

Eugen A. Russ, Geschäftsführer des Vorarlberger Medienhauses, erzählt von schwierigen Märkten im Osten, freut sich über Entwicklungen im Online-Geschäft und will ‚alte Zöpfe‘ abschneiden

‚Wir zimmern ein Online-Haus‘



Eugen A. Russ, Geschäftsführer Vorarlberger Medienhaus: „Ich gehe davon aus, dass ein Grundvertrauen unserer Mitarbeiter in den internationalen Weg des Vorarlberger Medienhauses gegeben ist.“

© Vorarlberger Medienhaus

HORIZONT: Wenn Sie das Jahr 2009 Revue passieren lassen – was hat sich beim Vorarlberger Medienhaus getan?

Eugen A. Russ: Es ist einiges passiert. Im Osten waren wir mit einer großen Krise konfrontiert, die Josef Kogler und sein Team hervorragend bewältigt haben – allerdings mit schmerzhaften Aderlässen. Wir mussten Mitarbeiter abbauen – und da sprechen wir von 30 Prozent in Rumänien und in etwa 20 Prozent in Ungarn. Die Rückgänge betreffen die regionalen Tageszeitungen. Das war eine deutliche Redimensionierung, die damit zusammenhängt, dass das BIP-Wachstum der Länder von plus zehn auf minus zehn Prozent gedreht hat. Diese Länder befinden sich in einer tiefen Depression. Unsere Unternehmen sind aber nach wie vor Cashflow-positiv und liefern Geld für weitere Investitionen.

HORIZONT: Nur zur Einordnung – wie viel Prozent des Gesamtumsatzes kommen aus den Ostländern?

Russ: Es sind etwa 40 Prozent. Das ist relevant für uns. Aber wir haben auf die Marktsituation reagiert, und im Bereich Online ist es zu wesentlichen Fortschritten gekommen. Wir sind mittlerweile die Nummer eins mit unseren Online-Portalen in Rumänien, und auch in Ungarn ist die Entwicklung sehr gut. 250 unserer Mitarbeiter sind nur mit diesem Zukunftsthema für uns beschäftigt, und es liegen hervorragende Strategien vor, die große Freude machen.

HORIZONT: Wie wird 2010?

Russ: Das heurige Jahr wird nach wie vor mühsam sein. Die ersten Fortschritte im Markt erwarten wir für 2011. Aber wir werden kein Problem haben, das durchzustehen. Schließlich gibt es immer auch Möglichkeiten – insbesondere eben im Online-Bereich –, in einer Krise markant voranzukommen. Das wird uns auch 2010 gut gelingen.

HORIZONT: Und wie läuft es am deutschen Markt?

Russ: Deutschland macht extreme Freude, wenn gleich auch dort die Zeitungsumsätze massiv zurückgehen. Es handelt sich um Zeitungen, die dem österreichischen *Bazar* ähnlich sind. Wir halten damit in Deutschland etwa 80 Prozent Marktanteil. Aber wir konnten den Traffic und die An-

zeigen auf dem Kleinanzeigenportal quoka.de verdoppeln und damit unsere Marktposition als größte Kleinanzeigenplattform Deutschlands deutlich ausbauen. Wir freuen uns auf ein wachstumsstarkes und spannendes Jahr 2010.

HORIZONT: Welchen Umsatzanteil liefert Deutschland?

Russ: Rund 15 Prozent.

HORIZONT: Das heißt, Sie machen mehr Umsatz im Ausland als in Österreich.

Russ: In etwa. Zu Österreich: Hier herrscht eine Sondersituation, die ich nicht ganz verstehen kann. Um uns herum bricht die Print- und Fernsehwelt ein – und hier im Land ist alles heil. Das ist wunderbar, aber ich gehe nicht davon aus, dass es so bleiben wird, und glaube, dass wir irgendwann „normale“ Verhältnisse bekommen werden. Wir werden uns im Anzeigenumsatz für einen Rückgang wie in den USA, der Schweiz, Deutschland, dem Osten, Italien, Spanien ... wappnen müssen. Das wird meiner Meinung nach auch Medien wie den ORF betreffen, der ja erstaunlicherweise derzeit ebenfalls Fortschritte macht. Darauf bereiten wir uns vor. Damit sind wir beim Thema Kollektivvertrag.

HORIZONT: Was sind Ihre Strategien?

Russ: Wir glauben, dass wir uns im Wettbewerb mit Online-Unternehmen befinden. Ich meine hier eBay in Deutschland oder die norwegische Mediengruppe Schibsted. Diese unterliegen keinem Kollektivvertrag – aber wie wollen wir gegen diese Unternehmen in den Kampf ziehen? Wir müssen mit gleichen Mitteln kämpfen, und das Senioritätsprinzip des Kollektivvertrages muss zurückgestutzt werden.

HORIZONT: Dieser gilt ja vor allem für Printprodukte ...

Russ: Schon, aber die Gewerkschaft will ja eine Ausdehnung des jetzigen Kollektivvertrages auch für Online, was ich für besonders problematisch halte. Selbst wenn wir aber nur von Print ausgehen, kann das nicht funktionieren. Unser Zeitungsunternehmen darf sich vom internationalen Wettbewerb nicht abkoppeln. Es werden Gehälter aufgrund der Dienstzugehörigkeit bezahlt, die es in keinem Wettbewerbsunternehmen gibt. Leistung soll zählen, und die wird gerade bei Online-

Unternehmen besonders honoriert. Es ist absurd, die alten Zeitungsoligopole mit ihren Kollektivverträgen in die neue Welt hinüberzuretten. Ich sehe mich nicht als Missionar für andere Unternehmen, aber wir sind aus Österreich heraus international unterwegs, also müssen wir nach diesen Regeln spielen.

HORIZONT: Anfang des Jahres wurden Sie für Ihre Vorgehensweise seitens der Gewerkschaft hart kritisiert.

Russ: Ich gehe davon aus, dass ein Grundvertrauen unserer Mitarbeiter in den internationalen Weg des Vorarlberger Medienhauses gegeben ist. Wir sind diesen Weg bereits mit den Druckereien gegangen, mit der Anzeigenabteilung, dem Vertrieb. Wir haben überall Mitarbeiter, die Leistungsträger sind und gute Gehälter beziehen – jedoch nicht aufgrund eines Kollektivvertrages und fortgeschrittenen Alters, sondern aufgrund der eigenen Leistung. Das gilt übrigens gerade auch für unsere Kollegen in der Redaktion, die weit über das festgeschriebene Maß herausragende Leistungen erbringen.

HORIZONT: Leistungsbezogene Gehälter kann ich mir für Mitglieder der Anzeigenabteilung vorstellen, aber für Journalisten ...

Russ: Wieso sollte das nicht funktionieren? 99,9 Prozent der Mitarbeiter in der Wirtschaft beziehen ihr Gehalt aufgrund ihrer Leistung und nicht aufgrund langjähriger Zugehörigkeit zum Haus. Das gibt es in keiner anderen Branche – bei den Bundesbahnen vielleicht. Selbst die Beamten haben die Seniorität nicht mehr im Ausmaß wie früher. Wir sind da wirklich die letzte Industrie, die auf der E-Lok noch einen Heizer mitnimmt. Das gibt es in keinem anderen Land, ich sehe dafür keine Rechtfertigung. Es so wie der ORF zu machen, der sich 160 neue Millionen bei der Politik holt, geht für uns nicht. Aber in Wahrheit sind die sehr teuer eingekauft, weil es ja politische Gegenleistungen gibt.

HORIZONT: Ihre Pläne für 2010?

Russ: Wir bauen ständig im Bereich Online aus. In Deutschland haben wir das größte Pferde-Portal, ein Baumaschinen-Portal, ein Wohnmobil-Portal, und es werden heuer weitere Projekte hinzukommen. Das beginnt mit einer Motorrad-Plattform, die sich in Deutschland sehr erfreulich entwickelt – hier werden noch weitere Länder folgen. Das Headquarter für all das ist nach wie vor in Österreich. Wir wollen aus dem Medienhaus ein Online-Unternehmen zimmern – dafür brauchen wir eben internationale Verhältnisse, und es müssen alte Zöpfe abgeschnitten werden: dazu gehören für mich Kollektivverträge mit unzeitgemäßer Seniorität.

HORIZONT: Kurz zu den Printprodukten des Vorarlberger Medienhauses ...

Russ: Wir setzen auf die Wette, dass die Zeitung das perfekte Übersichtsmedium ist, denn sie ermöglicht es dem Leser, 800 Meldungen innerhalb einer Viertelstunde durchzuscanen. Kein Medium kommt an diese Dimension heran. Mit dem Relaunch der *Vorarlberger Nachrichten* wollten wir das betonen. Wir nahmen für diesen auch Anleihe bei Gratis-Tageszeitungen, die von jungen Menschen sehr gut angenommen werden und in Ländern wie den USA, Frankreich, England, in Skandinavien und Osteuropa mit Abstand die reichweitenstärksten Tageszeitungen sind.

HORIZONT: Ihr Ziel ist es, einen neuen, jungen Markt aufzubauen?

Russ: Wir haben mit den VN über 65 Prozent Reichweite und wollen vor allem die jungen Menschen behalten.

HORIZONT: Sie waren in Ihrer Funktion als Vorsitzender der Abteilung VÖZ Digital gerade in London – was tut sich in der digitalen Welt?

Russ: Die Entwicklung von Mobile stand hier im Mittelpunkt. Wir haben auch erfahren, welche Angebote für das iPad vorgesehen sind. Es wird ab 3. April in den USA ausgeliefert und Ende April in Europa. Mobile ist jedenfalls ein Riesenthema, und das iPad eröffnet vielleicht die Möglichkeit, wieder zu einem Bezahlmodell in Online zu kommen. Es gibt ein paar schöne Initiativen, die wir weiterverfolgen werden. London war insgesamt ein sehr erfrischender Aufenthalt. Dort wird der Wettbewerb in allen Medien sehr hart geführt – da kann man viel lernen.

HORIZONT: Was ist für Mobile konkret interessant?

Russ: Die Apps natürlich. Der *Guardian*, aber auch der *Daily Telegraph* machen tolle iPhone-Applikationen. Das iPhone hält derzeit ja 70 bis 80 Prozent des App-Marktes. Die Apps von Medien unterliegen einem schwierigen Geschäftsmodell. Apple streift hier sehr viel Geld ein, es ist ein Modell, bei dem der Abonnent monatlich seinen Willen erneuern muss, sonst verliert man das App-Abo. Die Kundenbeziehung läuft ausschließlich über Apple. Das ist für Medieninhaber noch nicht überzeugend. Aber vielleicht wird sich hier im Wettbewerb mit anderen Anbietern wie Google ein etwas liberaleres Modell entwickeln, das dem Verleger mehr Einfluss auf den Inhalt erlaubt.

HORIZONT: Kurz zur VÖZ-Präsidentschaft, die im Juni wechseln wird. Sie sind im Gespräch ...

Russ: Das ist völlig falsch. Das ist absolut kein Thema.

Interview: Birgit Schaller

Eugen A. Russ und das Vorarlberger Medienhaus

Eugen A. Russ, 1961 geboren, stammt aus einer Verlegerfamilie. Sein Großvater Eugen Russ (1877–1962) gab bereits die täglich erscheinende *Vorarlberger Landeszeitung* heraus, die nach 1945 als *Vorarlberger Nachrichten* wieder aufgelegt wurde. Nach dem Tod des Großvaters übernahm Vater Toni Russ (1914–1969) das Blatt, das damals bereits Marktführer in Vorarlberg war. Nach dem Tod des Herausgebers übernahm dessen Frau Rosa Russ die Geschäfte, bevor ihr Sohn Eugen A. Russ mit 22 Jahren 1983 Geschäftsführer und Chefredakteur der VN wurde. Russ studierte Rechtswissenschaften in Innsbruck. Er modernisierte das Unternehmen. Eugen A. Russ hat die von ihm geleitete Unternehmensgruppe schrittweise ausgebaut, hat nach Deutschland,

in die Schweiz, nach Liechtenstein, Ungarn und Rumänien expandiert und sucht sein Wachstum – beginnend in den frühen 90ern – vermehrt in der digitalen Welt. Das Unternehmen umfasst das Vorarlberger Medienhaus, die Inform Media (Ungarn und Rumänien), die VM Digital und die medienhaus.com und ist im deutschsprachigen Raum, in Ungarn und Rumänien mit regionalen Tageszeitungen und Wochentiteln, Web-Properties und Radiobeteiligungen aktiv. Über Umsätze wird spekuliert – im Ländle sollen es rund 83 Millionen Euro jährlich sein (2007, Quelle: Österreichs Medienwelt, Harald Fiedler). Russ wurde 2009 in den Aufsichtsrat der deutschen Wochenzeitung *Die Zeit* berufen. Der Vorarlberger ist verheiratet und hat drei Kinder.