

Dr. Stephan Holthoff-Pförtner – Verleger und Demokrat

Seit Anfang November 2016 ist Dr. Stephan-Holthoff-Pförtner Präsident des Verbandes Deutscher Zeitschriftenverleger. Damit ist der promovierte Jurist endgültig in die erste Reihe

der Medien-Manager in Deutschland aufgerückt. Zuvor war er als Gesellschafter der Funke Mediengruppe (vormals WAZ Mediengruppe) zumindest den Insidern bekannt.



Im 19. Jahrhundert hätte man jemanden wie ihn wohl als „Impresario“ bezeichnet. Stephan Holthoff-Pförtner hat die meiste Zeit seines Lebens nicht den Platz auf der Bühne gesucht. Vielmehr bot er meist anderen eine Bühne und beriet sie vor allem so, dass sie dort eine gute Figur machten. Bei allem, was der heute 68-Jährige tat, handelte er aus Leidenschaft, aber eben meist aus dem Hintergrund heraus, beruflich wie persönlich. Er stand denjenigen zur Seite, die in vorderster Front agierten. Viele dürften Holthoff-Pförtner als den Rechtsanwalt von Helmut Kohl kennen, als der ehemalige Bundeskanzler durch die CDU-Spendenaffäre Ende der 90er mächtig ins Trudeln geraten war. Oder von Stephan Mappus, dem ehemaligen Baden-Württembergischen Ministerpräsident, oder von Robert Holzer, dem Skandal-Schiedsrichter. Da sieht sich der Jurist und Mensch Holthoff-Pförtner in der Pflicht.

Holthoff-Pförtner, selbst Christdemokrat seit seiner Jugend, bietet aber nicht nur Parteifreunden eine Bühne: Vor rund 25 Jahren gründete er das Politische Forum Ruhr, um politische Debatten anzustoßen und voranzutreiben. Mehrmals im Jahr diskutieren seitdem Politiker unterschiedlichster Prägung, Gewerkschafter, aber auch Kirchenleute, Wissenschaftler und Journalisten in der Essener Philharmonie. Es gibt nur wenig andere Orte in Deutschland, an denen der politische Diskurs so lebendig und konstruktiv geführt wird. Das liebt der Impresario Holthoff-Pförtner: Diskurse anstoßen, Menschen auf gute Gedanken bringen, angeblich unversöhnliche Positionen miteinander zum Austausch bewegen – und das alles möglichst, um der res publica, dem Gemeinwohl, zu dienen.

Foto: Funke Mediengruppe

Dr. Stephan Holthoff-Pförtner wurde in Nachfolge von Prof. Dr. Hubert Burda zum neuen Präsidenten des VDZ gewählt

„Ich glaube an die Verpflichtung der Journalisten für das Funktionieren einer freien Gesellschaft.“

Foto: Funke Mediengruppe



Ende vergangenen Jahres jedoch ist Stephan Holthoff-Pförtner mehr als jemals zuvor selbst in eine öffentliche Rolle geschlüpft. Durch seine Wahl zum Präsidenten des VDZ im September 2016 ist er nun Wortführer der Branche der Zeitschriften-Verleger in Deutschland. Seine Aufgabe als neuer VDZ-Präsident definiert Holthoff-Pförtner nicht als ‚Vorturner‘, der das mediale Rampenlicht sucht. Er versteht sich als klassischer Verbandschef, der die gemeinsamen Interessen der Verlage gegenüber der Politik, der Wirtschaft und den Werbungstreibenden vertritt, als ‚Anreger und Moderator von Diskussionen‘. Wichtig ist es ihm, ein umfassender Fürsprecher zu sein: ‚Journalismus ist unteilbar, ob unterhaltend, belehrend oder fortbildend, ob Publikums presse oder Fachzeitschriften. Ich will die einzigartige Zeitschriften-Kultur erhalten, das Zusammenspiel von Großen und Kleinen, von Publikums-, Fach- und konfessioneller Presse. Dafür trete ich ein.‘

Kraft für seine neuen Aufgaben zieht er aus seiner Überzeugung von der Presse als vierter Gewalt: „Ich glaube an die Verpflichtung der Journalisten für das Funktionieren einer freien Gesellschaft.“ Diese Überzeugung ist nicht zuletzt seiner Aufgabe als Verleger geschuldet. Holthoff-Pförtner ist Mitgesellschafter der Funke Mediengruppe. Diese Stellung wurde ihm nicht in die Wiege gelegt. Die 2011 verstorbene Gisela Holthoff, eine Tochter des WAZ-Gründers Jakob Funke, adoptierte ihn auf der Suche nach einem Nachfolger. Er vertrat sie im Aufsichtsrat der ehemaligen WAZ und

heutigen Funke Mediengruppe. Dabei interessierte sich Holthoff-Pförtner nicht nur für Gesellschafter-Verträge und Ausschüttungspolitik, sondern vor allem für die Print- und Digitalmarken des Verlags und für den Journalismus als tragende Säule der freiheitlichen Gesellschaft.

Vor fünf Jahren hat er selbst einen Sohn adoptiert, zwei Jahre später ging er mit Klaus Sälzer, einem Kollegen aus der von ihm gegründeten Anwaltskanzlei, eine Lebenspartnerschaft ein: „Mich treiben die Werte Freiheit, Vielfalt, Wettbewerb um. Die Beschneidung der bürgerlichen Freiheit beginnt immer bei der Pressefreiheit. In der Türkei erleben wir das gerade in bestürzender Weise. Wir leben in Deutschland in einer pluralen Gesellschaft, die ich genieße und auf die ich stolz bin. Ich hätte mir 1969, als ich die Schule verließ, nicht vorstellen können, dass ich im Jahr 2016 verpartnernt sein würde und mit einem Adoptivsohn, seiner Frau und deren Kindern in einer Gesellschaft frei leben kann – und akzeptiert werde.“

Seinen ersten großen ‚Medienauftritt‘ hatte er im September 2016 auf der Jahrestagung des Bundesverbandes Presse-Grosso in Baden-Baden, als er dem Journalisten Claus Strunz Rede und Antwort stand und mehrfach Szenen-Applaus erhielt. Als ihm die Nachfolge von Prof. Dr. Hubert Burda als VDZ-Präsident angetragen wurde, zögerte er nicht lange. Er wurde zwar einstimmig ohne Enthaltung gewählt, doch aufgrund von Unstimmigkeiten im Vorfeld haben drei

Köpfe

„Mich treiben die Werte Freiheit, Vielfalt, Wettbewerb um.“

Hamburger Verlage (Gruner + Jahr, Spiegel und Zeit) und ein süddeutscher Verlag (die Medweth-Gruppe) ihren Teil-Austritt aus dem VDZ erklärt. Stephan Holthoff-Pförtner, der an den Unstimmigkeiten nicht involviert war, hat bereits erste Gespräche mit allen Beteiligten führen können.

Der bekennende Fußball-Fan (Anhänger von Rot-Weiss Essen und Dauerkarten-Besitzer bei Borussia Dortmund) schätzt als Kind des Ruhrgebiets die Menschen im Ruhrpott und ihre direkte Art. Daneben schätzt er die Lebensfreude der Rheinländer samt Karneval und er sammelt auch Kunst, unter anderem Werke von Lüpertz, Warhol und Beuys.

Peter Strahlendorf,
New Business Verlag



Foto: Funke Mediengruppe

Einschätzungen von Dr. Stephan Holthoff-Pförtner zu den Stichworten

Verlegertum

„Verleger sind immer schon auch Unternehmer gewesen. Wir stehen für die Medien, die sich komplett selbst finanzieren, durch Anzeigen und vor allem durch den Leser – dieser Abstimmung im Abo und am Kiosk, dieser Abstimmung mit dem eigenen freiwillig geleisteten Geld stellen wir uns jeden Tag wieder neu. Wir sind aber mehr als nur Unternehmer, wir sind immer auch Träger besonderer Werte, die wir offensiv gegenüber Politik, Wirtschaft- und Gesellschaft vertreten.“

Politik und freie Presse

„Pressefreiheit setzt immer auch unternehmerische Freiheit voraus. Der freieste Journalist ist immer der, der von seinen Lesern lebt. Deshalb bin ich entschieden gegen weitere öffentlich finanzierte und damit auch mitbestimmte Medien. Die Antwort auf die Herausforderungen gerade der Digitalisierung können nicht öffentliche Auffanglösungen sein. Was wir brauchen, ist eine konsequenteren

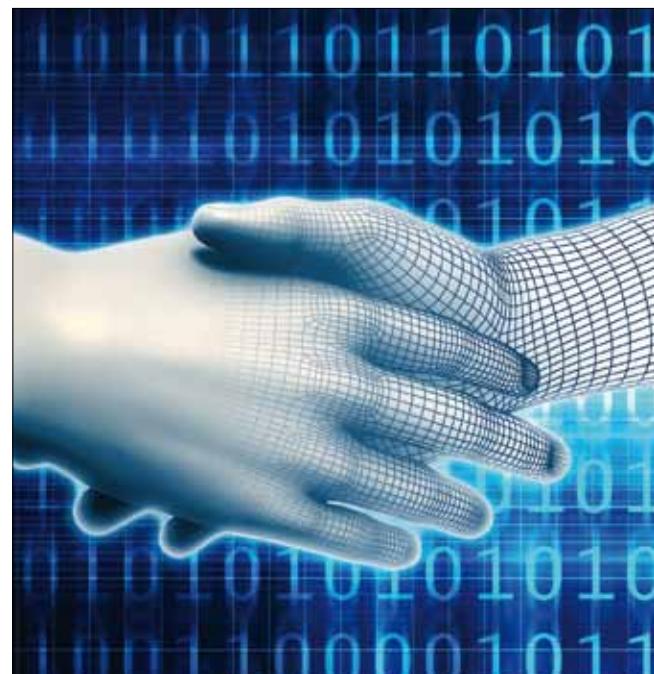
Politik, die den Lippenbekenntnissen endlich mehr faire Wettbewerbsbedingungen folgen lässt. Mir ist es wichtig, einen noch intensiveren Dialog mit der Politik zu führen. Ganz zentral ist für mich der Zusammenhang zwischen wirtschaftlich frei agierenden Verlagen und Pressefreiheit. Das gehört untrennbar zusammen.“

Zeitschriften-Branche

„Die Branche ist sehr agil, geht neue Wege und managt die Digitalisierung nun schon seit nahezu zwei Jahrzehnten, unternimmt viel. Gerade auch die mittelständischen Verlage entwickeln sich stetig weiter und investieren. Die Innovationsfähigkeit zeigt sich auch in den vielen Neugründungen, in den kleineren Start-up-Verlagen und Very-special-interest-Häusern, von denen viele auch als Mitglied in den VDZ drängen. Gerade auch die Fachpresse zeigt, wie Modernisierung geht. Sie wächst seit 2008 jedes Jahr um deutlich über zwei Prozent, sie steht für das Prinzip des lebenslangen Lernens und ist Bedingung für den Industriestandort Deutschland.“

Ausblick

Die neue Ausgabe 1/2017 erscheint im März/April



© kenton - Fotolia

Medienbranche und Industrie vernetzen

Die voranschreitende Digitalisierung bringt Branchen, die bisher ohne größere Berührungspunkte nebeneinander agierten, näher zusammen. In dieser Konvergenz liegen große Potenziale für Medienunternehmen, die früher und stärker als viele andere Wirtschaftszweige von digitalen Technologien durchdrungen wurden. Sie können nun ihre klassischen Fähigkeiten im Umgang mit Content und ihre neu entwickelten Kompetenzen in Gemeinschaftsprojekte mit Partnern aus dem Industrie- und Dienstleistungsbereich einbringen. Aufgezeigt werden vielversprechende Anwendungskontexte wie z. B. Fahrgast-TV im öffentlichen Nahverkehr, virtuelle Realität im Automobilvertrieb oder Gamification in der Produktion.

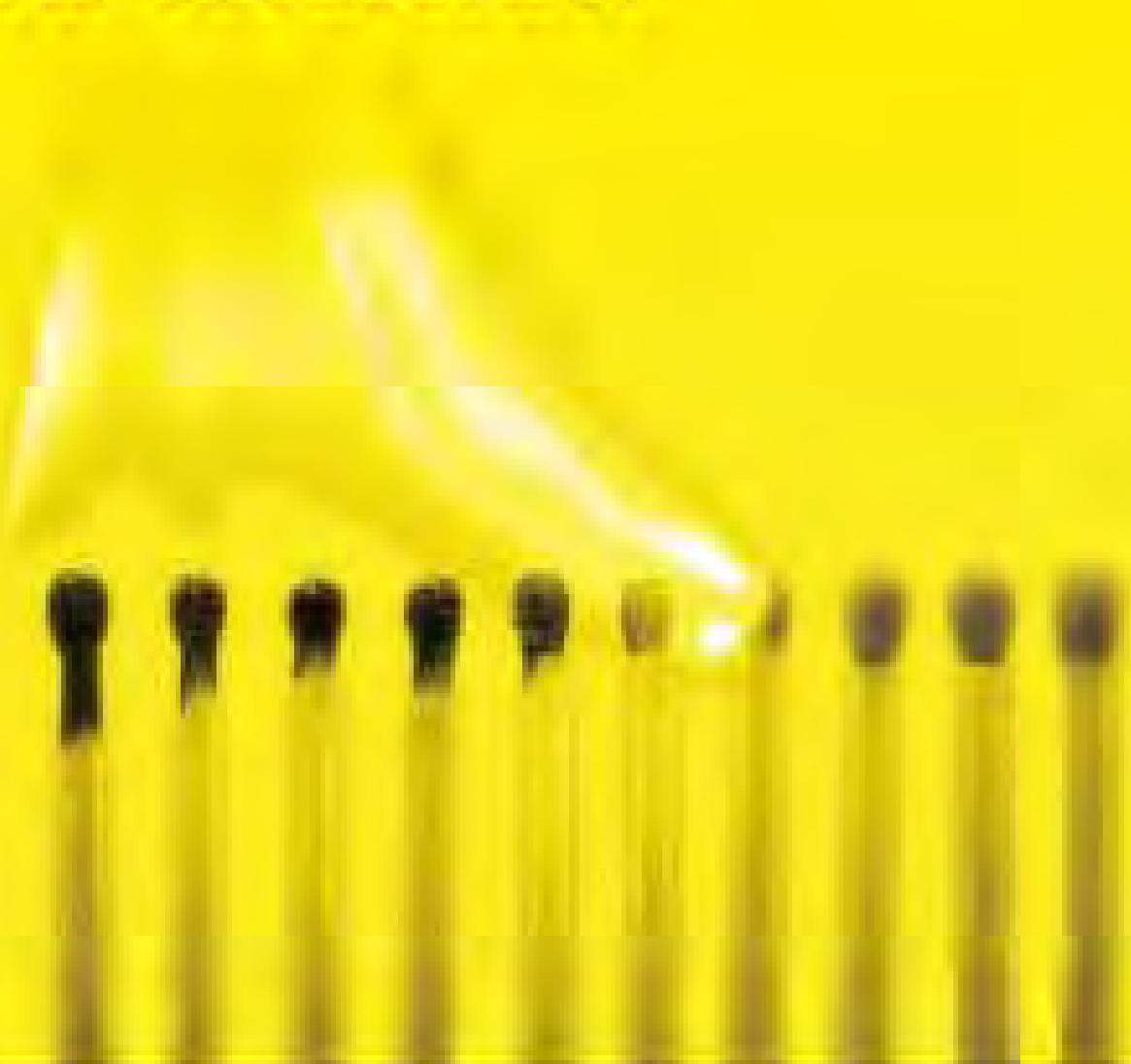


© Mark Bollhorst

Virtual Reality

Mit Virtual Reality steht derzeit eine Technologie vor dem Durchbruch, die großes Potential für innovative Medienprodukte und -services bietet. Bereits 2016 verkauften Samsung, Sony, Oculus und HTC weltweit mehrere Millionen Exemplare ihrer Brillen, allein auf der Samsung Gear VR wurden über 10 Millionen Stunden 360°-Videos betrachtet. Dieser Trend wirft zahlreiche Fragen auf, die von der Abgrenzung zu Augmented Reality über die generellen Möglichkeiten und Grenzen der Technologie bis hin zu den Herausforderungen bei der Gestaltung von Virtual Reality-Inhalten reichen. Zudem ist fraglich, wie nachhaltig die aktuellen Marktentwicklungen sind. Im Stichwort „Virtual Reality“ werden diese Fragen adressiert und kritisch diskutiert.

Brandaktuelle News aus Kommunikation und Medien



Im täglichen Newsletter unter info@new-business.de

**new
business**
Das Magazin für Kommunikation und Medien

