

2007  
2008

# Leidenschaft und fester Glaube

## Mit 10 kaufte er die ersten Aktien, mit 18 gründete er den ersten Verlag: Norman Rentrop ist ein echter Selfmade-Mann

**F**rüher wurde hier Politik gemacht. Jetzt geht es in der ehemaligen Bürgermeistervilla um Geld und um Glauben. Das Erdgeschosszimmer des alten Bad Godesberger Amtshauses steht voller gediegener Bücherregale, „Aktien“ klebt als Index bei den einen an den Regalbrettern, „Christliches“ an denen der anderen. Papierfähnchen mit A, B, C markieren die Ordnung.

„Drei Kilometer in die Richtung“, sagt Norman Rentrop und deutet aus dem Fenster, „da war mein Kinderzimmer.“ Er lehnt an einem der Sessel im Konferenzraum des Aufsichtsrats der Verlagsgruppe, die seinen Namen trägt. Auf dem Fensterbrett lehnen mehrere Bibelausgaben, daneben hängt wandfüllend ein Poster mit den Aktienkursen der letzten 100 Jahre. Seine Geschichte begann in jenem zwölf Quadratmeter großen Kinderzimmer, als er mit 18 seinen Verlag gründete. „Die Geschäftsidee“ hieß das erste Produkt. Das war 1976.

Norman Rentrop ist jetzt fast 51 und das, was man einen Selfmade-Mann nennt. Er hat unternehmerisch so viel erreicht, dass er sich vor zehn Jahren aus dem Tagesgeschäft zurückgezogen hat. Sein Erfolgsrezept war, seine Erfolgsrezepte weiterzugeben. Zielgruppe waren von Anfang an andere Selbständige – Unternehmensgründer, die lernen mussten, wie man Mitarbeiter einstellt, Aufträge akquiriert, Umsatzsteuer berechnet. Zur Verlagsgruppe Norman Rentrop gehören heute der Verlag für die Deutsche Wirtschaft, der Fachverlag für Informationsdienste und einige Tochterunternehmen. Außerdem ist die Verlagsgruppe an Verlagen in Warschau und Bukarest beteiligt, investiert in n-tv, vergibt seit fast 20 Jahren den Cicero-Rednerpreis – im vergangenen Jahr an Thomas Gottschalk, dieses Jahr an den Philosophen Peter Sloterdijk. Newsletter und Loseblattsammlungen sind das Hauptgeschäft von Rentrop, digitale Informationsdienste sind in den letzten Jahren dazugekommen. Das dickste Heft ist so dünn, dass

andere Verlage dafür das Wort ‚Magazin‘ nicht benutzen würden. Man merkt den Verlagsprodukten an, dass es hier auf die Inhalte ankommt, sexy aussehen muss es nicht.

Rentrop ist ein eher unscheinbarer Typ. Wäre er nicht 1,90 groß, würde er in einer Aktionärshauptversammlung eher untergehen. Sein Gesicht ist groß und oval, das Haar grau und vorne schon verschwunden, die Brille randlos. Man sieht ihm seine Leidenschaft für Schokolade eher an als die Leidenschaft für Golf und Basketball. Sein Bauch lässt ihn gemütlich aussehen.

Doch es gibt auch andere Facetten. Norman Rentrop ist ein Faktenfetischist, detailversessen. Wenn er erzählt, kann er auf den Wochentag genau schildern, was vor 30 Jahren passiert ist. „Norman Rentrop lernte die Notwendigkeit einer wirksamen Kontrolle schon ganz früh“, heißt es auf seiner Homepage. Es zahlte sich aus. Nicht zufällig zeigt der Pfeil in seinem Unternehmenslogo steil nach oben. Warren Buffet, einer der reichsten Männer der Welt, ist sein unternehmerisches Vorbild. „Ich versuche nie, an der Börse schnelles Geld zu machen. Ich gehe beim Aktienkauf davon aus, dass sie den Markt am nächsten Tag für fünf Jahre schließen könnten“, soll Buffet gesagt haben – Rentrop hat den Spruch in seine Zitatensammlung aufgenommen.

Und der Verlag wächst und wächst. Seit 2001 stieg die Zahl der Mitarbeiter von etwa 270 auf nun exakt 462. Die Verlagsgruppe musste unlängst gar Räume in einem dritten Gebäude dazumieten, im ehemaligen Bundeskriminalamt. Die Unternehmensteile sind alle nur wenige Gehminuten voneinander entfernt in der ehemaligen Diplomatenstadt Bad Godesberg. Auch wenn der Verlag mit 33 Jahren noch verhältnismäßig jung ist, kommt er daher wie ein Familienunternehmen mit langer Tradition. Verwurzelung, Familiensinn – Rentrop kennt es nicht anders: Er ist in Bad Godesberg aufgewachsen, wohnte hier während ▶

# Contra: Dies ist ein Gesetz gegen den Journalismus

**E**ine Demokratie ist auf die unbefangene Mitwirkung ihrer Bürger angewiesen. Sie lebt von deren Meinungsfreude und von deren Engagement. Wenn der Bürger sich nicht mehr traut, die Presse auf gewichtige, womöglich vertrauliche, aber skandalöse Vorgänge aufmerksam zu machen, weil der Informantenschutz nicht mehr gewährleistet ist – dann leidet die Aufgabe der Presse. Wo ein Klima der Überwachung und Bespitzelung herrscht, kann ein freier und offener demokratischer Prozess nicht stattfinden. Das neue Vorratsdatenspeicherungsgesetz ist also – auch – ein Aufklärungsverhinderungsgesetz gegen den Journalismus. Wann immer irgendeine Straftat „mittels Telekommunikation begangen“ werden soll oder vielleicht begangen werden könnte, kann auf die Daten zugegriffen werden, also praktisch immer; Telefon oder Internet sind ja heutzutage immer im Spiel.

Was jeden und jedwede Kommunikation betrifft, das betrifft den Journalismus und die grundgesetzlich besonders geschützte Kommunikationsfreiheit in besonderer Weise. Der Schutz der Kommunikationsfreiheit reicht, so steht es im Spiegel-Urteil des Bundesverfassungsgerichts aus dem Jahr 1966, „von der

Beschaffung der Information bis zur Verbreitung der Nachrichten und Meinungen“. Und zuletzt im Cicero-Urteil von 2007 hat das höchste deutsche Gericht noch einmal bekräftigt: „Die Gewährleistungsbereiche der Presse- und Rundfunkfreiheit schließen diejenigen Voraussetzungen und Hilfstätigkeiten mit ein, ohne welche die Medien ihre Funktion nicht in angemessener Weise erfüllen können. Geschützt sind namentlich die Geheimhaltung aller Informationsquellen und das Vertrauensverhältnis zwischen Presse beziehungsweise Rundfunk und seinen Informanten. Staatlichen Stellen ist es darüber hinaus grundsätzlich verwehrt, sich Einblicke in Vorgänge zu verschaffen, die zur Entstehung von Nachrichten oder Beiträgen führen, die in der Presse gedruckt oder im Rundfunk gesendet werden“.

Das alles scheint den Gesetzgeber nicht sonderlich zu kümmern; besondere Vorkehrungen zum Schutz der Pressefreiheit sind im neuen Gesetz nicht vorgesehen. Das heißt: Die Vertraulichkeit der elektronischen Kommunikation mit Journalisten und das Recht zur Geheimhaltung der Informationsquellen gelten zwar als grundlegend für die Medienfreiheit – gleichwohl ist aber auf Grund des Gesetzes jede elektronische Kontaktaufnah-

me von oder zu einem Journalisten für einen längeren Zeitraum rückverfolgbar. Man muss kein Datenschützer und kein Presseverbandsfunktionär sein, um zu erkennen, was das bedeutet? Einschüchterung.

Die Pressefreiheit muss beiseite springen, wenn der Staat mit Blaulicht daherkommt. Natürlich leben Journalisten hierzulande nicht gefährlich. In vielen Staaten ist das anders: In Iran oder in China ist die Pressefreiheit nur zwei mal drei Meter groß, so groß wie eine Gefängniszelle. In solchen Ländern wissen aber die Menschen, was die Pressefreiheit wert ist. Sie wissen es, wie es die ersten deutschen Demokraten gewusst haben, auf dem Hambacher Fest von 1832 und in der Revolution von 1848, als alle politischen Sehnsüchte in dieses Wort ‚Pressefreiheit‘ mündeten. Der Gesetzgeber in Deutschland und der die Normsetzer in der Europäischen Union wissen es offenbar nicht mehr. ■



**Der Autor**  
**Heribert Prantl**  
leitet das Ressort Innenpolitik  
der Süddeutschen Zeitung.  
Er war früher Staatsanwalt  
und Richter.

Sein Erfolgsrezept:  
Erfolgsrezepte weitergeben.  
Norman Rentrops Zielgruppe  
waren von Beginn an Selbständige,  
denen er bei der Unternehmensgründung hilft.



Verlag  
Norman Rentrop





## Nicht zufällig zeigt der Pfeil im Logo seines Unternehmens steil nach oben. Warren Buffet ist für Norman Rentrop das unternehmerische Vorbild.

### Der Mensch: Norman Rentrop

Norman Rentrop (Jahrgang 1957), wurde als ältester von fünf Kindern in Bad Godesberg geboren, studierte ab 1977 Betriebswirtschaftslehre in Köln. Er bezeichnet sich auf seiner Homepage als „Verleger, Investor, Philanthrop“. Seit 1990 etwa investiert er in den Fernsehsender n-tv, später baute er den Kabelkanal Bibel-TV mit auf und betreibt eine gemeinnützige Stiftung unter seinem Namen. Ein Teil seines gesellschaftlichen Engagements: Norman Rentrop ist stellvertretendes Mitglied der Synode der Evangelischen Kirche Deutschland EKD. Er lebt mit seiner Familie in Bonn-Bad Godesberg.

er in Köln studierte, gründete hier seine Firma. Als Schüler ging er aufs örtliche, von Jesuiten geführte Kolleg, wie zuvor schon sein Vater. Sein Vater und auch sein Großvater waren Wirtschaftsprüfer und Steuerberater. Der Großvater brachte ihm der Welt der Aktien nahe; mit gerade mal zehn Jahren trug der Enkel sein Ersparnis zur Bank und investierte. Die Karriere, die dann kam, war nur die logische Fortsetzung.

„Ich war zwölf, als mich mein Freund Peter Koch fragte, ob ich Lust hätte, mit ihm eine Schülerzeitung zu machen. Der Rektor war dafür, stellte aber eine Bedingung: ‚Macht nicht wieder 6000 Mark Schulden wie Eure Vorgänger!‘“, Rentrop lacht. Die Vorstellung, Schulden zu machen, muss für Norman Rentrop geradezu absurd sein. Schon als Sextaner war ihm klar, dass man nicht mehr ausgeben kann, als man einnimmt. Mit 15 schrieb er für die Bonner Rundschau, Sein erster Text war eine Reportage über ein Konzert in einem „Rockschuppen“ – das ist das Wort, das Rentrop benutzt, und das so überhaupt nicht zu ihm passen will. Als ein paar findige Menschen ein Anzeigenblatt

für Bad Godesberg herausbrachten, rechnete der Steppke einfach mal so für sich nach und kapierte, dass so etwas machbar wäre. Ein Internatskollege in Eton, erinnert sich der Verleger, hatte mit 18 schon einen eigenen Antiquitätenladen auf der Hauptstraße, auch das hat ihn schwer beeindruckt.

Es wäre die Geschichte eines ganz normalen Unternehmers geworden, der mit einer guten Idee im Verlagsgeschäft schon jung zu relativ viel Geld gekommen ist. Wenn, ja wenn da nicht jenes Erweckungserlebnis im Hotelzimmer gewesen wäre – Mitte der 90-er in Baden-Baden, als er die Bibel zur Hand nahm und darin blätterte. Er entdeckte seinen Glauben wieder, die erste Wendung in seiner Geschichte.

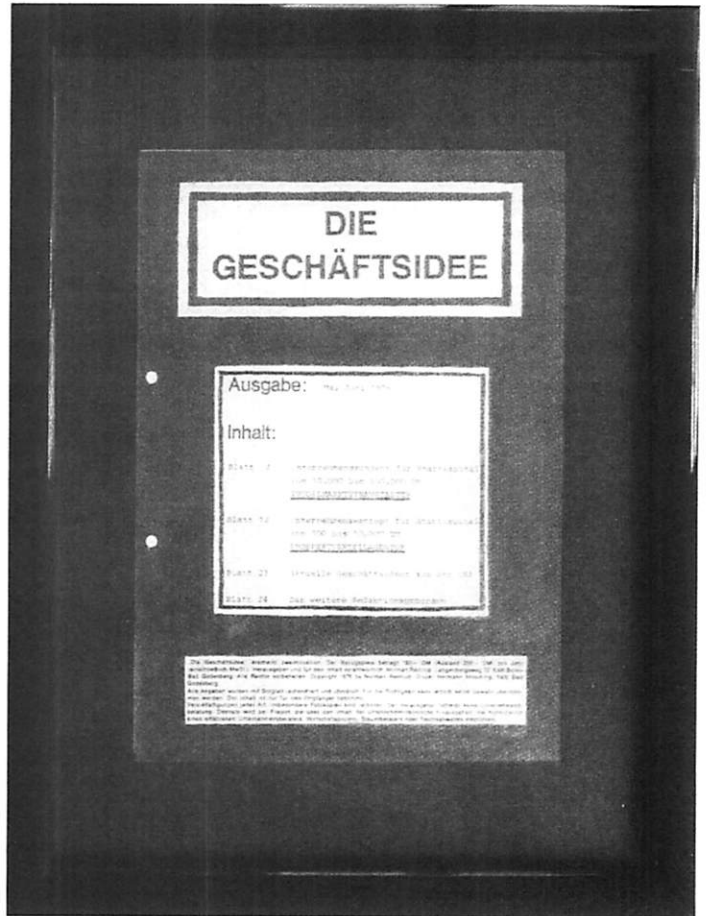
Die zweite kam kurz vor seinem 40. Geburtstag, Rentrop befiel etwas, das er ‚Midlife-Krise‘ oder ‚Die Frage nach dem Sinn des Lebens‘ nennt. Nie hätte er gedacht, dass ihm das passieren würde, ihm, der doch schon als Schüler sein Leben genau durchgeplant hatte. „Wofür stehe ich eigentlich jeden morgen auf“, fragte er sich nun. Und als ihm



# Norman Rentrop ist jemand, der eine gute Idee er- kennt, wenn sie ihm begegnet. Er nimmt Anstöße dankbar auf als Basis für seine ei- genen Projekte.

## Das Unternehmen: Verlagsgruppe Rentrop

1976 erschien mit „Die Geschäftsidee“ die erste Publikation des Verlags Norman Rentrop. 1998 erfolgte Norman Rentrops Wechsel in den Aufsichtsrat der neu gegründeten Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG, Unternehmen der Verlagsgruppe Rentrop mit Sitz in Bonn-Bad Godesberg. 2007 betrug der Umsatz der Verlagsgruppe Rentrop 135 Millionen Euro und der Umsatz der Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG: 103 Millionen Euro. Mit diesen Zahlen rangiert die Verlagsgruppe nach dem Ranking des ‚Buchreports‘ auf Platz 6 in der Rangliste der deutschen Fachverlage.



Mit der ‚Geschäftsidee‘ begann die Erfolgsgeschichte des Verlegers Norman Rentrop. Damals war er gerade einmal 18 Jahre alt. Das Alles fing an in seinem zwölf Quadratmeter großen Kinderzimmer.

ein gläubiges Ehepaar ein Buch des Paters Anselm Grün in die Hand gedrückt hatte, beschloss er, die zweite Hälfte seines Lebens dem Verkündigen zu widmen. „Meine Gabe ist eben nicht, im Kirchenchor zu singen“, sagt Rentrop. „Jesus Christus hat gesagt: ‚Geht in die ganze Welt.‘ Das nehme ich wörtlich.“

Die Entscheidung war gefallen, er gab das Zepter ab. Ganz konsequent: Er verlagerte sein Büro in die Bürgermeistervilla; seine 100 Stunden-Woche – „immer rabotti, rabotti, rabotti“ – halbierte er. Aus dem Mann für alles an der Spitze wurde ein Aufsichtsratsvorsitzender. Seine engsten Mitarbeiter hatten damals nicht für möglich gehalten, dass er das tatsächlich durchziehen würde. Seit er sich aus dem operativen Geschäft zurückgezogen habe, sei er ruhiger geworden, sagt eine langjährige Mitarbeiterin. Norman Rentrop gründete Bibel-TV, stiftet Predigtpreise, sitzt im Programm-Ausschuss der Deutschen Bibelgesellschaft. Fragt man ihn nach der Vereinbarkeit von ethischem Handeln und dem in der freien Wirtschaft üblichen Streben nach

Gewinnmaximierung, sagt Rentrop, er vertraue auf das Konzept der Gnade, Sünder seien wir schließlich alle. „Nicht, dass am Ende noch ein Heiligenbild entsteht!“

Er ist ein Geschichtenerzähler – er weiß, was eine Story lebendig macht: Gute Storys müssen eben detailgenau geschildert werden. In erster Linie ist er der Erzähler seiner eigenen Legende. Dazu gehört auch die Anekdote über seine erste BWL-Vorlesung in Köln: 1500 Studenten saßen im Saal. „Mir war sofort klar“, erzählt Rentrop, „dass es hier keine Anwesenheitskontrolle gibt.“ Seine Schlussfolgerung: „Ich konnte dank einer ausgefeilten Mitschriften-Arbeitsgemeinschaft auch vom Verlagsbüro aus den Vorlesungsstoff verfolgen.“

Oft sind seine Geschichten auch Gleichnisse; zu seinen Standards gehört die Bibel-Episode über die ungleichen Schwestern Martha und Maria, die eine arbeitssam, die andere nur zu Jesus’ Füßen. Dass man auf seiner Website eine lange Abhandlung darüber findet, wieso unternehmens-spezifische Mythenbildung wichtig ist für Zusammenhalt ▶



Norman Rentrop hat seinen Arbeitsumfang reduziert, um mehr Zeit für sein christliches Engagement zu haben.

und Erfolg des Betriebs, wundert nicht. „Ich bevorzuge es, die Welt mit Worten zu erklären, nicht mit mathematischen Formeln“, sagt er.

Was sich wiederholt: Es sind immer Erlebnisse und Impulse anderer, die ihn inspiriert und bewegt haben. Norman Rentrop ist jemand, der eine gute Idee erkennt, wenn sie ihm begegnet. Er nimmt diesen Anstoß dankbar auf als Basis für seine eigenen Projekte und tut nicht so, als wäre alles seine Idee gewesen. Er entdeckt etwas – und reagiert dann.

Ideen weiterzugeben, das ist sein Grundprinzip als Verleger. „Ich nenne es multiplizierte Beratung“, sagt Rentrop. Er ist dabei geblieben: Er gibt seine Erfahrungen weiter, in dem Glauben, sie helfen anderen ebenfalls. Ob das ‚Der Redenberater‘ oder ‚Der Personalberater‘ ist, ‚Der Versandhausberater‘ oder ‚Das Sekretärinnen-Handbuch‘, ‚Bibel TV‘ – seit Ende 2007 auch mit Jugend-Kanal – oder ‚100 Zitate für 2008‘: Das Prinzip ist stets das Gleiche. Die schwarzen Drehstühle, in denen Rentrop mit seinen Vorstandskollegen sitzt, wenn sie die neuen Quartalszahlen besprechen, sind millimetergenau justierbar. Und in

gewisser Weise entsprechen die Sessel der Logik seines Unternehmertums: Er stellt die Sitzgelegenheit zur Verfügung und jeder kann sich seinen Stuhl so einstellen, wie es für ihn am besten passt.

Wenn Norman Rentrop den Blick schweifen lässt, im Konferenzraum, dann sieht er Schubert an den Wänden, in denen die aktuellen Verlags-Newsletter stecken. Einer davon leuchtet, als würde ein bienen gelbes Licht darauf fallen. Es ist ein Ableger des Bestsellers ‚Simplify your life‘. Norman Rentrop weiß, wie das geht. ■



### Die Autorin Anne Haeming

ist freie Journalistin und schreibt seit zehn Jahren für Print- und Onlinemedien. Ihr Schwerpunkt: Kultur- und Medienjournalismus. Sie hat in Konstanz und Toronto Amerikanische und Englische Literatur, Politik und Kunst- und Medienwissenschaften studiert.