

# Angst und Schrecken in L.E. City

Der Überlebenskampf auf dem Markt der kleinen Medien ist hart, auch in Leipzig. Der Kreuzer könnte davon ein Lied singen. Wie verzweifelt er an anderer Stelle geführt wird, zeigt die Geschichte von der Gründung des Wochenblattes Leipziger Zeitung

Von Anna Wulfert und Andreas Raabe

## Der Beginn

Backsteine blitzen aus den weißen Wänden hervor, dunkelgrüne Stahlsäulen stützen die hohe Decke. Auf dem verstaubten Dielenboden steht ein Kasten Bier, daneben liegen eine Bohrmaschine, ein Staubsauger, eine leere Tüte Gummibärchen. Es ist Mitte Mai, die erste Ausgabe der neuen *Leipziger Zeitung* soll in zwei Wochen erscheinen. Moritz Arand sitzt am Fenster seines brandneuen 100 Quadratmeter großen Redaktionsbüros im Westwerk, Karl-Heine-Straße. Er trägt ein enges blaues Shirt zum hippen Vollbart und spricht mit Überzeugung von dem Projekt, um das sich seit einem halben Jahr seine Welt dreht: Gemeinsam mit dem Kneipenbetreiber Cesare Stercken und Robert Dobschütz, Marketingleiter und Anzeigenverkäufer der *Leipziger Internetzeitung (L-IZ)*, hat er eine Lokalzeitung gegründet, die »guten, ehrlichen und idealistischen Journalismus« im Wochenrhythmus anbieten will.

Stercken und Arand kennen sich von der kostenlosen Stadtteilzeitung *3Viertel*, die im Dezember 2014 den Betrieb einstellte. Dobschütz, der neben seinem Job als Anzeigenleiter der *L-IZ* dort auch unter dem Pseudonym Michael Freitag regelmäßig Beiträge schreibt, stieß schon früh zu dem Duo mit der Idee, gemeinsam eine Wochenzeitung für Leipzig zu gründen. Ende des letzten Jahres ging das Trio mit den Plänen für eine »Leipziger Zeitung« an die Öffentlichkeit und warb in einer Kampagne um Menschen, die bereit waren, im Voraus ein Abonnement der damals noch nicht existierenden Zeitung abzuschließen und so den Start zu finanzieren. Es fanden sich immerhin etwas mehr als 1.000 Mutige, die mit großem Vertrauensvorschuss zwischen 40 und 69 Euro für ein halb- oder ganzjähriges Abo überwiesen.

## Das nicht zu Durchdringende

»Wir wollen in Gebiete gehen, die bisher sträflich vernachlässigt wurden.« Arand drückt sich eloquent aus, relativiert viel, ergeht sich im Philosophischen: »Wir wollen das nicht zu Durchdringende durchdringen«, sagt er.

Bevor sie irgendetwas durchdringt, will die *LZ* an erster Stelle »lokal, fair und transparent« sein, dazu ist ein Genossenschaftsmodell ähnlich wie bei der *taz* geplant – der Leser soll miteinbezogen werden. Leser wie Sven Jahny, 45 Jahre alt, Diplom-Ingenieur für Medientechnik. Sven hat von der neuen Zeitung online gelesen und sofort ein Abo abgeschlossen, um »die Vielfalt zu erhalten«. Aktuelle lokale Nachrichten bekomme man bisher nur durch die *Leipziger Volkszeitung (LVZ)*, die »viele eher aus Verzweiflung lesen«.

Kritik an der *LVZ* ist auch im Team der *Leipziger Zeitung* verbreitet – und mehr als nur salonfähig. Man legitimiert sich dadurch, dass man die *LVZ* für schlecht hält und sich selbst als Alternative anbietet. Dennoch bleibt Arand realistisch: »Wirtschaftlich können wir die *LVZ* oder den Madsack-Konzern nie schlagen. Inhaltlich können wir aber Sachen besprechen, darstellen, auseinandernehmen – was in der *LVZ* eben nicht stattfindet.«



Soll die Firma verlassen: Mitgründer Cesare Stercken

## Ständig unter Strom

Acht Stunden später trifft sich in der Karl-Heine-Straße eine bunte Gruppe zur *LZ*-Redaktionssitzung. Sie nehmen auf Bierbänken und Bürostühlen Platz. Manche tragen Jutebeutel und Hornbrille zu Flohmarktstern, andere kurzärmelige, karierte Hemden zum Ehering. Sächsischer Dialekt ist kaum zu hören. In den Reihen sitzt auch Maike Steuer von *Weltnest*, einem meinungsorientierten Leipziger Blog. Auf der Internetseite der *LZ* wird *Weltnest*-Chef Nils Schmidt noch als Kogründer aufgeführt, jetzt scheint sich der Austausch nur noch auf die



Kämpf inbrünstig: LZ-Prokurist Robert Dobschütz

Mitarbeit einer *Weltnest*-Autorin zu beschränken. Arand gibt zu: Man habe »lange nicht mehr mit denen gesprochen«. Ein Zerwürfnis wird verneint, *Weltnest*ler Schmidt räumt lediglich ein, dass es normal sei, dass unterschiedliche Leute auch mal unterschiedliche Meinungen hätten.

Im *LZ*-Büro wurde merklich aufgeräumt, zu dem Kasten Bier haben sich zwei neue gesellt, außerdem gibts Limonade, Plastikbecher und Wasser. Der zweite der drei Geschäftsführer hebt den Kronkorken seiner Limo mit einem herumliegenden Hammer ab. Cesare Stercken ist Designer, Musiker, Grafiker und Gastronom. Seit fünf Jahren macht der gebürtige Aachener in Journalismus – 2010 gründete er *3Viertel*, jetzt hat er das Blatt eingestampft, um die *LZ* machen zu können, wie die Gründer sagen. Bei der *LZ* ist der Pragmatiker mit dem starren Blick für das Layout, den Netzauftritt, den Anzeigenverkauf und ein bisschen auch für die Kalkulationen verantwortlich.

Arand steht, halb auf einen Tisch gelehnt, vor der Runde und spricht über Rahmenverträge, den Redaktionsschluss und das Zeilengeld. Danach setzt er sich auf eine Bierkiste und überlässt anderen das Wort. Aber nicht lange, denn bei vielen Themen macht er Anmerkungen, geht dazwischen, steht ständig unter Strom. »Mitte des Monats sprecht ihr am besten eure Themen mit mir ab«, sagt er an. Oder: »Schreib mir morgen noch mal eine Mail, dann leite ich dir das weiter.« Nach einer knappen halben Stunde ist die Konferenz vorbei. Überall ist das Aufploppen der Flaschen zu hören, vor dem Büro wird der Grill angeworfen. »Ich brauche immer noch jemanden, der die Reportage über die Agrargemeinschaft in Gundersdorf machen möchte«, ruft Arand der sich auflösenden Meute zu, ganz in der Rolle des Chefredakteurs.

## Themenvorschläge

Die freien Autoren lernen sich kennen. Da ist Daniel, Student der Politikwissenschaft, der nicht so richtig weiß, wo er mal hinwill – jetzt schreibt er über wachstumskritische Konzepte in der *LZ*, will aber auch mal was über Umwelt machen. Oder Ernst-Ulrich, Vater zweier Kinder, der auch Beiträge für die *Leipziger Internetzeitung* verfasst. Ihn interessieren religiöse Themen, er hat auch Vorschläge über Organspenden und Inklusion eingereicht – sein letztes Zeilengeld bekam er noch in Pfennig ausgezahlt, erzählt er.

Wirtschaftlich steht die *Leipziger Zeitung*, die sich klassisch mit Abos, Verkauf und Anzeigen finanzieren will, auf wackeligen Beinen. Die monatlichen Kosten kalkulierten die Macher mit 42.500 Euro – Medienberater und Journalismus-Blogger Peter Stawowy (flurfunk-dresden.de) nennt diese Berechnungen »realistisch«. Ob die Summe monatlich auch generiert werden kann, ist aktuell aber noch fraglich.

## Keine Zeitung für niemanden

Werbekunden sind ein wichtiger Faktor. Das Interesse an der *LZ* sei diesbezüglich zwar »extrem hoch«, versichert Arand – anfangs findet man in der Zeitung aber kaum eine Handvoll Anzeigen, später werden es noch weniger. Alle Print-Publikationen kämpfen mit diesem Geschäft. »Werbeerlöse wandern immer weiter ins Internet«, erklärt Stawowy die Marktbewegung. Die *LZ* will ausschließlich auf Print setzen und startet mit einer gewagt hohen Auflage von 15.000 Exemplaren.

Ein zweites Problem sind die Leserzahlen. Mittels einer Ankündigungswebsite und einer »Ausgabe Null«, die im März herauskam, sollten Jahresabonnements und somit Gelder für den Start des Betriebs generiert werden. »Anschubfinanzierung« nannten die *LZ*-Macher das. Völlig utopische 12.000 Abonnenten waren geplant, dann schraubten die Macher die Zahl auf 5.000, später auf 3.000 herunter, andernfalls wollte man das Projekt fallen lassen: »OHNE ABO KEINE ZEITUNG FÜR NIEMANDEN!«, schrieben sie in Großbuchstaben und: »Nur wenn eine ausreichende Zahl von Abonnements abgeschlossen wurde, wird es die Zeitung am Ende auch geben können.« Ihr Geld sollten die Leute im Zweifelsfall zurückerhalten. 1.086 Abos (zu 40 oder 69 Euro) wurden es letztendlich zum Termin am 30. April – und man hat das Projekt trotzdem rea-



Ergeht sich im Philosophischen: Chefredakteur Moritz Arand

lisiert. Ihre monatlichen Kosten bei der Produktion der Zeitung gaben die *LZ*ler mit etwas mehr als 40.000 Euro an. Sollte die *LZ* dichtmachen, könnte das für die Abonnenten bitter werden: Das bezahlte Geld ist dann wohl verloren – laut Stercken gab es von Anfang an keinen Plan dafür, wie man im Zweifelsfall das Geld zurückzahlen könne.

»Wenn jetzt kein Geld mehr hinzukommt, sind wir in zwei bis drei Monaten insolvent«, schätzt Mitgründer Stercken die Lage Ende Mai ein. Aber das bedeute nicht zwangsläufig das Ende der *LZ*: »Bloß weil ein Unternehmen Insolvenz anmeldet, ist es danach nicht weg. Dann fragt sich, welches Unternehmen unser Unternehmen übernehmen könnte.« Eine mögliche Übernahme der *LZ* sieht Medienberater Stawowy wiederum kritisch: »Das Projekt ist extrem personalisiert.« Das ließe sich schwerlich verkaufen. Um die *LZ* zu fördern, hat er ein Abo abgeschlossen und bekommt die Zeitung jetzt nach Dresden geliefert.

## Die Zigarette hinterm Ohr

Die Idee einer neuen Zeitung für Leipzig gab es vor wenigen Jahren schon mal: 2009 gründeten Journalistik-Studenten das Wochenblatt *Weiter*. Man stellte den Print-Betrieb nach einem Jahr ein, weil er keinen Gewinn einspielte – die Kosten wurden zwar gedeckt, aber nachdem alle teilhabenden Redakteure ihren Studienabschluss in der Tasche hatten, wollte man nicht weiterhin auf Gehälter verzichten.

## »Wenn jetzt kein Geld mehr hinzukommt, sind wir in zwei bis drei Monaten pleite«

Für die *LZ* fällt der Startschuss in den Wochenrhythmus am 29. Mai 2015. Zwei hektische Männer, einer mit Pferdeschwanz und T-Shirt, der andere in kurzer Hose und verschwitzt, fahren mittags durch Leipzig und verteilen die erste Ausgabe. Ein Grossist bestückt zwar mehr als tausend Presseshops, doch man möchte auch einen Eigenvertrieb aufbauen. Die beiden Boten sind im Stress: Schon vor Stunden hätte die *LZ* in den Geschäften liegen sollen – mit der Druckerei ist es zu Schwierigkeiten gekommen. Bis zur Klärung werde man die Zeitung selbst bei der Druckerei Passau abholen – und wöchentlich 900 Kilometer auf sich nehmen, erklärt Arand einige Tage später, während er durch den Plagwitzer Baumarkt hastet.

In Pulli und Anzughose, mit einer Zigarette hinterm Ohr, schiebt Arand einen roten Einkaufswagen zügig durch die Gänge, er sucht Mehrfachsteckdosen, einen Briefkasten, Klobürsten. Das neue Büro wurde am Vortag endgültig bezogen. Arand verliert seine Zigarette gleich zwei Mal, er ist in Eile – schnell will er zurück an den Schreibtisch. Am nächsten Tag muss schon wieder eine neue Zeitung an die Druckerei geschickt werden. Sein Telefon klingelt oft, er hat viel zu tun, schreibt viele Artikel selbst, »was ein Chefredakteur eigentlich nicht macht«. Der Chef-Posten ist neu für ihn: Publizistische Vorerfahrung hat der studierte Germanist und Philosoph bisher nur bei *3Viertel* von Jetzt-Partner Stercken und einem Leipziger Kultur-Blog sammeln können.

## Kritikerbeschimpfung

Uwe Krüger, Wissenschaftlicher Mitarbeiter und Journalismusforscher an der Uni Leipzig, hat die *LZ* nicht abonniert. Erst sympathisierte er mit der Idee, dann vermisste er in den Beiträgen der *LZ* zu oft die Struktur und den Nachrichtwert. »Die Zeitung wirkt irgendwie laienhaft, weil sie Themen noch nicht richtig zuspitzen kann.« Krüger sieht eine schwierige Zukunft auf das Blatt zukommen: »Es ist gewagt anzunehmen, dass die *LZ* das erste Jahr überlebt.« Der Leipziger Anzeigenmarkt sei dünn, die Leser fehlten. Es gebe höchstens eine Möglichkeit: das Profil zu schärfen und sich in einer politischen Nische zu etablieren.

Die *LZ*-Gründer wollen aber eine Zeitung für alle Leipziger machen. Sie sind überzeugt von ihrem Produkt. So überzeugt, dass sie mit Kritik zunächst nicht umgehen konnten. Der freie Journalist Jens Kassner äußerte sich in der Kommentarspalte der ersten *LZ*-Webseite freundlich, aber kritisch zum geplanten Projekt. »Die

Reaktion war dann heftig, eine echte Beschimpfung«, meint Kassner, er veröffentlichte seine Meinung fortan auf seinem persönlichen Blog. Der Medien-Blog *Flurfunk* griff den Dialog zwischen Kassner und der *LZ*-Redaktion auf und titelte »In Leipzig fliegen die Fetzen«. Auch die *Leipziger Volkszeitung* bekommt es immer mal wieder ab, so beantwortet beispielsweise Dobschütz die Frage »Warum gibt es die *Leipziger Zeitung*?« online mit einem leidenschaftlichen Pamphlet gegen Regionalzeitungen – Bezug ist offensichtlich die *LVZ*. Diese hat die Gründung der neuen Leipziger Wochenzeitung in ihrer Tagespublikation bis heute mit keinem Wort erwähnt – und gibt auch auf Nachfrage derzeit »keinerlei Kommentare« zur *LZ* ab.

»Am Anfang sind wir aufgrund einer mangelnden Absprache an Außenkommunikation mit Kollegen etwas harscher umgegangen«, schwächt Arand die gefallenen Spitzen ab. Immerhin: »Das haben wir geändert.« Zurück im Büro sitzt er hinter seiner Schreibtischplatte aus Pressspan, durch eine der Stahlsäulen leicht abgetrennt vom Rest des Raumes. Er wollte diesen Platz. Vor ihm steht ein riesiger Apple-Computer, auf dem Boden dahinter türmen sich Zeitungen der ersten Ausgabe, verschnürt mit Kabelbindern. Selbstzweifel oder Schuld eingeständnisse trägt Arand mit energischem Optimismus vor. Und auch die Frage, wie die erste Ausgabe angekommen ist, beantwortet er mit übersprudelndem Eifer. Es gebe nur positives Feedback. Aktuell würden sehr viele Leute die Zeitung abonnieren. Die Presseshops fragten schon nach Nachschub. Alles sehe sehr gut aus.

## Ein nervöser Prokurist

Ein paar Wochen später, es ist ein leicht regnerischer Tag im Juli: Inzwischen liegt Ausgabe 7 an den Kiosken und bei der *Leipziger Zeitung* hat sich viel getan. Das Team hat bewiesen: Es kann eine Zeitung regelmäßig mit Inhalten füllen. Aus dem Gründungstrio ist ein Duo geworden, Cesare Stercken ist still und heimlich aus dem Impressum und der Geschäftsführung verschwunden, eine Information der Leser darüber gab es nicht. Im Raucherraum des Café Telegraph, das er wegen ebendieser Ausstattung ausgewählt hat, sitzt der Mann, bei dem viele Fäden der *LZ* zusammenlaufen: Robert Dobschütz. Es war nicht leicht, ihn an diesen Tisch zu bekommen, anfangs bestand er darauf, Fragen nur schriftlich zu beantworten. Im schwarzen Nadelstreifenhemd bestellt er sich ein großes Pils, dreht sich eine filterlose Zigarette und schaltet sein Diktiergerät ein – obwohl er selbst interviewt wird. Zur Absicherung.

»Die Resonanz ist grundpositiv«, resümiert er in warmem sächsischem Singsang den Start der *LZ*. 5.000 Zeitungen setzt er jede Woche ab, sagt Dobschütz. Etwa 1.000 davon sind Abos, bleiben also ungefähr 4.000 im Einzelverkauf. Damit könnte man grob gerechnet eine Brutto-Einnahme von knapp 34.000 Euro im Monat erzielen, was dem Ziel schon sehr nahe kommt. »Die Firma läuft rund«, sagt Dobschütz. Nachprüfen kann man die Verkaufszahlen nicht, die *LZ* wird nicht von der Informationsgemeinschaft IVW geprüft, die im Auftrag von Verlagen und Werbewirtschaft die tatsächlichen Verkäufe von Medien kontrolliert, denn mit der verkauften Auflage steigen auch die Anzeigenpreise.



Gut gefüllt: Exemplare der Leipziger Zeitung

Dobschütz ist stark mit Leipzig und seinen Bewohnern verwoben und hat die Idee einer neuen Zeitung schon viele Jahre im Kopf. Vor 15 Jahren gründete er eine Werbeagentur, vor zehn Jahren hat er die *Leipziger Internetzeitung* mit ins Leben gerufen. Stets verteidigt er seine Projekte mit kämpferischer Inbrunst. »Jahrelang hat man die *L-IZ* totgeredet, heute leben Menschen davon.« Dobschütz ist stolz auf das Portal, genauso auch auf die *LZ*. Will dort jemand nach einem Fehler suchen, senkt er seine Stimme und wird etwas unwirsch, lässt eine Hand auf die Tischplatte fallen. Dialoge mit ihm bleiben im Gedächtnis.

**kreuzer: Was passiert mit den bezahlten Jahresabos, falls die *LZ* pleitegeht?**

DOBSCHÜTZ: Die *LZ* geht nicht pleite.

**kreuzer: Ja, das musst du sagen, ist klar. Aber was passiert dann?**

DOBSCHÜTZ: Das ist die einzige Antwort, die es darauf gibt. Wir gehen nicht pleite, das ist ganz simpel.

**kreuzer: Aber wie stellt ihr das sicher?**

DOBSCHÜTZ: Was verstehst du vom Wirtschaften? Ich frag mal so zurück, ne (*lacht*). Also, wir haben eine Genossenschaftsgründung vor, vielleicht kann die *L-IZ* auch mal die *LZ* stützen, dann ist da der Werbemarkt. Die Leute kennen mich, wir reden ordentlich miteinander. Im Herbst werden die ersten großen Kampagnen in der *LZ* geschaltet – weil wir nicht viel falsch gemacht haben.

**kreuzer: Das heißt, ihr habt keine Maßnahmen ergriffen, um eine Rückzahlung der Gelder an die Abonnenten sicherzustellen?**

DOBSCHÜTZ: Eine gute Firma hat immer so viel Kapitalbestand, dass sie im Zweifel auch Abonnenten auszahlen kann. Ein Teil der Leistung ist ja schon erbracht, der letzte Teil fehlt noch. Aber wenn man das jetzt mal so böse formuliert: Wir würden uns hinsetzen, das ausrechnen und dafür auch gradestehen. Punkt.

**kreuzer: Was heißt »dafür gradestehen«?**

DOBSCHÜTZ: Dass das zurückgezahlt wird.

Dobschütz hat viele Termine derzeit: Gestartet als Kogeschäftsführer der *LZ*, ist der 40-Jährige jetzt der Prokurist des Unternehmens. Er schreibt aber auch Artikel, bis zu sechs Stück in einer Ausgabe, wengleich die rege Nutzung von Pseudonymen in der *Leipziger Zeitung* Verwirrung stiften kann darüber, wer wer ist. Zudem wirbt Dobschütz Anzeigenkunden, berät Arand, der mittlerweile alleine auf dem Chef-Sessel sitzt – und kümmert sich auch noch um die Vermarktung der *L-IZ*. Dobschütz redet schnell und viel, nicht mal die Zigaretten verlangsamen ihn. Gab es Streit, als Cesare Stercken aus der Geschäftsführung austrat? »Wir haben gemerkt, dass drei Geschäftsführer nicht funktionieren.« Das Wort Streit lehnt Dobschütz ab. Aber: »Wir haben uns im aktiven Arbeiten noch mal kennengelernt.« Intern wird Dobschütz deutlicher: In einer Mail, die dem *kreuzer* vorliegt, beklagt er »Drohungen auf körperlicher Ebene« und kündigt an, nun »mit dem Stahlbesen« unterwegs zu sein.

Mittlerweile habe die *LZ* dennoch einen eingespielten Rhythmus, die drei Tage vor Produktionsschluss seien dabei hart. »Letzte Woche habe ich von Mittwochfrüh um 3 Uhr bis Donnerstagfrüh um 3 Uhr durchgearbeitet.« Dobschütz ist mit Herz und Seele in seine Projekte integriert, er opfert sich dafür auf. »Weil ich Stress mag«, begründet er und steckt sich mit seinem silbernen Zippo eine neue Zigarette an.

### Auftritt der Top-Anwälte

Ein paar Tage nach dem Interview nimmt der Stress dann offenbar überhand. Aufgeregt ruft Dobschütz in der *kreuzer*-Redaktion an und spricht im Stakkato von juristischen Schritten und Dingen, die jetzt zur Anzeige kommen würden. Nicht gegen dieses Magazin, sondern gegen *LZ*-Mitgründer Cesare Stercken soll es gehen, wie sich einige Minuten und Nachfragen

später herausstellt. Der Prokurist, leutselig, aber offenbar in Panik, vermutet, ebener Stercken würde nun eine Schlammschlacht über die Medien beginnen – und kündigt dem *kreuzer* prophylaktisch schon mal an, »eine Bitte um Gegendarstellung« zu schicken, auch wenn er gar nicht wisse, was der *kreuzer* schreiben wird – und ihm das sowieso egal sei, wie er mehrfach betont. Besonders auf die Palme hätten ihn aber zwei Fragen gebracht, die der *kreuzer* im Interview stellte: Gibt oder gab es angesichts der schwierigen Finanzlage Verhandlungen mit Investoren über Beteiligungen an der *LZ* oder gar einen Verkauf? Und: Hat es im Zuge der Trennung unter den drei Geschäftsführern Streit gegeben?

Beide Fragen könnten ja nur von Stercken kommen, meint Dobschütz. Dass sie gestellt wurden, weil sie völlig naheliegend sind, will er nicht glauben. Er wisse nämlich, was hier im Hintergrund laufe und wer den *kreuzer* mit Informationen versorgen würde. Viele lange Sätze und weitere Verdächtigungen später, die ihm unter anderem beim einsamen Bier nach dem Interview gekommen seien, wie er berichtet, verabschiedet sich Dobschütz freundlich und hinterlässt am anderen Ende der Leitung einen ratlosen *kreuzer*-Redakteur.

Am Tag darauf geht ein Fax von der Anwaltskanzlei Mohms, Tintelnot, Pruggmayer, Venne-mann (MTPV) ein, beauftragt von der *Leipziger Zeitung* UG, in dem Details des Ausscheidens von Stercken aus der Geschäftsleitung und der Firma mitgeteilt werden – und in dem die Rechtsanwälte ankündigen, man werde die Berichterstattung des *kreuzer* »auf ihren Wahrheitsgehalt und ihre sonstige Rechtmäßigkeit hin, etwa im Hinblick auf eine unzulässige Verdachtsberichterstattung, sehr genau prüfen«. Man könnte das als Einschüchterungsversuch verstehen, immerhin ist MTPV eine der großen und vermutlich auch sehr teuren Kanzleien – oder als Hinweis darauf, was die Leipziger Zeitung UG so unter kritischer Öffentlichkeit versteht.

### Schlechte Laune

Ein Grund für die Nervosität könnte die Lage bei der *L-IZ* sein, Dobschützens Stammunternehmung. Denn um die *Leipziger Zeitung* verstehen zu können, muss man zunächst auf die fast namensgleiche Onlinepublikation, die *Leipziger Internetzeitung*, schauen. Mit Jahreseinnahmen von geschätzt unter 100.000 Euro ist es ein Rätsel – selbst in der hochprekären Kleinmedien-Branche –, wie der Betrieb überhaupt so lange aufrechterhalten werden konnte. Zum Vergleich: Die ständig klamme Kreuzer Medien GmbH setzt im Jahr etwa das Siebenfache um. Eine Lösung des Mysteriums steckt wohl in der fast schon übermenschlichen Arbeitsleistung des *L-IZ*-Chefredakteurs Ralf Julke, der, schaut man sich die Veröffentlichungslisten auf der Website an, Tag für Tag bis zu zehn Beiträge – über den Daumen gepeilt könnte man sagen: im Schnitt sechs Beiträge täglich – schreibt und veröffentlicht. An den Härten des Alltags kommt aber niemand vorbei. Viel Stress und wenig Geld bedeuten vor allem eins: schlechte Laune.

Ein weiterer Grund für Dobschützens Unruhe liegt vielleicht in einem schlechten Gewissen. Die Frage nach möglichen Verhandlungen mit

Investoren für die *Leipziger Zeitung* oder nach Plänen für einen Verkauf der Zeitung an andere Verlage verneint Dobschütz im Gespräch mit dem *kreuzer*. Auch in einem späteren Telefonat streitet er dies vehement ab.

Vielleicht trifft das zum Zeitpunkt des Interviews im Juli zu, noch im März war das aber anders: In einer internen Mail vom 21. März schreibt Dobschütz: »Mir liegt eine sehr konkrete Anfrage seitens der *Mitteldeutschen Zeitung* / DuMont Verlag vor, sich einkaufen zu wollen. Ebenso besteht das Engagement seitens Fahrenkamp Stadtbau AG (...).«

Patrik Fahrenkamp, Chef der Stadtbau AG, steht einer der wichtigsten Immobilienfirmen Leipzigs vor, eines seiner Vorzeigeprojekte ist die Bebauung des Geländes am Bayrischen Bahnhof.

Drei Tage später meldet Dobschütz freudig: »Seit heute steht ein Termin mit Patrik Fahrenkamp (Stadtbau AG) für den 1. April (ja lustig ;-), 11 Uhr fest.« Und wieder einen Monat später scheinen offenbar auch die Zweifler

## »Vieles, was bei der Leipziger Zeitung passiert, ist mit Panik und Angst verbunden«, sagt Mitgründer Stercken

Stercken und Arand überzeugt: »Ich habe mit Fahrenkamp vor Pfingsten abgesprochen, dass wir uns in der dritten oder vierten Juniwoche zusammensetzen und wir vorab Material senden«, schreibt Dobschütz am 25. Mai, außerdem: »Parallel entwickelt sich auch bei Moritz und Cesare der Gedanke, statt eines Kredits mit Fahrenkamp zu reden - er hat auch (starkes) Interesse daran signalisiert.« Und auch die Gründe für die Suche nach Beteiligungen liefert Dobschütz mit: *L-IZ* und *LZ* hätten »auch bei Sonnenschein mindestens ein Jahr zu tun«, um profitabel zu sein. Dobschütz geht davon aus, dass, wenn man 1.500 oder sogar 2.000 Abos generieren könne, »eine finanzielle Unterfütterung da sein muss«. Auf Nachfrage teilt Peggy Walenta, Sprecherin der Stadtbau AG mit, dass sie zu der Frage, ob es Gespräche zwischen Stadtbau und Leipziger Zeitung UG gab oder gibt, »keine Auskunft« erteilt.

### Lokal, fair und transparent

Ungewöhnlich oder verwerflich ist die Suche nach Investoren nicht – solange deren Motive klar sind und sichergestellt wird, dass sie keine Kontrolle über die Inhalte haben. Problematisch ist natürlich die Leugnung auf Nachfrage, vor allem aber die Diskrepanz zwischen Anspruch und Wirklichkeit in Sachen Transparenz, die sich hier zeigt. Von Anfang an warben die *LZ*-Macher mit diesem Wert für sich, sie schrieben ihn sich sogar in den Zeitungskopf. Sicherlich war dieses Transparenzversprechen ein Grund für den großen Vertrauensvorschuss der Abonnenten für die Zeitung. Wer weiß, wie sie sich entschieden hätten, hätten sie gewusst, dass parallel zur Abokampagne und auch nach deren Abschluss Beteiligungsgespräche mit einem der größten Leipziger Immobilienunternehmer und einem großen Zeitungskonzern geführt oder angestrebt werden? Je näher man sich das Unternehmen *LZ* anschaut, desto deutlicher wird, wie intransparent dort gehandelt wird: die heimlichen Verhandlungen, die Autoren-Pseudonyme, der Wechsel in der Geschäftsleitung, der nicht mit einem Wort erwähnt wurde, das ausweichende Verhalten in Interviews – und nach kritischen Fragen gibts erst mal Post vom Top-Medien-Anwalt, der ja auch bezahlt werden will. Klüger wäre das Geld in ein paar guten Geschichten investiert. Dann könnte man vielleicht darauf verzichten, Info-Kästen wortwörtlich bei Wikipedia abzuschreiben (*LZ*-Ausgabe 4, Seite 29) oder alte *3Viertel*-Texte einfach noch mal abzudrucken, so in *LZ*-Ausgabe 8, Seite 14, »Bildschock und Psychose«, oder Ausgabe 6, Seite 29, »Das Zerrbild unserer selbst« – es ließen sich wohl noch mehr Beispiele finden. Auch hier gilt übrigens: Transparenz Fehlanzeige, die *3Viertel*-Texte wurden stillschweigend übernommen.

### Zurück in die Hafendar

Mit Anwaltspost muss sich nun auch Mitgründer Cesare Stercken herumschlagen. Er ist Anfang Juni bereits von seinem Posten als Geschäftsführer »mit seiner eigenen Zustimmung entbunden worden«, wie der *LZ*-Anwalt mitteilt. Doch Stercken gehört immer noch ein Teil der Firma, die er zusammen mit Dobschütz und Arand gründete. Auch den soll er jetzt verlieren, »Cesare Stercken wird in naher Zukunft die Leipziger Zeitung UG verlassen. Die entsprechenden Prozesse dazu wurden im Laufe der Woche einge-

leitet«, lässt die neue *LZ*-Führung per Anwalt verlautbaren. Worte, die Stercken treffen müssen, lassen sie doch vermuten, dass sein Rückzug nicht ganz von Freiwilligkeit geprägt ist.

Stercken selbst scheint resigniert, in schleppendem Tonfall erzählt der Sproß einer traditionsreichen Aachener Druckerei-Familie aus seiner Sicht, was passiert war: »Ich wurde krank, Verdacht auf Lungenentzündung, und war viereinhalb Wochen krankgeschrieben. Während meiner Abwesenheit sind Dinge gelaufen, die massiv gegen mich gerichtet waren.« Differenzen habe es über Honorarhöhen, aber auch auf der inhaltlichen Ebene gegeben. »Ich wollte einfach keine gedruckte *L-IZ* machen, weil ich das für uninteressant halte«, sagt Stercken. Tatsächlich betreiben Dobschütz und Arand nun eine stärkere Verknüpfung beider Medien, Beiträge aus der *LZ* beispielsweise sollen auch im Leserclub der *L-IZ* veröffentlicht werden, die Autorenkreise überschneiden sich von Anfang an schon stark.

Nach seiner Rückkehr in die Zeitung sei ein Gespräch eskaliert, Dobschütz habe die Fassung verloren, berichtet Stercken. Schließlich sei er aus der Geschäftsführung gegangen – um nicht mehr in der Verantwortung stehen zu müssen. Er habe sich jetzt einen Rechtsanwalt genommen, die Firmaschulde ihm noch Geld, mehr will Stercken nicht erzählen. Tut er dann aber doch: Den Vorwurf, er sei mit Interna an die Presse gegangen, findet Stercken absurd. »Das entspringt für mich einer gewissen paranoiden Haltung. Vieles, was dort passiert, ist mit Panik und Angst verbunden.« Panik wovor? »Davor, dass das Projekt *Leipziger Zeitung* in Kürze ökonomisch vor die Wand fährt.«

Mit den Abonnenten sei nicht fair umgegangen worden, findet er: »Ihnen hätten ökonomische Zusammenhänge besser erklärt werden müssen. Zu Beginn wurden sie quasi als Investoren ins Boot geholt, jetzt wird das zu einer Art Crowdfunding umgedeutet, als hätten die Leute was gespendet oder geschenkt.«

Stercken wirkt müde: »Ich bedauere die Entwicklung und bin sprachlos. Das war das Größte, was ich mit aufgebaut habe, die Zeitung, die *Leipziger Zeitung*.« Er will sich jetzt seiner Kneipe widmen, der Hafendar am Südpfatz. Er habe dort ja sein Auskommen, sagt er.

# Für Berufstätige.

## Anders studieren

OPEN BUSINESS SCHOOL

- in 3 Stufen zum Bachelor of Arts  
(mit Hochschulzertifikat nach Stufe 1+2)
- auch ohne Abitur studieren  
(neue Zugangsmöglichkeiten für Berufstätige)
- einsteigen je nach Qualifikation  
(mit Berufserfahrung z. B. als Fachwirt Studienzeit verkürzen)

**3** Bachelor of Arts (B.A.)  
Hochschulabschluss

**2** Betriebswirt/-in (FOM)  
Hochschulzertifikat

**1** Ökonom/-in (FOM)  
Hochschulzertifikat

**Nächste Infotermine unter fom.de**

Semesterstart: März / September



Open Business School – ein Hochschullbereich der FOM Hochschule