

Uwe Brandhorst  
Hardenbergstr. 5  
26203 Wardenburg  
Tel. 04407/6369  
Fax 04407/8459

Wardenburg, den 17.07.2010

Auf ein Wort liebe Wardenburger!

Wie sollen wir es sagen?

Diese Frage stellen wir uns immer, wenn wir pünktlich jeden Samstag, um 6.00 Uhr in der Frühe, am Computer sitzen und gemeinsam versuchen den richtigen Einstieg für unseren wöchentlichen Internetauftritt zu finden.

Und meistens fangen die Berichte ganz einfach und vollkommen harmlos an.

Das Ende sieht aber in den meisten Fällen für die in diesen Berichten angesprochenen Beteiligten verheerend, um nicht zu sagen, vernichtend aus.

Ohne den Artikel in seiner genauen Wortwahl zu kennen, sind wir uns mit absoluter Sicherheit einig darüber, dass uns dies heute und wer weiß (!) vielleicht auch in den kommenden Ausgaben wieder gelingen wird.

Wir haben den Lesern vor einigen Wochen versprochen, dass, wenn wir anfangen auszupacken, die gesamte Chefetage der NWZ um „Gathmann, Siedenbiedel, Köser, Seelheim & Co.“, anschließend als Lachnummer in ihrer Branche eingehen werden.

Und, wenn wir etwas öffentlich ankündigen, dann ist das nicht hohles Weibergewäsch, was man nach unserer Meinung fast jeden Tag in „Seelheims Kantinenzeitung“ zu lesen bekommt, sondern Fakten mit hinterlegten Belegen!

Wer nun glaubt, dass die heutige Veröffentlichung ausreicht, um sich ein endgültiges Urteil darüber zu erlauben, ob die NWZ Chefetage um „Gathmann, Siedenbiedel, Köser, Seelheim & Co.“ eine absolute Lachnummer in ihrer Branche tatsächlich ist, sowie wir es vorhergesagt haben, der sollte besser abwarten, bis alle Ausgaben zu dieser Rubrik komplett veröffentlicht wurden.

Natürlich kann man dem (Irr-)Glauben verfallen, dass es nach dieser heutigen Ausgabe keine Steigerung der Peinlichkeiten in Richtung NWZ Chefetage mehr geben kann.

Dies sei an dieser Stelle jedoch vorab angekündigt(!): „Man kann!“

Unseren „Kniffelbrüdern“ in der Peterstrasse müssen wir allerdings noch um etwas Geduld bitten.

„Das, was Sie wissen müssten, wissen Sie, trotz aller Anstrengungen (!), nach unseren bisherigen Informationsstand, und der es bekanntlich noch besser als Sie glauben (!), noch immer nicht und werden wir uns für „danach“ aufbewahren, wenn wir mit dieser Veröffentlichungsreihe fertig sind.“

Der NWZ Chefredakteur Rolf Seelheim veröffentlichte am 03.10.2009 unter der Rubrik „Editorial“ – für diejenigen Leser, die es nicht wissen: (lat.-engl.) Vorwort oder Leitartikel des Herausgebers einer Zeitung (Eigene Anmerkung: Es lebe die deutsche Sprache bzw. nobel geht die Zeitungswelt zu Grunde!) -, „Unternehmer, die diesen Namen verdienen, unternehmen etwas“.

Offensichtlich scheint dies auch auf die NWZ zuzutreffen: Unternehmer, unternehmen etwas.

Die Frage stellt sich nur: In welche Richtung „unternimmt“ der NWZ Konzern etwas, das diesen Namen verdient?

Damit meinen wir nicht, was allerdings nach unserer Ansicht absolut in diese Kategorie durchaus hervorragend passen würde, wie der NWZ Unternehmer und Miteigentümer Reinhard Köser rechtswidrig am Bundeskartellrecht vorbei einen konkurrierenden Zeitungsverlag nach dem anderen aufkaufte und sich, nach unserer Meinung, über diesen illegalen Weg ein Macht- und Meinungsmonopol aufgebaut hat, sondern gemeint ist hier wohl eher nach unserer Einschätzung die „Unternehmerlust“ eines ganz anderen menschlichen Leides: „Die geschäftliche Ausrichtung über mehr finanzielle Macht durch höhere Gewinnmargen, oder besser gesagt, durch pure Geldgier in Vollendung!“

Allerdings meinte der „Testbildchefredakteur“, Rolf Seelheim, derartige Unternehmer mit Sicherheit nicht, die er unter seiner Rubrik „Editorial“ ansprach, dass „Unternehmen etwas unternehmen“, indem sie auf Grund ihrer Monopolstellung aus purer Macht- und Geldgier andere Unternehmen ausbeuten.

So etwas trauen wir selbst den „Testbildchefredakteur“, Rolf Seelheim, noch nicht einmal zu!

Aber sehen Sie, liebe Leser, man kann auch seine gewonnene Monopolstellung, auch wenn sie illegal in unseren Augen herbeigeführt wurde, dazu ausnutzen, um Anzeigenkunden bei den Preisverhandlungen auszupressen, wie eine gut gereifte Apfelsine auf einer Orangenpresse.

Also im Klartext:

Man nimmt die eine Hälfte einer(s) Orange (Unternehmers), nimmt sie/ihn in die rechte Hand und drückt sie/ihn mit voller Kraft auf die (Unternehmer-)Orangenpresse. Und dann fängt man ganz langsam an zu drehen. Immer weiter dreht man die (Unternehmer-)Orangenhälfte bis der göttliche Saft (Zaster) in langen, ergiebigen Ergüssen unter den Fingerkuppen entlang der (Unternehmer-), „Orangen-Rinnenpresse“ fließt und willenlos zur Ablassöffnung, wo ein breiter, goldgelber mit (Unternehmer-)Fruchtfleisch durchsetzter (Geld-) Saftstrahl seinen Weg in die/den (geöffneten Geldschatulle) vor gekühlten Silberbecher findet. Der Pressvorgang der gefolterten (Unternehmer-) Orangenhälfte wird erbarmungslos immer und immer wieder fortgesetzt bis zu dem Zeitpunkt, dass man fast schon die (Unternehmer-) Orangenpresse selbst in ihrer höchsten Erhebung in der inneren Handfläche merkt, weil die (Unternehmer-)Orangenschale so dünn geworden ist, unter dem Pressdruck der gemarterten, inzwischen total zerriebenen und ausgequetschten (Unternehmer-)Orangenhälften.

(„Lesen Sie, liebe Leser, den gleichen Absatz noch mal und ersetzen das Wort Orange, etc. durch die in Klammern gesetzten Worte Unternehmer, etc.)

So, liebe Leser, fühlen sich ungefähr Unternehmer/innen, die erbarmungslos von geldgierigen Monopolisten ausgequetscht werden!

Das ist ungefähr so, liebe Leser, wie Sie zurzeit von der Bundesregierung ausgelutscht werden nach dem Wahlversprechen: Mehr Netto vom Brutto!

Haben unsere Leser das Gefühl?

Gut, so!

Gefühl bitte beibehalten und jetzt packen Sie bitte noch einmal von diesem Scheißgefühl – man möge unsere vulgäre Sprache an dieser Stelle ausnahmsweise entschuldigen, aber manchmal muss es eben sein (!) – noch das zigfache obendrauf, dann wissen die Leser ungefähr ansatzweise (!) in was für einem elendigen Gefühl man sich als Unternehmer/innen befindet, wenn man einem Monopolisten restlos ausgeliefert ist, aber nichts anderes machen kann, als auf seine Bedingungen einzugehen, weil

man ansonst seinen Laden dicht machen müsste und folgerichtig auf der Strasse sitzen würde, mit einem endlosen Haufen an Schulden!

„Und dies, liebe Leser, mag für einige von Ihnen eine lustige Episode unserer heutigen Veröffentlichung sein, aber in Wirklichkeit stehen hier Unternehmerexistenzen auf dem Spiel die alles, aber auch wirklich alles verlieren!“

Worum geht es?

Wie unsere treuen Leser wissen, hat das Bundeskartellamt der Übernahme des Hunte Reports durch die NWZ zugestimmt, um ein paar Arbeitsplätze im Hunte Report zu sichern.

Die Folge ist, dass durch diese Fusion die NWZ eine Monopolstellung in unserer Region erlangt hat, die man gut und gerne mit einem Marktanteil von über 95 Prozent bezeichnen kann.

Wettbewerb gibt es nach unserer Einschätzung nicht mehr in unserer Region, Dank einer tatkräftigen Unterstützung des Bundeskartellamtes!

Was ist die Folge für Unternehmer/innen, der/die auf so einen Monopolisten, wie die NWZ, angewiesen ist?

Preisexplosionen im Anzeigengeschäft!

Was wir bereits vor der Genehmigung des Bundeskartellamtes bei der Übernahme des Hunte Reports durch die NWZ befürchtet haben, ist bitterer Ernst geworden.

„Und wir reden hier nicht von ein paar Peanuts, unsere sehr verehrten Leser, sondern um Abzocke im ganz großen Stil!“

Hier wird „rasiert“, abkassiert, Schotter gemacht ohne mit der Wimper zu zucken und alle in der NWZ Chefetage um Seelheim, Reichenbachs, Exner, etc. wissen davon und schweigen vor ihren Brötchengebern, wie wir glauben.

Aber als der Landtagsabgeordnete Torsten Thümler (CDU) vor Jahren (Mai 2005) sich als angeblicher Journalist Preisnachlässe für Übernachtungen in Hotels irregulär erschlichen hatte und auf Grund der NWZ Veröffentlichungen zu recht zurücktreten musste, war dies das Titelthema Nummer Eins in unserer „Testbildzeitung“, wo es in der Tat nur um Kleinstbeträge ging.

Wir erinnern an dieser Stelle auch noch gerne an die Silberhochzeitskostenaffäre des SPD Politikers Karl-Heinz Funke als Oldenburgisch-Ostfriesischen Wasserverbands-Vorsteher, dessen Verhalten der „Testbild-Chefredakteur“, Rolf Seelheim, in einer Kommentierung vom 21.12.2009 als „Instinktlos“ bezeichnete.

Im Verhältnis zu diesen Affären ist das, was die NWZ sich hier erlaubt keine „Instinktlosigkeit“, sondern ganz einfach auf gut Deutsch gesagt: „Eine Schweinerei die zum Himmel schreit und in unseren Augen Unternehmerexistenzen kosten wird mit den damit verbundenen Verlust von Arbeitsplätzen!“

„Die Kleinen hängt man und bei den Großen schaut man locker vom Hocker drüber hinweg, nicht wahr Herr Seelheim mit dem erhobenen Anstandsfinger!“

Was das Bundeskartellamt auf der einen Seite an vermeintlichen Arbeitsplätzen für die Hunte Report Mitarbeiter durch die Fusion mit der NWZ meinte zu retten, so schön es für die Hunte Report Mitarbeiter ist, dürfte für viele Arbeitnehmer von Unternehmen der Verlust ihrer Arbeitsplätzen bedeuten, weil Unternehmer/innen ihre Anzeigenrechnungen nicht mehr bezahlen können und dadurch in den Ruin getrieben werden, weil durch fehlende geworbene Kundschaft die nötigen Umsätze fehlen.

Ein Unternehmen lebt nun einmal von Anzeigen um Kunden in sein Unternehmen zu bekommen und dadurch seine angebotenen Waren verkaufen zu können, damit er Gewinne erzielen kann und unter anderem damit wiederum die Werbeanzeigen in den Zeitungen bezahlen zu können.

Ohne Werbung ist ein Unternehmen in der heutigen Zeit nicht mehr Existenzfähig.

Wenn jedoch die Werbungskosten in die Höhe schnellen, dann kann dies für Unternehmen, die ohnehin am Existenzminimum dahin vegetieren, nicht zuletzt wegen der noch andauernden Finanzkrise, der sichere Untergang bedeuten.

Damit unsere Leser uns richtig verstehen, es geht hier nicht um ein paar belegte Brötchen, sondern im Einzelfall um Preiserhöhungen die sich locker im hohen fünfstelligen Bereich bewegen, wenn nicht sogar sechsstellige Preiserhöhungen ... jährlich, pro Anzeigenkunde!

Und dies lässt sich auch Eindrucksvoll belegen!

Ein Unternehmen hat im Jahr 2009/2010 eine Anzeige zweispaltig 420 mm hoch für 650,00 Euro plus 19 Prozent Mehrwertsteuer vom damaligen und jetzigen Geschäftsführer, Fabian Speckmann des Hunte Reports eingeräumt bekommen.

Ab dem 01.07.2010, also nach der Übernahme durch die NWZ, soll die gleiche Anzeige im Hunte Report für den gleichen Unternehmer 1.764,00 Euro plus 19 Prozent Mehrwertsteuer betragen!

Eine Kostenexplosion um sage und schreibe von rund 175 Prozent!

Begründung des Hunte Reports: Fehlanzeige!

In Euro pro Anzeige Mehrkosten von 1.114,00 Euro plus 19 Prozent Mehrwertsteuer!

Auf das Jahr umgerechnet will der NWZ Konzern vom Unternehmer über Nacht die Kleinigkeit von 57.928,00 Euro plus 19 Prozent Mehrwertsteuer abkassieren!

Und dies dürfte nach unserer Einschätzung kein Einzelfall sein.

Für ein Unternehmen mit derartig explosionsartigen Mehrkosten kann dies der sichere Ruin bedeuten.

Das Bundeskartellamt hat eigentlich als Aufgabe den Wettbewerb zu sichern. Was hier jedoch geschehen ist dürfte wohl das krasse Gegenteil sein.

Mit dieser Frage konfrontiert, hat der Unternehmer das Bundeskartellamt eingeschaltet, wegen des Verdachts des „Missbrauchvorwurfs in Sachen Preisgestaltung“ unter Ausnutzung einer Monopolstellung.

Nach unserem Kenntnisstand soll das Bundeskartellamt die NWZ in der kommenden Woche (!) zu einer Stellungnahme aufgefordert werden!

Wir dürfen schon heute gespannt sein, wie diese Stellungnahme der NWZ ausfallen wird?

Gespannt sind wir auch auf die Kommentierungen von der „Testbildchefredaktion“ um „Seelheim, Exner, Reichenbachs & Co.“, was sie zu diesen Auswüchsen ihrer Geschäftsführung halten?

Wer die Entlassung von Funke und Thümler wegen Vergleichsweisen Peanuts fordert, der sollte auch die Entlassung von „Gathmann, Siedenbiedel, Nack, Speckmann & Co.“ fordern, die nach unserer persönlichen Einschätzung Unternehmen wegen überzogenen Anzeigenpreisen in den Ruin treiben und damit sich schuldig machen am Verlust von Arbeitsplätzen!

Ganz besondere Aufmerksamkeit dürften wohl diejenigen Unternehmer/innen haben, wenn sie ihre Millimeterpreise mit denen vergleichen, die hier als Kopie veröffentlicht wurden.

Sollte es Unternehmen geben, was nach unserer Einschätzung mit hoher Wahrscheinlichkeit der Fall sein dürfte, die mehr bezahlt haben pro Millimeter Anzeige im laufenden, wie vergangenen Jahr, wäre ein Gespräch mit dem Geschäftsführer des Hunte Reports, Fabian Speckmann, durchaus angebracht zwecks Abstimmung möglicher Rechnungsgutschriften!

Zurzeit soll sich Herr Speckmann allerdings noch im Urlaub befinden. Hier wenden sich die betroffenen Unternehmensinhaber/innen bitte vertrauensvoll an den „stellvertretenden Aufpassergeschäftsführer“ Jens Nack.

Herrn Nack legen wir nahe für die nächsten Wochen noch ein paar Telefonistinnen einzustellen und sich auf ein paar Überstunden im Hunte Report einzustellen.

Für konkurrierende Verlage, sofern es hiervon noch welche in unserer Region gibt, sind diese Vorlagen als Rechnungskopien beste Argumentationsgrundlagen für das erfolgreiche Abwerben von Anzeigenkunden beim NWZ Konzern.

Falls die Leser nun glauben, das war schon alles, kann ich die Leser beruhigen.

Dies war erst der Anfang dieser NWZ Lachnummer die zum Teil allerdings auch tragische Folgen nach sich ziehen könnten die aus verständlichen Gründen weniger zum Lachen sind.

Im Übrigen kommt es noch „besser“ für die Brüder in den Chefetagen des Hunte Reports, der Sonntagszeitung und der NWZ, die nach unserer persönlichen Einschätzung am Ende als Witzfiguren dieser Region in die Geschichtsbücher eingehen werden.

Was diese Veröffentlichung für ein Imageschaden für den NWZ Konzern insbesondere, für „Gathmann, Siedenbiedel, Nack, Speckmann & Co.“ nach sich ziehen wird, auf Grund ihrer aberwitzigen Geschäftspraktiken, dürfte außer Frage stehen.

Die Frage stellt sich ab sofort: Wie will man das gelegte Feuer noch austreten, wo man als Verlag keinen direkten Zugriff, wie auch immer (!), darauf hat?

Diese Internetseite wird, nach unserer persönlichen Meinung, für den NWZ Konzern in jeder Hinsicht, was die finanzielle Ausrichtung angeht bzw. die Imageausrichtung, mit dem Wissen was wir bisher heute haben, ab sofort richtig teuer!

„Ach, Herr Gathmann, wussten Sie eigentlich, dass seit mehreren Monaten über Ihr Unternehmenskonzern recherchiert wird?“

„Wussten, Sie nicht?“

„Dann wissen Sie es jetzt!“

„Falls Sie nun allerdings meinen, Sie wissen das, was Sie eigentlich wissen müssten und wir seit mehreren Monaten bereits wissen, können wir Ihnen nur sagen, Sie wissen nach wie vor nichts!“

Für ein Geschäftsführer einer Zeitung eigentlich reichlich blamabel, oder!

Wie bereits gesagt: Es ist und bleibt, nach unserer Einschätzung, unter dieser Führung eben doch nur eine „Testbildzeitung“!

Euer

Uwe Brandhorst

P.S.: Sämtlichen Äußerungen, Behauptungen, etc. in dieser Kolumne und der aus der Vergangenheit sind persönliche Meinungen des Unterzeichners und seiner Mitstreiter und keine Tatsachenbehauptungen, um damit vorsorglich Medienjuristen die Möglichkeit zu nehmen, durch juristische Spitzfindigkeiten Prozesse anzuzetteln, um den überlasteten Gerichten und uns die Zeit zu stehlen, für Nebenkriegsschauplätze, die ohnehin niemanden interessieren bzw. den Kern der Aussagen dieser Internetveröffentlichung, nach unserer persönlichen Auffassung, verfehlen.