

# Der Koloss wankt: Funke-Mediengruppe (WAZ) streicht abermals 200 Stellen

geschrieben von Bernd Berke | 20. März 2013

Es wird allmählich zur Konstante, wenn von der Funke-Mediengruppe (ehemals WAZ-Mediengruppe) die Rede ist: Man erwartet ja schon allzeit Kürzungsmaßnahmen, aber doch nicht so schnell und so drastisch, wie sie dann tatsächlich eintreten.

Die Geschäftsführung in Essen setzt jeweils auf „Überraschungs“-Effekte, für einzelne Betriebsteile auch auf ein Ende mit Schrecken – siehe die erst am 15. Januar verkündete Entlassung der kompletten Redaktion der Westfälischen Rundschau, von der rund 120 Redaktionsmitglieder und über 150 freie Mitarbeiter betroffen sind.



In den letzten Tagen und Wochen hatte man ziemlich fest mit dem „Aus“ für die Vest-Ausgabe (Kreis Recklinghausen) der WAZ gerechnet, doch nicht mit einem Kahlschlag dieses Kalibers: Abermals sollen im Konzern [bis zu 200 Stellen gestrichen](#) werden – bei Anzeigenblättern, im Anzeigenbereich und im Fotografenpool, doch auch – wohl besonders bemerkenswert – am

zentralen Content Desk, der die Blätter der Gruppe mit regionalem und überregionalem Mantelstoff für die klassischen Ressorts und deren Ableger beliefert.

Der von WAZ-Chefredakteur Ulrich Reitz geleitete und gehegte, einst bundesweit als Modell ausposaunte Desk muss also deutlich Federn lassen – von 21 bis [24 Stellen](#) am bislang recht ordentlich besetzten Tisch ist die Rede. Es heißt, Beobachter aus dem angeblich näheren Umfeld hätten Reitz neuerdings nachgesagt, er werde zusehends nervös und habe seine einst zur Schau gestellte Souveränität eingebüßt. Aber das ist ungeprüfte Kolportage, Kaffeesatz-Leserei, wiewohl wahrscheinlich nicht völlig ohne Anlass.

Man vermag jedenfalls kein tragendes Konzept hinter all dem hektischen Aktionismus in der Funke-Gruppe zu erkennen. Es sieht so aus, als ließe man sich dort von den Entwicklungen treiben und ins Bockshorn jagen, anstatt sie mitzugestalten. Eine treibende Kraft scheint diesmal der Discounter Aldi zu sein, der künftig offenbar auf Werbung in Tageszeitungen weitgehend verzichten will.

Auch ist von stetig sinkenden Abonnentenzahlen die Rede. Die Kündigungswelle bei der Westfälischen Rundschau, die seit 1. Februar ohne eigene Redaktion erscheint, dürfte daran derzeit einen nicht unwesentlichen Anteil haben. Zahlen hierzu gibt die Funke-Gruppe wohlweislich nicht heraus. Man wird also die objektiv ermittelten IVW-Zahlen abwarten müssen, die im nächsten Quartal genauere Auskunft geben werden.

Die Geschäftsführer der Funke-Mediengruppe (Christian Nienhaus, Manfred Braun, Thomas Ziegler) lassen unterdessen verlauten: „Wir müssen uns Freiraum für neue Produkte schaffen.“ Man darf gespannt sein, um welche Produkte es sich da handelt. Reichlich wolkig heißt es weiter, man werde „unsere starken regionalen Marken in die digitale Welt überführen“; ganz so, als sei letztere gerade erst erfunden worden. Dass man die Umbenennung in Funke-Mediengruppe als

Rückgriff auf eine [Familientradition](#) verkauft, wirkt bestenfalls hilflos.

Derzeit vermag ich mir nicht recht vorzustellen, dass im Konzern genügend verlegerische Phantasie waltet, um solche Gegenwarts- und Zukunftsaufgaben zu meistern. Eher verfestigt sich der Eindruck, dass der einstige Koloss ins Wanken geraten ist.