



„Meine Zeitungen waren nie ideologisch“

Warum Deutschlands Regionalzeitungskönig Dirk Ippen immer unabhängig blieb und Gewinn lieber mag als Glamour

EIN INTERVIEW VON MANFRED OTZELBERGER



Kommen Sie rein – und lassen Sie den Doktor weg.“ Akademischer Dünkel ist Dirk Ippen fremd, wenn man ihn besucht. Bodenständigkeit, das zeichnet ihn neben seiner Weltläufigkeit aus. Der Mann aus NRW kam aus der Provinz, nicht aus der Metropole, auch deshalb wurde Dirk Ippen oft unterschätzt: Heute ist der Verleger, der viele dahinsiechende Problemlblätter saniert hat, Deutschlands Zeitungskönig – zumindest auf regionaler Ebene. Die Ippen-Gruppe ist mit rund 100 Blättern im Norden, Westen und Süden vertreten, die Auflage seiner Zeitungen beträgt über 800 000 Exemplare, Anzeigenblätter, digitale Plattformen und Privatradio kommen dazu, der Umsatz soll eine halbe Milliarde Euro betragen. Wie sieht der 80-jährige Westfale, der längst in München heimisch geworden ist, sein Lebenswerk? Das Presseclub-Magazin besuchte Ippen in seinem Büro im Münchner Pressehaus von

Merkur und tz, vor ihm liegen seine Lebenserinnerungen: „Mein Leben mit Zeitungen“.

Herr Ippen, sind Sie der letzte Mohikaner, die Verlegerpersönlichkeiten sterben ja langsam aus?

Na ja, es gibt schon noch einige andere, speziell bei mittelständischen Zeitungshäusern. Aber die Branche wächst nicht mehr, Zeitungen stehen natürlich unter großem Druck, Anzeigenmärkte wanderten ins Internet ab. Auflagen sinken, wir werden langsam vom Massenmedium zur Nische. Es kann gut sein, dass in 10 oder 20 Jahren Zeitungen in gedruckter Form nur noch zweimal oder einmal pro Woche erscheinen. Aber meine Blätter machen derzeit immer noch Gewinn. Weil wir die Verluste im Print durch das Digitale fast auffangen können. Als Unternehmer muss man den Mut zur kreativen Zerstörung des Alten haben.

Sie sind promovierter Jurist, woher kommt die Liebe zu Zeitungen?

Mein Vater war ja schon bei der WAZ verlegerisch tätig, er hatte fünf Prozent Anteile am Konzern, in einem Verlegerhaushalt kriegt man ein Gefühl für Zeitungen schon mit der Muttermilch eingeflößt. Wer den Marschallstab im Tornister hat, darf nicht auf der faulen Haut liegen, das wurde mir von meinen Eltern vermittelt. Und mein Vater schickte mich im zarten Alter von 27 Jahren nach Hamm zum Westfälischen Anzeiger, wo ich dann sogar eine Zeitlang Chefredakteur war. Ich war immer neugierig und wollte das Geschäft von Grund auf lernen. Die Lust auf Veränderung trieb mich an, ich wollte mit vielen kleinen Schritten ins Große wachsen, bei amerikanischen Lokalzeitungen habe ich mir einiges abgeschaut. Zeitungen bilden, wenn sie gut sind, mit ihrem Lokalkolorit eine Community ab. Jeder muss sich wiederfinden können, im Ruhrgebiet waren zum Beispiel die Taubenvereine ganz wichtig. Und guter Journalismus sind Liebesbriefe an die Leser.

Wie erklären Sie sich Ihren Erfolg?

Ich bin kein Selbstdarsteller und nie als Diktator aufgetreten. Der einzige Diktator, den es bei Zeitungen geben sollte, ist der Leser. Ich mag Menschen, wie sie eben sind – und sie mögen offenbar mich. Ich war mir nicht zu schade, Abos selbst zu verkaufen und mit Zustellern zu sprechen. Ich achte jeden meiner Mitarbeiter, oft waren sie tüchtiger und schlauer als ich. Gerade die kritischen sind wichtig, ein Verleger, der sich nur mit Jasagern umgibt, ist verloren. Keine Meinung ist so gut, dass sie nicht mehr diskutiert werden kann. Gute Leute muss man machen lassen und ihnen auch außergewöhnliche Erlebnisse gönnen – bei Sportreportern zum Beispiel die Reise zur Fußball-WM. Jeder hat in einem Zeitungsbetrieb seinen Lebenstraum, ein guter Verleger sorgt dafür, dass er ihn leben kann. Wenn die Leute sagen, das ist meine Zeitung, habe ich etwas richtig gemacht. In meiner Anfangszeit war es noch nicht selbstverständlich, dass besonders auch Frauen in Führungspositionen sind. Das habe ich gefördert, nicht nur uneigennützig. Sie sind nervenstark und belastbar, in Krisen sind die Männer in Wirklichkeit oft das zarte Geschlecht.

Ein Mann, der ein imponantes Lebenswerk hat und mit 80 noch topfit ist: Dirk Ippen hat in über 50 Jahren die viertgrößte deutsche Zeitungsgruppe geschaffen. Der Branchendienst Kress zeichnete ihn mit dem „Sonderpreis für das Lebenswerk“ aus. „Mein Leben mit Zeitungen“ heißt sein Buch, das im Societäts-Verlag erschienen ist.



Dirk Ippen mit einem Jugendfoto. Schon sein Vater war in der Verlagsbranche bei der WAZ, der früh geschäftstüchtige Filius studierte Jura und wurde mit 29 Chefredakteur beim „Westfälischen Anzeiger“ in Hamm.

Die FAZ schrieb, Sie seien der Zeitungskönig der zweiten Liga.

Ach, andere spotteten, ich sei der König der Käseblätter. Das hat mich nie gestört. Anfangs wurde ich belächelt, später bestaunt, manche dachten, ich bin König Midas, bei dem alles zu Gold wurde, was er anfasset. Das ging schon bei ihm nicht gut aus und stimmt bei mir überhaupt nicht. Aber an richtige Flops kann ich mich nicht erinnern. Ich spürte immer, wie wichtig Lokalzeitungen sind. Es waren goldene Jahre. Lange kam keiner an ihnen vorbei, weder die Menschen noch die Anzeigenkunden. Eines war mir allerdings neben der Lesernähe wichtig: Meine Zeitungen waren nie ideologisch, ich hatte keinen Missionierungstrieb in mir.

Aber Sie bekamen doch sicher freundlichen Zuspruch von der Politik.

Ja, Franz Josef Strauß, der den Merkur quasi als Spielfeld der CSU betrachtete, war sehr freundlich, aber ich hielt Distanz, weil ich nie wollte, dass der Merkur ein zweiter Bayernkurier wird. Einmal hat mich Strauß angerufen und 20 Minuten angebrüllt, aber das hat mir nichts ausgemacht. Meine Unabhängigkeit zeigte ich auch später, als ich mich 2002 in einer Wählerinitiative von bayerischen Unternehmern für Gerhard Schröder aussprach. Und es war ja auch richtig, Schröder hat mehr für die Wirtschaft getan als manche CDU-Kanzler. Aber natürlich weiß ich, dass eine oberbayerische Zeitung wertkonservativ sein sollte. Das passt ideal zum Merkur und auch zu mir bei aller grundliberalen Einstellung, die ich habe.

Wie sehr hat Sie Geld angetrieben?

Als Unternehmer wollte ich vor allem etwas gestalten, mich freiarbeiten und wachsen. Dazu brauchte ich auch Geld. Aber ich war kein Hasardeur, ich habe immer nur Geld investiert, das ich hatte, verschuldet habe ich mich nie. Manchmal reichten mir auch nur Beteiligungen bei anderen Zeitungen. Geld war für mich nie Selbstzweck. Es bedeutet nur etwas, weil es Freiheit gibt, Dinge zu unternehmen. Auf die Liste der 500 reichsten Deutschen habe ich nie gehört. Ich bin kein Dagobert Duck, der sich an seinem Geld ergötzt. Geld bedeutet mir nichts, wenn ich nicht etwas damit machen kann. Dieses Gefühl hatte ich schon als kleiner Junge, als ich auf einmal 100 Mark auf dem Konto hatte. Ich war ja früh unterwegs, schon mit acht Jahren verkaufte ich Tabak und Zeitungen als Klopapier.

Es heißt, Sie zahlen sogar gerne Steuern.

Wer viele Steuern zahlt als Unternehmer, der hat auch gute Gewinne gemacht. Steuertricks oder gar Betrug sind da völlig fehl am Platz. Ich hatte immer ein gutes Verhältnis zur Finanzverwaltung, die ja in manchen Fragen auch Ermessensspielräume hat.

Wie schaut Ihr Lifestyle aus?

Relativ nah an dem meiner Leser. Ich habe keinen Porsche, ich laufe lieber zu Fuß, um fit zu bleiben. Ich brauche auch keine Yacht, ein Schlauchboot am Wattenmeer hat mir immer gereicht. Sicher wohne ich in einem schönen Haus, das sich nicht jeder leisten kann, und habe noch ein Haus auf dem Lande dazu, aber das

ist alles im Rahmen. Mit mir könnte man kein „Kir Royal“ drehen. Ich habe keinen Glamour. Und bin nicht exzentrisch. Woher das kommt? Ich spiele keinen Verleger, ich bin einer.

Hubert Burda sagte über Sie: „Wer so viel Interesse lebt, erlangt als Mensch wahres Sein.“ Wie schaut Ihre Lebensbilanz im neunten Lebensjahrzehnt aus?

Für ein Flüchtlingskind aus dem Umland von Berlin, das sich auf der Flucht aus Angst vor Tieffliegern mit seiner Mutter im Wald verstecken musste, ist es ganz ordentlich. Ich war ein geliebtes Kind und habe an beruflichen Weggabelungen oft den Pfad gewählt, der nicht so zertrampelt war. Mein Instinkt trog mich selten. Ich bin ein guter Geschäftsmann, weil ich Interesse habe an wirtschaftlichen Themen. Aber ich habe kein überdimensioniertes Ego. Meine klassische Bildung, die früher auf den guten Schulen vermittelt wurde, ist bei mir lebendig im täglichen Leben. Ich liebe Gedichte, geistliche Lieder und die ganze Geschichte. Ein Schöngest ist ich eher nicht, auch wenn ich an dem Hirmer Kunstbuch Verlag, den ich erworben habe, meine Freude habe. In 80 Jahren kann man viel lesen – und damit meine ich weniger Bilanzen als Bücher. Ich schreibe auch gerne meine Kolumne. Das liebe ich, weil ich dadurch mit unseren Lesern ins Gespräch komme.

Und Sie sind einer der wenigen Menschen, die beruflich und privat Glück im Überfluss haben – das Glück des Tüchtigen.

Da bin ich sehr dankbar. Ich bin mit meiner Frau Marlene seit 54 Jahren glücklich, sie hat meinen Beruf immer verstanden, auch die Abwesenheiten, wenn ich mal einige Wochen oder auch Monate am Ort meiner neuen Zeitungen war. Aber Familie war mir immer extrem wichtig. Wir haben drei Söhne, die wir adoptiert haben. Die lieben wir ebenso wie inzwischen 4 Enkelkinder.

Aber niemand hat immer nur Glück im Leben. Es gab auch schon schwere Stunden. Vor allem gilt der Satz des Sophokles unverändert: „Preis eines Menschen Schicksal glücklich, eh er nicht das Ziel seiner Lebensbahn durchlaufen.“

Und die Nachfolge ist gesichert.

Mein Sohn Jan, dem ich schon mit zehn Jahren einen Computerlehrer zur Seite gestellt habe, ist heute mit seinen jungen Kollegen für die digitalen Plattformen zuständig. Er denkt auch unternehmerisch und hat im Digitalen einiges für die Mediengruppe entwickelt. Ganz weit ist der Apfel nicht vom Stamm gefallen. Mein Neffe Daniel Schöningh setzt jetzt schon mein Lebenswerk fort. Er hat das Zeug dazu. Ein gutes Gefühl für mich. ■



Das Interview führte Manfred Otzelberger, 62, Absolvent der Deutschen Journalistenschule und mehrfacher Preisträger des Verbandes der bayerischen Bezirke. Er war Redakteur beim Nordbayerischen Kurier in Bayreuth und ist seit 2007 bei der BUNTEN für Politik und Sport zuständig.

Anzeige



bayern.vr.de

Für Kunden da sein heißt auch dort sein.

Morgen kann kommen.

Wir machen den Weg frei.

Wir nutzen unser innovativstes Tool schon seit über 170 Jahren: echte Nähe. Denn nichts geht über persönlichen Kontakt vor Ort, besonders, wenn es um Sie und Ihr Unternehmen geht. Okay, wir bieten natürlich auch Online- und Mobile Banking, Apps sowie mobiles Bezahlen mit unseren Digitalen Karten. Wir sind ja nicht von gestern. Gemeinsam schauen wir nach vorn und sagen: Morgen kann kommen. Wir machen den Weg frei.