

Der verlorene Ziehsohn

Handelsblatt: Über die Strategie waren sich Dieter von Holtzbrinck und Gabor Steingart noch einig, aber nicht mehr übers Tempo. Das reichte zur Trennung – weil es auch menschelte

Gabor Steingart, Handelsblatt-Herausgeber mit lauter Stimme

Dieter von Holtzbrinck, der stille Verleger aus Stuttgart

Von Roland Pimpl

Das Wochenende hatten alle bitter nötig: der Verleger Dieter von Holtzbrinck, sein einstiger Hoffnungsträger Gabor Steingart und auch die Medienjournalisten der Republik. Zuvor hatte von Holtzbrinck, 76, seinen Verlags-Ziehsohn Steingart, 55, als Vorsitzenden der Geschäftsführung seiner Handelsblatt Media Group (HMG) und als Handelsblatt-Herausgeber abberufen. Eine spektakuläre Demission nach sieben Jahren, in denen Steingart erst als Chefredakteur (2010 bis 2012) das Handelsblatt und seit 2013 als Junior-Verleger die gesamte HMG (inklusive Wirtschaftswoche und Fachmedien) in Schwung gebracht hat.

Vor allem das Handelsblatt wurde publizistisch wahrnehmbarer, der Verlag digitaler, die Auflagen entwickelten sich respektabel. Steingart startete oft kopierte Formate („Morning Briefing“), Bezahl- („Digitalpass“) und Clubmodelle („Wirtschaftsclub“), Kongresse und Events („Live-Journalismus“), die er mit Content Marketing und Marktforschung zu kreativen – und beargwöhnten – Vermarktungspaketen („360 Grad“) schnürte. Und dann plötzlich die Meldung: Steingart muss gehen. Die Branche rieb sich die Augen, begleitet von Spekulationen, die mehr über die Informanten ausagten als über die wahren Gründe. Am Wochenende: Wunden lecken bei von Holtzbrinck und Steingart, Gedanken sortieren auch in ihren Umfeldern, viele Telefonate. Nun verhandeln die Anwälte.

1 Warum muss Gabor Steingart wirklich gehen?

Wer das, was Insider mit ein paar Tagen Abstand über den Fall berichten, übereinanderlegt, erkennt Schnittmengen: Von Holtzbrincks Unbehagen über Steingarts forschen Neuerungs- und Investitionskurs scheint zuletzt gewachsen zu sein. Der Altverleger, der Juniors mit großer Geste inszenierte Aktionen – etwa aufwendige Redaktionsexkursionen nach London und Washington – klaglos hinnahm, möchte bei den zuletzt gestarteten Projekten, zum Beispiel bei der englischsprachigen Digitalausgabe Handelsblatt Global, wohl jetzt erst einmal bessere Zahlen sehen. Zumal die Folgepläne längst beschlossen sind: Handelsblatt TV mit Studiopublikum und ein Magazin zu Digitalthemen. Im Haus erzählt man sich, dass Steingart jüngst noch weiter dachte, etwa an vertikale Digitalplattformen wie Politico und Business Insider.

Und das alles in dem modernen Neubau in Düsseldorf, durch den Steingart Besucher wie beseelt führte – und mit dem von Holtzbrinck nach der Wahrnehmung mancher Mitarbeiter eher fremdelte. Nicht wegen der Kosten, eher deshalb, weil das einst von ihm in den 80er Jahren errichtete Verlagshaus in der Kasernenstraße damit nun Geschichte ist. Nostalgie ist eine Innovationsbremse, sagte Steingart in allgemeinem Kontext bei seiner Buchvorstellung Ende Januar in Hamburg. Ob er dabei auch an den sich anbahnenden Grundkonflikt mit von Holtzbrinck dachte?

Der Wunsch des Altverlegers nach – zumindest zwischenzeitlich – mehr Konsolidierung statt schneller Expansion mag durch das Eintrudeln der Bilanzdaten für 2017 befördert worden sein. Von außen wird kolportiert, die Zahlen seien schlecht. Stimmt nicht, die HMG sei auch betriebswirtschaftlich in guter Verfassung, die Zahlen tief schwarz, heißt es intern. Und die Neuprojekte lägen alle im oder über Plan. Wie auch immer: Am Montag vergangener Woche, so soll es von Holtzbrinck intern berichtet haben, hat er mit Steingart die Investitionsstrategie besprochen. Hier dürften die unterschiedlichen Vorstellungen für beide greifbar geworden sein. Und von Holtzbrinck muss schwersten Herzens klar geworden sein, dass es gemeinsam nicht mehr ging. Sein Aufsichtsratschef Michael Grabner, der nicht als Steingart-Freund gilt, dürfte ihn darin bestärkt haben.

Was parallel passierte, wirkte noch weniger rational: Vielleicht, um seine Entscheidung mit einem zweiten Trennungsgrund vor sich selbst zu rechtfertigen, hat sich von Holtzbrincks Wahrnehmung seines Ziehsohns offenbar verändert: Steingarts zuvor so geschätzter Elan schien ihn nun zu überfordern, sein sendungsbewusstes Auftreten zu nerven und seine forsch formulierte Weltsicht im „Morning Briefing“ zu erzürnen. Für den Mittwoch-Newsletter (siehe Kasten links) entschuldigte sich der Altverleger mit großer Geste bei SPD-Chef Martin Schulz. Damit brachte von Holtzbrinck sämtliche Chefredakteure und Geschäftsführer seiner HMG gegen sich auf, die „schockiert und fassungslos“ mit einem Brandbrief an ihn reagierten, der prompt auch bei Spiegel und Bild landete. Tenor: Steingart sei für eine unbequeme Meinung bestraft worden – „ein verheerendes Zeichen für die publizistische Unabhängigkeit“ und die Geschäftsentwicklung des Hauses. Später hat Handelsblatt-Chefredakteur Sven Afhüppe versucht, mit einem Beitrag im eigenen Blatt die Wogen zu glätten (siehe Kasten rechts).

2 Wie geht es weiter beim Handelsblatt?

Da die Absetzung Steingarts keinem Plan folgte, gibt es auch keinen Folgeplan. Von Holtzbrinck soll den Co-Geschäftsführern Frank Dopheide, Ingo Rieper und Gerrit Schumann versprochen haben, gemeinsam an einer neuen Führungslösung zu arbeiten. Manche halten es für möglich, dass der erfolgreiche Zeit-Geschäftsführer Rainer Esser, der seit 2011 zugleich als Co-Geschäftsführer der Stuttgarter Holding DvH Medien (HMG, Tagesspiegel, Zeit) firmiert, künftig auch in Düsseldorf eine stärkere Rolle spielen wird.

Ja, Steingart hat die HMG um sich herum gebaut, doch er tat dies mit voller Rückendeckung von Holtzbrincks. Und da ihre Kontroverse offensichtlich nicht die Richtung der Reise und auch nicht die bereits beschlossenen – erst recht nicht die längst begonnenen – Projekte betraf, sondern vielmehr die nächsten Schritte und ihr Tempo, sind jetzt weder ein Verlagsumbau noch ein Rückbau zu erwarten. „Auch ohne Steingart drehen wir die Uhr nicht zurück“, schreibt Afhüppe. Aber vielleicht laufen die Zeiger nun eine Weile etwas langsamer. Und es gibt weniger Glockengebimmel.

3 Wie geht es weiter mit Gabor Steingart?

Man muss sich um Steingart, der für HORIZONT nicht zu erreichen war, keine Sorgen machen. Von Holtzbrinck dürfte ihm seinen HMG-Anteil von 5 Prozent für etliche Millionen Euro zurückkaufen. Spannend ist, was mit seinem beliebten „Morning Briefing“ geschieht. Steingart kann den Newsletter – nach Verlagsangaben hat er 700 000 Abonnenten, davon beziehen über 160 000 die englische Ausgabe – in eigener Eigentümerschaft weiterführen, auf derselben Plattform, angeblich ohne datenschutzrechtlich bedenklichen Adresshandel, mit dem bisherigen Background-Team und der Vermarktung durch IQ Media.

So erzählt man es sich jedenfalls im Haus – und dass dieser Deal, der die Basis einer eigenen Medienmarke des umtriebigen Publizisten Steingart werden könnte, bereits vor Jahren für den Fall seines Ausscheidens geschlossen wurde. Fragt sich nur, ob das Handelsblatt ein Steingart-Morning-Briefing wirklich befeuern will. Möglich also, dass der Verlag seinem scheidenden Chef dessen Recht auf den Plattformplatz abkauft. Auch dies ist, wer sollte das besser wissen als Wirtschaftsjournalisten, eine Frage des Geldes.

In eigener Sache

Unabhängigkeit als höchstes Gut

Liebe Lesenden und Leser, das Handelsblatt ist in einer guten Verfassung. Betriebswirtschaftlich wie publizistisch. Die Auflage ist in den vergangenen sieben Jahren kontinuierlich gewachsen, die Zahl der Digitalpass-Abonnenten wächst, und die Zeitung produ-

ziert, dass der wesentliche Grund für die Entscheidung gewaltigen Unterschieden war. Zu Recht hat unser Verleger Dieter von Holtzbrinck am Freitag vor allen „Blattbetreibern“ gesagt: „Das Handelsblatt-Gabor Steingart hat in vergangenen Jahren unseren Handel-

Beruhigung zum Wochenstart

Am Montag bemühte sich Handelsblatt-Chefredakteur Sven Afhüppe im eigenen Blatt um Schadensbegrenzung. Weniger wegen Steingarts Demission (man wäre den „erfolgreichen Weg der Erneuerung“ gern mit ihm weitergegangen, respektiere aber die Entscheidung des Verlegers). Sondern weil der Eindruck entstanden sei, dass „die plötzliche Trennung“ durch Steingarts SPD-„Morning Briefing“ forciert worden sei. Deshalb betont Afhüppe fürs Handelsblatt: „Die publizistische Unabhängigkeit ist nicht verhandelbar.“ Kritischer Journalismus müsse nicht nur hochgehalten, sondern täglich praktiziert werden.



„Mord“ am Morgen

Es war beileibe nicht der erste polemische, respekt- und vielleicht auch pietätlose Kommentar des Handelsblatt-Herausgebers Gabor Steingart in seinem – wohl auch deshalb so beliebten – „Morning Briefing“-Newsletter. Daher dürfte seine SPD-Intrigenstory vom Mittwoch vergangener Woche über den „perfekten Mord“, den Martin Schulz an Sigmar Gabriel begehen wolle, nur ein Anhänger gewesen sein, mit dem (sich) Verleger Dieter von Holtzbrinck seine Trennung von Steingart erklärte.