

Interview

INTERVIEW: CLAUDIA FROMME UND CLAUDIA TIESCHRY

In Helmut Dietls Fernsehserie *Monaco Franze* war Ruth Maria Kubitschek das Spatzl. Bald danach gab ihr Dietl in *Kir Royal* die Rolle der Verlegerin Friederike von Unruh, ein Alter ego der *Abendzeitungs*-Herausgeberin Anneliese Friedmann. Warum das hier erzählt wird? Weil mitten im Gespräch das Handy von Axel Bierbach klingelt, es ist seine Frau. Er sagt: „Spatzl, ich muss dich zurückrufen“.

SZ: Herr Bierbach, es ist sechs Wochen her, dass die *Abendzeitung* den Insolvenzantrag gestellt hat. Nun sprechen Sie zum ersten Mal. Haben Sie gute Nachrichten?

Axel Bierbach: Nein, konkrete gute Nachrichten habe ich noch nicht.

Johannes Friedmann, der Altverleger, sprach von der AZ als einem hoffnungslosen Fall. Wie sehen Sie das?

Ich sehe das anders. Aber ich kann nachvollziehen, dass die Gesellschafterfamilie keine Hoffnung mehr hatte, da war viel Resignation dabei. Die Insolvenzzordnung gibt uns aber neue Möglichkeiten an die Hand, die Probleme des Blattes zu lösen. Wir erfahren zudem unheimlich viel Solidarität von Lesern und Anzeigenkunden, die Stimmung im Haus ist den Umständen entsprechend gut. Die *Abendzeitung* ist ein tolles Produkt. Aber der Zeitungsmarkt insgesamt ist natürlich schwierig.

Wie fühlt es sich an, in diesem Marktumfeld eine Legende retten zu müssen?

Es fordert mich. Von der Legende lebt die Zeitung ja nicht, wir sind im Online-Zeitalter angekommen – und die *Abendzeitung* mit ihrem sehr erfolgreichen Internetauftritt auch längst. Aber auch als gedruckte Zeitung ist sie immer informativ, man weiß schnell, was los ist.

Wie attraktiv ist sie noch?

Sie ist so attraktiv, dass wir relativ stabile Abozahlen haben und der Absatz im Einzelverkauf in den vergangenen Wochen nicht gesunken ist. Es sind natürlich weniger Exemplare als früher, gut 100 000, davon knapp 30 000 Abos.

Die AZ ist seit Jahren ein Sanierungsfall. Warum soll es ausgerechnet jetzt gelingen, sie aus den roten Zahlen zu holen?

Die Insolvenzz gibt uns die Möglichkeit, von gewissen Kosten runterzukommen. Die AZ hatte 2013 rund zehn Millionen Verlust. Einen großen Teil haben wir wegbekommen, weil wir die Druckkosten um etwa 50 Prozent senken konnten. Wir sind im Moment wegen der Insolvenzsituation miet- und lohnkostenfrei. Und wir werden einen sehr mutigen Schritt machen – eine Preiserhöhung.

In welcher Höhe?

Wir gehen von 60 Cent auf einen Euro und am Wochenende von 80 Cent auf 1,20 Euro. Damit starten wir nach den Osterferien, am 28. April. Wir schummeln das nicht in den Markt, sondern starten eine offensive und selbstbewusste Werbekampagne.

Zielt die Kampagne auf Solidarität?

Nein, sie zielt auf Preisvergleiche. Sie setzt den neuen Zeitungspreis in Relation zu den Kosten von einem Cappuccino, einer Kinokarte, einer Maß Bier – Dinge, für die wir alle viel mehr Geld ausgeben, ohne darüber viel nachzudenken. Sie zielt auf das Münchner Lebensgefühl und darauf, dass man dieses Qualitätsprodukt Zeitung nicht mehr für 60 Cent herstellen kann. „Wir verkaufen uns nicht mehr unter Wert“, heißt es in der Kampagne. Am 30. April gibt es dazu eine Aktion, bei der Prominente wie Christian Ude und Christian Tramitz auf dem Viktualienmarkt Abonnenten werben. Wir wollen ein Zeichen setzen in der Stadt.

Es ist ein Risiko, den Preis derart zu erhöhen. Wie halten Sie trotzdem die Leser?

Wir hoffen, dass der Leser das versteht. Die AZ macht seit Jahren mit jeder verkauften Zeitung 30 bis 40 Cent Verlust. Ich wette mit Ihnen, dass auch die anderen Münchner Regionalblätter ihre Zeitungen unter Preis verkaufen. Der Schritt ist zwingend, ich nehme ihn jetzt vorweg, um die Investoren zu befähigen. Wir rechnen damit, dass uns das, konservativ gerechnet, 600 000 bis eine Million Euro Mehrerlöse pro Jahr bringt.

Sie müssen jetzt keine Löhne und keine Miete kalkulieren, aber nur bis zu dem Moment, wenn die vorläufige Insolvenzzphase Ende Mai beendet ist. Danach muss ein Investor wieder unter normalen Bedingungen wirtschaften. Kann die AZ trotzdem saniert werden?

Es stimmt, die niedrigen Druckkosten sind nur bis Ende Mai ausgehandelt. Aber die werden sicher nicht mehr wesentlich hochgehen.

Woher nehmen Sie diese Gewissheit?

Weil wir nur noch Marktpreise akzeptieren. Die bisherigen Konditionen stammen aus einem alten Druckvertrag, aus dem die Gesellschafter nicht herausgekommen sind. Nach dem Ende der vorläufigen Insolvenzz kann man diese Verträge kappen, wir könnten auch woanders drucken. Die Süddeutsche Societäts Druckerei ist bis hierhin mitgegangen, ich denke, dass sie auch weiter mitgehen wird. Das ist zumindest mein Verständnis der Gespräche, die wir geführt haben.

Hat der von 2001 an geltende Druckauftrag schlussendlich der *Abendzeitung* das Genick gebrochen?

Das war zumindest der größte Kostenfaktor. Mit geringeren Kosten und höheren Vertriebslösen wollen wir 2014 den Verlust der Zeitung von zuletzt zehn Millionen Euro

auf drei bis vier Millionen Euro drücken. Den Schritt in die schwarzen Zahlen muss dann ein Investor machen. In Frage kommt da eigentlich nur jemand, der selbst eine entsprechende Infrastruktur mitbringt. Die *Abendzeitung* macht bisher vom Politikmantel bis zur Stadtteil-Berichterstattung alles selbst. Das ist vielleicht nicht mehr darstellbar. Die *Abendzeitung* wird es nur weitergeben, wenn es einen strategischen Investor gibt. Das wird jedoch, so bitter das ist, noch einmal zwingend einen Abbau von Arbeitsplätzen bedeuten.

Das heißt, ein Investor hätte im Zweifel eine Druckerei, eine eigene Zeitung, könnte also einen Mantelteil liefern?

Das ist eine nahegelegene Überlegung.

Es fallen immer wieder Namen. Verleger aus Straubing, Augsburg und München.

Ich bitte um Verständnis, dass ich zu Namen gar nichts sage, um den Prozess nicht zu gefährden. Ich rede mit sieben bis acht Parteien aus dem süddeutschen Raum. Was alle sagen, ist, dass die *Abendzeitung* als Stadtzeitung ihre Berechtigung hat, aber nicht zwingend im Boulevard.

Es gibt Ideen, die AZ unter der Woche als Internetzeitung zu führen und nur noch am Wochenende zu drucken.

Es ist vieles denkbar, und ich prüfe alles. Es gibt keine Denkverbote.

Die *Abendzeitung* ist politisch linksliberal. Viele Verleger in Süddeutschland sind eher konservativ. Funktioniert das als konservativer Mantel für die AZ?

Das müssen die Investoren selber beurteilen. Alle haben versichert, dass sie an der Ausrichtung und an der redaktionellen Freiheit nichts ändern würden. Das würde auch die Stammlerschaft gefährden.

Wird sich die AZ von der Boulevardzeitung wegbewegen?

Ich frage mal zurück: Sehen Sie die *Abendzeitung* als klassische Boulevardzeitung? Ich nicht. Für mich ist sie eine journalistisch hochwertige Stadtzeitung, die mit einem leichteren Gewand erscheint, kein Mord- und Totschlagboulevard.

Das ist die große Frage, die beim Insolvenzantrag zu Tage trat: Wofür genau steht die *Abendzeitung* heute?

Sie ist eine Stadtzeitung, sie will, wie es in ihrem Claim heißt, „Das Gesicht dieser Stadt“ sein – mit Kultur, Sport, Kommunalpolitik, das macht sie stark. Sie ist besser als Boulevard. Sie will das Münchner Lebensgefühl verkörpern. Eines der wesentlichen Dinge, die in der Vergangenheit falsch gemacht worden sind, ist, sich dem harten Preiswettbewerb im Boulevardmarkt auszusetzen. Die *Abendzeitung* hat seit 2002 die Preise nicht erhöht, und das ist etwas, was wir jetzt ändern müssen. Wenn nicht jetzt, wann dann?

Es ist immer die Rede von der starken Marke *Abendzeitung*. Die Rechte am Namen aber hält der Verleger Gunther Oschmann, der sie beim Kauf der Nürnberger *Abendzeitung* 2010 mit erworben hat und dem Verlag nur eine Zeitung ohne den angestammten Namen?

Nein, wir haben ein dauerhaftes Nutzungsrecht für München, das ein Investor mit übernehmen kann. Wir sind darüber im Gespräch mit Herrn Oschmann. Ein Investor kann sich darauf verlassen, dass er die Zeitung unter der Marke *Abendzeitung* fortführen kann.

Können Sie die AZ verkaufen oder suchen Sie einen Investor, der für einen symbolischen Betrag einsteigt?

Wenn Sie ein Geschäft verkaufen, das Verluste macht, dann können Sie nicht große Preise aufrufen, das ist klar. Es geht mehr darum, dass der Kaufpreis benötigt wird, um beispielsweise einen Sozialplan zu finanzieren. Wenn ich einen Käufer finde, dann wird er für den Verlag auch etwas bezahlen müssen.

Ein Gericht lautet, dass der *Merkur*-Verleger Dirk Ippen die AZ am Ende kaufen und so einen Konkurrenten vom Markt nehmen könnte. Bräuchte er für den Erwerb nicht die Erlaubnis zur Sanierungsfusion vom Kartellamt?

Wir unterliegen bei allen denkbaren Investoren der Fusionskontrolle. Ich beschäftige mich im Übrigen nicht mit dem Verkaufsprozess in der Annahme, dass es jemand kauft, um dann zuzumachen. Wenn Zeitungen vom Markt verschwinden, so glaube ich als politisch denkender Mensch, dann haben wir Probleme – auch in der Demokratie.

Das klingt jetzt schon sehr moll.

Das ist ja auch ein Mollthema. Für die AZ sehe ich die Perspektiven aber verhalten optimistisch. Wir haben eine Chance. Ich komme auch oft in Unternehmen, da gibt es gar keine. Wir haben eine. Ob wir das hinkriegen, werden wir sehen.



Axel Bierbach, 44, ist Partner in der Kanzlei Müller-Heydenreich, Bierbach & Kollegen und als Fachanwalt auf Insolvenzzrecht spezialisiert. Unter anderem betreute er die Münchner Schrannehalle.
FOTO: FLORIAN LOHMANN

„Besser als Boulevard“

Axel Bierbach, der Insolvenzverwalter der „Abendzeitung“, hat noch sechs Wochen, um das Blatt zu retten. Nun erhöht er den Verkaufspreis am Kiosk drastisch, um Verluste zu senken