

Pionier aus der Provinz

Als einer der ersten Zeitungsverleger Europas startete Eugen Russ mit Webangeboten

Gewöhnlich entstehen in den Metropolen die Trends für Medien. Und europäische Verleger orientieren sich meist an den Erzeugnissen ihrer US-amerikanischen Kollegen. Anders am Bodensee: In Schwarzach bei Bregenz erscheinen Anfang der 90er-Jahre die „Vorarlberger Nachrichten“ als erste Tageszeitung der Welt im Vierfarbdruck. 1995, unter den ersten in Europa, rundet ein Webportal (Vorarlberg Online: www.vol.at) die Berichterstattung ab. Ein Jahr später sind die ersten Videos zu sehen. „In einer Qualität, über die wir heute lachen würden“, gesteht Eugen Russ, Geschäftsführer des Medienhauses in Schwarzach, lächelnd. „Aber ich bin stolz, dass wir fast gleichzeitig mit der ersten Zeitung aus den USA online starteten.“

Das Unternehmen, das Russ 1980 als Student von seiner Mutter übernahm, reifte unter seiner Ägide zu einem der innovativsten Verlage Europas, der Verleger wie Webspezialisten aus aller Herren Länder, besonders den USA, anzieht: Sie lassen sich die Zukunft der Zeitung und die Chancen eines regionalen Internets zeigen. „Ich war schon immer begeistert von neuer Technik, am Internet faszinierte mich, dass man damit auf jeden Rechner der Welt zugreifen konnte“, sagt Russ. „Wir betreiben das Internet in seiner ganzen Wertschöpfungskette und nutzen die Zeitung als Browser, als Einstieg in tiefere Themen. Wir dringen so bis ins kleinste Detail einer Gemeinde vor.“

Das Medienhaus verkauft heute Internetanschlüsse und Telefondienste, vermarktet Werbeplatz in Printmedien, im Radio und im Web, erreicht knapp 90



Eugen Russ hat das Internet als ideales Medium für lokale Nachrichten entdeckt

Prozent der Bürger in Vorarlberg durch je zwei Tages- und Wochenzeitungen, mehrere Anzeigenblätter und Lifestylemagazine sowie deren Online-Ableger und Radiosender. „Ich habe großes Verständnis, wenn sich Menschen unwohl fühlen, weil sich Medienmacht auf nur ein Unternehmen konzentriert“, kontert Russ Kritik. „Aber wir können nicht freiwillig Marktanteile aufgeben, denn es gibt potentere Verlage, die hier gewinnen wollen.“

Long Tail des Nachrichtengeschäfts

Das Portal Vol.at ist mittlerweile um Video- und Fotocommunitys, ein Netzwerk für Mütter sowie Bürger- und Gemeindeforen erweitert worden, die der 47-Jährige auch als „Instrumente zum Ausgleich“ der Informationskonzentration betrachtet. Seit 2005 sehen Leser hier Protokolle und Beschlussvorlagen der Gemeinderäte oder Geschäftsberichte ein. Die Zeitungen verweisen auf diese Infos, die 600.000 Mal im Jahr angeklickt werden: „Jeder unserer 200.000 Leser nutzt das Angebot also dreimal im Jahr“, so Russ. Zudem können sich Nutzer nach Gemeinden sortiert in Egroups eintragen und so vor Ort

Diskussionen anstoßen. Die schaffen es oft zurück in die Zeitung: „Das Netz ist das ideale Medium für Lokales, es ist schnell, gibt die Möglichkeit, in der Tiefe zu schürfen“, glaubt Russ, der sich von skandinavischen Verlagen inspirieren lässt. „Die Zeitung bietet Überblick. In 10, 20 Minuten weiß ich, was in der Welt oder vor Ort passiert, das schafft keine Website.“

Was Medienprofi Russ „Long Tail im Nachrichtengeschäft“ nennt, sieht der Anhänger linker

Werte als „Basisdemokratie“: „Es ist ein ganz und gar unkommerzielles Angebot, aber wer weiß, was sich daraus entwickelt.“ Und dann erzählt Russ von der Bewohnerin eines Altenheims an einer vierspurigen Straße, die jahrelang vergeblich bei Verwaltung und Bürgermeister darum bat, die Grünphase der Fußgängerampel länger zu schalten. Im Web gewann sie Helfer und Einfluss. „Bürgermeister und Redakteure lassen sich nur ungern kontrollieren“, so Russ. „Mail-Listen sind die einfachste Kommunikationsform und im lokalen Bereich praktischer und robuster als Web-2.0-Techniken.“

Wo andere Verlage Verluste beklagen, legt das Medienhaus zu. 60 Prozent der Teenager greifen hier zur Zeitung. Mit knapp 450 Mitarbeitern erzielte die Firma 2006 einen Umsatz von rund 80 Millionen Euro. Das Vierfache dessen dürften die Töchter in Rumänien und Ungarn erwirtschaften, wohin Russ seine regionale Medienvernetzung exportierte. Der umgängliche und freundliche Unternehmer gibt dort zehn Tages- und 70 Wochen- oder Gratiszeitungen heraus – alle mit Webanleger, versteht sich. „Wer im digita-



Bereits erschienene Porträts:

Carel Halff, Weltbild, 6/08

A. Kleiser/T. Wenniges, Virtual Minds 7/08

Eugen A. Russ, Vorarlberger Medienhaus 10/08

Die vollständige Liste der Porträts finden Sie unter www.internetworld.de/portraits. Mehr Informationen zum Vorarlberger Medienhaus selbst finden Sie unter: www.medienhaus.at

len Bereich seine Entwicklungsfähigkeit aufgibt, liefert sich Technologiekonzernen wie Yahoo oder Google aus“, sagt er und verweist auf Zeitungen in den USA, die aus Angst, sich selbst zu schädigen,



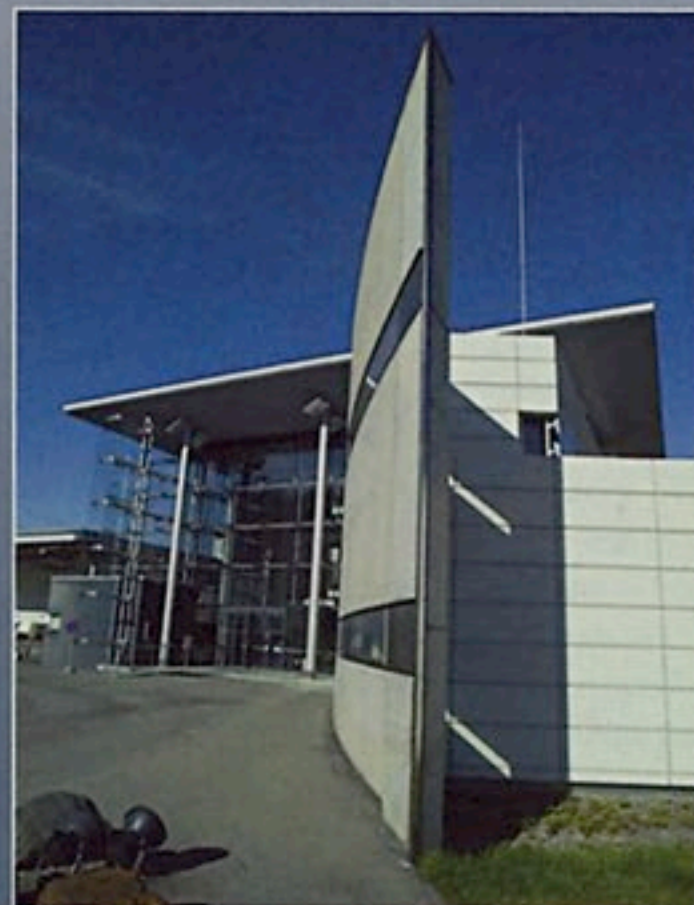
„Vorarlberger Nachrichten“: Tageszeitung mit reichhaltiger Anbindung im Netz

Onlinenachrichten anderen überließen und den Innovationsgeist hohen Renditeforderungen opferten. „Es ist doch beklammert: Wenn es um Onlinenachrichten geht, rangieren die „New York Times“ oder die „Washington Post“ in ihren lokalen Märkten unter ferner liefen“, so Russ, der auch um die Vielfalt der deutschen Regionalpresse bangt. „Lieber kannibalisieren Sie meine Angebote und zwingen Sie mich so, sie zu erneuern, als dass es andere tun.“

Dass Print und Online gut miteinander funktionieren, hat Russ bewiesen. Obwohl er auf den Boom im regionalen Onlinewerbemarkt setzt, sucht er heute nach neuen, überregionalen, digitalen Services. Auch als Investor. Durch Beteiligungen an Start-ups und Eigenentwicklungen will er seinen Internetumsatz von heute zehn auf mehr als 40 Prozent bis 2013 steigern. Russ wird in Schwarzach wohl weiter Medienmacher bei sich empfangen. vs ■

Eugen A. Russ

- Der Verleger wird am 6. Januar 1961 in Bregenz geboren und erbt vom Vater den Verlag der „Vorarlberger Nachrichten“ (VN).
- Nach dem Abitur beginnt Russ ein Jura-Studium in Innsbruck, gleichzeitig kümmert er sich um die Restrukturierung des Verlags. 1981 wird er Chefredakteur der VN.
- Seit 1983 führt er das Vorarlberger Medienhaus. Nach US-amerikanischem Vorbild strukturiert er die VN um und startet 1995 das Portal Vol.at.
- Russ formt den Verlag zum innovativsten Medienkonzern Europas, der in Osteuropa und im Internet wächst. Der Verleger ist verheiratet und hat drei Kinder.



Medienhaus in Schwarzach: Modernes Dach für Redaktionen, Vermarktung, Internetservice

Das Vorarlberger Medienhaus

- 1883 werden die „Vorarlberger Nachrichten“ gegründet. Das Medienhaus produziert heute über 50 Tages-, Wochen- und Gratiszeitungen in Europa.
- 1995: Start im Internet mit Vol.at. Die Gruppe bietet bald auch Internet- und Telefondienstleistungen an und vermarktet Onlinewerbung. Heute betreibt sie mehr als 60 Portale, darunter Austria.com, Punkt.ch, Vienna.at, Salzburg24.at. 2005 Übernahme von Quoka.de und 20 Anzeigenblättern in Deutschland.
- Allein der Zeitungsbereich erwirtschaftet rund 80 Mio. Euro im Jahr. Den Umsatz gibt die Gruppe nicht bekannt, sie beschäftigt insgesamt 2.500 Mitarbeiter.



Eugen A. Russ zum Hören
Podcast zu diesem Artikel unter:
www.internetworld.de/podcast