

Der Todeskuss

Das Ende von Gruner + Jahr

Günter Peters

Die Zerschlagung von Gruner + Jahr hat für Aufsehen, Schrecken, Trauer und Wut gesorgt, auch mir, der ich fast 37 Jahre in diesem Verlag gearbeitet habe, ging das Ende von G+J nahe. Dieser Kahlschlag wurde oft kommentiert und aufgearbeitet, aber eins haben alle Kommentare bislang meines Wissens nicht gezeigt: Verständnis für den Einsparungsbeschluss von Thomas Rabe, dem CEO von Bertelsmann und RTL.

Gregory Lipinski beschreibt die Vorgeschichte dieser Entscheidung treffend: Rabes Plan sei „Raus aus dem Publishing. Denn kurz vor und mit der Fusion mit RTL löst er wichtige Ertragsperlen aus dem Magazinhaus am Baumwall. Da veräußert er die renditestarke Frankreich-Tochter Prisma Media an Vivendi und gliedert gewinnbringende Beteiligungen wie am Spiegel, dem Spielehersteller Applike, der ‚Sächsischen Zeitung‘ und den CP-Dienstleister Territory aus, um sie jetzt fernab vom G+J-Kerngeschäft im Reich des Gütersloher Bertelsmann-Konzerns weiter zu entwickeln.“¹

Zum 1.1.2022 fusionierten RTL und G+J. Grund für dieses Zusammengehen war die Überlegung, die journalistischen Aktivitäten der beiden Medienhäuser zusammenzulegen, „Synergien“ zu erzeugen und so deren Umsätze und Erlöse zu stabilisieren. Die Managements beider Firmen begrüßten den Schritt, hatten sie doch zuvor mit einer Kooperation der Marketingaktivitäten in der „Ad Alliance“ gute Erfahrungen gemacht.

Der Hashtag #ZusammenStärker wurde geboren und man erwartete eine positive Zukunft. Zwei Mitglieder der G+J-Geschäftsführung, Stefan Schäfer und Oliver Radtke, wechselten in den RTL-Vorstand, Schäfer wurde sogar Co-CEO. G+J wurde Teil von RTL und Rabe war stolz auf die 1.500 Journalisten, die in seinem Reich arbeiteten. Er hatte das strategische Ziel, RTL und G+J zu einem „nationalen Champion“ zusammenzuführen. Mit „nationalen Champions“ will er auch in der Streaming-Zukunft bestehen. Allerdings wurden die beiden Firmen nicht fusioniert, sondern RTL kaufte G+J oder was davon übrig war, auf. Und dabei wurde G+J lächerlich gering mit 230 Millionen Euro bewertet.

Im Jahr 2022 wurde der Zeitschriftenmarkt durch die Inflation und die Folgen des Ukrainekriegs erschüttert. Die Auflagen der Zeitschriften sanken, die Werbeumsätze gingen zurück. Thomas Rabe reagierte: er entließ Stefan Schäfer und machte sich zum CEO von RTL. Das erstaunte, denn bis dahin hatte er als Finanzvorstand bei Bertelsmann Karriere gemacht und war weder als Fachmann für Fernsehen noch als Verleger von Magazinen aufgefallen. Er kündigte eine Überprüfung der Kosten seines Unternehmens an, wobei vor allem das Portfolio von Gruner + Jahr „ergebnisoffen“ auf mögliche Synergien mit RTL überprüft wurde. Dass dabei die Hilfe von Unternehmensberatern von McKinsey in Anspruch genommen wurde, verhieß nichts Gutes.

Am 7. Februar 2023 wurde das Ergebnis dieser angeblich „ergebnisoffenen“ Überprüfung verkündet: Stern, Stern Crime, Capital, Geo gehen zu „RTL News“, hier sieht RTL-CEO Thomas Rabe genügend Synergieeffekte für eine Weiterführung der Titel bei RTL, in seiner Diktion sind es „redaktionell synergetische Kernmarken.“²

Brigitte, Gala, Geolino, Geo mini, Häuser, Schöner Wohnen und Couch, dazu Eltern und Chefkoch als Online-Redaktionen gehen zu „G+J Deutschland“, dies sind laut Rabe „redaktionell weniger synergetische Kernmarken, punktuell“ soll es wohl eine „redaktionelle Zusammenarbeit mit RTL“³ geben. Bei „G+J Deutschland“ sollen nun auch diese „weniger synergetischen Kernmarken“ ihr Glück versuchen, immerhin werden sie nicht sofort eingestellt.



Günter Peters
guenter.peters@gmail.com

Zur Person:

Günter Peters war von 1993 bis 2008 Leiter der G+J Textdokumentation, dann war er bis zu seiner Verrentung 2015 Leiter der G+J Dokumentation. In all den Jahren war er dokumentarisch, juristisch und organisatorisch für die Führung der G+J-Pressedatenbank verantwortlich. Er war Mitglied im Vorstand der Fachgruppe 7 im VdA und im vfm-Vorstand, dort auch im Geschäftsführenden Vorstand. Von 2014 bis 2017 war er Studienleiter des vfm.

Die Hamburger „Corporate“-Abteilungen, die mal als Rechtsabteilung, Innenverwaltung, IT, Finance oder Controlling etc. für und bei G+J gearbeitet haben, werden teilweise nach Köln zu RTL verlagert und dabei verkleinert oder aufgelöst.

Sechs ehemalige G+J-Magazine wie Art, P.M und Beef! werden verkauft, darunter die Beteiligungen an 11 Freunde und am Joint Venture „Deutsche Medien-Manufaktur“ mit dem Landwirtschaftsverlag Münster.

In diesen bisher erwähnten Abteilungen und Redaktionen sollen 500 Stellen eingespart werden.

Eingestellt werden sollen 23 weitere Titel der Geo- und Brigitte-Gruppe, View, Stern Gesund leben, die Print-Ausgabe von Chefkoch, Guido und Barbara.

Dadurch sollen weitere 200 Arbeitsplätze eingespart werden. Durch die Einsparung dieser 700 Arbeitsplätze und die Konzentration der „Corporate“-Abteilungen in Köln will Rabe bis 2025 70 Millionen Euro einsparen.

Bei RTL in Köln sollen bis 2025 300 Arbeitsplätze „sozialverträglich“ abgebaut werden. Macht insgesamt 1000 Arbeitsplätze in Hamburg und Köln, die wegfallen sollen. Insgesamt sollen wohl bis 2025 100 Millionen Euro bei RTL und G+J eingespart werden. Dafür wird auch investiert: in das Paid-Content-Angebot vom Stern bis 2025 30 Millionen Euro, in die übrigen „Kernmarken“ bis 2025 30 Millionen Euro und in neue Räumlichkeiten 20 Millionen Euro, zusammen 80 Millionen Euro. Hier trickst Rabe: seit Jahren ist klar, dass G+J bis Ende 2024 aus dem Verlagshaus ausziehen muss und dafür Investitionen fällig werden.

Natürlich interessiert uns das Schicksal der ehemaligen G+J Dokumentation: die Reste derselben sind mit den Schlussredakteuren und Fact Checkern im „Quality Board“ zusammengefasst und dort ist, wie in allen anderen Abteilungen und Redaktionen, mit Einsparungen zu rechnen.

Rabe führt als Gründe für diesen Kahlschlag einen Gewinneinbruch bei G+J im Geschäftsjahr 2022 auf eine Million Euro vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen an: „Wir haben im letzten Jahr einen Markteinbruch erlebt. Die Anzeigen- und Vertriebs-erlöse sind zurückgegangen, gleichzeitig sind die Kosten vor allem für Energie und Papier rasant gestiegen.“⁴ G+J habe das Potential an „Paid Content“

nicht ausgeschöpft: „Gruner+Jahr hat nicht mit der nötigen Konsequenz auf Bezahlinhalte im Netz gesetzt.“⁵

In diesem einen Punkt hat Thomas Rabe Recht. Das G+J Management hat nach dem Platzen der Internet-Blase 2002 jahrelang das Internet nur als Marketinginstrument gesehen. Vorhandene E-Commerce-Töchterfirmen wurden eingestellt, Online-Redaktionen verkleinert. Als andere Verlage im Internet erfolgreich wurden, rüstete man bei den Online-Redaktionen auf, behandelte sie aber als zweitklassig: Finanzieren sollten sich diese Online-Auftritte aus Werbeeinnahmen, was nicht gelang, „Paid Content“ wurde dennoch nicht eingeführt. Die 1998 von der G+J Dokumentation online gestellte „G+J Pressedatenbank“ war lange Jahre das einzige Bezahl-Angebot von Gruner + Jahr und wurde von einigen Chefredakteuren misstrauisch beäugt, denn dort konnte man die archivierten Artikel für wenig Geld kaufen, wenn man einen Account besaß. Sonst gab es die Artikel nur am Kiosk.

Die G+J-Geschäftsleitung unter Julia Jäkel änderte dies: Online- und Print-Redakteure arbeiteten zusammen, Bezahlschranken wurden errichtet, der Status von Online-Redakteuren wurde etwas verbessert. Allerdings litt dieser Turn Around unter der Vorgabe des Bertelsmann-Konzerns, also von Thomas Rabe, dass Gruner + Jahr im Wesentlichen mit dem Verkauf von journalistischen Inhalten erfolgreich sein sollte. Und im Bertelsmann-Reich ist man erfolgreich, wenn am Ende des Geschäftsjahres eine zweistellige Rendite nach Gütersloh überwiesen wird.

Dies war nicht zu schaffen, denn die Anzahl der Print-Abonnements und -Auflagen sank ständig und die Online-Erlöse durch Werbung konnten die Rückgänge im Print-Bereich nicht ausgleichen. Die Einführung von redaktionellem Paid Content änderte daran zunächst wenig. Die G+J-Rendite nahm ab, der Druck durch Bertelsmann auf das G+J-Management wuchs. Dies vergrößerte sein Print-Portfolio durch die Herausgabe neuer Titel und investierte in Start Ups wie „Applike“, schuf so neuen Umsatz, aber letztlich waren die Pläne in Gütersloh andere, siehe oben.

So kam der Kahlschlag zustande: Managementfehler bei Gruner + Jahr, Renditevorgaben von Ber-

¹ Gregory Lipinski, Kommentar: Thomas Rabes falsche Sicht auf die Ökonomie von Verlagen, meedia.de, 14.2.2023

² Thomas Rabe, Präsentation „Townhall Hamburg“, 7.2.2023

³ ebenda

⁴ Isabell Hülsen, Anton Rainer, „Das geht mir unter die Haut“, Interview mit Thomas Rabe, Spiegel, 11.2.2023

⁵ ebenda

telsmann, der Verkauf von profitablen G+J-Auslandsbeteiligungen, Einverleibung von profitablen G+J-Tochterfirmen und -Beteiligungen bei Bertelsmann, der Rückgang von Werbe- und Printerlösen führten zum Ende von G+J. Die Situation vom alten Verlag Gruner + Jahr war in den letzten 15 Jahren immer angespannt, aber dieser Verlag war kreativ genug, um neben Einsparungen auch Ideen für neue Produkte zu entwickeln und so zu überleben.

In meinen Augen war die Fusion von RTL und G+J der Todeskuss für Gruner + Jahr.

Wie geht es weiter? Zunächst bleibt Thomas Rabe CEO von RTL und Bertelsmann, was für diese Firmen nach den Erfahrungen der letzten beiden Jahre nicht viel Gutes verheißt.

Sein Kahlschlag und Auftreten vor der G+J-Blegschaft haben Reaktionen bewirkt, die er sicher nicht vorhergesehen hatte. Die Hamburger Bürgerschaft verurteilte diesen „schweren Schlag für den Medienstandort Hamburg“⁶, der Hamburger Kultursenator Carsten Brosda warnte: „Wenn diese Konzernbetrachtungsweise auf Journalismus sich durchsetzt, dann werden uns bald bis auf ganz wenige Titel in Deutschland von den Controllern in den Unternehmen alle journalistischen Angebote zugemacht – und dann haben wir ein Demokratieproblem.“⁷ Brosda bot an, dass die Stadt Hamburg Management-Buy-Outs unterstützen würde.

Am 18.2.2023 schrieb Julia Becker, die Aufsichtsratsvorsitzende der Funke Mediengruppe in der F.A.Z. das „Zerschlagen eines traditionsreichen und bedeutenden Verlags und das Verschwinden vieler großer und kleiner Magazinmarken kann uns nicht egal sein“⁸ und schlug einen Runden Tisch vor: „An ihm könnten wir gemeinsam mit Journalistinnen und Journalisten, Managern, Verbandsvertretern und Wissenschaftlern Wege suchen, unabhängigen Journalismus zu retten.“⁹ Dieser Runde Tisch wird in meinen Augen wenig Aussichten auf Erfolg haben, das Ende von Gruner + Jahr ist allerdings ein „Menetekel“¹⁰ für die Branche: „Vermutlich ist die Streichliste der Gruner-Magazine die erste ehrliche Bestandsaufnahme über den Zustand der Print-Branche, die wir bekommen“¹¹, schreibt Media-Chefredakteur Stefan Winterbauer. Print ist in einer Krise und ohne digi-



Foto: Gregory Lipinski

tale Standbeine werden Verlage schwer überleben. Dazu passend sagte Springer-Chef Mathias Döpfner in einem Reuters-Interview, die Zukunft von Springer sei „digital only“ und dass es irgendwann „überhaupt keine gedruckte Zeitung mehr im Hause Axel Springer geben wird – ausser vielleicht Sondereditionen.“¹²

Thomas Rabe verkündete am 22.2.2023 den Mitarbeiterinnen und Mitarbeiterinnen in einer Videokonferenz die „positive Nachricht“, dass es eine „hohe Anfrage an möglichen Käufern und sehr, sehr hohes Interesse am Markt“¹³ an den zum Verkauf stehenden Titeln gebe. „Gut“ ist an Rabes Nachricht allein, dass damit vielleicht etliche Arbeitsplätze von Redakteuren und freien Journalisten gerettet werden, wie auch immer die dann aussehen mögen. Ein Trost für die betroffenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist das nicht und er kann damit auch nicht verdecken, dass ihm als Reaktion auf die Print-Krise im Wesentlichen Sparen und Entlassen eingefallen ist. Ob die angekündigten Investitionen die „Kernmarken“ nach vorn bringen oder retten können und wann sie kommen, ist ungewiss.

Was immer im Laufe des Dramas an weiteren „positiven“ Nachrichten verkündet werden mag: der alte Verlag Gruner + Jahr ist Geschichte. Diese einmalige Mischung aus seriösen Hanseatischen Kaufleuten und selbstbewusstem Qualitätsjournalismus, aus politischer Unabhängigkeit und liberalem Geist, dieser *G+J-Spirit* ist ebenfalls zu Tode geküsst worden. ■

⁶ Die Zeit Elbvertiefung, 16.2.2023

⁷ Zitiert nach: Marc Bartl, Die G+J-Rettungsaktion des Hamburger Senats, Kress.de, 16.2.2023

⁸ Julia Becker, Mehr Mut!, Frankfurter Allgemeine Zeitung, 18.2.2023

⁹ ebenda

¹⁰ Stefan Winterbauer: Der Kahlschlag bei RTL/Gruner ist ein Menetekel für die ganze Branche, meedia.de, 7.2.2023

¹¹ ebenda

¹² Zitiert nach: Das Ende von Print – Überleben Zeitungen und Zeitschriften nur digital?, cash.ch, 11.2.2023

¹³ Marc Bartl, RTL bestätigt – Sehr sehr hohes Interesse an G+J-Zeitschriften, kress.de, 23.2.2023