

AUFSATZ

Christian Klenk

Zu verkaufen

Wie Weltbild zum Buchhandelsriesen wurde – und sich zugleich der Kirche entfremdete

Am letzten Tag seiner Deutschlandsreise hatte der Papst den deutschen Katholiken eine Hausaufgabe aufgegeben: Die Kirche, sagte Benedikt XVI., müsse „Anstrengung unternehmen, sich von der Weltlichkeit der Welt zu lösen“, um so ihrem eigentlichen Auftrag wieder zu genügen. Wenige Wochen nach der Freiburger Rede senden die Bischöfe nach Rom ein deutliches Signal, dass sie die Aufforderung verstanden haben. Der Ständige Rat der Deutschen Bischofskonferenz hat am 21. November 2011 in Würzburg beschlossen, dass die in Kirchenbesitz befindliche Augsburger Verlagsgruppe Weltbild GmbH verkauft werden soll. Der wirtschaftlich erfolgreiche Buchhandelskonzern, dessen Jahresumsatz zuletzt auf 1,6 Milliarden Euro gewachsen ist, war zugleich – trotz seiner Eigentümer – immer weniger als katholisches Unternehmen erkennbar. Den Ausschlag für den drastischen Schritt der Bischöfe gab die Kritik aus konservativen Kirchenkreisen am Verlagsangebot, das auch erotische und esoterische Literatur beinhaltet.

Es sei der Geschäftsführung „nicht gelungen, die internetgestützte Verbreitung sowie die Produktion von Medien, die den ideellen Zielen der Gesellschafter widersprechen, im eigenen Bereich bzw. im Bereich der Unternehmensbeteiligungen hinreichend zu unterbinden“, obwohl der Unternehmensleitung „die verpflichtenden Vorgaben der Gesellschafter in Bezug auf die Werteorientierung“¹ bekannt seien, teilte der Verband der Diözesen Deutschlands (VDD) in einer Presseerklärung mit und rief eine Gesellschafterversammlung ein. Die am Unternehmen beteiligten zwölf Diözesen² beschlossen, dass „die organisatorischen und strukturellen Maßnahmen für eine Veräußerung der Verlagsgruppe Weltbild ohne jeden Verzug entschlossen aufgenommen werden“ sollen. Geschäftsführung und Aufsichtsrat hätten fortan regelmäßig über den Stand der Dinge zu berichten. Drei der acht Sitze im Aufsichtsrat und auch der Vorsitz wurden neu besetzt.

1 In der Unternehmenssatzung heißt es unter § 3 Abs. 1: „Das Unternehmen hat die Gründanliegen der katholischen Kirche und des von ihr verkündeten christlichen Menschen- und Weltbildes in der Öffentlichkeit zu unterstützen.“

2 Gesellschafter sind außerdem die Soldatenseelsorge und der VDD. Der Verband tritt seit 2008 als Treuhänder für die Anteile des Erzbistums Köln (7,2%) und des Bistums Mainz (17%) auf (vgl. auch Abb. auf S. 487).

Nun muss der 60-jährige Carel Halff, der das Unternehmen seit 1975 als Geschäftsführer und seit 2001 als Vorsitzender der Geschäftsführung leitet, nach Kaufinteressenten Ausschau halten. Noch Anfang Oktober hatte Halff in einem Zeitungsinterview³ gesagt, die Bischöfe seien „die besten Gesellschafter der Welt“. Man könne sich herrlich mit ihnen über Bücher streiten. „Und Gesellschafter mit dieser Geschichte verfallen auch nicht so leicht in Angst und Schrecken, wenn ein paar amerikanische Wettbewerber mit großer Börsenkapitalisierung daherkommen.“ Die optimistischen Sätze fielen wenige Tage, bevor die Angebotspolitik von Weltbild kritisch hinterfragt wurde und sogar der Papst sich zu der Sache äußerte.

Nicht zum ersten Mal hatte es Beschwerden gegeben. Eine Gruppe von Katholiken hatte gar ein umfangreiches Dossier an die Bischöfe geschickt, was folgenlos blieb. Nun berichtete der Branchendienst Buchreport, eine „einschlägige Stichwortsuche im Online-Katalog“ von Weltbild habe rund 2500 Treffer aus dem Bereich der Erotik-Literatur ergeben. „Darunter sind auch Titel des Verlags Blue Panther Books mit seiner Sex-Prosa der Reihen ‚Anwaltshure‘, ‚Vögelnbar‘ und ‚Schlampeninternat‘.“⁴

Die knappe Meldung dehnte sich zur Affäre aus, als mehrheitlich konservative Medien – sowohl katholische als auch nicht-kirchliche – die Debatte aufgriffen. Als nächstes berichteten die Online-Ausgabe der „Welt“ (25.10.2010), die „Berliner Morgenpost“ und die von Österreich aus betriebene Onlineplattform kath.net (beide 27.10.2010) sowie das in Kißlegg im Allgäu erscheinende „Pur Magazin“ (November-Ausgabe) über „die Kirche in der Weltbild-Falle“. Autor aller vier Beiträge ist der Chefredakteur des „Pur Magazins“, Bernhard Müller, der auch in einem Beitrag im RTL-Nachtjournal von seinen Recherchen berichtete. Die Titelseite seiner Zeitschrift trägt die Zeile: „Bischöfe als Porno-Produzenten?“ – eine provokante Wortwahl, die andere Medien gerne aufnahmen, zum Beispiel der Kölner „Express“: „Kirche macht mit Pornos Millionen“ (Titelseite vom 27.10.2011).

In der „Tagespost“ schrieb Chefredakteur Markus Reder: „Seit Jahren war klar, die Bombe Weltbild würde eines Tages hochgehen und die katholische Kirche in Deutschland in eine hochnotpeinliche Situation bringen.“ Nachweislich „unter Verstrickung kirchlicher Träger und Kontrollinstanzen“ sei ein System entstanden, „das die Bischöfe

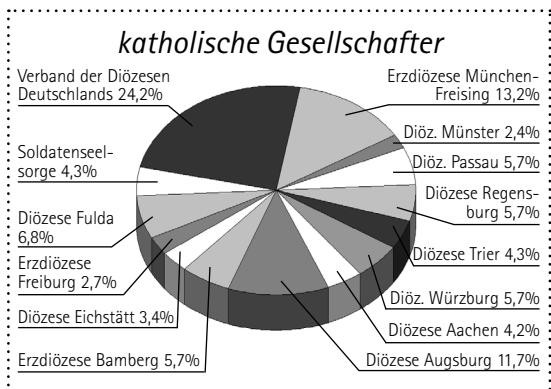
3 Vgl. Lukas Heiny: Gott erhält's. In: Financial Times Deutschland vom 6.10.2010, S. 23.

4 Unter der Bettdecke. Erotische Bücher bei Weltbild.de. Meldung auf www.buch-report.de vom 14.10.2011.

Buchhändler mit Umsatz in Milliardenhöhe

Konzernstruktur

Familie Hugendubel



DBH

Deutsche Buch Handels
GmbH & Co. KG

469 Buchhandelsfilialen
Stand: 31.12.2010

100% ↓

Verlagsgruppe Weltbild

Marken | Verlage | Versandbuchhandel

← 50%

100% **Weltbild**

100% **WOHLTHAT**

100% **Hugendubel**

mit Buchhandlungen
Schmorl & v. Seefeld
und Ganghofer

100% DBH Warenhaus
Karstadt-Buchabteil.

75% **WEILAND**
BÜCHER & MEDIEN

mit Buchhandlungen
Heron, Deuerlich u.a.

+ Weltbild Schweiz

+ Weltbild Österreich

+ Weltbild Polen

Handel mit Restauflagen
und Sonderausgaben

100% **Jokers**

100% **KIDOH**
spielen+lernen

100% Fiegweil & Taubert Buchgroßhandel

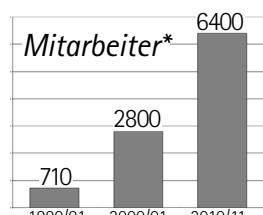
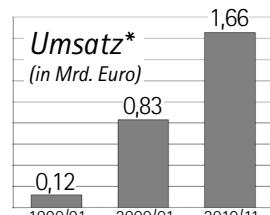
50% Droemer Knaur* Verlage Droemer, Knauer,
Pattloch, PAN, O.W.Barth

49% **booklooker** cbooks Germany –
gebrauchte Bücher

33% **buecher.de** Internetbuchhandel

Geschäfts-zahlen

Grafik: Christian Klenk
Quelle: weltbild.com



* Verlagsgruppe Weltbild mit DBH

nun in aller Öffentlichkeit als Händler und Produzenten von Pornografie dastehen lässt“, lautete ein heftiger Vorwurf.⁵ Auf kath.net und kreuz.net wurde in Berichten und noch mehr in den User-Kommentaren gegen Aufsichtsratmitglieder von Weltbild Stimmung gemacht. In der Pressemitteilung des VDD hieß es daraufhin, die Bischöfe bedauerten „die verzerrende und unangemessene Weise der publizistischen Auseinandersetzung mit den anstehenden Fragen namentlich in Medien, die der Kirche nahestehen“.

In den Medien wurde auch berichtet, dass sich die Bischöfe – librale auf der einen Seite, konservative auf der anderen – in Würzburg lange über die Zukunft von Weltbild stritten.⁶ Es sei besser ein dreckiges Hemd zu waschen, als es wegzuwerfen, soll als Argument für ein Halten des Konzerns genannt worden sein. Hingegen sagte der Kölner Kardinal Joachim Meisner: „Wir können nicht Besitzer eines Unternehmens sein, das Schund und Schmutz verbreitet.“ Es sei skandalös, „dass wir in der Woche damit Geld verdienen, wogegen wir sonntags predigen“. Die Kirche sei das Salz der Erde und das Salz müsse vom Sand befreit werden. „So müssen wir auch die Kirche reinigen und alles aufgeben, was nicht zu ihr gehört.“⁷ Der Münchener Kardinal Reinhard Marx sagte dem Münchener Kirchenradio, der Verkauf von Weltbild bedeute nicht, „dass sich die Kirche in eine Nische zurückzieht. [...] Wir müssen aber die Instrumentarien immer wieder überprüfen, wie wir als Kirche in der Welt wirken.“ Dazu habe auch der Heilige Vater „ermuntert und ermutigt“.

Papst Benedikt XVI. hatte sich in erstaunlicher Deutlichkeit in die Affäre um den Augsburger Verlag eingemischt, wenngleich er das Wort Weltbild nicht in den Mund nahm: Es sei an der Zeit, „Prostitution wie auch die weite Verbreitung von Material erotischen oder pornographischen Inhalts, gerade auch über das Internet, energisch einzuschränken. Der Heilige Stuhl wird darauf achten, dass der notwendige Einsatz gegenüber diesen Missständen seitens der katholischen Kirche in Deutschland entschiedener und deutlicher erfolgt.“⁸

5 Vgl. Markus Reder: Wegsehen gehörte zum Programm. In: Tagespost, 10.11.2011, S. 3.

6 Vgl. Stefan Mayr/Matthias Drobinski: Kirche streitet um Weltbild. In: Süddeutsche Zeitung vom 22.11.2011, S. 33.

7 Paul Badde: „Wir sind doch keine Großunternehmer!“ Joachim Kardinal Meisner ist wütend über den kircheneigenen Weltbild-Verlag, der auch mit Pornografie Geld verdient. In: Welt am Sonntag vom 20.11.2011.

8 Ansprache von Papst Benedikt XVI. an den Botschafter der Bundesrepublik Deutschland, Herrn Reinhard Schweppe, anlässlich der Überreichung seines Be-glaubigungsschreibens. Rom, 7.11.2011 (vgl. www.vatican.va; 1.12.2011).

Klarer hätte die Botschaft nicht sein können, wenngleich der Eichstätter Bischof Gregor Maria Hanke betonte: „Eine Anweisung aus Rom gab es nicht.“⁹ Schon in früheren Jahren habe es bei den Bischöfen Überlegungen gegeben, sich von Weltbild zu trennen. Dieser Plan sei aber angesichts der wirtschaftlichen Lage nicht umgesetzt worden, so Hanke.¹⁰ Doch in den vergangenen Monaten sei die Entschlossenheit zum Verkauf gewachsen. „Wir sind für die Pastoral da. Es ist nicht Aufgabe der Bischöfe, unternehmerisch tätig zu sein.“

Gründe für den Verkauf des Konzerns

Die Gründe, die für einen Verkauf von Weltbild sprechen, sind vielschichtiger, als sie zumeist in der jüngsten Berichterstattung dargestellt wurden. Diese fokussierte auf das durchlässige Onlinebestellsystem von Weltbild. Es greift auf das Verzeichnis lieferbarer Bücher, das Grundsortiment des deutschen Buchhandels zurück, weshalb es möglich war, über die Bestellseiten der zu Weltbild gehörenden Internetportale anstößige Literatur zu recherchieren und zu kaufen: Erotik und Esoterik, Okkultismus und Buddhismus, Kirchenkritik und Gewaltverherrlichung. Zwar versuchte Weltbild mittels Filter solche Bücher aus dem System zu entfernen (was zu Beginn des Jahres dazu führte, dass Mitarbeiter des kooperierenden Buchhändlers Hugendubel gegen die Herausnahme kirchenkritischer und schwul-lesbischer Literatur protestierten). Letztlich scheiterten aber die Versuche, die große Masse an lieferbaren Büchern und jährlich rund 100 000 Neuerscheinungen nach Gut und Böse zu sortieren. Weltbild wies darauf hin, dass Bücher, die über das Stichwort „Erotik“ im Internet zu finden waren, im Jahr 2011 nur einen Anteil von 0,017 Prozent, also knapp 300 000 Euro, am Gesamtumsatz von Weltbild erzielten.¹¹

Schwerer wiegt der Vorwurf, dass die Verlagsgruppe nicht nur – wegen unbeherrschbarer Software – ungewollt anstößige Literatur verbreitete, sondern den Handel damit aktiv betrieb und gar selbst

9 Angela Wermter: „Wir müssen uns schleunigst trennen.“ Für Bischof Gregor Maria Hanke ist der Weltbild-Verkauf eine logische Konsequenz – doch die Abwicklung braucht Zeit. In: Donaukurier vom 24.11.2011, S. 13.

10 Konkret gab es 2008 Verkaufspläne, die jedoch nicht weiterverfolgt wurden, weil die Käufersuche nicht das gewünschte Ergebnis brachte; vgl. Caspar Busse: Ein weltliches Angebot. In: Süddeutsche Zeitung vom 8.7.2008, S. 23 sowie Caspar Busse: Kirche stoppt Weltbild-Verkauf. In: Süddeutsche Zeitung vom 29.4.2009, S. 41.

11 Vgl. Pressemitteilung der Verlagsgruppe Weltbild vom 27.10.2011.

„Schund und Schmutz“ (Meisner) veröffentlichte. Dies soll zum einen über die hundertprozentige Tochter Jokers geschehen sein. Die Marke tritt als Anbieter von Restauflagen und Sonderausgaben auf – über ein Filialnetz, den Katalogversand und einen Internetautritt. Seit Jahren seien in dieser Unternehmenssparte „massenweise übelste Medien aktiv ein- und verkauft“¹² worden, lautet der Vorwurf, wenngleich das Wort „massenweise“ dick aufgetragen ist angesichts des in der Summe braven Angebots aus Belletristik, Kinderbüchern, Ratgebern und populärwissenschaftlichen Fachbüchern. Dann wäre da noch die Verlagsgruppe Droemer Knaur, an der Weltbild mit fünfzig Prozent beteiligt ist. Hier erscheinen bei Pattloch zwar etliche religiöse Titel wie Gebetbücher und Bibeln für Kinder oder Bücher für Erstkommunion und Firmung. Aber unter anderen Marken (u. a. Knaur) wurde auch weniger Christliches angeboten, zum Beispiel jugendgefährdende Erotikromane mit Titeln wie „Abgründe der Leidenschaft“ oder „Sündige Spiele“.

Weitere Ursachen, weshalb sich Weltbild mehr und mehr von seinen Gesellschaftern entfremdete beziehungsweise die Kirche den Großverlag immer weniger als ihr eigenes Unternehmen betrachtete, müssen in der Vergangenheit gesucht werden. Weltbild war einst nicht nur wirtschaftlich sondern auch publizistisch ein kirchlicher Verlag.¹³ Hervorgegangen ist er aus dem 1948 von Josef Hall und dem Katholischen Männerwerk gegründeten Winfried Werk, das die Zeitschrift „Mann in der Zeit“ herausgab, die später mit dem „Feuerreiter“ verschmolzen wurde. Diese Zeitschrift wurde 1968 in „Weltbild“ umbenannt. Zu dieser Zeit stiegen auch die ersten Bistümer als Gesellschafter ein und investierten. Damit konnte nicht nur das Buchhandelsgeschäft auf- und ausgebaut werden. Vielmehr gründete Weltbild in den 1980er Jahren auch etliche Zeitschriftentitel, darunter das Magazin „Frau im Leben“, die Jugendzeitschrift „Junge Zeit“ sowie die Kinderzeitschriften „Hoppla“ und „Benni“. 1989 wurde das Elternmagazin „Leben & erziehen“ vom Aachener Einhard-Verlag übernommen, 1999 kamen die Kinderzeitschriften des Nürnberger Sailer Verlags hinzu. Noch im Jahr 2008 erschienen in der Weltbild-Gruppe 26 Zeitschriften mit einer Auflage von 1,3 Millionen Exemplaren. Dann gab Weltbild den Verkauf sämtlicher Titel an die französische

12 Markus Reder: Wegsehen gehörte zum Programm. In: Die Tagespost vom 10.11.2011, S. 3.

13 Vgl. auch Ferdinand Oertel: Unter falscher Flagge oder: Weltbild ist tot. Zur Zukunft der Augsburger Verlagsgruppe. In: Communicatio Socialis, 41. Jg. 2008, H. 4, S. 422-424 sowie www.weltbild.com/unternehmen/ueber-uns/chronik/ (1.12.2011).

Mediengruppe Bayard bekannt, wo sie – immerhin – bis heute weiter erscheinen.¹⁴

Ein anderes Schicksal ereilte das Magazin „Weltbild“. Die Zeitschrift, die man zunächst 14-täglich nur an Abonnenten verschickte, wurde 2000 im großen Stil umgebaut. Der Verlag holte die Chefredakteurin des Frauenmagazins „Marie Claire“, investierte zehn Millionen Mark in Werbung und brachte „das lebensvolle Magazin“ (Untertitel) in einer Startauflage von 470 000

Exemplaren an den Kiosk.¹⁵ Uwe Zimmer, altgedienter Zeitungschefredakteur, schrieb einen Leserbrief: Sollte es „Weltbild“ gelingen, sich auf dem Lesermarkt zu behaupten, „brächte es mir einen erheblichen Teil meines Glaubens an das Gute im Menschen zurück“. Doch das Heft, das auch kirchennahe Rubriken enthielt (Interviewreihe „Abt Odilo trifft...“), Geschichten über „Menschen und Schicksale“ brachte oder Aufmacher über die Institution Familie (vgl. nebenstehende Abb.), hatte nicht den erwünschten Erfolg. 180 000 Exemplare betrug die Auflage (IV/2000) – kaum mehr als vor dem Relaunch. Heute wäre die katholische Publizistik auf solche Zahlen stolz, für „Weltbild“ bedeuteten sie im Juni 2001 das Aus (bzw. die Verschmelzung mit der „Best-Ager“-Zeitschrift „Lenz“).

„Tatsache ist, dass mit ‚Weltbild‘ ein für die katholische Landschaft kennzeichnendes Produkt vom Markt verschwindet. Man nannte die Zeitschrift ‚Flaggschiff‘ des Augsburger gleichnamigen Konzerns, das Flaggschiff katholischer Publizistik war sie wohl nicht in gleichem Maße“, kommentierte die „Herder Korrespondenz“¹⁶ und fragte, ob die Umgestaltung des Heftes nicht zum Scheitern verurteilt war:



Magazin „Weltbild“, Heft 2/2001

14 Vgl. Victor Henle: Noch mit den katholischen Wurzeln verbunden. Die französische Mediengruppe Bayard. In: *Communicatio Socialis*, 42. Jg. 2009, H. 4, S. 420-429.

15 Vgl. Weltbild am Kiosk: Bild dir deine Welt! In: *Focus* vom 10.4.2000, S. 306.

16 Klaus Nientiedt: Einschnitt. Aus für die Augsburger Illustrierte „Weltbild“. In: *Herder Korrespondenz*, 55. Jg. 2001, H. 2, S. 61.

„Die alten Leser erkannten ihr Blatt nicht mehr und den erhofften Neuen fehlte ein Argument, warum sie ausgerechnet zu diesem Produkt auf dem geradezu überquellenden Illustrierten-Markt greifen sollten.“

Gründe gegen einen (schnellen) Verkauf von Weltbild

Während Weltbild sein Verlagsgeschäft reduzierte, stieg der Konzern gleichzeitig zum Riesen des Buchhandels in Deutschland auf. Der 1972 gegründete Weltbild-Bücherdienst wuchs durch Kooperationen und Zukäufe, der Kataloghandel wurde um ein dichtes Filialnetz und dieses um das Internetgeschäft ergänzt.¹⁷ Die Fusion mit dem traditionsreichen Familienunternehmen Hugendubel im Jahr 2006 und die damit zusammenhängende Gründung der Deutschen Buchhandelsgesellschaft (DBH) samt Übernahme der Buchabteilungen in Karstadt-Kaufhäusern waren die wichtigsten Expansionsschritte auf dem Weg zur Spurze. Plötzlich gehörten zu dem Imperium rund 450 Buchhandlungen im deutschsprachigen Raum.

Im Jahr 2010 hatte der Weltbild-Konzern einen Marktanteil von 18,2 Prozent am deutschen Buchhandel – gefolgt von Thalia (12,4 Prozent) und Amazon (11,7 Prozent).¹⁸ Zuletzt konzentrierte sich Weltbild darauf, Pflöcke im digitalen Buchgeschäft einzuschlagen. Das Unternehmen brachte ein Lesegerät für E-Books zu einem Kampfpreis von 60 Euro auf den Markt, ein Tablet-PC für 160 Euro folgte zum Weihnachtsgeschäft 2011. In den USA sind diese Geräte bereits stärker verbreitet, während in Deutschland im Jahr 2010 E-Books bei den Verlagen erst einen Umsatzanteil von rund fünf Prozent hatten.¹⁹ Aber es gibt Zahlen, wonach im Buchgeschäft schon 2015 bis zu 25 Prozent des Umsatzes mit elektronischen Ausgaben gemacht werden.

Die enorme Größe und die Marktdominanz haben dem Unternehmen einerseits wirtschaftlichen Erfolg beschert, machen einen Verkauf nun aber umso schwerer. Auf der Schwelle ins digitale Buchzeitalter scheint das Unternehmen mit Internetshops und eigenen Lesegeräten gut aufgestellt. Aber welche Zukunft haben stationäre Läden in teuren Fußgängerzonen, wenn – wie an der Umsatzentwick-

17 Vgl. auch Hans Siemons: Ein katholischer Bücherriesen macht Furore. Weltbild-Verlag: Branchenführer im Buchversandhandel. In: *Communicatio Socialis*, 30. Jg. 1997, H. 4, S. 420-423.

18 Quelle: GfK Panel Services Deutschland 2010.

19 Vgl.: Umbruch auf dem Buchmarkt? Das E-Book in Deutschland. Studie von GfK Panel Services Deutschland 2011, abrufbar unter http://www.boersenverein.de/sixcms/media.php/976/E-Book-Studie_2011.pdf (1.12.2011).

lung ablesbar ist – immer mehr Kunden ihre Bücher online bestellen (zumal die Filialgeschäfte mit ihrem vereinheitlichten Massenangebot auch nicht mehr den Mehrwert haben wie frühere Inhaber geführte Buchläden)? Schon wird gemutmaßt, am Ende könnte das Unternehmen zerschlagen werden, um beim Verkauf der attraktiven Teile einen guten Preis zu erzielen. Dem widerspricht Geschäftsführer Carel Halff: Der Onlinehandel werde bei Weltbild von den Besuchen in den stationären Filialen befeuert – und umgekehrt: „Würde man etwa nur das Onlinegeschäft verkaufen, würde zum einen der Unternehmenswert stark gemindert und bei unseren Gesellschaftern würde ein unverkäuflicher Rest verbleiben.“²⁰

Vermutlich wird sich mit der Veräußerung von Weltbild die Konzentration im Buchhandel weiter fortsetzen. Potenzielle Käufer sind Konkurrenten wie Amazon und Thalia, Verlagshäuser wie Bertelsmann, Burda und Holtzbrinck – oder auch ausländische Investoren. Entscheidend wird auch sein, welches Mitspracherecht die Familie Hugendubel bei einem Verkauf von Weltbild aufgrund der engen Kooperation beim Filialgeschäft hat. Von den Eigentümern wurde dem Unternehmen aufgetragen, bei der Veräußerung „kirchliche und soziale Implikationen“ besonders zu beachten. Unklar ist, inwieweit damit auch die Situation der Mitarbeiter gemeint ist. Der Betriebsrat und die Gewerkschaft Verdi fordern einen Sozialtarifvertrag für die rund 1800 Mitarbeiter des Weltbild-Verlags (mit allen Beteiligungen beschäftigt der Konzern 6400 Mitarbeiter). Notfalls werde gestreikt.²¹

Bleibt noch das im Hause Weltbild stets gut gehütete Thema Geld. Mit dem Verlagshaus würde die katholische Kirche – im schlimmsten Fall – ihr Tafelsilber im Mediensektor zu einem schlechten Preis verscherbeln, nachdem der angeordnete Verkauf „ohne Verzug“ definitiv ist. Der Weltbild-Geschäftsführer spielt wohl auch deshalb auf Zeit: Die Dauer des Verfahrens werde „eher bei 18 als bei 12 Monaten“ liegen, sagte Halff in Interviews. Spätestens wenn dann ein annehmbares Angebot vorliegt, wird die Diskussion losbrechen, wie der Geldsegen sinnvoll angelegt wird, um nicht totes Kapital zu bleiben. Schließlich dürften selbst für Bistümer mit kleinen Besitzanteilen höhere zweistellige Millionenbeträge herausspringen. Oder wird das Geld wieder in Medienarbeit investiert? Etwa in eine neu zu gründende Medienstiftung, die neue innovative Projekte oder erprobte Instrumente kirchli-

²⁰ Ileana Grabitz/Andre Tauber: Weltbild-Verlag wird zum Objekt der Begierde. Veröffentlicht auf www.welt.de, 24.11.2011.

²¹ Vgl. Stefan Mayr/Matthias Drobinski: Wut auf die Bischöfe. Weltbild-Mitarbeiter fühlen sich im Stich gelassen. In: Süddeutsche Zeitung vom 26.11.2011, S. 19.

cher Medienarbeit wie die Katholische Nachrichten-Agentur und das Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses auch in Zeiten knapper werdender Kirchenkassen sicherstellen könnte, wie Bernhard Remmers in den „GKP-Informationen“ vorschlägt.²²

Im Vergleich dazu waren die jährlichen Gewinne für die Gesellschafter offenbar überschaubar, weil der Großteil der Erlöse direkt im Unternehmen reinvestiert wurde. Große Löcher in die Haushalte der Diözesen werde die Trennung von Weltbild nicht reißen, sagte Bischof Gregor Maria Hanke: „Wir haben eigentlich nichts davon gehabt.“²³ Angeblich wurden im vergangenen Geschäftsjahr drei Millionen Euro an die Kirche ausgeschüttet²⁴, das wären zum Beispiel für Hankes Bistum Eichstätt umgerechnet auf den 3,4-prozentigen Besitzanteil rund 100 000 Euro gewesen – bei einem Gesamthaushalt von 100 Millionen Euro im Jahr 2011.

„Pastorale und wirtschaftliche Interessen – ein Balanceakt“

Weltbild-Geschäftsführer Carel Halff zeigte im Übrigen nach der Verkaufsentscheidung viel Verständnis für die Gesellschafter und übernahm laut einem Bericht der Katholischen Nachrichtenagentur die Verantwortung für die Turbulenzen: „Ich nehme das sehr ernst, es ist ein sehr schmerzhafter Moment.“ Ein allgemeiner Buchhandel in der Größe und Komplexität von Weltbild werde immer Titel vertreiben, „die nicht vollständig der katholischen Wertebindung entsprechen“. Die Geschäftsführung habe allerdings kein besonderes Augenmerk auf problematische, teilweise pornografische Inhalte gehabt. „Wer sucht bitte bei Weltbild nach diesen Titeln?“ In einem anderen Interview sagte Halff: „Die Kirche verfolgt ja nicht primär ein wirtschaftliches Interesse, sondern ein pastorales. Sie will das Evangelium verbreiten, wir wollen Bücher verkaufen. Das war schon lange ein schwieriger Balanceakt – für die Gesellschafter wie für uns.“²⁵

22 Vgl. Ausgabe 12/2011, S. 6.

23 Angela Wermter: „Wir müssen uns schleunigst trennen.“ Für Bischof Gregor Maria Hanke ist der Weltbild-Verkauf eine logische Konsequenz – doch die Abwicklung braucht Zeit. In: Donaukurier vom 24.11.2011, S. 13.

24 Bei einem Gewinn nach Steuern von knapp 40 Millionen Euro beim Verlag (ohne Beteiligungen), vgl. Daniel Zwick: Unternehmen Kirche. Veröffentlicht auf www.welt.de, 24.11.2011.

25 Peter Steinkirchner: Verkauf des Verlags nur als Ganzes sinnvoll. Der Chef der kircheneigenen Verlagsgruppe Weltbild Carel Halff wehrt sich gegen eine Zerschlagung des größten deutschen Buchhändlers, dem Weltbild-Verlag. Wirtschaftswoche Online vom 26.11.2011.