

# Manager

**Kult** Wie sich austauschbare Produkte mit Gefühlen aufladen lassen. SEITE 15

**Manager-Literatur** Der Grossteil ist fast wertlos. SEITE 16

**Lukas Winkler** Porträt des Inficon-Chefs. SEITE 17



## Unkonventionell zum Erfolg

**EUGEN A. RUSS** Der Vorarlberger Verleger hat nach amerikanischem Vorbild ein modernes Medienhaus geschaffen. Deutsche und Schweizer lassen sich sein Erfolgsmodell vorführen.

DIETER FRIEDL, WIEN

Eugen A. Russ ist ein Wanderer zwischen den Zeitungswelten. Er bezeichnet sich selbst als Blattmacher, dem allerdings die Insignien der Macht rein gar nichts bedeuten. Bescheidenes Auftreten und Arbeiten im Hintergrund haben seinem Medienhaus zu unglaublichen Erfolgen verholfen, nämlich zu über 90% Marktanteil mit zweistelligen Renditezahlen.

Heerscharen von Verlegern sind bereits in sein hypermodernes Verlagshaus in der Nähe von Bregenz gepilgert, um sein Erfolgsmodell zu studieren. Sätze wie «Es gibt keine Strukturkrise in unserer Branche» oder «Wir sind nicht legitimiert, Macht auszuüben», zeichnen das Bild eines 42-Jährigen, den bereits viele als Guru des Zeitungswesens bezeichnen.

Als er vor Jahresfrist ein Referat vor dem Verband der Schweizer Presse in Zürich hielt, erntete er starken Applaus. Auch deutsche Verlagsmanager bezeichnen ihn als dynamischen jungen Verleger, der neue Wege beschreitet.

### Je näher, desto besser

Was sind die Erfolgsrezepte dieses jungen, gar nicht aufdringlichen österreichischen Verlegers? Eugen A. Russ will den Unruhewind der Zeit fühlen, geprägt von Erfahrungen, die er in früheren Jahren vor allem in den USA machte.

Für seine «Vorarlberger Nachrichten» (VN) – Auflage 75 000 Exemplare, 70% Marktanteil – hat er sich die Zeitung «US Today» als Vorbild auserkoren. Auch wenn man ihn anfangs belächelte und sein Blatt als Mickymaus-Zeitung bezeichnete, er hat sich von seinem Weg nicht abbringen lassen.

Und der Erfolg gibt ihm Recht. Bunt, ganz auf den Leser ausgerichtet, kurze Geschichten, kaum Auslandsthemen, dafür alles, was im Regionalbereich Vorarlberg passiert. Eine reine Abonnentenzeitung, die bereits frühmorgens ausgetragen wird. Wer sich weitergehend informieren will, kann bei den VN ein verbilligtes Abo der NZZ beziehen – «natürlich die umfangreiche Schweizer Ausgabe, die gemeinsam in der Früh mit den VN ausgeliefert wird».

Was unterscheidet das Flaggschiff des Medienkonzerns, die VN, heute von einer Ausgabe, die vor 20 Jahren erschienen ist? Früher wurde ein Meinungsblatt gemacht, das stark polarisierte. Heute sagt Russ: «Wir müssen mit unserem Marktanteil behutsam umgehen.»

Sein Ziel ist es, eine offene Plattform anzubieten, faktenorientiert, auf der sich der Leser wiederfindet. Über ganz gewöhnliche Menschen will man etwas lesen, nicht über Politiker und Manager, meint er.

Das heisst konkret, dass von den 350 000 Vorarlbergern pro Jahr 100 000 möglichst per Bild in der Zeitung wiederzufinden



Verleger Eugen A. Russ geht mit seinem Familienerbe in Vorarlberg eigene Wege.

sind. Alle Reporter sind mit modernen Kameras unterwegs und halten alle Ereignisse bildlich fest, diese Personenbilder werden dann in den verschiedenen Medien des Konzerns weiterverwendet, aber nicht archiviert. «Wir sind nicht die Polizei.»

Um seine Strategien weiterzuentwickeln, hat er eine junge Mannschaft um sich geschart. Je-

der ist mit jedem per Du, jeder hat seinen Laptop unter den Arm geklemmt und ist jederzeit einsatzbereit, egal wo er gerade unterwegs ist.

Russ ist sich nicht zu schade, für seine Mitarbeiter Kaffee holen zu gehen, wer jedoch nicht ins Team passt, hat keine Chance –

selbst wenn es der Chefredaktor ist: Vor Jahresfrist musste sich der damalige VN-Chef an eine Nebenfront zurückziehen. Ein besonderes Kunststück ist dem dynamischen Verleger im Internetbereich gelungen. Der Online-Sektor bereitet vielen Verlegern Kopfzerbrechen, weil kostspielig und verlustreich. Der Vorarlberger Medien-Zampano beweist das Gegenteil: Er bringt eine Online-Zeitung heraus, die schwarze Zahlen schreibt, 100 Mitarbeiter erwirtschaften bereits einen Drittel des Verlagsumsatzes von 100 Mio Euro.

### Sparen und outsourcen

Russ hat Vorstellungen, die weiträumig gefasst sind. Er möchte seine Leser in allen Lebensbereichen an sein Blatt binden. Seine Vorarlberger

### Zur Person

**Eugen A. Russ** (42) entstammt einer alten Verlegerfamilie. Die «Vorarlberger Nachrichten» sind seit über 100 Jahren in Familienbesitz. Sein Vater verstarb, als er noch ein Kleinkind war. Nach einem Studium der Rechtswissenschaften ohne Abschluss übernahm er vor 20 Jahren den Konzern. Zuerst als Chefredaktor, nun als Herausgeber. Er ist verheiratet und hat drei Kinder.

### Eugen Russ' Führungsprinzipien

1. Flache Hierarchien
2. Kein Chefbüro, kein Chefschreibtisch, keine Polstertüren, keine Insignien der Macht
3. Kooperativer Führungsstil
4. Weit gehendes Telerworking für die Mitarbeiter
5. Querdenker sind gefragt
6. Absolutes Kostenbewusstsein

«Community» soll durch Zusatzangebote und damit verbundene Einsparungen in die Lage versetzt werden, sein Blatt gratis zu beziehen.

Wie funktioniert das Erfolgsmodell? Russ bietet einen Mehrwert an:

- Durch verbilligtes Telefonieren. Sein Medienhaus hat eine Telefonkonzession erworben, mit der VN-Abonnenten günstiger telefonieren können, was ihnen pro Jahr rund 150 Euro erspart. 40 000 haben das Angebot bereits gebucht, das sind 50% aller Vorarlberger Haushalte.
- Ein Vertrag mit den Vorarlberger Kraftwerken ermöglicht es, verbilligten Strom anbieten zu können, was den 45 000 davon profitierenden Abonnenten rund 30 Euro im Jahr bringt.
- Darüber hinaus wird eine günstige Unfallversicherung angeboten.

«Ein Kundenklub mit abgeschlossener Zeitung» spottete einmal die «Süddeutsche Zeitung» über den Russ-Verlag. Tatsache ist, dass Eugen A. Russ eine Medienfestung in Vorarlberg mit einem Bein im Osten geschaffen hat. In Richtung Schweiz wird geschickt: «Wir wären an Partnerschaften in der Schweiz interessiert, leider bietet sich wenig an.» Partner braucht er für seine Expansion keine. Es wurden auch nie in diese Richtung Gespräche geführt.

Um für alle Angriffe der grossen Konzerne gewappnet zu sein – «wenn einer mit viel Geld kommt sind wir massiv gefährdet» –, müssen die Kosten besonders niedrig gehalten werden. Schlanke Strukturen sind für Russ deshalb das A und O. Wo immer möglich wird «outgesourct».

Vertrieb und Onlinedienste sind bereits eigene Gesellschaften, Druckerei und Anzeigen sollen folgen. «Die Ertragslage unserer Zeitung stimmt.» Eine Aussage, die wenige seiner Schweizer Kollegen für ihr Haus unterschreiben könnten.

### SHORT LIST

#### Learning by phoning

Manager sollen mit dem Handy lernen. Das Institut für Managementstudien an der Fernuniversität in Hagen weist den Weg: Da die meisten Führungskräfte für ein konsequentes Lernen kaum Zeit hätten, bietet das Institut erste Lernmodule für Handy und PDA an – zur Weiterqualifikation von Führungs- und Nachwuchskräften, die dank der «mobile education» nun individuelle Leerzeiten als Lernzeiten nutzen können, so etwa auf Geschäftsreisen. Oder im Lift. Hauptsache, das lebenslange Lernen wird keine Minute unterbrochen. Zur Freude der Telefondienstleister. Sowie der Augenärzte und Optiker.

#### Mindestlohn



**Edgar Oehler, Mindestlohn-Eiferer.**

Der Vorzeige-Ostschweizer und Arbonia-Forster-Chef Edgar Oehler muss eine unbedachte Aussage teuer bezahlen. Seine Behauptung, bei ihm verdiene niemand weniger als 4000 Fr. monatlich, erwies sich als unwahr.

Oehler hat nun versprochen, bis in zwei Jahren Abhilfe zu schaffen.

#### Stress im Schlaf

Manager, die an Schlafmangel leiden, laufen am Tag sozusagen auf Batteriebetrieb. Und in der Nacht setzen angespannte Berufsleute die Problemlösungsversuche fort. Gezeigt hat man das am Joanneum-Institut im österreichischen Weiz: Für die Weltraumforschung wurde das Stress-Messgerät «Heartman» entwickelt, das die Belastung über 24 Stunden gemessen hat. Warum so ein Gerät? Merkt man das nicht selber? «Gestresste nehmen den Stress bei sich selber nicht mehr wahr und verkennen die Warnzeichen des Körpers», sagt Angelika Schrod, Direktorin der Netzwerk Psychologie AG in Klotten. Führungsleute, die sich einmal testen wollen, können das Gerät unter Anleitung selber ausprobieren. ([www.netzwerk-psychologie.net](http://www.netzwerk-psychologie.net))

### UP & DOWN



**John Comber** weil der CEO der Swiss Re gute News verbreitet. In den Verträgen, die auf Anfang 2004 erneuert wurden, haben im Schnitt 7% mehr Prämien resultiert. Das wird Comber gut tun. Schliesslich steckt die Swiss Re in der Höhle des Löwen: In New York geht es vor Gericht um die WTC-Entschädigung. Vielleicht kann Comber die Prämienhöhungen demnächst gebrauchen...

**Emanuel Berger** weil alle Künste des «Welthoteliere des Jahres 2003» und Verwaltungsratsdelegierten der Hotel Victoria-Jungfrau AG nichts genützt haben, um den Luxushotels denselben Glanz zu verleihen wie sich selber. Weniger Betriebserlös, weniger Logiernächte, weniger Gäste – so mager kommt das Jahr 2003 daher. Da wird der Lorbeerkrantz nur ein schwacher Trost sein.

### Das Imperium von Russ

- «Vorarlberger Nachrichten», Auflage: 75 000 Expl.
- «Neue Vorarlberger Zeitung», Auflage: 20 000 Expl.
- Gratiszeitung «Wann & Wo»
- Onlinezeitung [www.vol.at](http://www.vol.at)
- Druckerei (druckt die Hälfte der Auflage der Schweizer Gratiszeitung «20 Minuten Schweiz»)
- Radio: Antenne Vorarlberg, Arabella Wien
- Tages- und Wochenzeitungen in Ungarn und Rumänien

