



Brüder Dieter, Stefan von Holtzbrinck
Mix aus Respekt, Neid und Schadenfreude

VERLAGE

Zupacken und zaudern

Im Holtzbrinck-Verlag wachsen die Zweifel an der Internet-Strategie. Das Millioneninvestment StudiVZ bringt bisher nur Verluste – ein Verkauf an Facebook scheiterte.

Mit markigen Sprüchen tat sich Stefan von Holtzbrinck bislang nicht hervor. Der Verlegerherb posaunte keine „online first“-Parolen heraus, wie manche seiner Verlegerkollegen, und verschonte die Welt mit Web-2.0-Weisheiten.

Vor kurzem aber brach es aus dem sonst so zurückhaltenden Manager heraus. Seiner Zunft fehle es an Experimentierfreude, bemängelte Holtzbrinck auf einem Wertertreffen in Berlin: Das Internet werde das wichtigste Medium der Zukunft, soziale Netzwerke wie das zum Konzern gehörende StudiVZ seien der große Trend.

Das klang, als wolle sich der Verlagschef selbst Mut machen. Denn den Familienspross dürfte längst die Sorge erfasst haben, sein eigenes großes Internet-Experiment könnte sich als Fehlgriff entpuppen.

StudiVZ, das Holtzbrinck Anfang vergangenen Jahres rund 85 Millionen Euro wert war, hat es zwar zur mit Abstand beliebtesten deutschen Community gebracht: Zwölf Millionen Nutzer chatten, flirten und verabreden sich über die Seite und ihre Ableger SchülerVZ und MeinVZ, jeden

Monat kommen etwa 400 000 neue hinzu. Zu Geld machen aber ließ sich das Klick-Wunder bisher nicht. Statt der anfangs kalkulierten rund 25 bis 30 Millionen Euro Umsatz für dieses Jahr werden es wohl nur 10, der Verlust ist fast ebenso hoch.

Die voreilige Hoffnung, mit Werbung schnell in die Gewinnzone zu kommen, musste die Branche begraben. Die Zahlen seien „enttäuschend“, gestand Holtzbrinck-Vize Jochen Gutbrod zuletzt, die Kommerzialisierung schwieriger als gedacht. Vor allem über die Frage, ob, wann und wie aus der hippen Community noch ein Geschäft wird, musste StudiVZ-Chef Marcus Riecke das Haus kürzlich verlassen.

Die Nervosität ist groß, auch weil dem Verlag, wie der gesamten Branche, schwierige Zeiten bevorstehen. 2007 warf der Konzern noch komfortable 215 Millionen Euro Gewinn ab, schon in diesem Jahr wird es deutlich weniger. Nun muss gespart werden, bei Print und Online, wie viel, soll bald feststehen. Mit der anstehenden Rezession aber mehrten sich die Stimmen, die an der Verlagsstrategie zweifeln.

Die Investitionen in rund hundert kleine und große Online-Firmen, die Holtzbrinck in den vergangenen Jahren zusammengekauft hatte, um die auf Dauer schwindenden Erlöse im Printgeschäft auszugleichen, werfen in der Summe bisher erwartungsgemäß keinen Gewinn ab. Das Management um Stefan von Holtzbrinck, der die Verlagsführung 2001 von seinem Halbbruder Dieter übernommen hatte, sei mehr auf Portfoliomanagement konzentriert als auf das operative Geschäft, so die Kritiker im Haus. Bei Zeitungen und Zeitschriften müsse gespart werden, um Online-Firmen wie StudiVZ zu bezahlen.

Allerdings hatten die Verlagsmanager offenbar auch schon vor der Krise Zweifel, ob der Konzern das Netzwerk weiter allein betreiben sollte: Bis vor einigen Wochen verhandelten sie über einen Ausstieg aus dem Prestige-Investment: Während Holtzbrinck im April in Berlin zu Experimentierlust aufrief, liefen die Verkaufsgespräche mit dem US-Rivalen Facebook schon auf Hochtouren.

Die Community mit weltweit über 110 Millionen Nutzern versucht seit März, mit einer deutschen Version Fuß zu fassen. Nach einem schleppenden Start wächst die Plattform zwar rasch, doch der Abstand zu StudiVZ ist gewaltig. Deutschland ist für das globale Netz ein fast weißer Fleck.

Holtzbrinck dagegen beobachtet seit Monaten angespannt, wie schnell sich der Emporkömmling wer-kennt-wen.de in den Nutzer-Rankings nach oben schiebt und Facebook an Boden gewinnt.

Bereits im Januar bündelten die Kontrahenten daher an. Auf dem Weltwirtschaftsgipfel in Davos traf Holtzbrinck, 45, der sein Imperium von Stuttgart aus steuert, mit dem 24-jährigen Milliardär und Facebook-Chef Mark Zuckerberg zusammen, der für das winterliche Treffen mit der Wirtschaftselite ausnahmsweise seine Badelatschen abgelegt hatte. Bis zum Sommer seien die Gespräche weit gediehen, ein Deal nahe gewesen, berichten Insider.

Doch offenbar war in Stuttgart plötzlich die Angst vor der eigenen Courage groß. Was, wenn StudiVZ kein Millionengrab, sondern doch eine Goldgrube würde? Nicht

Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck



sowie u. a.:
 Abacho, allesklar.de, erento.com,
 SchülerVZ, gutefrage.net, myphotobook.de,
 meinestadt.de, MeinVZ, zoomer.de

einmal Geld hätte der Verkauf gebracht: Holtzbrinck hätte im Tausch gegen StudiVZ einen kleinen Anteil an Facebook bekommen und wäre damit gleich die nächste Wette auf die Zukunft eingegangen. Die Schwaben hätten nichts zu sagen gehabt und sich höchstens damit brüsten können, nun das ganz große Rad zu drehen und am Gesellschaftertisch neben Microsoft Platz zu nehmen. Der Software-Gigant hatte vergangenes Jahr 1,6 Prozent an Facebook gekauft und die Firma dabei auf 15 Milliarden Dollar taxiert – wie viel das Netzwerk wirklich wert ist, sorgte in den Gesprächen mit Holtzbrinck für Diskussionen.

Der Verlag blies zum Rückzug und verhandelte stattdessen vorübergehend mit dem Internet-Anbieter United Internet (GMX, Web.de), dem man lieber nur eine Minderheit an der Firma abtreten wollte, statt auszusteigen. Die Unsicherheit im Haus sei groß, ob man nun an den Erfolg der Community glauben solle oder nicht, sagen Mitarbeiter.

StudiVZ-Chef Riecke, dem freilich Nähe zu Facebook nachgesagt wird, ätzte auf einem Konzern-Meeting, Holtzbrinck wisse offenbar „nichts anzufangen“ mit seinem Online-Spielzeug. Auch andere Manager sind von dem Hin und Her aus Zupacken und Zaudern genervt, etliche sind in den letzten Wochen gegangen.

Dabei genoss der Familienkonzern bisher den Ruf, zwar eine umstrittene, aber immerhin überhaupt eine Internet-Strategie zu haben: Statt nur mit Zeitungen und Zeitschriften ins Netz zu gehen, wo kaum jemand für Inhalte bezahlt, investierte der Konzern dort, wo sich Nutzer tummeln und ihnen – theoretisch – die Werbung folgt. Der Einstieg beim Handwerkerportal MyHammer oder bei Erento, wo vom Wohnmobil bis zur Stripperin alles zu mieten ist, brachte Häme ein. Doch der Mut zum Kauf von StudiVZ und dessen Klick-Erfolg machte den Verlag zum Internet-Vorreiter – und Stefan von Holtzbrinck zum „Online-Unternehmer 2007“.

Mit einem Mix aus Respekt, Neid und Schadenfreude observiert die Branche seither, ob Holtzbrincks Community-Wette aufgeht. Der Ausstieg hätte „eine erklärungsbedürftige Signalwirkung gehabt“, fürchtet ein Manager. Womöglich hätte sich zudem herausgestellt, dass die eine oder andere Online-Firma im Holtzbrinck-Reich ohne den Reichweiten-Motor StudiVZ kaum überleben kann.

Zur Angst des Verlags, die falsche Entscheidung zu treffen, passt, dass Holtzbrinck trotz des eigentlich abgehakten Deals die Gespräche mit Facebook vor Wochen wieder aufnahm – bis die Amerikaner sie abbrachen. „Nicht tragisch“ findet man das bei Holtzbrinck: „Facebook kocht auch nur mit Wasser“, sagt ein Manager.

Zuckerberg ist dagegen siegesicher: In ein, zwei Jahren, so der Facebook-Chef in einem Interview mit „Vanity Fair“, habe man StudiVZ überholt.

ISABELL HÜLSEN

GeloSitin®
Nasenpflege



Trockene und gereizte Nasenschleimhaut?





- Schützt die Nase
- Befeuchtet die Schleimhaut
- Pflegt nachhaltig

Gelo® - Stark in Atemwegen
Fragen Sie in Ihrer Apotheke auch nach GeloMyrtol® forte und GeloBronchial®-Saft
www.pohl-boskamp.de



GeloSitin® Nasenpflege. Inhaltsstoffe: GeloSitin® Nasenpflege enth. raffiniertes Sesamöl, Cetiol® CC, Orangenöl, Citronenöl, Antioxidantienmisch. GeloSitin® Nasenpflege dient z. physikalischen Behandlung u. Befeuchtung trockener o. geschädigter Nasenschleimhaut. Nicht bei Kindern unter 3 Jahren anwenden. Medizinprodukt. G. Pohl-Boskamp GmbH & Co. KG, 25551 Hohenlockstedt. (01/4)

THE KENNEDYS

MUSEUM POWERED BY CAMERA WORK AG



„Berlin wird John F. Kennedy nicht vergessen.“

WILLY BRANDT

PARISER PLATZ 4A · 10117 BERLIN
TÄGLICH 10 – 18 UHR · TEL. +49 30 20633570
WWW.THE-KENNEDYS.DE

JETZT TESTEN!

3 x manager magazin für
€ 13,-. Sie sparen 33 %.
Mini-Digitalkamera gratis.



GRATIS

* 6 Ct./Anruf aus dem deutschen Festnetz; abweichende Preise für Mobilfunk.

Testpaket jetzt unter:

► Telefon: 018 02/99 44 22*

► www.manager-magazin.de/test

M08-528