

Ferdinand Oertel

Unter falscher Flagge oder: Weltbild ist tot

Zur Zukunft der Augsburger Verlagsgruppe

Vor genau 40 Jahren, 1968, starteten die deutschen Bischöfe ihr bisher größtes publizistisches Experiment: die Gründung der katholischen Wochenzeitung „Publik“. Drei Jahre später verkündete das Blatt in großen roten Lettern auf der Titelseite: „Publik ist tot“. Ein folgenschweres Desaster, von dem sich die katholische Medienszene nie recht erholt hat, trotz vieler anderer bischöflicher, institutioneller und privater Initiativen. Was allerdings auch daran liegt, dass sich in Gesellschaft und Medienwelt seither ein ständiger Wandel vollzogen hat.

Vier Jahrzehnte später scheinen sich die Bischöfe vor einem neuen Desaster zu fürchten und gleichzeitig ein neues waghalsiges Experiment zu starten: Das Desaster trägt den Namen Weltbild, das neue Experiment Katholisches Fernsehen. In allen Fällen spielt Geld eine mitentscheidende Rolle. Kurioserweise musste „Publik“ eingestellt werden, weil es zuviel Geld kostete, während Weltbild vor dem Aus steht, weil es zuviel Geld einbringt. Allerdings gleichsam Falschgeld, weil die Weltbild-Verlagsgruppe eigentlich unter falscher Flagge firmiert, seit der Namensgeber des kirchlichen Verlagsunternehmens, das Magazin „Weltbild“, schon vor längerer Zeit verstorben ist.

Dazu muss man sich in Erinnerung rufen, dass die verlegerische Mutter des Weltbild Verlages das Winfried Werk ist, das 1948 von Josef Hall zusammen mit dem Katholischen Männerwerk gegründet wurde. Den Namen Weltbild erhielt das Unternehmen, dessen ursprünglicher Gegenstand „verlegerische Tätigkeit und die Herausgabe von Zeitschriften mit katholischer Prägung“ war, nachdem das Winfried Werk sein damaliges Flaggschiff, die Zeitschrift „Mann in der Zeit“, mit der vom Kölner Verlag Hans Struth erworbenen Illustrierten fusionierte und nach einer kurzen Doppeltitelzeit in den gekauften Titel „Weltbild“ umbenannte.

In dieser Zeit erfolgte eine erste gesellschaftliche Neustruktur, bei der die Kirche in Gestalt von vier bayerischen Bistümern als Gesellschafter auftrat (und Geld investierte). Als es in den Achzigerjahren eine wirtschaftliche Turbulenz gab, verstärkten weitere zehn Bistümer die Gesellschaft (und verzichteten jahrelang auf Gewinnausschüttung). Das ermöglichte dem Weltbild-Verlag zu expandieren, und zwar weit über die Herausgabe einer breiten Palette katholischer Zeitschriften hinaus. Dabei entwickelte sich der Ausbau des Weltbild-Bücherdienstes zu einer unerwartet gewinnbringenden Verlagsspar-

te, besonders als er zum Versandhandel in größerem Stil ausgeweitet wurde, der nicht nur jede Art von Medien vertrieb, sondern auch Hausschmuck sowie Gebrauchsgegenstände einschloss. Das führte zu erstem Unbehagen an den Verlagsinitiativen – nachdem schon früher Kritiker im Büchersortiment Titel entdeckt hatten, die nicht unbedingt dem kirchlichen Moralanspruch entsprachen.

Weitere Verlagsunternehmungen und Neugründungen verstärkten das Unbehagen an dieser Verlagspolitik, etwa die Gründung eigener Secondhand-Buchläden (die bei Buchhändlern auf Kritik stießen) oder Verlagskooperationen wie die mit Droemer/Knauer (mit gleichfalls nicht immer „sauberen“ Titeln, wenngleich der zur Droemer-Gruppe gehörende Pattloch-Verlag zahlreiche kirchliche Bestseller produziert) und mit Eigenproduktionen u. a. in Verbindung mit der „Bild“-Zeitung, wenn prunkvolle Bibeln mit bischöflicher Empfehlung neben dem „Bild“-Girl des Tages angepriesen wurden. Doch der Verlag konnte jährlich stolz die Zahlen seines rapid steigenden wirtschaftlichen Wachstums präsentieren, an dem die Gesellschafterbistümer in letzter Zeit schließlich doch Anteil nahmen – wobei sich die Frage erhebt, ob sie die Erlöse in eigene diözesane Medienarbeit investierten.

In der Jubiläumsschrift zum 50-jährigen Bestehen des Verlages 1998 hatte der langjährige Geschäftsführer Günter A. Schmid schon festgestellt: „Bei aller Freude an Umsatz und Gewinn gilt aber doch: Das kann nicht alles sein! Rendite ist als Maxime des allgemeinen Wirtschaftens erster Zweck eines Unternehmens. Für Weltbild reicht das allein nicht.“ Und er zitierte aus der Satzung, dass „die Eigentümer – insgesamt 15 katholische Diözesen“ dem Unternehmen „gleichwertig eine ideelle und eine wirtschaftliche Zielsetzung“ gegeben haben. In einem eigenen Kapitel hieß es in der Festschrift: „Ursprung und Kern der Verlagsgruppe sind die Zeitschriften. Sie verkörpern in besonderer Weise die ideelle Zielsetzung der Verlagsarbeit.“ Kein Wunder, dass der Vorsitzende der Bischofskonferenz, Kardinal Karl Lehmann, und Medienbischof Hermann Josef Spital bei diesem Festakt fröhliche Mienen machten.

Zehn Jahre später kennzeichneten Sorgenfalten die Gesichter der Bischöfe, deren Bistümer Eigentümer von Weltbild sind. Dann passierte, was einige in der Branche und in der Kirche erwartet hatten, andere aber überraschte: Im April dieses Jahres teilte die Weltbild-Verlagsgruppe mit, dass sie ihre Zeitschriften abstößt. Die Verlagsinformation war verschleiern mit „Bayard übernimmt die Zeitschriftengruppe von Weltbild“ überschrieben, womit die Augsburger sich vielleicht gut aus der Affäre ziehen wollten. Zwar dürfte es zutreffen, dass die Übernahme der 26 Titel und Sonderhefte aus der Weltbild-

Gruppe eine „perfekte Ergänzung des Bayard-Zeitschriftenportfolios“ ist und somit auch als „Rettung der katholischen Objekte“ gesehen werden kann. Doch Fakt bleibt: Weltbild hat sich von seiner Kernkompetenz getrennt. Weltbild ist endgültig tot. Selbst Geschäftsführer Carel Halff bekannte in einem Interview mit „boersenblatt.net“: „Die heutige Tätigkeit geht über das Kernanliegen des Gesellschafterkreises hinaus.“

Was geschieht mit dem „Rest“ des Unternehmens, der sich immer noch Weltbild-Verlagsgruppe nennt? Die Augsburger gaben in ihrer Meldung bekannt, dass ihr Unternehmen sich inzwischen zum „größten Medienhändler im deutschsprachigen Raum“ entwickelt hat und in dieser Richtung seine Zukunft sieht. Gerade das scheint es jedoch zu sein, was den bisherigen Gesellschaftern Bauchschmerzen macht: Sollen sie Medienhandel in diesem Stil weiterbetreiben? Schon nach dem Scheitern von „Publik“ hatte Weihbischof Walter Kampe erklärt, die Bischofskonferenz könne und solle im Medienbereich Subventionen geben, „aber nicht Unternehmer sein“. Das „Börsenblatt“ hat aus Augsburg erfahren, dass derzeit geprüft wird, „welche Gesellschafterstrukturen für ein weiteres langfristiges und kontinuierliches Wachstum sinnvoll sind“.

Die Bischöfe wollen also aussteigen. Das ist gut so. Geschäftsführer Halff bestätigte, dass bereits eine Unternehmensberatungsgesellschaft nach Käufern sucht, betont aber, dass keine Teilbereiche aus der Gruppe herausgelöst werden: „Eine Zerschlagung ist ausgeschlossen.“ Das scheint weniger gut zu sein. Die Zerschlagung hat sowieso mit der Abtrennung der Zeitschriften schon begonnen. Warum sollten die jetzigen Gesellschafter zum Beispiel die erfolgreiche Buchproduktion des Pattloch-Verlages nicht „zur perfekten Ergänzung des Portfolios“ an einen katholischen Buchverlag verkaufen? Weitere Fragen wären: Was geschieht mit dem Namen Weltbild, wenn der restliche Handelsbereich verkauft wird? Wird er mitverkauft? Würden dann Thalia, Bertelsmann oder Hugendubel, mit denen offenbar verhandelt wird, weiterhin „Weltbild“-Buchläden betreiben und auf „Weltbild“-Webseiten unter falscher Flagge auftreten (der Name Weltbild ist nun einmal katholisch eingefärbt)? Und nicht zuletzt: Was geschieht mit all den Mitarbeitern, die sich bereits in Sorge um ihren Arbeitsplatz an die Bischöfe gewandt haben? Nein, die Bischöfe sind in der jetzigen Situation nicht zu beneiden.

Der Autor war zwölf Jahre Chefredakteur der katholischen Elternzeitschrift „Leben & Erziehen“, die der Weltbild-Verlag 1980 vom Einhard-Verlag gekauft und jetzt an Bayard veräußert hat.