

Ins Abseits

Der Springer-Verlag bekommt sein Wochenblatt „Sport-Bild“ nicht in den Griff.

Wehe, wenn Klaus Stampfuss seine Redakteure bei schlampiger Arbeit erwischt – kleine Sünden bestraft der „Sport-Bild“-Chef sofort.

Zwischen fünf und zehn Mark Bußgeld für die Redaktionskasse kosten erwiesene Nachlässigkeiten im Dienst, vom flüchtig übersehenen Druckfehler bis zur leichtfertigen Falschmeldung. Disziplin muß sein.

Pannen im Heft und ihre Bekämpfung vor Ort sind allerdings nicht die einzige Sorge des Chefredakteurs. Größere Probleme als die kleinen Fehler bereitet Stampfuss die Auflage des Blattes. „Sport-Bild“ – nach „Bild der Frau“ und „Auto Bild“ der dritte und jüngste Ableger der „Bild“-Zeitung – hat Mühe, Woche für Woche Leser zu finden.

Noch im August wurden zum Stückpreis von einer Mark weit mehr als eine halbe Million Exemplare verkauft. Inzwischen greifen, das zeigen interne Zahlen, in manchen Wochen bundesweit nicht einmal 400 000 Käufer zu. Die Hefte bleiben massenhaft an den Kiosken liegen.

Entsprechend schlecht ist die Stimmung in den Redaktionsräumen im zweiten Stock des Hamburger Springer-Hochhauses. Redakteure und Mitarbeiter befürchten gar, die junge Sportgazette könnte schon vor Ablauf einer Jahresfrist wieder eingestellt werden – Schluß, Aus, Abpiff.

Die Angst mag übertrieben sein. Nach dem 30 Millionen Mark teuren Debakel

Sport Bild

Heynckes wirft Spieler raus

Wann trifft mich ein Messer?

NEU! Zum Sommer Das Lexikon der Fußballstars

Paß auf mit St. Pauli

Wilander: Warum Boris Favorit ist

Winter-Laufschiene im TEST

Wochenblatt „Sport-Bild“
Anhaltend schlechte Noten

schickt nutzte er das Spethmann-Angebot, um das Frankfurter Ultimatum vom Tisch zu bringen.

Eine Allianz Thyssen/Krupp ist vielen im Lande unheimlich. Große Revier-Konzerne wie Hoesch in Dortmund und Klöckner in Duisburg fürchten, von einem solchen Giganten erdrückt zu werden. Manager im Revier machten mobil und beschworen Beitz, den Thyssen-Plan zu verhindern.

Selbst Daimler-Benz verfolgte das Gerangel an der Ruhr mit Argwohn. Durch den Pakt der beiden Revier-Unternehmen würde ein großer Waffenkonzern entstehen – ein ernster Konkurrent für den künftigen Rüstungsriesen Daimler/MBB. Thyssen baut in Kassel den Schützenpanzer

Marder sowie andere Militärfahrzeuge und produziert in zwei Werften Kriegsschiffe. Krupp montiert bei MAK in Kiel den Leopard-II-Panzer und stellt bei Atlas Elektronik in Bremen hochmoderne Waffentechnik her.

Die Reaktion auf Spethmanns Plan hätte für Beitz nicht besser ausfallen können. Selbst Daimler-Manager Niefer verkündete, so könne man mit Krupp und Beitz nicht umspringen.

Bennigsen wiegelte ab. Die Rücktrittsforderung an Beitz sei eigentlich nicht an einen konkreten Zeitpunkt gebunden. Immerhin habe Beitz beteuert, grundsätzlich zum Rücktritt bereit zu sein.

Auch der ärgste Beitz-Kritiker Rölller hielt sich zurück. Er sieht ebenfalls eigene Interessen tangiert. Die Dresdner ist Hausbank bei Krupp. Doch die Vermittler der Liaison sitzen bei der mächtigen Konkurrenz, der Deutschen Bank.

Günter Vogelsang, Aufsichtsratschef bei Thyssen und Berater der Deutschen Bank, forcierte im Hintergrund das Projekt. Der frühere Krupp-Chef, der nach Streitigkeiten mit Beitz 1972 Krupp verlassen hatte, wollte schon vor fünf Jahren zusammen mit Alfred Herrhausen von der Deutschen Bank die Stahlbereiche der beiden Konzerne verschmelzen.

Rölller befürchtet, daß seine Bank wegen Vogelsangs Bemühungen bei Krupp an Einfluß verlieren könnte. Der Essener Konzern gehört zu den wenigen großen Unternehmen, in denen die Deutsche Bank nicht viel zu sagen hat.

So bleibt nach dem Spektakel um Krupp nur ein Gewinner: Beitz. Er ist entschlossen, noch eine Weile dabei zu bleiben. Der Krupp-Konzern, hat Beitz erkannt, müsse gründlich umgebaut werden, und dabei wolle er mitwirken. Das sei er seinem Namen und auch seiner Aufgabe als Krupp-Testamentsvollstrecker schuldig.

Krupp-Interessent Spethmann
Unheimliche Allianz geplant



Krupp-Kandidat Gellert
Bedingungen für das Amt gestellt

schaft. Mögliche Nachfolger wollen nicht kommen, solange Beitz im Amt ist. Es ist fast eine Posse: Die fällige Ablösung Scheiders ist nicht möglich, weil der starrsinnige Patriarch an seinem Posten hängt.

So knapp aber wie diesmal ist Beitz noch nie an einem Sturz vorbeigekommen. Es sah fast wie das Ende aus, als Beitz am 11. November nach Frankfurt reiste. Drei Krupp-Aufsichtsräte hatten sich dort mit ihm verabredet. Dresdner-Bank-Chef Wolfgang Rölller, Daimler-Vize Werner Niefer und von Bennigsen-Foerder forderten Beitz ultimativ zum Rücktritt vom Aufsichtsratsvorsitz auf. Andernfalls würden sie ihre Mandate in Essen sofort niederlegen.

Neun Tage später, Sonntag morgen um zehn Uhr, kam der nächste Schlag. Der galt nicht nur Beitz, sondern dem ganzen Konzern. Thyssen-Chef Dieter Spethmann, begleitet von zwei Vorstandskollegen, bot dem Krupp-Herrscher den Kauf des gesamten Essener Konzerns an.

Beitz lehnte zwar ab, aber so ganz ungelegen kam ihm die Offerte nicht. Ge-

WOLFGANG BAYS, FINANZ- EXPERTE AUS DÜSSELDORF.

Wenige Finanzierungen sind optimal, zahlreiche nur vielversprechend. Herr Bays beschäftigt sich mit den Unterschieden. So hat er uns kennengelernt. Heute sind wir seine Finanzierungspartner. Ein Beispiel von vielen.



Braunschweig-Hannoversche
Hypothekenbank
Aktiengesellschaft



Landschaftstraße 8
3000 Hannover 1
Telefon (05 11) 12 11-0

der Billig-Illustrierten „Ja“ wollen sich die Manager des Springer-Konzerns so schnell keinen zweiten Flop leisten. „Ja“ wurde Mitte vergangenen Jahres bereits nach kaum mehr als drei Monaten aus dem Markt genommen.

Mit hoher Startauflage und großen Erwartungen hatte der Springer-Verlag „Sport-Bild“ Ende Februar ins Rennen geschickt. Erstes Etappenziel: wöchentlich 500 000 verkaufte Exemplare, Minimum. Jeden Mittwoch sollte es von nun an, so die Eigenwerbung, „Sport total“ geben – vom Eishockey bis zur Leichtathletik, vor allem aber Fußball und auch ein paar Service-Themen über Urlaub und Freizeit.

Andere Springer-Blätter halfen beim Start. „Wird Mittwoch“, fragte freudig erregt die „Welt am Sonntag“, „durch eine neue Zeitung zum Sporttag in der Republik?“ Bereits für die dritte Ausgabe Anfang März meldete der Verlag 650 000 verkaufte Exemplare.

Doch damit war der Höhepunkt auch schon erreicht. Zu sehr glichen Aufmachung und Inhalt des Blattes dem Sportteil der „Bild“-Zeitung. Leser bewerteten „Sport-Bild“ als „niveaulos“.

Die journalistische Nähe zum Massenblatt kam nicht von ungefähr. Stampfuss-Vorgänger Werner Köster, einer von drei Gründungs-Chefredakteuren, verantwortete gleichzeitig den Sportteil der „Bild“. Viele der rund hundert Sportredakteure recherchierten und schrieben nebenher auch für die Mittwoch-Zeitschrift. Entsprechend war das Ergebnis.

Schon bald nach dem Start kam es nach längerem Streit im Führungstrio zum Eklat. Dem Mit-Chefredakteur Ulfert Schröder (er starb Mitte November) war das Konzept von Anfang an zu seicht und Boulevard. Schröder wollte ein „seriös gemachtes Magazin und keine Straßenkacke“. Fristlos verließ der renommierte Sportjournalist und Autor Mitte März das Springer-Haus.

Der Redaktionskrach und die anhaltend schlechten Noten beim Publikum zeigten beim Springer-Vorstand Wirkung. Im Sommer, kurz vor den Olympischen Spielen in Seoul, wurde Köster von seinem Doppeljob befreit. Er solle sich, so die Begründung, wieder „ausschließlich um seine wichtigen Aufgaben“ beim Mutterblatt kümmern.

Den Ersatzmann fanden die Verlagsmanager im eigenen Haus: Klaus Stampfuss, 45, war vorher stellvertretender Chefredakteur bei der Programmzeitschrift „Hörzu“. Dort stand der gelernte Sportjournalist (Volontariat bei „Bild“) schon seit einiger Zeit auf der Transferliste – „Hörzu“-Chef Helmut Reinke wollte seinen Vize loswerden.

Die neue Aufgabe, die Stampfuss im September übernahm, ist nicht leicht. Der Medienmarkt für Sport und Freizeit funktioniert nach Gesetzen, die von Verlagen nur schwer zu beeinflussen sind.

Leidvolle Erfahrung machte zuletzt der Hamburger Verlag Gruner + Jahr mit seinem hochglänzenden Monatsmagazin „Sports“. Das 7,50 Mark teure Produkt blieb deutlich hinter den Erwartungen zurück.

Um neue Leser zu gewinnen, kaufte Gruner + Jahr Ende Oktober dem Deutschen Sportverlag in Köln die betuliche „Sport-Illustrierte“ ab. Das Blatt soll, zunächst vorübergehend, mit „Sports“ fusioniert werden. Ob die Rechnung aufgeht, damit auch den Leserstamm der Illustrierten zu gewinnen, ist mehr als fraglich.

Nicht viel besser geht es dem biedereren Fachblatt „Kicker“, das montags und donnerstags am Kiosk ausliegt. Im vergangenen Jahr stagnierte die Auflage der Nürnberger Sportgazette; zugleich verlor sie mehr als zehn Prozent ihres Anzeigenumfangs.

Auch Chefredakteur Stampfuss ist bislang kein überzeugendes Konzept eingefallen, um breitere Leserschaften zum regelmäßigen Kauf anzuregen: Aktuelle Berichterstattung ist wegen des ungünstigen Erscheinungstermins am Mittwoch nicht möglich. Die Themen etwa aus der Fußball-Bundesliga wirken oft so, als hätten sie schon mal im umfänglichen Sportteil der „Bild“-Zeitung gestanden.

Dabei dürfen die Kollegen von „Bild“ gar nicht mehr für den Ableger schreiben. Stampfuss hat die redaktionellen Kontakte zum Mutterblatt abgebrochen.

Bedrohlich für „Sport-Bild“ ist auch die Reaktion aus der Werbewirtschaft. Obwohl die Unternehmen immer mehr in den Bereich Sport investieren – allein in diesem Jahr rund 750 Millionen Mark –, bleibt die Anzeigenkundschaft weg.

War in den ersten Ausgaben noch gut ein Drittel des Heftes mit Anzeigen ausgebaut, kommen seit Wochen kaum mehr als zehn Annoncenseiten pro Nummer zusammen. Auch die letzten Anzeigenkunden, wie der Autohersteller Opel, haben inzwischen Zweifel, ob ihre Werbegelder bei „Sport-Bild“ richtig angelegt sind.

Die härtesten Wochen stehen Stampfuss und seiner Mannschaft möglicherweise noch bevor: Im Dezember beginnt in der Fußballbundesliga die lange Winterpause. Dem Blatt fehlt damit bis in den Februar hinein das publikumswirksamste Thema. Die Auflage dürfte dann auch offiziell unter die der Anzeigenkundschaft garantierte Auflage von 500 000 fallen.

Stampfuss versucht tapfer, in den eigenen Reihen Optimismus zu verbreiten: „Wir werden auch in Zukunft Deutschlands größte Sportzeitung bleiben.“

Das aber dürfte als Ziel ein bißchen wenig sein: Konkurrent „Kicker“, die Nummer zwei auf dem Markt, verkauft kaum mehr als 200 000 Exemplare.