MOPO-Geschichte unter Gruner+Jahr (1986 - 1999)

1986

Heinrich Braune verhandelt für die MOPO über eine Beteiligung an Radio Hamburg (5 %). Gruner+Jahr kauft im August die MOPO und tritt damit erstmals in den Zeitungsmarkt ein. Später kommen weitere Zeitungen wie die Berliner Zeitung, der Berliner Kurier und die Sächsische Zeitung dazu. G+J träumt von einer überregionalen Verbreitung der MOPO. Der G+J-Vorstandsvorsitzende Gerd Schulte-Hillen spricht von einem Auflagenziel von 250.000. Als Kolumnisten schlagen Johannes Gross und Scholl-Latour auf. Es gibt eine eigene Frauen-Redaktion, eine große Kulturredaktion. Eine tägliche Pop-Seite wird eingeführt. Mit Clemens Grün als POP-Redakteur hält der erste (PC)Atari in der Redaktion Einzug. Geld spielt für G+J keine Rolle. Der große Zeitschriftenverlag mit seinem Vorstandsvorsitzenden dachte, dass alle nur auf sie gewartet haben (2006 schlägt Schulte-Hillen noch einmal als Berater von VSS auf, doch auch dieses Engagement endet erfolglos). 10 % der MOPO-Anteile hält Hans Dichand (Kronen-Zeitung). Insgesamt sind in der Griegstraße 130 Mitarbeiter/ innen beschäftigt, davon ca. 70 in der Redaktion. Ab dem 24. September 1986 erscheint die MOPO im Berliner Format im Tabloid. Der Verkaufspreis beträgt 0,50 DM. Heinrich Braune wird als Herausgeber aus dem Impressum der MOPO gestrichen. Jürgen Juckel wird Chefredakteur, scheidet aber nach sieben Wochen wieder aus. Im Dezember wird die Bremer MOPO gegründet. In den Räumen des Archivs in Hamburg trifft sich im 3. OG eine kleine Horde von Redakteuren und Verlagsangestellten, um den Betriebsrat zum Rücktritt zu bewegen, da dieser nichts gemacht hat.

1987

Christian Nienhaus wird Geschäftsführer. Es kommt zur Neuwahl eines Betriebsrats. Sigrid Meißner wird Vorsitzende. Die Zeit der Betriebsrats-Anpassung an die Unternehmensentscheidungen wird beendet. Wolfgang Clement wird Chefredakteur. m Februar 1987 wird Wolfgang Clement Chefredakteur der MOPO. Clement über seine Ziele: „Wir haben vor, daraus jetzt eine gute Stadtzeitung zu machen.“ Als Auflagenziel bis August 1988 wird lt. Clement aus dieser Zeit 170.000 Auflage angepeilt. Ab sofort wolle man alle Kräfte auf die „Hamburger Medienschlacht“ konzentrieren. Pläne, schnell auf 200.000 verkauften Exemplare zu kommen, wurden nun auf 1988/89 vertagt (Clement). Im März 1987 wird in Bremen erneut eine Bremer Morgenpost herausgegeben. Eine im Auftrag der MOPO im Juni 1987 durchgeführte Leserbefragung ergab, daß 90 Prozent der Leser dem neuen Format zustimmen. Zu den Inhalten: 90 Prozent kaufen die MOPO, weil sie einen guten Überblick über die Tagespolitik sowie wichtige Ereignisse gibt. Sie bringt nicht nur Schlagzeilen, ist schnell und leicht zu lesen. 81 Prozent kaufen sie, weil sie politisch offen und 63 Prozent, weil es keine Springer-Zeitung ist. Im Juli kommt es mit dem Einstieg von Clement zu massenhaften Kündigungen in der Redaktion (15 an der Zahl). Clement will seine Mitbringsel unterbringen. Es kommt zu einer Unterschriftenaktion und einem offenen Brief an den G+J-Vorstandsvorsitzenden Gerd Schulte-Hillen. Die Hamburger Medien nehmen Notiz von dem Vorgang. Clement kocht und droht einzelnen Betriebsratsmitgliedern mit der Kündigung. Im November wird die Bremer MOPO eingestellt. Die Schreibmaschine in der Redaktion wird Schritt für Schritt abgeschafft. Der Verlust der MOPO liegt bei über 30 Mio. DM. Im August 1987 startet die MOPO mit eine Millionenschwere Werbekampagne. Motto „MORGENPOST Echt fair“. Einige Texte zur Erinnerung: „IKEA richtet das Rathaus ein, Dohanny zieht in die Hafenstraße ein, HSV sucht Sponsor für Bayern, Gauweiler küßt Dominica“. Im Rahmen dieser Kampagne werden in Hamburg die U-Bahn-Waggons mit Graffitis besprüht.

1988

Auf der Bilanzpressekonferenz im Juni 1988 erklärt Schulte-Hillen rückblickend auf das Geschäftsjahr und sagt zur MOPO: „Unsere Zielsetzungen müssen wir nicht korrigieren, wohl aber unseren Zeitplan“... „Dennoch sind wir weit von einer akzeptablen wirtschaftlichen Situation entfernt. Die Situation hat sich gebessert,... aber von der Wirtschaftlichkeit ist sie noch weit entfernt“. Zum 30. Juni 1988 schließt die MOPO mit einem Verlust von 44,9 Mio. DM ab. Im Juli 1988 sorgt ein Text in der Bild-Zeitung für Aufregung. Clement will 25 Redakteure entlassen. Faktisch werden etwa 10 Leute, die fast alle im September 1986 eingestellt wurden entlassen bzw. es werden Aufhebungsverträge abgeschlossen. Im August 1988 werden die „Modell-Anzeigen“ wieder in der MOPO mitgenommen. Der kostenloser Kleinanzeigenmarkt „Klein&Gratis“ wird eingeführt. Unter der Telefonnummer 302010 können Leser in der MOPO kostenlos private Rubrikenanzeigen (Automarkt am Freitag, Flohmarkt am Sonnabend) veröffentlichen. Durch diese privaten Kleinanzeigenmärkte sollte insbesondere der Sonnabend für die Leser zusätzlich attraktiv werden. „Wer ist eigentlich eska“ schreibt der G+J-Vorstandsvorsitzende an Wolfgang Clement in einer seiner täglichen Blattkritiken an den Chefredakteur. Jede einzelne Seite wird von ihm kritisiert. „Man muss aufpassen, dass die Herzen der Redakteure beim Umweltschutz nicht mit ihnen durchgehen.“ „Die Schrägstellerei ist eine Manie der Layouter, die bekämpft werden muss.“ Schulte-Hillen soll nach einer Veröffentlichung eines Briefes in der WELT seine Kritik eingestellt haben. Im Oktober 1988 brüllen sich Christian Nienhaus und Wolfgang Clement vor versammelter Mannschaft im Treppenhaus über die Frage an, wer das Sagen hat, lautstark an. “Es ist leichter, ein Land wie Nordrhein-Westfalen zu führen als die Hamburger Morgenpost”, sagte Clement später über diese Zeit.In einem Pressegespräch im Dezember 1988 sagte Schulte-Hillen über den Zeitplan, die MOPO in schwarze Zahlen zu führen, es sich hier um zwei bis drei Jahre handele. In diesem Zeitraum soll auch mit einem raschen Abbau des Defizits um jährlich zunächst zwölf, dann acht und vier Millionen Mark begonnen werden. Nach fünf Jahren soll die MOPO ein ausgeglichenes Betriebsergebnis erwirtschaften. Für die Zeit danach, so die Süddeutsche Zeitung damals, gebe es eine jährliche Renditeerwartung von 15 Prozent. Zu den Gründe, weshalb es so schwer ist, wird auf der Bilanzpressekonferenz darauf verwiesen, daß der Wolfgang Clement verlässt die MOPO. „Auch die Mannschaft“, so die FAZ in ihrer Ausgabe vom 1. Dezember 1988, „die Clement zur Verfügung hatte, war sicher kein Garant für einen (schnellen) Erfolg. Planstellen, zudem dünn gesät, wurden mit jungen, unerfahrenen Redakteuren besetzt. Die anfängliche Motivation, die von Clement auf die Redakteure ausging, ebbte schon bald ab. Der Führungsstil von Clement geriet immer stärker in die Kritik und schließlich soll sogar jegliche Bindung zum Chefredakteur gefehlt haben.“ Ernst Fischer (Münchener Abendzeitung) wird neuer Chefredakteur.

1989

Im März beschäftigt sich der Aufsichtsrat von Gruner+Jahr mit der wirtschaftlichen Perspektive der MOPO. Über seine redaktionelle Ziele sagt Fischer im April 1989: „Wir wollen eine muntere und engagierte Zeitung machen, eine Zeitung, die sich um die Menschen in der Stadt kümmert, die sich für sie einsetzt. Ich nenne nur unsere Serie über die Wohnungsnot. Wir wollen zunehmend auch mehr Service bieten...Wir wollen politisch kompetent sein, unsere politische Linie beibehalten, die liberal bis linksliberal ist. Und unabhängig. Natürlich sind wir scharf auf investigative Geschichten. Nehmen Sie beispielsweise den Verkauf der Böhringer-Giftküche nach Spanien oder die Geschichte über die Hamburger Patientin, die zwölf Tage unentdeckt auf Klinikgelände lag... Und es werden Hamburger Themen. Da wollen wir noch stärker werden. Und dabei anständig bleiben. ...Wenn man, wie die Morgenpost, politisches Profil hat, kritisch ist, ein Feuilletïn pflegt, klare Kïmmentare druckt, dann darf auch Unterhaltung sein.“ Am 26. Juni 1989 beschließt der Aufsichtsrat von G+J „auf

Anregung von Herrn Mohn ... eine mittel- und langfristige Fortschreibung der Planung“ für die MOPO. Ab dem Geschäftsjahr 1994/1995 soll die MOPO (fortwährend) Gewinne schreiben. Die Zahlen wurden unter G+J nie erreicht, aber man war wichtig. Der Jahresabschluss weist ein Minus von 15,9 Mio. DM aus. „Damit wird der optimistische Ansatz um 2, 8 Mio. DM verfehlt.“ Geschäftsführer wird Axel Gleie. Es kommt nach Jahrzehnten wieder zu einem ersten Redaktionsstreik in der MOPO. In einer Warnstreik-Aktion fordert die Redaktion die Durchsetzung eines bundesweiten Redaktionsvolontariats-Tarifvertrages und Gehaltserhöhungen. Redakteure/innen aus der “Stader Tageblatt” besuchen die MOPO-Redaktion. Im November kommt es zum Zusammenbruch der DDR und der Prozess der “deutschen Einheit” beginnt.

1990

Herausgeber werden Hans Dichand und Rolf Schmidt-Holtz. Mit der Wende 1989 werden jede Menge MOPO-Titel für ostdeutsche Städte angemeldet, ob in Magdeburg, Leipzig, Chemnitz, Dresden, Halle u.a. Orte. Die Gründung der Mecklenburger Morgenpost erfolgt mit Redaktionsbüros in Schwerin und Rostock. Die erste Ausgabe erscheint am 6. März 1990, allerdings bis September (29.09.) noch unter dem Titel “Morgenpost.Mecklemburg.” Die (Druck)Auflage für die Mecklenburger Morgenpost lag im Mai 1990 kurze Zeit bei fast 70.000, um dann aber am Jahresende bei ca. 30.000 zu landen. Der Verkaufspreis der MOPO wird im März 1990 von 0,60 auf 0,70 DM erhöht. Ab Juni 1990 als erste die Dresdner Morgenpost (11.06.). Die “alte” Gesellschaft der Hamburger Morgenpost unter Eduard Greif, Morgenpost Verwaltungs GmbH & Co. KG wird reaktiviert und von der Morgenpost Verlag GmbH, der Eigentümerin der Hamburger Morgenpost, beherrscht. Im August 1990 folgt die Herausgabe der Chemnitzer (20.08.), im Oktober 1990 startet die „MORGENPOST am Sonntag“ in Ostdeutschland. Die MOPO übernimmt die Anzeigenannahme,-dispo und Abrechnung der ehemaligen Zeitungen der NDPD in der DDR, die Norddeutsche Neuesten Nachrichten, Mitteldeutsche Neusten Nachrichten, Brandenburgische Neueste Nachrichten, Thüringer Neueste Nachrichten und die Sächsischen Neuesten Nachrichten. Die Kommunikation wird über den Fernschreiben der Redaktion mit vor Ort geführt, die (westdeutschen) Anzeigenkunden schalten über die MOPO. Später werden die kleinen Regionalzeitungen von der Treuhand an (west)deutsche Zeitungsverlage verkauft. Im Juli verkündigen Gruner + Jahr und Ruport Maxwell das Joint Venture zur Übernahmen des Kauf des Berliner Verlages zu jeweils 50 Prozent.

1991

Gruner+Jahr übernimmt im April 60 Prozent der Gesellschafteranteile der “Sächsische Zeitung”, 40 Prozent erhält die SPD. Es wird bei G+J ein kompletter neuer Vorstandsbereich Zeitungen unter Leitung von Martin Stahel aufgebaut, der bis Mai 1991 Sprecher der Geschäftsführung der Süddeutschen Verlag GmbH war, der später seinen Sitz in der Griegstraße 75 hat. Gruner+Jahr will für alle Zeitungen in Hamburg/ Mecklenburg-Vorpommern, Berlin (Berliner Zeitung, Berliner Kurier/Kurier am Abend), Dresden (Sächsische Zeitung, Dresdner Morgenpost) ein einheitliches System für die Redaktion, die Anzeigen und den Satz einführen. Dieser gigantische Kram von G+J wird später beerdigt. Über die MOPO organisiert werden verschiedenen Anzeigenblätter im Osten aufgebaut. In Rostock der Warnow Kurier, in Schwerin “Unser Schwerin” (später Schwerin), das Berliner Abendblatt, aber auch Titel in Magdeburg, Potsdam und Dresden. Später werden die Titel in die beiden Unternehmen in Berlin und Dresden integriert, eingestellt oder verkauft (und eingestellt). Die Media Analyse im Juli verdeutlicht den Veränderungsprozess der MOPO unter G+J: Während 1987 der Frauenanteil der MOPO bei 32 Prozent , sind es 1991 44 Prozent. Lag der Anteil der Menschen unter 30 Jahre 1987 bei 20 Prozent, so wurden sie 1991 mit 31 Prozent beziffert. 1987

lasen 8,8 Prozent der Hamburger die MOPO, so erreichte 1991 eine Auflage bereits 15 Prozent der Hamburger Bevölkerung. Anlässlich „Fünf Jahre Morgenpost bei G+J“ schrieb der damalige Chefredakteur des Sterns, Rolf Schmidt-Holz, im September 1991 über uns: „Die Hamburger Morgenpost ist die beste Boulevard-Zeitung in Deutschland. Liberal, engagiert, unterhaltend, intelligent. Mein Kompliment an die Redaktion.“

1992

Ernst Fischer scheidet im Januar 1992 aus der Chefredaktion aus. Wolf Heckmann, zwischen 1968 und 1972 bereits einmal Chefredakteur, übernimmt erneut diese Funktion. Im Februar übernimmt G+J die 50 Prozent Anteile von den Erben von Robert Maxwell, der sich wegen der Krise seines Unternehmens Ende 1991 das Leben genommen hatte. Durch die Übernahme der Berliner Zeitung, der Sächsischen Zeitung, sowie der Herausgabe des Berliner Kuriers, der Dresdener, Chemnitzer und Leipziger Mopo, verändert sich die Bedeutung der MOPO. Wir werden später zwar als Keimzelle des G+J Zeitungsgeschäfts genannt, aber stehen nicht mehr so stark im Fokus der Öffeîtlichkeit. Mit einer Neustrukturierung der Kaufzeitungen im September 1992 für die neuen Bundesländern deutet sich ein neues Herangehen an die wirtschaftlichen Ziele in der MOPO an. Nach dem Brandanschlag im November in Mölln startet die MOPO die Aktion gegen die Neonazis: „Fremde brauchen Freunde – Stopp dem Hass“. Anlass war der Brandanschlag von Nazis in Mölln, bei dem drei Menschen ermordet wurden. Willi Schmitt (49) war zum 1. November neben Wolf Heckmann (63) in die Chefredaktion berufen worden und sollte nach einer Einarbeitungszeit alleiniger Chefredakteur werden. Die meiste Zeit von November 1992 bis Dezember 1992 war Schmitt in Berlin/Dresden.

1993

Ein kurzes Gastspiel absolvierte Willi Schmitt als Chefredakteur. Kaum, daß er im Januar 1993 die Chefredaktion übernahm, teilte ihm einige Tages später (am 15. 1.1993) G+J mit, daß sich der Verlag schon wieder, und zwar mit „sofortiger Wirkung“ von ihm trenne wolle. Schmitt sollte neben der Chefredaktion MOPO auch verantwortlich die Herausgeberschaft für alle Boulevardzeitungen von G+J (Berliner KURIER mit dem Chefredakteur Wieland Sandmann und die SONNTAGSPOST mit dem Chefredakteur Thomas Leichsenring) übernehmen. Manfred von Thien und Wolf Heckmann führen ab Februar gemeinsam die Chefredaktion an. Im Juni 1993 sagt Gerd Schulte-Hillen auf der Bilanzpressekonferenz, daß er sein persönliches Ziel erreicht hat: Die Hamburger Morgenpost weist im ablaufenden Geschäftsjahr einen Gewinn aus.. „Das verlegerische Steckenpferd des Vorstandsvorsitzenden“, so die FAZ vom 11.6.93, „erreicht damit trotz offenkundiger Branchenskepsis die Zielkurve.“ Die MOPO bringt im Juni den zweiten großen Hamburger Medizinskandal nach Bernbeck ins Rollen. Gerd-Peter Hohaus erhält für seine couragierte Berichterstattung den Wächterpreis der deutschen Tagespresse. Christian Erhorn wird Verlagsleiter, muß aber im September 1993 seinen Stuhl für Matthias Nienhaus räumen. Zwischen Frank und Erhorn existierte eine Unvereinbarkeit der konzeptionelle Vorstellungen. Während Erhorn auf die Eigenständigkeit der Zeitung setzte, orientierte sich Frank an der Ausrichtung der MOPO im Rahmen der Kaufzeitungsgruppe von G+J. Im Oktober 1993 wird Dr. Mario Frank Geschäftsführer der MOPO. Die strategische Ausrichtung der Kaufzeitungen soll jetzt unter einem Dach erfolgen (Konsolidierung der Kaufzeitungen). Synergie für den Verlag und die Redaktion waren jetzt das Zauberwort. Für alle G+J-Kaufzeitungen soll ein einheitliches Redaktionssystem (Cicero) eingeführt werden. Klar, auch dieses Projekt scheitert. Beim Berliner KURIER wird eine Zentralredaktion beauftragt, übergreifende Themen aus dem Bereich Politik, Weltgeschehen, Sport und Service für Dresden zu bearbeiten. Diese Seiten werden auch zur Dresdner/Chemnitzer MOPO übertragen. Während die Hamburger Morgenpost sich in einer ruhigen wirtschaftlichen Entwicklung befand, waren die Kaufzeitungen in

den neuen Bundesländern in einer schwierigen Lage. „Die Hamburger Morgenpost ist ein gutes Beispiel dafür, daß Tageszeitungen längere verlegerische Geduld erfordern als Zeitschriften. Das richtige redaktionelle Konzept, gepaart mit der erforderlichen Aggressivität im Vertriebs- und Anzeigenmarkt, bietet einer modernen Kaufzeitung auch in Zukunft eine wirtschaftliche Perspektive“, so Frank 1993.

1994

Manfred von Thien wird Chefredakteur, Jan Haarmeyer stellvertretender Chefredakteur. . „Hamburg von der ersten bis zur letzten Zeile“ heißt das Konzept der Chefredaktion. Anfang 1994 fällt die Entscheidung über ein neues Redaktions- und Anzeigensystem. Es kommt zu Spannungen zwischen von Thien und Matthias Nienhaus. Nach den Betriebsratswahlen im März wird Holger Artus zum Betriebsratsvorsitzenden gewählt. Der Satz in Schwarzenbek wird im Juli beendet und die dortigen Kolleginnen und Kollegen in die MOPO übernommen. Im Oktober wird der Verkaufspreis von 70 auf 80 Pfennig erhöht. Im November muss Matthias Nienhaus den Platz räumen. Ab Oktober 1994 wird an einem Relaunch der MOPO der MOPO gearbeitet.

1995

Im Januar 1995 wird von der Redaktion eine eigens für die Marktforschung produzierte neue MOPO erstellt. Es bleibt eine Schreibtischausgabe. Es sollte erneuert und gespart werden. Im Februar 1995 erfolgt die Einführung des neuen Anzeigen- und Redaktionssystems QPS (Redaktion) bzw. AdBase/Mai (Verlag). Mit der Einführung des neuen Systems verschwindet die damalige Funkbude. Es gibt zum ersten Mal Regelungen zur Altersteilzeit in der MOPO. Die Geschäftsleitung will mit dem System auch die Korrektoren abschaffen,aber das scheitert. Es kommt zu Spannungen zwischen dem Verlagsleiter und dem Chefredakteur über die technische Ausstattung. Im März bietet das zur Uni Hamburg gehörende Deutsche Klima und Rechenzentrum (DKRZ) bot der MOPO (24.03.) einen kostenlosen Platz auf ihrem Rechner an. Der Titel des Uni-Teilprojektes: „Elektronische Zeitschriften/Tageszeitung“. Die Projektverantwortung bei G+j für den Online-Auftritt hatte damals Ralf Hermanns. Unter dem Titel „MOPO auf Draht“ entwickelt der damalige CvD, Christoph Simon ein inhaltliches Konzept, das damals alle Grundstrategie versuchte, zu formulieren. Es kommt zu einem ersten internationalen G+J-Betriebsräte-Seminar, auf dem die Teilnehmer/innen aus Spanien, Frankreich und Deutschland über die Bildung eines Europäischen Betriebsrats beraten. Matthias Nienhaus verlässt im Juni 1995 die MOPO. Im September startet als erste deutsche Boulevard-Zeitung die MOPO mit einem Internet-Auftritt. Nach taz und WELT ist sie eine der ersten deutschen Tageszeitungen im Netz (28.09.1995). Der MOPO-Betriebsrat begrüßt die Einführung eines Internet-Auftritts der MOPO: mopo.de stellt für die Zeitung einen Einschnitt in ihrer Entwicklung dar (05.09.1995). Unsere Forderung 1995 war die Betreuung von mopo.de durch die Redaktion und nicht wie damals, durch ein Fremdunternehmen. Die Forderung des Betriebsrats, dass alle Redakteure/ innen bekommen einen Internet- Zugang, wird von G+J massiv abgelehnt. „Wir sind dafür, dass es eine Online-Redaktion gibt, die sich aus der Redaktion zusammensetzt.“ Kollegen aus der Anzeigenabteilung sollte in die Web-Arbeit eingebunden werden. Ausgesprochen haben wir uns für eine Debatte über einen digitale Vertriebsstrategie, die Vergütung für die Online erscheinenden Texte muss geklärt und honoriert werden. Dr. Bodo Almert, Anzeigenleiter von M. DuMont Schauberg in Köln, wird im November Geschäftsführer der MOPO. G+J beendet die Strategie der Zusammenfassung ihrer Kaufzeitungen, jeder Standort bekam wieder eine eigene Geschäftsführung.

1996

Im Januar 1996 verläßt Manfred von Thien die Chefredaktion. Am 1. April 1996 kommt der Tag, auf den alle so lange gewartet hatten: Dr. Mathias Döpfner wurde Chefredakteur der MOPO. Was während der Zeit Nienhaus/von Thien an finanziellen Mitteln nicht bewilligt wurde, floß jetzt reichlich: Es wurde in die Technik, ins Personal, in einen (notwendigen) Relaunch investiert, der von einer großen Werbekampagne im Frühjahr 1997 begleitet wird. Mit ihm beginnt eine der schlimmsten Perioden der MOPO. Döpfner wollte die MOPO nach rechts wenden. Es kommt zum sogenannten „Kettensägenmassaker“. Wie Clement will er seine Mitbringsel einstellen (sie kamen und sind mit seinem späteren Abgang alle wieder verschwunden). Fast alle Ressortchefs sollen abgesägt werden. Es formiert sich ein Redaktionsbeirat gegen die Rechtsentwicklung im Blatt. Nach fast fünfwöchigen Entführungsdrama ist der Hamburger Millionär Jan Philipp Reemtsma Ende April von seinen Kidnappern freigelassen worden. Unbemerkt von der Öffentlichkeit haben sich die Polizei und die Familie des Entführten einen Nervenkrieg mit den Kidnappern geliefert. Die Kommunikation mit den Entführern war über Anzeigen in der "Hamburger Morgenpost" gelaufen. Im Juni 1996 kommt es zu einer kompletten redaktionellen Umstrukturierung, mit den Ressortleitern Layout, Politik, Kultur und Reportage sowie Fotoredaktion, und einem Kollegen aus der Produktion, werden Aufhebungsverträge abgeschlossen. Die Ressortleiter Lokales und Vermischtes werden ihrer Ämter enthoben. Die MOPO wird die Kaufzeitung mit der größten Chefredaktion (und der kleinsten Auflage): sie zählt sechs Mitglieder. Im Oktober 1996 kommt es zu den ersten großen optischen Veränderungen im Blatt. Es wächst die Kritik daran, warum es nicht vor der neuen Optik eine Befragung unter den Lesern gegeben hatte. Ab November 1996 entscheidet man sich für eine Befragung bzw. Copytest. Die Ergebnisse geben den Kritikern an dem Relaunch recht. Der Hamburger Senat verleiht Gerd-Peter Hohaus den Alexander-Zinn-Preis für seine Medienberichterstattung.

1997

Im Februar erscheint die MOPO im neuen Outfit. Eine millionenschwere Kampagne soll den Slogan „Die MOPO bringt’s“ bewerben, eine Auflage von fast 170.000 ist angepeilt. Im Juni verlässt Caroline Methner die MOPO (endlich) als Geschäftsführende Redakteurin und wird stellvertretende Chefredakteurin des Berliner Kuriers. Im Juli verlässt (endlich) der Art-Direktor von Mathias Döpfner in Richtung MAX. Das "Konzept" vom MOPO-Chefredakteur, Döpfner, daß alle stellvertretenden Chefredakteure auch Ressortleiter sind, wird beerdigt. Es kommt zu einer einwöchigen Warnstreik-Aktion in der Redaktion im Rahmen der Tarifverhandlungen. Die “Mittagspause” wird von Tag zu Tag verlängert und drückt massiv auf die Produktion. Ohne das Chaos von Döpfner in der Redaktionsführung hätte es diesen Streik nicht gegeben. Diese Aktion richtete sich auch gegen ihn als Chefredakteur der MOPO. Im September verlässt (endlich) Jan Eric Peters die MOPO. Die Optimierung von redaktionellen Prozessen ist Bestandteil eines Projektes, das über eine Unternehmensberatungsfirma "Management Partner" in der Redaktion durchgeführt werden soll.Seit 1997 informiert der Betriebsrat regelmäßig über die Seitenabrufe oder Besuche auf mopo.de. Der Betriebsrat begrüßt die Einführung eines kleinen MOPO-Intranets, dass von der IT selber aufgebaut worden war. Wir sprechen uns dafür aus, dass sich der Vertrieb, Anzeigenabteilung und Marketing auf der mopo.de Homepage „öffnen“. 22.10.1997: „Die MOPO könnte ihr Image als moderne Zeitung gegenüber den Anzeigenkunden unterstreichen. Der Druckunterlagenversand muss nicht mehr über Kuriere organisiert werden, sonder könnte auf dem komfortablen Weh übermittelt werden. Unsere Marketing-Unterlagen können auf den Kunden zugeschnitten am an dessen Bildschirm angeboten werden... Jedes beliebige Projekt könnte man virtuell auf dem Bildschirm abbilden. Es ist mit wenigen Handgriffen und einigen

Ausführungen möglich, Dokumente für das Intranet aufzubereiten.“ Im November 1997 wird ein neues Textplafonds geändert. Der Umfang der Seiten pro Woche soll um einige Prozent reduziert werden. Im Dezember scheidet Jochen Wedemeyer nach 45 Jahren Tätigkeit aus der MOPO aus. Der Geschäftsführer Bodo Almert wird Ende des Jahres von G+J vor die Tür gesetzt. Obwohl die Ursache bei der Kostenexplosion von Dr. Döpfner zu suchen ist, wird er dafür bestraft. Der Betriebsrat bewertet das Ausscheiden als ein Signal in die falsche Richtung.

1998

Im Januar wurde Dr. Bernd Buchholz Geschäftsführer - der neunte seit Übernahme der MOPO durch G+J. Das Ergebnis der Unternehmensberatungsfirma „Management Partner“ zur Optimierung redaktioneller Prozesse landet im Müllhaufen (erfolgloser) Projekte. Der Betriebsrat setzt sich in einem Info mit den bisherigen Ergebnissen der Döpfner-Ära auseinander. Um zu diesem Zeitpunkt aus der Sackgasse zu kommen, verlangten wir größtmögliche Transparenz: Beteiligte rechtzeitig einbeziehen und ihre Kompetenz auch mal anerkennen und nutzen. Ohne Scheuklappen eine Bilanz-Debatte führen: Was hat sich möglicherweise bewährt, was nicht, was wollen wir ändern und wie? Unsere Meinung zur Chefredaktion: Wer nicht mit der Zeit geht, muss mit der Zeit gehen. Im Februar erscheint zur Winterolympiade (ab 9.2.) täglich ab 16.00 Uhr der OLYMPIA SPIEGEL. täglich sollen 2000 Exemplare verkauft werden. Die Bertelsmann-Firma rtv liefert die TV-Seiten für die MOPO. Chefredaktion und Geschäftsleitung laden zu einer Debatte um die „Hamburg-Kompetenz“ ein (6.2.). Auf der Betriebsversammlung am 16.Februar äußern wir die Sorge, daß die Beschäftigten die Folgen der finanziellen Spielereien Dr. Döpfners tragen werden. Die MOPO startete mit ihrem MOPEL-Spiel. Am 13. März erfahren wir, daß Dr. Mathias Döpfner neuer Chefredakteur der WELT werden soll. Sein Stellvertreter, Thomas Schmid, will als freier Autor arbeiten - und landet kurze Zeit später ebenfalls bei der Springer-Zeitung. Thomas Leichsenring tritt einen außerplanmäßigen Urlaub an - und kommt nicht wieder. Im April übernehmen Jan Haarmeyer und Hansjörn Muder kommissarisch die Chefredaktion. Im Mai erklärt Dr. Buchholz auf einer Betriebsversammlung: Die MOPO muss bis zum 30. Juni 2001 eine „schwarze Null“ schreiben, sonst werde G+J die MOPO nicht weiter halten. Dazu plane man Synergien mit dem Berliner Kurier.Im Juni plaudert Caroline Methner auf einer Redaktionskonferenz des Berliner KURIER über die geplanten Synergien mit der MOPO. Es sei angedacht, die Seiten Vermischtes, Auto und Reise aus Berlin anzuliefern. Mit einer Unterschriftenliste sprechen sich fast die gesamte Redaktion und Teile des Verlages für das Team Haarmeyer/Muder als neue Chefredakteure aus. Zur Fußball-WM erscheint die MOPO verkehrt rum (ab 11.06.). „Drehen Sie die MOPO doch mal um ...“ Im Juli sagte Dr. Bernd Kundrun auf einer Betriebsversammlung (03.07.), daß es künftig keine Vollredaktion der MOPO mehr geben wird. Am 5. Juli informiert die WELT am SONNTAG, daß Marion Horn neue Chefredakteurin der MOPO wird. Dr. Bernd Kundrun entschuldigt sich gegenüber der Redaktion, weil diese Information zuerst an die Presse ging: Die Bekanntgabe sollte erst erfolgen, wenn alle Beteiligten sich auf das Ausstiegsdatum Frau Horns bei TV Hören und Sehen und ihren Einstieg bei uns verständigt hätten. Sie stellt sich am 10. Juli der Redaktion vor: Die MOPO müsse mehr Hamburg-Flair und Wärme ausstrahlen. „Vor allem“, betont sie jedoch, „will ich das künftige Konzept gemeinsam mit der bestehenden Redaktion erarbeiten.“ Im August bezeichnet Dr. Kundrun auf der Bilanzpressekonferenz am 26. von G+J (26.08) den abzeichnenden personellen Exodus bei der MOPO als „Abschmelzungsprozeß“. Im Zeitungsmarkt in Hamburg habe die MOPO „wieder Erfolge zu verzeichnen. Die Auflagenkurve zeige deutlich nach oben. Das Anzeigengeschäft konnte das hohe Vorjahresniveau halten. Es ist jedoch notwendig, die Ergebnissituation ... über reine Marktmaßnahmen hinaus durch gezielte Rationalisierungen im Verbund der Kaufzeitungen von G+J zu verbessern.“ Im September nimmt Marion Horn ihre Arbeit in der Griegstraße auf. Wolf Heckmann wird für die nächsten Wochen engagiert. Im Oktober sorgt die MOPO mit ihrer (fast) leeren Doppelseite zur Anti-Clinton-Kampagne

der rechten Republikaner für einen medien-politischen Paukenschlag. Marion Horn nimmt als erste Chefredakteurin der MOPO an einer Diskussion im Presseclub der ARD teil.Der Kölner DuMont-Verlag tritt an Gruner+Jahr heran. Im November sagt Kress“ sagt Marion Horn in Kress (13.11.), dass die Gefahr besteht, daß man 2001 vielleicht die betriebswirtschaftlichen Ziele erreicht habe, 2002 aber eingestellt wird, da die redaktionelle Luft ausgegangen sei.

1999

Im Januar informieren die Betriebsräte von EXPRESS, KURIER und MOPO (19.1.) zeitgleich an allen drei Standorten über die Pläne zur Bildung einer Boulevard-Agentur und wenden sich gegen betriebsbedingte Kündigungen. Im letzten Augenblick (27.1.) gelingt es G+J (noch einmal), Konstantin Neven DuMont als Kunde für eine Agentur im Boot zu behalten. MOPO-Online erscheint im neuen Design (20.1.). Ab Februar können Interessierte die MOPO-Texte über die Genios-Datenbank auch kostenpflichtig beziehen. Eric Markuse wird stellvertretender Chefredakteur (1.2.). Im März stellt sein „Bündnis für die MOPO“ vor (26.3.). Es geht darum, die MOPO trotz der schwierigen wirtschaftlichen Lage nach vorne zu bringen, betriebsbedingte Kündigungen zu verhindern und die Vollredaktion zu erhalten. Der Geschäftsführer hält an den Synergieplänen fest. Im ersten Geschäftsjahr, so die Planung, sollen 600 000, im folgenden 1,5 Millionen Mark gespart werden. Der BR informiert darüber, dass im kommenden Geschäftsjahr 13 Stellen abgebaut werden sollen. Im April wird die Marktforschungfirma OPUS engagiert. Auf der Betriebsversammlung (15.4.) wendet sich der Betriebsrat gegen Spekulationen, dass die MOPO 2001 eingestellt wird, wenn sie die „schwarze Null“ nicht erreicht. Der Geschäftsführer bestreitet auf der Betriebsversammlung, dass der überregionale Sport künftig aus der Boulevard-Agentur kommen soll.Die MOPO kommt mit ihrer Single-Aktion MAKE-A-DATE heraus (17.4.). Dr. Buchholz präsentiert das Modell der Redaktionsgemeinschaft (21.4.). Die Redaktion ist sprachlos und betroffen. Es wird ein Vertrag zwischen der G+J-Redaktionsgemeinschaft und dem EXPRESS geschlossen (20.4.). Für die Leistung aus Berlin soll der EXPRESS pro Kalenderjahr über 1 Million Mark zahlen. Insgesamt sollen 75 Seiten aus der RG kommen.Der BR übergibt Dr. Buchholz ein Schreiben (28.4.), in dem sich über 90 Beschäftigte enttäuscht über den RG-Vorschlag äußern und ihn auffordern, eine Alter-native zu diskutieren. Im Mai macht der Betriebsrat den Vorschlag, die Politikredaktion in Hamburg zu belassen, die Kopfzahl in der RG zu erhöhen. Heiner Klaffs und Holger Artus betreten die Räume des Berliner KURIER (21.5.). Sie wollen sich vor Ort ein Bild von der Redaktionsgemeinschaft machen. Das G+J-Management in der Berlin „springt im Dreieck“ und will den Berliner Betriebsrat verklagen. MOPO und KURIER vereinbaren allgemeine Grundsätze der Zusammenarbeit im Rahmen der G+J-Redaktionsgemeinschaft. Im Juni beschäftigt sich die Gesellschafterversammlung der MOPO sich mit der weiteren redaktionellen Ausrichtung bzw. Strategie der Zeitung. Es werden diverse Workshops in der Redaktion gestartet. Aus Kostengründen wird bei der MOPO-Druckerei in Rotenburg/Wümme (Sasse) nur noch an vier, statt wie bisher an sechs Tagen gedruckt. Im Juli startet die G+J-Redaktions-gemeinschaft offiziell (1.7.). Das Bonner Büro der MOPO zieht nach Berlin. G+J reicht die Klage gegen den Berliner Betriebsrat ein (20.7.), weil er „Betriebsfremden“ (Klaffs, Artus) Zutritt zum Haus gewährt hat. Es erscheint ein relaunchtes EXTRA-BLATT (16.7.). Die Geschäftsleitung entscheidet sich, ein geplantes Buchprojekt zum 50.Geburtstag der MOPO zu stornieren. Im August informiert G+J auf der Bilanzpressekonferenz (25.8.), dass die Verluste der MOPO mehr als halbiert wurden. In der Presse kann man von einem Verlust von 3,9 Millionen Mark lesen. Ab dem 1. August wird die Rechtschreibreform in der MOPO umgesetzt. Die Ergebnisse der OPUS Markt-forschung liegen vor. Insgesamt wurden 332 Leser befragt. Am 16. September feiert die MOPO ihr 50-jähriges Bestehen. In einer (eher) launigen Rede sagt der G+J-Vorstandsvorsitzende, dass die MOPO noch für Überraschungen sorgen wird. Die Gerüchte über einen Verkauf an Hans Barlach verdichten sich. Der BR wendet sich an den Geschäftsführer. Dieser erklärt (28.9.): „Ich habe

dazu am letzten Freitag in der Redaktion alles gesagt, was es zu sagen gibt: Da ist nichts dran.“ Der Betriebsrat informiert über die Ergebnisse der OPUS-Marktforschung. OPUS kommt u.a. zu dem „Ergebnis, dass die mit dem OPUS-Instrumenten gemessene Unzufriedenheit der MOPO-Leser deutlich höher ist, als die der Leser aller Tageszeitungen, für die OPUS gearbeitet hat.“ Im Oktober weist das Arbeitsgericht Berlin die Klage von G+J gegen den Betriebsrat vom KURIER zurück (14.10.). Die Betriebsräte von MOPO und KURIER sprechen sich in einem gemeinsamen Brief (4.10.99) dafür aus, den Servicebereich in der RG weiter auszubauen. Es wird bekannt (25.10.), dass in dem Vertrag zwischen G+J und dem EXPRESS auch vereinbart worden war, dass der überregionalen Sport zum 1.7.2000 aus der RG kommen soll. „Sollte sich der Verlag bis 30.6.2000 nicht mit G+J über die Belieferung mit Sporttexten geeinigt haben, kann der Vertrag mit einer Frist von einem Monat zum Monatsende’“ durch den EXPRESS gekündigt werden. In einem Telefonat mit dem BR-Vorsitzenden im Oktober bestreitet Dr. Kundrun jede Verkaufsabsicht. Am 20. Oktober wird ein Kaufvertrag zwischen G+J sowie Frank Otto bzw. Hans Barlach unterzeichnet. Der BR spricht von einer Chance für den Neuanfang - wenn die neuen Verleger gemeinsam mit den Beschäftigten an einer Perspektive arbeiten. In der SÄCHSISCHEN ZEITUNG kommt es zu einem Streik (22.11.), der auch aus dem Betriebsratsbüro der MOPO aktiv unterstützt wird, u.a. die Web-Seite zum Streik. Die Beschäftigten wehren sich gegen Tarifflucht und Ausgliederungen von Lokalredaktionen. Im Dezember verständigen sich Marion Horn und die neuen MOPO-Gesellschafter auf eine Vertragsauflösung. Erika Krauß, seit 49 Jahren MOPO-Fotografin, wird mit dem Alexander-Zinn-Preis geehrt (10.12.).