberger Nachrichten“

- **Ein schweres Erbe**
trat Eugen A. Ruß mit acht Jahren an. Sein Vater hinterließ ihm einen Verlag mit 100 Jahre alten Druckmaschinen.
- **Im Kampf um die Leser**
sind Ruß viele Mittel recht. Er verkauft Abonnenten auch Versicherungen und Strom.
- **Die 30-Minuten-Zeitung**
ist sein Erfolgsrezept.

PILGERVATER

Zeitung braucht Bewegung, predigt Eugen A. Ruß. Die Äpfel stiftet er für die Fitness seiner Mitarbeiter

Dieser Verlag ist in Bewegung, und das hörbar. „Entschuldigen Sie“, hecheln die Mitarbeiter, „dass ich so kurzatmig bin“, keuchen sie dann am Telefon, „ich steige gerade die Treppe hoch.“ Die fast 400 Beschäftigten sind an jedem Ort im Haus zu erreichen, denn jedes Telefon ist tragbar, sie können überall von der Empfangshalle bis zur Cafeteria im zweiten Stock „wireless“ an ihren Notebooks arbeiten. Beweglichkeit gehört zur Firmenphilosophie des Vorarlberger Medienhauses.

Dietmar Schratzer, Bankangestellter in Dornbirn (Vorarlberg), verheiratet, zwei Söhne, hat gerade eine Unfallversicherung bei seiner Heimatzeitung abgeschlossen. Den Zahlschein mit seiner Abo-Nummer und seinem Namen hat er in den „Vorarlberger Nachrichten“ frei Haus zugestellt bekommen. Er musste nur noch die Kontonummer eintragen und unterschreiben. Ebenso mühelos ist er schon Telefonkunde und Stromabnehmer geworden – ebenfalls bei seiner Zeitung. Dass die Versicherung auf einer ganzen Zeitungsseite mit zehn liebevoll ausgeschmückten Unfallbeispielen redaktionell vorgestellt wird, stört ihn nicht. „Mei, solange der Preis so günstig ist ...“, sagt Schratzer und steigt auf sein Fahrrad, dessen Produktionsnummer er für den Fall eines Diebstahls registrieren hat lassen. Bei seiner Zeitung, versteht sich.

Eugen A. Ruß, 41, lässt keinen aus. Der Verleger verkauft in seinem überschaubaren Bundesland täglich 70 000-mal seine „Vorarlberger Nachrichten“ –

Haushaltsabdeckung: 75 Prozent. Für seine Abonnenten kauft er als Großabnehmer Strom ein und bietet ihn seinen Abonnenten günstig an. Eine Versicherung, die beim Vertreter 100 Euro im Jahr kostet, bekommen Zeitungsbezieher für 29 Euro – und die Familienmitglieder sind mitversichert. Innerhalb Vorarlbergs bietet keiner das Telefonieren so billig an wie Ruß. Die Zeitung ist zum Gemischtwarenladen geworden. Und der Herr Verleger-Stromanbieter-Versicherungsvertreter-Telefonunternehmer rechnet gern vor: Wer seine Zeitung abonniert, zahlt dafür 200 Euro im Jahr. Wer alle seine Angebote nutzt, spart jährlich 300 Euro. „Ihnen bleiben 100 Euro – und die Zeitung haben Sie inklusive!“

Mit acht Jahren, nach dem Tod seines Vaters, hat er die „Vorarlberger Nachrichten“ geerbt. Mit 22 hat der Verleger die Geschäfte übernommen in einem Zeitungshaus, das noch auf 100 Jahre alten Druckmaschinen druckte. Seitdem hat Ruß sein Blatt zu einer Wallfahrtsstätte für Verleger entwickelt – gerade für deutsche Verleger, die das dritte Jahr der Zeitungskrise überstanden haben. Die „Süddeutsche Zeitung“ hat den Gang zum Insolvenzrichter gerade noch einmal abgewendet, die „Frankfurter Rundschau“ kämpft dagegen an. Durch die „Frankfurter Allgemeine“ schwappte Kündigungswelle auf Kündigungswelle. Die in der vergangenen Woche vorgestellte Studie des Wirtschaftsprüfungsunternehmens Ernst & Young prophezeit den Zeitungen in Deutschland ein

Titelsterben – mit einer erneuten Welle von Fusionen und Übernahmen, verursacht durch die schwache Marktstellung und angespannte Finanzlage der kleineren Verlage. Und in Österreich lehnt sich ein Eugen A. Ruß zurück, streicht sich das lange Haar aus der hohen Stirn und sagt: „Krise? Ham mer ned.“

Die Zukunft der Zeitung spricht Österreichisch. Doch der weiche Tonfall trägt, die Urteile sind hart. Ruß sieht eine Branche in Erstarrung, wo der 80-jährige Verleger nicht an den 60-jährigen Sohn übergeben will, weil er den für einen jungen Wilden hält. Wo eine Erneuerung wie im Fernsehprogramm seit dem Start des Privatfernsehens ausgeblieben ist, weil Zeitungen sich genieren, auf ihr Publikum zuzugehen. Pilgervater Ruß predigt die kompak-



HOCHMODERN ist das Verlagsgebäude. Architekturfreund Ruß hat in Schwarzach auf die Vorarlberger Wiese gebaut



400 MITARBEITER teilen sich Großraumbüros. Kommunikation gilt als Prinzip des Kommunikationsunternehmens

VON DER WIEGE BIS ZUR BAHRE meinen die „Vorarlberger Nachrichten“ ernst. Sogar die Todesanzeigen zeigen farbige Bilder



AUF TRAB Jedes Telefon im Haus ist mobil. Und jedes Notebook vom Eingang bis zur Cafeteria „wireless“ einsetzbar

te Zeitung, die der Leser in einer halben Stunde komplett nutzen kann. „Wenn Sie täglich ins Restaurant gehen“, vergleicht Ruß, „und 90 Prozent des Menüs zurückgehen lassen, dann sind Sie sicher nicht auf Dauer zufrieden.“

Ruß lässt keinen aus. Den neugeborenen Lesernachwuchs stellt das Blatt mit Foto und den wichtigsten Kenndaten kostenlos vor. Die Jugendlichen begleiten freiberufliche „Party-Reporter“ mit Digitalkameras durch die Wochenenden. Bilder, die nicht in die Zeitung passen, lässt Ruß ins Internet stellen. Die Todesanzeigen schmückt er statt mit schwarzem Trauertand mit den Farbfotos der Verstorbenen. Diese Seiten rabattiert der Verleger bis zu 90 Prozent. „Ich sehe das als Lesestoff, und zwar als sehr authentischen.“

Für die Lebenden bemüht sich der Verleger um einen Wohlfühlverlag nach den alten Regeln der New Economy. Am Treppenaufgang stehen Bio-Äpfel für die Mitarbeiter. 30 Wasserspender erfrischen mit speziell angereichertem Gesundheitswasser. An den „First Mondays“ aller Monate trifft sich die Belegschaft in der Kantine und diskutiert, auf Du und Du mit dem Verleger, über die kleinen Verbesserungen im Alltag und die großen Pläne für die Zukunft. Die große Gleichheit gilt bis zum Firmenparkplatz. Nahe am Eingang parken die Behinderten. Dann kommen die Fahrgemeinschaften. Der Herr Verleger-Stromanbieter-Versicherungsvertreter-Telefonunternehmer, der gern ein bisschen länger schläft, muss seinen Wagen ganz hinten abstellen.

Praktisch ist Philosophie dann, wenn der Philosoph selbst in Bewegung gehalten wird. ■

JOSEF SEITZ

INTERVIEW

„Die Macht als Geliebte“

Die spinnen, die Römer! Nachwuchsstar Benjamin Sadler über die Invasion der neuen Monumentalfilme

FOCUS: Herr Sadler, kennen Sie Chalmers Johnson?

Sadler: Ehrlich gesagt, nein. Helfen Sie mir auf die Sprünge!

FOCUS: Johnson ist ein Politikwissenschaftler, der in seinem neuen Buch „Der Selbstmord der amerikanischen Demokratie“ Parallelen zwischen dem alten Rom und den USA von heute zieht.

Sadler: Die Geschichte vom untergehenden US-Imperium liegt ja auch auf der Hand. Leider Gottes wiederholen sich gewisse Fehler, die in der Vergangenheit gemacht wurden, immer wieder. Auch auf Grund ähnlicher moralischer Ansprüche. Beispielsweise dem, der Welt Fortschritt zu bringen.

FOCUS: In dem Film „Mein Vater, der Kaiser“, den das ZDF am 6. und 7. Januar 2004 zeigt, spielen Sie Oktavian, der später als Kaiser Augustus bekannt wird. Augustus spricht von Rom als „Zentrum der zivilisierten Welt“. Klingt irgendwie nach George W. Bush ...

Sadler: ... natürlich, wobei Augustus auf nichts und niemanden Rücksicht nehmen musste, während Bush jetzt merkt, dass er doch auf den einen oder anderen Partner angewiesen ist.

FOCUS: Ihr Film dreht sich um Liebe und Politik. Passt das zusammen?

Sadler: Zwangsläufig! Es geht ja um den Preis, den Augustus für seine Macht bezahlt. Er ließ als Kaiser innerhalb weniger Wochen 3000 politische Gegner liquidieren, er schlug Schlachten und brachte Rom doch die längste Zeit des Friedens. Aber irgendwann hatte Augustus nur noch die Macht als Geliebte.

Und er war skrupellos genug, für die Erhaltung der Macht seine einzige Tochter in die Verbannung zu schicken.

FOCUS: Zurzeit rollt mit Ihrem Film und Stoffen wie Hannibal, Alexander, Troja, Nero oder Pompeji eine Welle von Monumentalverfilmungen über das Leben in der Antike an. Warum?

Sadler: Vielleicht liegt es daran, dass damals die Fragen und Antworten einfacher waren. Archaische Strukturen eben. Die Männer führten Schwerter und Kriege, die Frauen trugen Röcke und blieben da, wo die Männer sie haben wollten. Andererseits soll es Unterhaltung sein, in einer Kulisse, die seit Jahrzehnten nicht mehr gesehen worden ist.

FOCUS: Sie haben auch in dem aktuellen Kinoschlager „Luther“ mitgespielt und in dem SAT.1-Film „Das Wunder von Lengede“. Auch das historische Stoffe.

Sadler: Die Vergangenheit erzählt einfach gute Geschichten von Überzeugungen und Leidenschaften. Irgendwie sehen wir uns ja alle nach einer Welt, in der es nicht nur um das neueste Auto oder die Größe der Wohnung geht.

FOCUS: „Mein Vater, der Kaiser“ hat als europäische Co-Produktion stolze zwölf Millionen Euro gekostet und soll Auftakt einer Reihe sein. Sind Sie sicher, dass sich öffentlich-rechtliche Sender so was künftig noch leisten können?

Sadler: Es ist schon pervers, dass heutzutage nur noch buchhalterische Argumente zählen, aber ich glaube trotzdem an den Fortbestand von Qualität. ■

INTERVIEW: STEFAN RUZAS

AUS ALT MACH NEU

Das ZDF zeigt das Opus „Mein Vater, der Kaiser“.

- In dem Zweiteller von EOS Entertainment spielen auch **Peter O'Toole** und **Charlotte Rampling**.
- Das **Machtspiel** wurde im tunesischen Hinterland gedreht.



HAUPTROLLE Sadler, 32, gibt den Feldherrn Oktavian (o. mit Martina Stella als Livia)