

Medien

Das Pressewunder von Vorarlberg

Inseraterückgang, sinkende Auflagen, Stellenabbau – seit drei Jahren stecken die Schweizer Pressehäuser in Schwierigkeiten. Wenige Kilometer von der Grenze entfernt, in Vorarlberg, befindet sich ein Medienhaus, an dem die Krise spurlos vorbeigeht. Besucher aus der Schweiz geben sich in Schwarzach bei Bregenz die Klinke in die Hand, um hinter das Erfolgsrezept von Verleger Eugen Russ zu kommen. *Von Francesco Benini*

Eugen Russ ist ganz in Schwarz gekleidet; mit seiner hohen Stirn und dem notdürftig gekämmten Haar würde er gut an einen Konzertflügel passen. «Es gibt keinen Grund zum Jammern», sagt der 42-jährige Verleger. Der Tonfall ist sanft, aber die Aussagen sind scharf. Wenn die Stelleninsetrate zurückgingen, müsse man eben andere Einnahmequellen erschliessen.

Seit einigen Monaten empfängt Russ häufig Besuch aus der Schweiz. Die Verleger und Chefredaktoren wollen erfahren, wieso das Vorarlberger Medienhaus expandiert, wo doch die Branche seit drei Jahren in einer tiefen Krise steckt. In der Schweiz wagt niemand eine Prognose darüber, wie stark der Aufschwung die Anzeigen zurückbringt, so er denn endlich einsetzt. Eugen Russ macht sich darüber wenige Gedanken. Immer wieder spricht er stattdessen vom «Nutzen» und von der «Community», den beiden Grundpfeilern seines verlegerischen Konzepts.

Der «Nutzen» funktioniert so: Wer die «Vorarlberger Nachrichten» abonniert, kann verbilligt telefonieren, und zwar mit der Telekomgesellschaft, die zum Medienhaus gehört. Wer die «Vorarlberger Nachrichten» abonniert, kann ausserdem verbilligt Strom beziehen. Als in Österreich der Strommarkt liberalisiert wurde, schloss Russ einen Vertrag mit den Vorarlberger Kraftwerken ab. Zeitungsabonnenten können schliesslich zu einem stark reduzierten Preis eine Unfallversicherung abschliessen.

Abonnenten, die alle Angebote nutzen, sparen 300 Euro; der Abonnementspreis der Zeitung liegt bei 208 Euro. Die sogenannte Leserbindung wird also nicht nur durch die Qualität des Blattes erreicht, sondern auch durch eine Reihe von Zusatzleistungen. Verkommt da die Tageszeitung nicht zum Nebenprodukt? Der Vertrag mit der Unfallversicherung sei doch eine schöne Kombination, entgegnet Russ. Das komme der Sicherheit der Familien zugute. Er räumt aber ein, dass die Zusatzleistungen nicht weiter ausgebaut werden sollen; die Regionalzeitung müsse im Zentrum bleiben. Von ihren rund 75 000 Abonnenten telefonieren 40 000 mit der Telekomgesellschaft des Medienhauses, und 45 000 beziehen verbilligten Strom.

Amerikanisches Vorbild

Wenn der Verleger am Morgen vor dem Glasbau in Schwarzach bei Bregenz seinen Wagen parkiert, muss er meistens einen längeren Fussweg bis zum Eingang zurücklegen als seine 400 Angestellten. Reservierte Parkplätze gibt es keine, und Russ ist kein Frühaufsteher. Die Arbeitsplätze in den Grossraumbüros sehen alle gleich aus. Redaktoren und Anzeigenverkäufer sitzen in demselben Raum; auch die Chefredaktoren und der Verleger haben kein Einzelbüro. Alle Angestellten duzen sich. Einmal pro Monat findet ein informelles Treffen mit dem Verleger statt, an dem jeder Mitarbeiter Verbesserungen vorschlagen kann.

Basisdemokratisch ist das Medienhaus allerdings nicht organisiert; die Führung ist im Gegenteil straffer als in den meisten Schweizer Zeitungshäusern. Die Leistung aller Mitarbeiter wird regelmässig evaluiert, und wer die Erwartungen nicht erfüllt, verliert seinen Job. «Das gilt auch für Ressortleiter», sagt Russ. Er erzählt von einer Studie des amerikanischen Verlegerverbandes, die der Frage nachgegangen sei, wie eine Regionalzeitung ihre Reichweite steigern könne. Das Ergebnis: Man müsse über ganz gewöhnliche Menschen berichten. Also möglichst wenige Artikel über Politiker und andere Prominente ins Blatt rücken, sondern die «Community» abbilden.

Russ blättert in den «Vorarlberger Nachrichten» und fragt: «Wie viele Menschen sehen Sie auf dieser Doppelseite?» «Es sind mehr als 20», gibt er sich die Antwort mit einem Anflug von Zufriedenheit selber. Die Zeitung ist



«Es gibt keinen Grund zum Jammern»: Verleger Eugen Russ. (Fotos: Marion Nitsch)

auf jeder Seite vierfarbig, die Artikel sind kurz, internationale Themen und nationale Politik werden auf je einer Seite abgehandelt. Der Rest sind regionale Stoffe, die sich fast immer um Personen drehen. Jeder neugeborene Vorarlberger wird im Bild gezeigt, ebenso alle Verstorbenen, alle Hochzeitspaare, alle Maturaklassen usw. Russ schätzt, dass von den rund 365 000 Bewohnern Vorarlbergs rund 100 000 im Laufe eines Jahres ihr Bild in seinen Print- und Online-Medien wiederfinden.

Kann man stolz sein auf eine solche Zeitung? «Ich halte überhaupt nichts davon, wenn Regionalzeitungen den Dinkel entwickeln, eine kleine NZZ zu sein», sagt Eugen Russ. Die Reichweite von 75 Prozent aller Vorarlberger Haushalte, die sein Blatt abonniert haben, gibt ihm Recht. Mit dem identischen Zeitungskonzept hat Russ nach Osteuropa expandiert. In Rumänien und Ungarn gibt er je vier Regionalblätter heraus, die gleich aussehen wie die «Vorarlberger Nachrichten». Der Chefredaktor dieses Blattes, Christian Ortner, ist 33 Jahre alt und Jurist. Dem Verleger fiel er auf, weil er als Geschäftsleiter den Fussballklub Austria Lustenau in die oberste österreichische Liga führte und mit seinem Verpflegungs- und Kinderbetreuungskonzept auch Leute ins Stadion lockte, die sich nur wenig für Fussball interessieren.

Um den Vormarsch des führenden österreichischen Boulevardblatts, der «Kronen-Zeitung», abzuwehren, hat Russ sein eigenes Revolverblatt, die «Neue Vorarlberger Tageszeitung», auf den Markt gebracht. Zum Medienhaus gehören ausserdem ein Lokal-

Zeitungsabonnenten können verbilligt Strom beziehen, telefonieren und eine Versicherung abschliessen.



Chefredaktor Christian Ortner.



Junge Journalisten der Gratiszeitung.



Moderator des Vorarlberger Privatradios.



Die Druckerei des Medienhauses.

radiosender, ein Gratisblatt, das sich an junge Leser wendet, sowie ein Online-dienst, auf dem vom Gebrauchtwagen bis zum Babysitter alles zu finden ist.

Mit seinen neusten Projekten will Russ die Tageszeitung und den Online-dienst vernetzen: Ein Artikel über ein Bauprojekt enthält den Hinweis auf die Internetseite, auf welcher der detaillierte Bauplan zu finden ist. Die Lokalredaktoren fordern von den Gemeinden alle Dokumente an, die das Medienhaus im Internet zugänglich machen kann. Ausserdem haben die Zeitungsabonnenten die Möglichkeit, sich in Online-Bürgerforen zusammenzuschliessen und dort ihre Anliegen vorzubringen. Ein Teilnehmer beschwert sich über die zu kurze Grünphase einer Ampel vor einem Altersheim, die Zeitung berichtet darüber, die Behörde reagiert. Russ spricht vom «Empowerment» der Bürger.

Beeindruckt und ratlos

Die Besucher aus der Schweiz schwärmen von der Innovationsfreude des Vorarlberger Verlegers – und kehren eher ratlos aus Bregenz zurück. «Das Medienhaus ist eindrucklich, aber ich bin mir nicht sicher, dass sich das Modell auf die Schweiz übertragen lässt», sagt der Chefredaktor der «Aargauer Zeitung», Markus Gisler. Für viele Dinge, die Russ zusätzlich zur Zeitung anbietet, gebe es in der Schweiz etablierte Unternehmen. Der Verleger der «Südostschweiz», Hanspeter Lebrument, sieht die publizistische Freiheit eines Medienunternehmens gefährdet, wenn es Kooperationen mit Stromanbietern eingehe. «Ein Verleger sollte sein Blatt doch nicht als blosses Marketingunternehmen sehen», betont er.

Allgemeines Naserümpfen herrscht über die journalistische Qualität der «Vorarlberger Nachrichten». Die Zeitung wirke ländlich in der Anmutung und Themenwahl, sagt der Chefredaktor der «Basler Zeitung», Ivo Bachmann. Auch er will mit seinem Blatt zwar eine grössere Nähe zu den Lesern

ansteuern, aber nicht mit vorarlbergischer Intensität: «Von der Wiege bis zur Bahre – das geht mir viel zu weit.»

Es zeichnet sich ab, dass die Schweizer Regionalzeitungen verstärkt Kooperationen eingehen und so die Kosten senken werden, wenn die Anzeigenflaute nicht bald zu einem Ende kommt. Eugen Russ sagt derweil, es könne seinetwegen «noch Jahrzehnte so weitergehen». Die Kritik an der Qualität seiner Zeitung kontert er mit dem Hinweis auf ein weiteres ungewöhnliches Angebot: Vorarlbergern, denen das Regionalblatt nicht genügt,

liefert er frühmorgens zu einem Vorzugspreis die «Neue Zürcher Zeitung» ins Haus. Wieso kein österreichisches Blatt? Der Redaktionsschluss der Wiener Zeitungen sei zu früh, sagt Russ. Ausserdem hält er die NZZ für die «beste deutschsprachige Zeitung».

Das Einheitsmenü in der Kantine des Medienhauses ist knapp geniessbar; das Fleisch ist zäh, das Gemüse verkocht. Zur Not finden die Angestellten an jedem Treppenaufgang einen Fruchtkorb. «Schlanke Strukturen» gehören zu den Maximen des Vorarlberger Vorzeige-Verlegers.

ANZEIGE



Seben neu eingetroffen.

Schöner wohnen auf Chinesisch heisst Vidal: Besuchen Sie jetzt unsere Ausstellung.

Vidal AG | Bahnhofstrasse 31 | 8001 Zürich
Telefon 01 221 25 73 | Fax 01 212 32 65

