

● Schweizer
journalist

#12/2018
CHF 12.-

A portrait of Lukas Hässig, a middle-aged man with glasses, wearing a dark suit, a light blue shirt, a red tie, and a light blue scarf with yellow and red stripes. He is standing outdoors in a city square, with a building and other people in the background.

**DER JOURNALIST
DES JAHRES**

Lukas Hässig am Zürcher Paradeplatz. Der Blog-Journalist von „Inside Paradeplatz“ gewann die Wahl mit seinen Enthüllungen über Raiffeisen-Chef Pierin Vincenz. Er gewann sie haushoch.



**CHF 12.68*:
der günstigste
TKP der
Schweiz.**

**Erreichen Sie mit einer
Schaltung so viele Leute wie
mit 20,2 Mal Sportpanorama.****

Im Migros-Magazin wird Ihr Inserat von 2'371'000 Lesern in der Deutschschweiz oder 3'031'000 Lesern in der Deutsch- und Westschweiz gesehen. Und das für einen TKP von nur CHF 12.68*. Kontaktieren Sie uns anzeigen@migrosmagazin.ch



KURT W. ZIMMERMANN
ist Chefredaktor des „Schweizer Journalisten“.

What a year! Konfetti!

2018 war aus journalistischer Sicht das erfolgreichste Jahr seit Langem. Der Qualitätsjournalismus, entgegen allen Kritiken, gedeiht. Wir sollten nicht jammern, aber Konfetti werfen.

Man kann einen Jahresrückblick immer aus zweierlei Optik betrachten, aus kulturpessimistischer Sicht und aus kulturoptimistischer Sicht.

Die Kulturpessimisten beklagten im Jahr 2018 wieder mal den schrecklichen Verfall des Qualitätsjournalismus, diesen Hang zu Boulevardisierung und Irrelevanz. Angeführt werden all die alarmistischen Schwarzmaler von Medienprofessoren wie Mark Eisenegger, die permanent die deprivierte Demolierung der Publizistik beklagen.

Seltsamerweise stimmen diesem Quark sogar manche Journalisten zu.

Die Kulturoptimisten, zu denen ich mich zähle, argumentieren weniger mit solch düsteren Ideologien als vielmehr mit der Helligkeit des Sachverhalts. Und die Sachlage ist erfreulich wie seit Zeiten nicht mehr. So viele starke Storys wie in diesem Jahr hat der Schweizer Journalismus seit Langem nicht mehr produziert. Der Qualitätsjournalismus in diesem Land floriert.

Bevor wir ein paar Musterbeispiele erwähnen, repetieren wir kurz die wichtigste Aufgabe des Berufs. Journalisten sind dazu da, Missstände und Fehlentwicklungen dieser Gesellschaft aufzudecken und auf Korrektur zu dringen. Sie müssen unter die Decken blicken, die von Politik, Behörden und Wirtschaft niedergehalten werden. Die Technik dieser Aufklärungsarbeit nennt man Recherche.

So besehen war 2018 ein sehr gutes Jahr. Die Korruption bei der Post, die Abgründe bei Raiffeisen, das Baukartell in Graubünden, die Machenschaften beim Waffenexport, die Reibereien mit der EU, die Islamisierungszone, die Schattenwürfe von Bundesratskandidaten, die Spesen-Exzesse in der Armee, die Winkelzüge von welschen Regierungsräten, etc., etc.

Immer haben Journalisten all dies aufgebracht. Sonst wäre das unter dem Deckel geblieben.

Der Recherchierjournalismus in der Schweiz ist auf bemerkenswert hohem Niveau. Die Königsdisziplin unserer Branche blüht. Bestätigt in dieser Einschätzung sehen wir uns durch die Liste der „Journalisten des Jahres“, die wir in dieser Nummer vorstellen. Es

sind, mit ihren Storys, hervorragende Beispiele darunter.

Die Liste ist ein schönes Signal der journalistischen Unabhängigkeit. In diesem Punkt unterscheiden sich die helvetischen Journalisten beispielsweise doch deutlich von ihren deutschen Kollegen. Dort haben selbst ehemalige Enthüllungsplattformen wie der „Spiegel“ und die „Süddeutsche“ praktisch keine innenpolitischen Primeurs mehr. Vor lauter Regierungsnähe und Regierungstreue haben sie ihre systemkritische Funktion weitgehend auf dem Friedhof des politischen Opportunismus begraben.

Bei uns, ohne Überheblichkeit, ist das anders. Wir sind noch in gutem Sinne subversiv. Anders als in Deutschland hat uns die politische Korrektheit noch nicht zu konformen Kätzchen domestiziert.

Interessant an unserer erfreulichen Entwicklung ist, dass es auch diese Diskussionen um neue Arbeitsstrukturen wie die Mantelredaktionen relativiert. Es ist reichlich egal, so zeigt sich nun, unter welchen Rahmenbedingungen man arbeitet. Die Rahmenbedingungen haben kaum Einfluss auf die publizistische Qualität.

Lukas Hässig, unser „Journalist des Jahres“, arbeitet allein als Einzelgänger und produziert seine Enthüllungen aus einem kleinen, gemieteten Büro in Zürichs Peripherie. Andere Preisträger, etwa von der Blick-Gruppe und vom „Tages-Anzeiger“, sitzen in zentralisierten Newsrooms mit 200 Kollegen. Beide Strukturen produzieren exzellente Resultate.

Qualität, so können wir folgern, ist nicht eine Frage der Strukturen. Es ist eine Frage des persönlichen Willens und des persönlichen Wollens.

Wenn du als Journalist gut sein willst, bist du immer gut, egal wo. Wenn nicht, auch egal wo.



Die „Journalisten-Werkstatt“:

Nicht-Abonnenten können die Werkstatt für 7,20 CHF zzgl. Versandkosten per E-Mail bestellen unter: vertrieb@oberauer.com. Für Abonnenten ist sie im Heftpreis enthalten.

IMPRESSUM

Schweizer Journalist

13. Jg., Nr. 12/2018
www.schweizer-journalist.ch

Chefredaktor

Kurt W. Zimmermann
E-Mail: kurt.zimmermann@schweizer-journalist.ch

Redaktionsanschrift

Postfach 15, 8194 Hüntwangen-Wil
Tel. 071 432 23 81

Herausgeberin

Margrit Sprecher

Verlag und Medieninhaber

Johann Oberauer GmbH
Fliederweg 4, A-5301 Eugendorf
Tel. +43 6225 2700-0
Fax +43 6225 2700-11
E-Mail: vertrieb@oberauer.com

Handelsregister Salzburg HRB 8171
Geschäftsführer: Johann Oberauer

Anzeigen- und Medienberatung

Margareta Uliarte
Tel. +43 6225 2700-34

Mitarbeiter dieser Ausgabe

Roger Anderegg, René Bortolani, Esther Diener-Morscher, Andreas Fagetti, René Lüchinger, Peter Rothenbühler, Stephan Russ-Mohl, Wolf Schneider, Margrit Sprecher, Markus Wiegand, Sabine Wunderlin, René Zeyer.
Korrektorat: Christine Lieber

Produktion

Martina Hutya, Sabrina Weindl,
Fabian Helminger, Katrin Hintereder

Layout

Errea Comunicación, Spanien

Abo- und Vertriebsshotline

Sonja Karabakan, +43 6225 2700-41
Diana Karwell, +43 6225 2700-45
E-Mail: vertrieb@oberauer.com

Druck

Druckerei Roser, Salzburg

TITEL



DIE JOURNALISTINNEN UND JOURNALISTEN DES JAHRES

Lukas Hässig ist der Journalist des Jahres. Und preisgekrönt werden in ihren Kategorien auch Nina Kunz, Daniel Binswanger, Kaspar Surber, Yves Wegelin, Silvia Süess, Daniel Ryser, Stefan Bürer, Heinz Günthardt, Kurt Pelda, Michèle Binswanger, Susanne Wille und Jean-Martin Büttner.

Seite 22

RUBRIKEN

- 6 **Kurz und bündig.** Zitate, Reaktionen, Aufsteiger, Absteiger, Köpfe, Studien.
- 12 **Aus den Redaktionen.** Neue Medienköpfe und Karrieren.
- 14 **Aus der PR-Szene.** Neue Köpfe in der Kommunikation und der PR.
- 38 **Blitzlicht.** Die Bilder des Monats von Keystone.

MEDIEN

- 16 **„Wofür genau soll meine Zeit noch kommen?“** Ladina Heimgartner ist 38 und seit diesem Jahr die Nummer zwei in der SRG. Sie hätte Direktorin von SRF werden können, wollte aber lieber in Graubünden bleiben.
- 21 **„Journalisten in Uniform“.** „NZZ“-Chefredaktor Eric Gujer über seine Expansion nach Deutschland.
- 22 **Titel.** Die Journalisten des Jahres in den zehn Kategorien des „Schweizer Journalisten“.

- 30 **Lukas Hässig.** Der Journalist des Jahres im Interview über Recherchen, Informanten, sein Ego, seinen Schreibstil und natürlich über seine grösste Story.
- 35 **Ralph Büchi.** Markus Wiegand über den Schweizer Medienmanager, der bei Axel Springer in Berlin zum Präsidenten aufsteigt.
- 36 **Ein cooles Haus mit Gemüsegarten.** Als Ringier 2017 „L’Hebdo“ einstellte, war man der böse Bube im Welschland. Inzwischen schreibt Ringier Romandie mit „Le Temps“ eine schöne Erfolgsgeschichte im Qualitätsjournalismus.
- 40 **Serafinis Nilpferd und Ibsens Volksfeind.** Benjamin von Wyls Journalistenschule war das Leben auf einem Brett, ein Abstecher zu Vice und ein Intermezzo als Dramaturg.
- 42 **Mehr und mehr vom Meer.** Erst amüsierte sich die Branche reichlich über den Schweizer Verleger Nikolaus Gelpke. Heute gehört Gelpkes Heft „mare“ zu den Prunkobjekten im internationalen Magazinmarkt.



Die „Journalisten-Werkstatt“:

Nicht-Abonnenten können die Werkstatt für 7,20 CHF zzgl. Versandkosten per E-Mail bestellen unter: vertrieb@oberauer.com. Für Abonnenten ist sie im Heftpreis enthalten.



LADINA HEIMGARTNER

Hätte bei SRF den nächsten Karriereschritt machen können, hätte sie gewollt. Aber sie wollte nicht.

Seite 16



MARGRIT SPRECHER

Was passiert, wenn ein Reporter eine Story schreibt. Margrit Sprecher hat dazu ein Buch gemacht.

Seite 62



PHILIPP GUT

Mal ist er bissig wie ein Hund und dann empathisch wie eine Katze. Der ambivalente Mr. Gut.

Seite 68

PRAXIS

- 46 **Karl von Schumacher.** René Lüchinger über den legendären Gründer der „Weltwoche“.
- 62 **Die Geschichte nach der Geschichte.** Was passiert, wenn ein Reporter eine Reportage schreibt? In einem neuen Buch (Titel: „Wellen schlagen“) beschreiben Journalisten die Folgen ihres Tuns.
- 66 **„Ausprägung der romantischen Seite“.** Daniel Puntas Bernet, bekannt als Gründer des famosen Magazins „Reportagen“, richtet ab 2019 einen hochdotierten internationalen Reportage-Preis aus.
- 68 **Kampjournalist und Schöngest.** Philipp Gut, der stellvertretende Chefredaktor der „Weltwoche“, ist brillant und ambivalent wie kaum ein anderer Schweizer Journalist.
- 74 **Eine Welt voll Witz und Wahn.** So schräg wie er zeichnet sonst keiner. Bei Cartoonist, Karikaturist und Kolumnist Ruedi Widmer ist nichts so, wie es sich vordergründig darbietet. Gleich um die Ecke lauert skurriler Hintersinn.
- 53 **Ritsch, ratsch, recherchiert.** Schreiben kann jeder und jede. Recherchieren sollten Journalisten aber auch können. Können aber viele nicht – oder nicht mehr.
- 58 **„Narrativ“ und „Befindlichkeit“ und „Fokussieren“ und überhaupt.** Der Altmeister sagt uns wieder einmal, wo wir uns schrecklich in die Klischees schreiben. Wolf Schneider über sprachliche Unsitten im Journalismus.
- 60 **Zwischen Zentren und Peripherien.** Europas Kommunikationsforscher zu Gast in der Schweiz. 1.400 Köpfe kamen. Eine Frage blieb umstritten: Wie politisch soll die Medienwissenschaft sein?
- 61 **Vor allem heisse Luft.** Soll mir nur keine Recherche die gute Geschichte vermiesen: Nach diesem Motto schreiben manche Journalisten. Das zeigt ein Artikel über angeblichen Organdiebstahl in der „Basler Zeitung“.
- 80 **Dr. Media.** Peter Wanner, Christof Moser, Nathalie Wappler, Markus Somm.
- 82 **Terminal.** Sidonia Küpfer.

GESAGT IST GESAGT



„Ich empfehle jungen Menschen nicht mehr, Journalist zu werden.“

Peter Knechtli von Online-Reports blickt auf ein langes Berufsleben zurück.

„Wir müssen keinen Meinungsjournalismus machen.“

Die neue SRF-Direktorin **Nathalie Wappler** erklärt in der „NZZ am Sonntag“ eine Binsenwahrheit des öffentlichen Rundfunks.

„Wir sollen und werden auch künftig nicht nur abbilden, sondern auch einordnen, gewichten und Hintergrund liefern.“

Radio-Chefin **Lis Borner** beruhigt in einem internen Schreiben umgehend die Meinungsjournalisten des öffentlichen Rundfunks.

„Die News scheint komplett an uns vorbeigegangen zu sein.“

Die Journalistengewerkschaft Impressum unter Geschäftsführer **Urs Thalmann** erklärt ihr seltsames Schweigen zum Tod der „TagesWoche“.

„Dem deprivierten Journalisten ist es nicht unwohl, da auch er sich in einer Blase bewegt.“

Christian Mensch hat in der „Schweiz am Wochenende“ auch Geschmack am neuen Medien-Modewort der Deprivation gefunden.



„Man muss nicht jedes Interview mitmachen. Wenn man höflich absagt und das Nein begründet, wird dies der Journalist in der Regel verstehen.“

Jimmy Mariéthoz, Direktor des Verbands der Gemüseproduzenten, sagt auf gemuese.ch, wie man Journalisten loswird.

„Die Post-Zustellung wird mit jährlich 30 Millionen Franken subventioniert. Dieser Betrag müsste auf 100 Millionen Franken erhöht werden.“

CH-Media-Verleger **Peter Wanner** hat von den Bauern gelernt. Man muss immer konkrete Summen nennen, wenn man Subventionen will.

„Gäbe es ein Wappentier für Journalisten, wäre es der Aaskäfer.“

Die neue „Republik“-Chefredaktion von **Sylke Gruhnwald** und **Michael Rüegg** publiziert in einem Editorial neue, zoologische Erkenntnisse.

„Überraschung nur für Journalisten, die nicht hinschauen. Sondern im Newsroom vor dem Bildschirm hocken und sich gegenseitig abschreiben.“

CVP-Präsident **Gerhard Pfister** spottet auf Twitter über Journalisten, die von den zwei CVP-Bundesratskandidatinnen überrumpelt wurden.

„Dass Pelda weiter auf eigene Faust recherchierte, nachdem die Behörden bereits Ermittlungen aufgenommen hatten, ist fraglich.“

„Edito“-Chefredaktorin **Nina Fargahi** plädiert in der „WoZ“ für einen Recherchestopp für Journalisten wie „Tages-Anzeiger“-Mann Kurt Pelda, wenn der Staat aktiv wird.

Ob Early Bird oder Last Minute – wir sind jederzeit für Sie da.

Medienstelle Hotelplan Group, Prisca Huguenin-dit-Lenoir
prisca.huguenin@hotelplan.com, Tel. 043 211 83 48
 Sägereistrasse 20, 8152 Glattbrugg, www.hotelplan.com



Ingrid Deltenre

Ingrid Deltenre, 58, war Verlagsleiterin bei Ringier, Chefin von Publisuisse, Direktorin des Schweizer Fernsehens und bis 2017 Generaldirektorin der Europäischen Rundfunkunion (EBU).

Ingrid Deltenre, sind Sie eigentlich frühpensioniert?

Ingrid Deltenre: Nein, ich bin spätaktiv.

Wie viel TV SRF schauen Sie noch, oder sind Sie nur noch bei Netflix?

Fifty-fifty. News, Sport und Dokus bei SRF, und als Film und Serienfan komme ich bei Netflix voll auf die Rechnung.

Haben Sie einen Ratschlag an Ihre Nach-Nachfolgerin Nathalie Wappler?

Ich glaube nicht, dass Sie auf meine Ratschläge wartet. Was mir persönlich aber immer wichtig war, ist der Respekt vor den Zuschauerinnen und Zuschauern und eine einfach zu kommunizierende Strategie.

Als Chefin der EBU sassen Sie ja fast nur im Flugzeug. Das hat sich vermutlich geändert.

Als Verwaltungsrätin von internationalen Unternehmen – Givaudan, Deutsche Post/DHL und Agence France Presse – sitze ich immer mal wieder im Flieger. Allerdings bin ich froh, vor allem jetzt im Winter, dass das Risiko deutlich kleiner geworden ist, in einem Flughafenhotel zu übernachten wegen annullierten oder stark verspäteten Fliegern aufgrund von Schnee oder Nebel.



Ingrid Deltenre: anspruchsvolle VR-Mandate.

Was ist heute Ihr anspruchsvollster Job?

Die umfassende und gewissenhafte Vorbereitung für die VR-Sitzungen und VR-Workshops. Dazu gehört auch, dass ich die Trends und Entwicklungen, die relevant sind für diese Industrien, täglich verfolge. Zeitungs- und Buchlektüre, aber auch Firmenbesuche sind dazu unerlässlich. Ich habe fünf VR-Mandate und bin ausserdem als Mitglied des Leitungs-Ausschusses des Executive MBA der Universität Zürich sehr aktiv im Bereich der beruflichen Weiterbildung.

Vermissen Sie das operative Geschäft?

Ganz und gar nicht. Ich bin auch als VR ganz vorne dabei, um den fundamentalen Wandel, in dem sich die Unternehmen, in denen ich engagiert bin, mitgestalten zu können. Ich lerne immer noch sehr viel und kann auch viel einbringen, vor allem im Bereich der digitalen Transformation. Wegen meinem Mandat bei Sunrise verfolge ich auch die Regulierung des Telekomsektors in der Schweiz sehr genau. Man muss gleich lange Spiesse für alle schaffen. Das ist in der Schweiz noch nicht der Fall.

Und wie denken Sie ans Pressegeschäft zurück? Sie waren ja mal Verlagschefin von „Cash“.

Ich bin froh, dass ich heute nicht mehr in der traditionellen Medienbranche tätig bin. Die Rahmenbedingungen in dem kleinen Markt Schweiz sind wirklich sehr schwierig geworden.

Von aussen betrachtet, welche Zukunft hat die Zeitungsbranche?

Die Medien haben den Einfluss der Digitalisierung im Vergleich zu anderen Industrien sehr früh und sehr dramatisch erfahren. Allerdings haben viele relativ spät damit angefangen, ihre Geschäftsmodelle anzupassen. Es wird aber immer Menschen geben, die unabhängige und glaubwürdige Nachrichten haben wollen und auch bereit sind, dafür zu bezahlen. Deshalb haben jene Medien eine Zukunft, die in die Glaubwürdigkeit des Journalismus investieren.

IN

Die **Regionalanzeiger** sind bei Weitem die stabilste Pressegattung der Schweiz. Rund 160 Stück davon gibt es allein in der Deutschschweiz, von den „Aarauer Nachrichten“ bis zum „Zugerbieter“. Erstaunlicherweise sind sowohl ihre Auflagen wie ihre Anzeigenumfänge konstant und mitunter sogar steigend, denn der lokale Markt wandert weder bei den Lesern noch bei den Inserenten ins Internet ab. Die regionalen Traditionsverlage sind darum höchst interessiert, hier einzusteigen, neu verlegt etwa der Gassmann-Verlag den „Amtlichen Anzeiger für Biel“. So ist es auch kein Wunder, dass der alte Populist Christoph Blocher in dieses populäre Segment eingestiegen ist.

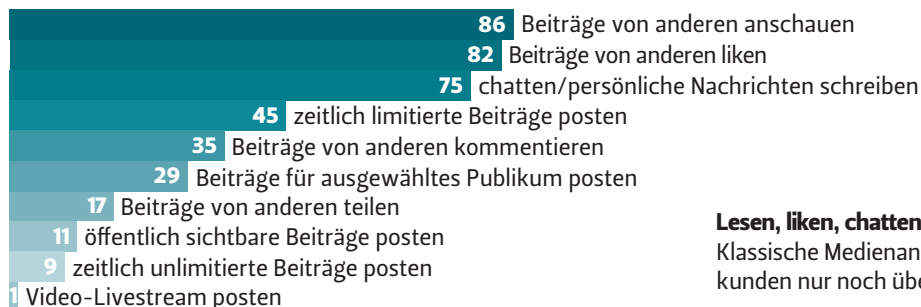
OUT

Papier ist out. Seit Jahren ist der Papierverbrauch in der Schweiz rückläufig. Ums Jahr 2000 lag der Papierverbrauch pro Kopf und Jahr noch bei 194 Kilogramm, heute sind es noch 139 Kilogramm. Der Rückgang hat viel mit der Medienbranche zu tun. Die Auflagen von Zeitungen und Zeitschriften gingen permanent zurück, gleichzeitig verschwanden auch die Werbung und die Kleinanzeigen aus den Blättern. Vor 20 Jahren war beispielsweise eine Donnerstags-Ausgabe des „Tages-Anzeigers“ noch 90 Seiten dick, heute sind es 40 Seiten. Die Auflage lag damals bei 280.000, heute sind es 140.000. In einem Punkt, immerhin, hat der Vormarsch des Internets doch etwas zur Papierproduktion beigetragen. Der Karton-Verbrauch im Online-Versand ist auf Rekordniveau.

Snapchat, Instagram, Youtube

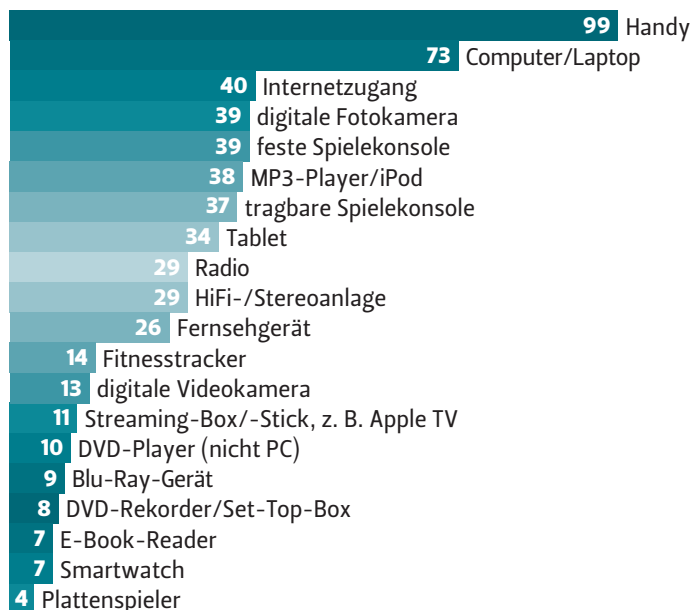
Alle zwei Jahre erscheint die „James“-Studie, die Schweizer Jugendliche zwischen 12 und 19 Jahren über ihren Medienkonsum befragt. Auffallend ist bei der jüngsten Publikation im November 2018 der Vormarsch der Streaming-Abos, natürlich zu Ungunsten von Presse-Abos. (alle Angaben in Prozent)

Tätigkeiten von Jugendlichen in sozialen Netzwerken



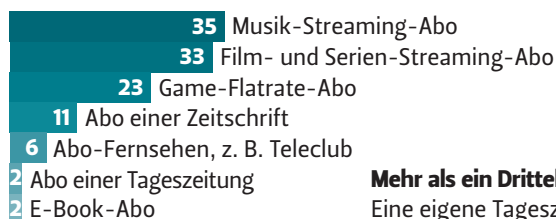
Lesen, liken, chatten: Wie Jugendliche die sozialen Netzwerke nutzen. Klassische Medienanbieter müssen realisieren, dass sie ihre Zukunftskunden nur noch über Social Media erreichen.

Gerätebesitz bei Jugendlichen



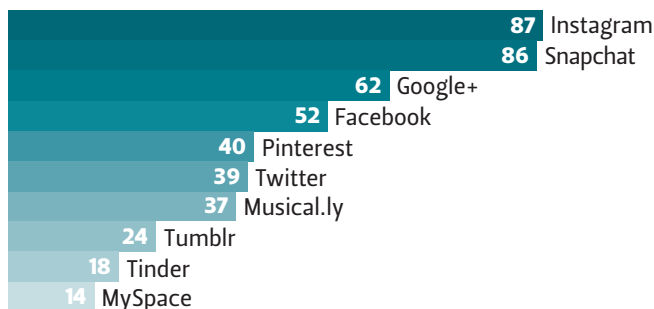
Fast 100 Prozent der 12- bis 19-Jährigen haben ein eigenes Handy. Bereits 40 Prozent haben einen eigenen Internetanschluss, so dass sie nicht auf den ihrer Eltern angewiesen sind.

Abo-Besitz von Jugendlichen



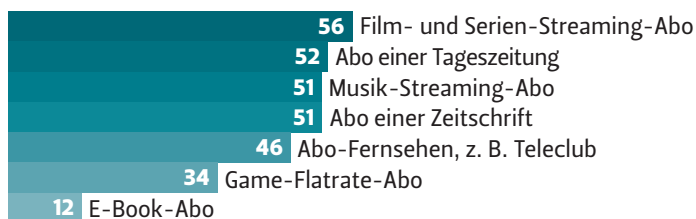
Mehr als ein Drittel der Jugendlichen hat ein persönliches Musik-Streaming-Abo. Eine eigene Tageszeitung haben noch 2 Prozent abonniert.

Mitgliedschaft Jugendlicher bei sozialen Netzwerken



Facebook und Google sind bei Jugendlichen schon ziemlich unten durch. Sie nutzen Instagram und Snapchat.

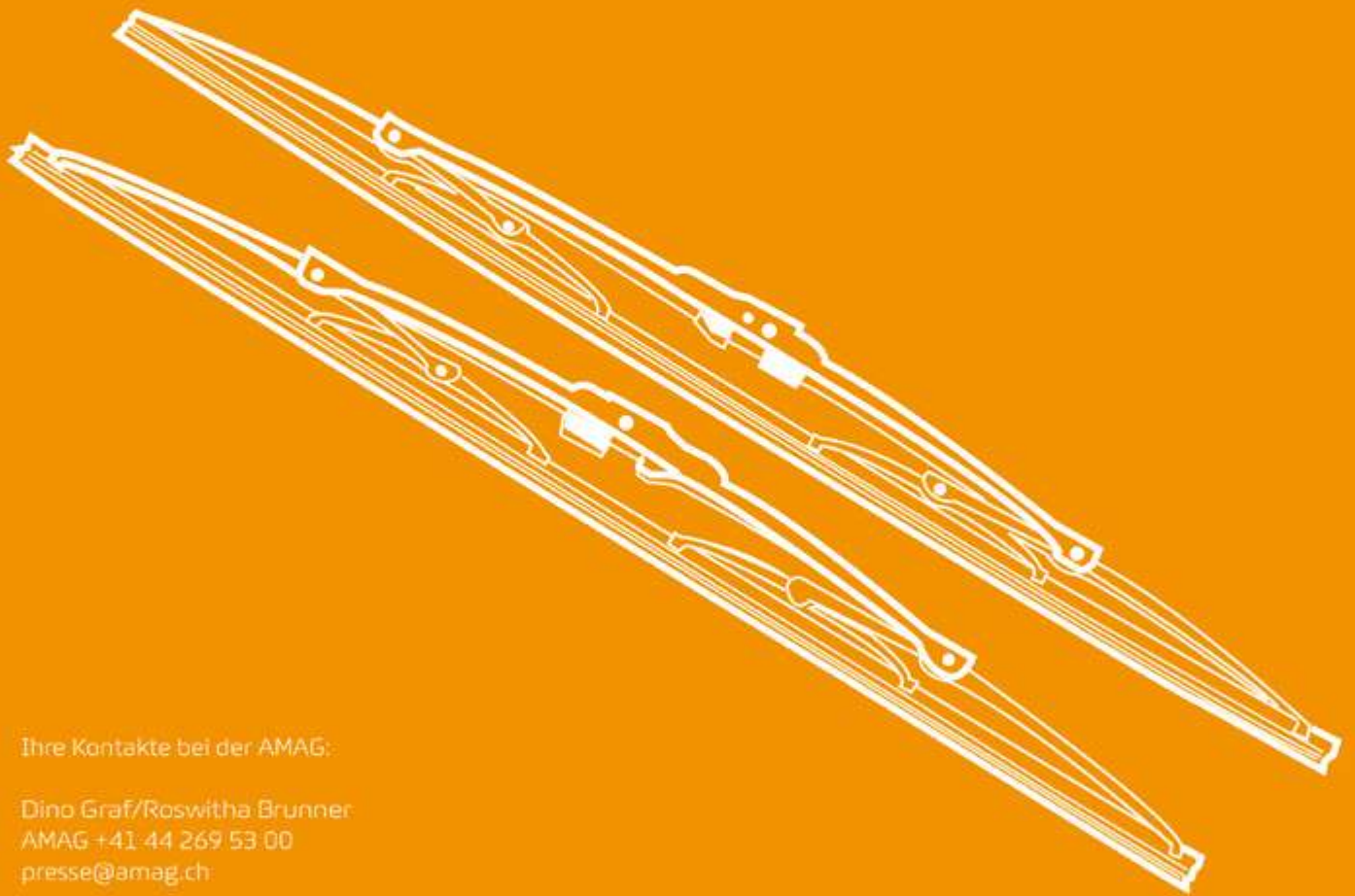
Verfügbarkeit von Abos im Haushalt



In Haushalten ist die Nutzung von Abo-Zeitungen noch hoch, weil die Eltern das traditionelle Modell noch bezahlen. Wenn die Jugendlichen sich selbst eine Zeitung leisten müssen, fällt der Abo-Wert gewaltig ab.

Für klare Sicht in Automobilthemen

Die letzten News zur AMAG? Oder taufrische Informationen zu den neusten Modellen unserer Marken und Dienstleistungen? Antworten zu allgemeinen Automobilthemen? Nehmen Sie einfach mit uns Kontakt auf.



Ihre Kontakte bei der AMAG:

Dino Graf/Roswitha Brunner
AMAG +41 44 269 53 00
presse@amag.ch

Christian Frey
Volkswagen +41 56 463 94 61
vw.pr@amag.ch

Katja Cramer
Audi +41 56 463 93 61
audi.pr@amag.ch

Karin Huber
SEAT +41 56 463 98 08
seat.pr@amag.ch

Emanuel Steinbeck
ŠKODA +41 56 463 98 07
skoda.pr@amag.ch

Christian Frey
VW Nutzfahrzeuge +41 56 463 94 61
vw.pr@amag.ch

stop+go +41 44 269 53 00
presse@amag.ch

amag

KOPF DES MONATS: ROGER SCHAWINSKI

Das Rumpelstilzchen

Roger Schawinski ist unbeliebt und wird kritisiert wie kein zweiter TV-Moderator. Aber er ist einzigartig. Man kann ihn darum nur zum Durchhalten ermuntern.

Roger Blum, früherer Medienprofessor und heutiger Ombudsmann der SRG, ist ein ausgewählt höflicher Zeitgenosse. Es braucht viel, bis er scharfe Töne anschlägt.

Diesmal aber nutzte er ungewohnte Vokabeln wie „vorurteilsgeladen“ und „aggressiv“ und „erregt“ und „wütend“ und „hämisch“.

Blum rügte damit den Stil von TV-Interviewer Roger Schawinski. Der hatte beim Gespräch mit der SVP-Nationalrätin Magdalena Martullo-Blocher die Contenance verloren und sich im Studio wie ein jugendlicher Trotzkopf aufgeführt.

Nun, wir finden die Kritik von Blum dennoch ziemlich überzogen. Auch im öffentlich-rechtlichen und darum politisch korrekten Tierpark sollte man sich ein kleines Wildschwein leisten.

Schawinski hält seit Langem einen All-Time-Rekord. Er ist die wohl unbeliebtes-

te Figur, die das Schweizer Fernsehen in seiner 65-jährigen Geschichte je hervorgebracht hat. Bei einer Erhebung des „Blicks“ etwa gewann er mit riesigem Vorsprung zur Frage, welche TV-Sendung per sofort zu streichen sei. Bei einer Befragung des Internetportals Bluewin votierten volle 40 Prozent dafür, den Mann schleunigst abzusetzen.

Nun, Schawinski kommt nun mal aus den wilden 70er- und 80er-Jahren. In diesen Zeiten, als Journalismus noch stärker Kra-wall war, ist Schawinski gross geworden. Er ist im heutigen TV darum der Gegenentwurf zu all diesen smarten und gut erzogenen Projers und Willes und Brotzens, die sich vor der Kamera professionell, cool und abgeklärt bewegen. Schawinski hingegen tobt im Studio weiterhin wie ein Rumpelstilzchen herum. Aber die Nase für Trends hat er nicht verloren, wie soeben auch sein Engagement für das neue Zürcher Fussballstadion zeigte.

Es gibt kaum eine andere Sendung im öffentlichen Rundfunk Europas, die derart antagonistisch, anachronistisch und anarchistisch ist. Ob man das nun mag oder nicht, man muss diese Eigenwilligkeit anerkennen. Schawinski, der Unflat, ist ein Unikat und darum als Naturdenkmal erhaltenswürdig. Es wäre ein Verlust, wenn das einzigartige Format, wie viele nun wieder fordern, eingestellt würde.

Also, Roger, mach das noch zehn Jahre! Du bist erst 73, also im besten Alter.



Talker Schawinski: anachronistisch und anarchistisch.

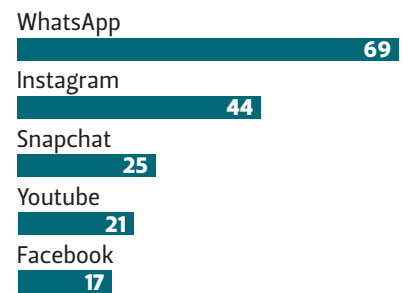
FAKTEN

Generationen-Konflikte

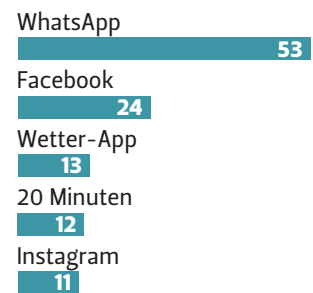
Die neue Studie des „Media Use Index“ zeigt in der Schweiz interessante Unterschiede zwischen den Generationen bei der Internetnutzung auf. Die Befragung unterscheidet zwischen „Digital Natives“, „Digital Immigrants“ und „Silver Surfers“.

Nutzer-Beispiel: Lieblings-Apps auf dem Smartphone nach Generationen (in %)

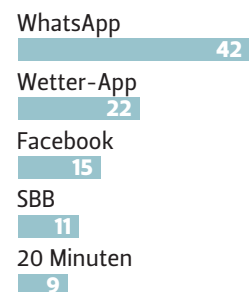
Digital Natives 14–29 Jahre



Digital Immigrants 30–54 Jahre



Silver Surfer 55–69 Jahre



WhatsApp ist in allen Generationen die Nummer eins. „20 Minuten“ und Wetter hingegen interessiert Junge nicht.

„Grandioser Preis“

Schweiz am Wochenende

Peter Wanner, Herausgeber dieser Zeitung, ist zum „Verleger des Jahres“ gewählt worden. Er erzielt diese Auszeichnung vom Magazin „Schweizer Journalist“ als bisher einziger Medienmanager bereits zum zweiten Mal. „Der Wanner von 2018 ist aber mit dem Wanner von 2006 nicht zu vergleichen“, kommentiert Kurt W. Zimmermann, Chefredaktor des Branchenmagazins. „Damals war er ein regionaler Zeitungsverleger, heute kontrolliert er den drittgrössten nationalen Presse-, Radio- und TV-Konzern.“

Freiburger Nachrichten

Grosse Ehre für Gilbert Bühler. Der Direktor der Freiburger Nachrichten AG, Gilbert Bühler, erreicht bei der Wahl des Schweizer Verlegers den zweiten Platz. „Bühler hat aus den ‚Freiburger Nachrichten‘ einen der erfolgreichsten Schweizer Regionaltitel gemacht.“ Dies schreibt das Branchenmagazin „Schweizer Journalist“ in seiner aktuellen Ausgabe. „Es ist eine freudige Überraschung“, sagt Gilbert Bühler. „Das ist ein Preis für den Verwaltungsrat sowie das gesamte Team der FN AG. Er geht an

alle Kolleginnen und Kollegen.“ Für den FN-Verwaltungsratspräsidenten Daniel Schorro ist der Preis „grandios“.

Zentral plus

Immerhin hält Thomas Bornhauser in der Schweizer Landschaft der vielen Tageszeitungen einen einsamen Rekord: Er lenkte die bürgerlich-liberal ausgerichtete Zeitung mehr als zwei Jahrzehnte erfolgreich durch wirtschaftlich turbulente Zeiten. Er war sehr gut bezahlt und sicherlich motiviert: 23 Jahre lang hielt er sich im Chefessel und verdiente laut dem Branchenmagazin „Schweizer Journalist“ schon 2006 einen Jahreslohn von 280.000 Franken – obenauf waren nur wenige wie der Zürcher „Tages-Anzeiger“-Chef Peter Hartmeier mit 100.000 Franken mehr.

SDA

Nach 2011, 2013 und 2014 ist Sonja Zöchling Stucki nun zum vierten Mal Unternehmenssprecherin des Jahres. Unter Journalisten gilt die Sprecherin des Flughafens Zürich als eine „Edelmarke“. Als sie 1986 ihre Arbeit als Direktionsassistentin am Flughafen antrat, hiess ihr Arbeitgeber

noch „Amt für Luftverkehr“. 2001 erlebte sie das Swissair-Grounding. Und Ende nächsten Jahres wird Sonja Zöchling Stucki die Fertigstellung des riesigen multifunktionalen Gebäudekomplexes „The Circle“ erleben.

Aargauer Zeitung

In der Chefredaktion des Branchenmagazins „Schweizer Journalist“ kommt es zum Wechsel: Der streitbare Kurt Zimmermann verlässt die Zeitschrift. Übernehmen wird David Sieber, der bis im September Chefredaktor der „bz Basel“ und der „bz Basellandschaftliche Zeitung“ war. Dies bestätigt Verleger Johann Oberauer. Sieber übernimmt per Anfang April 2019.

Zimmermann hatte die Chefredaktion Anfang 2016 übernommen. Oberauer und Zimmermann konnten sich nicht mehr über die Richtung des Blattes einigen. Oberauer schreibt, er habe sich mehr Rücksichtnahme auf die politische Orientierung vieler Journalisten und eine „weniger verlegernahe Haltung“ des Chefredaktors gewünscht, so habe Zimmermann etwa die Zentralredaktionen von Tamedia und CH Media zu positiv beurteilt.

Fortsetzung folgt?
Oft wünscht man
sie sich, selten
bekommt man
sie zu lesen.
Ausser jetzt hier.



Margrit Sprecher, Daniel Puntas Bernet (Herausgeber)

Wellen schlagen

Die Geschichte danach – Reporter erzählen

CHF 32.–/Euro 29,–
978-3-7272-6037-7

Die Reportage las sich spannend. Was sie bewirkte, erfährt meist niemand. Erstmals erzählen zwanzig namhafte Reporterinnen und Reporter, welche Folgen eine Veröffentlichung für die Betroffenen und auch für sie selbst hatte. Mal löste ein Porträt einen Shitstorm aus, mal veränderte eine Reportage ein Leben, verbesserte oder zerstörte es. Es sind skurrile, amüsante und auch tragische Erlebnisse, die hinter die Kulissen des Medienbetriebs blicken lassen und beweisen: Die Macht des gedruckten Wortes ist ungebrochen.

Erhältlich im Buchhandel oder bei Stämpfli Verlag AG, www.staempfliverlag.com/wellenschlagen
Deutschland und Österreich: Im Buchhandel erhältlich oder bei Brockhaus Commission,
Diana Rother, Tel. +49 7154 1327 37, E-Mail: d.rother@brocom.de

Personalien. Medienköpfe und Karrieren



Nathalie Wappler
SRF

Mit ihrem ersten Statement sorgte **Nathalie Wappler** gleich für Aufregung. Sie sagte, Meinungsjournalismus sei beim öffentlichen Funk nicht erwünscht. Die neue Direktorin des Schweizer Radio und Fernsehens benannte damit die Selbstverständlichkeit, wonach bei einem gebührenfinanzierten Sender Ausgewogenheit an oberster Stelle zu stehen hat. Dennoch heulten einige SRF-Mitarbeiter auf. Wappler nahm es gelassen. Im ost-deutschen Umfeld des MDR, wo sie vorher Programmleiterin war, geht es politisch einiges hitziger zu als in Zürich und Bern.



Markus Somm
SONNTAGSZEITUNG

Seine ersten zwei Kolumnen waren über Donald Trump und über Theresa May. Sie zeigten die Stossrichtung gleich auf. **Markus Somm**, noch bis Ende des Jahres Chefredaktor der „Basler Zeitung“, lieferte als neuer Kolumnist der „SonntagsZeitung“ einen journalistischen Standard ab, der dem Tamedia-Sonntagsblatt bisher fehlte, nämlich analytische Qualität in den grossen internationalen und nationalen Debatten.

Yvonne Debrunner wechselt von der Tamedia-Mantelredaktion zur „Finanz und Wirtschaft“. Sie bleibt damit innerhalb des gleichen Unternehmens, es ist also kein Mehraufwand für die Perso-

nalabteilung. Debrunner startete 2013 im Wirtschaftsressort der Nachrichtenagentur SDA. Dann schrieb sie in der Wirtschaftsredaktion des „Bunds“ in Bern und wechselte Anfang dieses Jahres in die Tamedia-Mantelredaktion.



Odilia Hiller
ST. GALLER TAGBLATT

In der Redaktionsleitung des „St. Galler Tagblatts“ gibt es einen Wechsel: **Silvan Lüchinger** ist nach mehr als 20 Jahren aus der Chefredaktion zurückgetreten und wird Autor des Blatts. Seine Stelle in der Chefredaktion hat **Odilia Hiller** übernommen. Sie leitete bis jetzt das Onlineportal „Ostschweiz am Sonntag“. Neu verantwortet Hiller sämtliche Regionalteile des „Tagblatts“. An ihrer Stelle leitet nun **Michael Genova**, bisher Reporter bei der „Ostschweiz am Sonntag“, die digitale Sonntagsausgabe.



Marcel Rohr
BASLER ZEITUNG

Als er vor einem Jahr dem „Schweizer Journalisten“ ein grosses Interview gab, da wurde jedem Leser klar, dass **Marcel Rohr** kein simpler Fussball-Fuzzi war. Der Sportchef der „Basler Zeitung“ präsentierte sich als eine Mischung von Gesellschaftsjournalist und Wirtschaftsjournalist, denn sein Hauptthema, der FC Basel, ist in seiner Stadt ein sozialer wie ökonomischer Brennpunkt des öffentlichen Lebens. Rohr wird nun neuer Chefredaktor der „BaZ“. Als Erstes kündete

er an, sein Blatt ideologisch etwas aufzulockern.



Stefan Eggli
TELECLUB

Stefan Eggli steht ab 2019 für Teleclub vor der Kamera. Er hat einiges an Fernseherfahrung zu bieten. So arbeitete er für die BSC Young Boys und deren Club-TV und war Moderator von „Live ran“ für Sat.1 Schweiz. Auch bei Teleclub war er bereits. Ab 2007 moderierte er für den privaten Sportsender der Schweiz. Zuvor war er beim Radio, vier Jahre bei Radio ReBe, dann Radio32, dann Radio ExtraBern.



Tony Immer
RADIO ZÜRISSEE

Bei Radio Zürisee übernimmt der bisherige Geschäftsleiter **Tony Immer** nun die Programmleitung und damit die publizistische Verantwortung. Immer wurde schon 2002 Chefredaktor von Radio Zürisee, 2007 übernahm er den Vorsitz der Geschäfts- und Programmleitung. 2009 übergab Immer die Chefredaktion an **Nadja Fäh**, um sich auf seine Funktion als Geschäftsleiter zu konzentrieren. Nun geht er wieder näher an den Journalismus.



Bruno Hug
LINTH.CH

Vor einem Jahr wurde **Bruno Hug** als Chefredaktor der „Obersee-Nachrichten“ entlassen. Nun gibt er sein journalistisches Comeback.

Er übernimmt das Newsportal linth24.ch. Hug gründete die „Obersee-Nachrichten“ und verkaufte sie 1999 an die Somedia. Nachdem er vom Kreisgericht Mels wegen seiner Kesb-Kampagne verurteilt wurde, entliess ihn das Verlagshaus per sofort. In zweiter Instanz sprach ihn das St. Galler Kantonsgericht frei. Chefredaktor seines neuen Portals wird **Mario Aldrovandi**, der für Hug zuvor ebenfalls für die „Obersee-Nachrichten“ tätig war.



Sylke Gruhnwald
REPUBLIK

Bei der anarchistisch angehauchten „Republik“ geben sie sich nun feste Strukturen – aber auch das nur für 14 Monate. Für diesen Zeitraum übernehmen **Sylke Gruhnwald** und **Michael Rüegg** gemeinsam die Chefredaktion des Onlineportals. Mit dem neuen Duo an der Spitze scheint der Mix nicht schlecht. Gruhnwald ist eine seriöse Recherchejournalistin, Rüegg ein etwas weniger seriöser Society-Springinsfeld. Das bisherige „Republik“-Modell, alle drei Monate eine neue Chefredaktion zu installieren, erwies sich als Bieridee.



Andreas Valda
HANDELSZEITUNG

Stefan Barmettler, der Chefredaktor der „Handelszeitung“, hat ein gutes Händchen. Er holt nun **Andreas Valda** zu seinem Blatt. Valda war seit 2012 Bundeshausredaktor für Wirtschaftspolitik beim „Tages-Anzeiger“

und „Bund“. Seit 2017 gehörte er der Tamedia-Mantelredaktion an. Ab Januar 2019 wird er nun für die „Handelszeitung“ im Ressort Unternehmen und Politik aus Bundesbern berichten. Valda begann seine Karriere als Wirtschaftsjournalist bei „Cash“. 1997 gründete er das Pressebüro Valda. Von 2006 bis 2009 war er bereits als Wirtschaftsredaktor beim „Tages-Anzeiger“.



Patrik Müller
CH MEDIA

Der bisherige Chefredaktor der „Aargauer Zeitung“ wird Chef der Zentralredaktion von CH Media. **Patrik Müller** macht in Zukunft die überregionalen Ressorts aller Zeitungen und Newsportale von „St. Galler Tagblatt“, „Luzerner Zeitung“, „Aargauer Zeitung“ und ihrer mehr als 20 Kopfblätter. Bei

der „Aargauer Zeitung“ übernimmt **Rolf Cavalli** den Chef-Job von Müller. Patrik Müller ist damit der publizistische Kavallerie-General von CH-Media-Oberfeldherr **Pascal Hollenstein**.



Andreas Schürer
NZZ

Stellvertretender Chefredaktor und Leiter Newsroom bei der „Neuen Zürcher Zeitung“ wird neu **Andreas Schürer**. Er leitet den digitalen Newsroom und trägt die operative Verantwortung für die tägliche Online-Berichterstattung. NZZ-Chefredaktor **Eric Gujer**, wie man weiss, glaubt sehr an die digitale Zukunft seines Blatts. Bis anfangs 2018 hatte **Thomas Stamm** die Position als Leiter Newsroom und als Vize-Chefredaktor. Sein Nachfolger Schürer begann 2001 bei der „Zürichsee-Zeitung“ in Stäfa. 2004 gewann

er den Zürcher Journalistenpreis für eine Reportage über eine in den Kosovo zurückgekehrte Familie.

Finews-Mitgründer **Claude Baumann** hat mit **Jeffrey Vögeli** einen neuen Journalisten an Bord gezogen. Er arbeitet künftig im Ableger des Finanzportals fnews.ch in Singapur. Vögeli lebte zuletzt in Houston, wo er als freier Journalist arbeitete. Davor war er von 2014 bis 2017 Bankkorrespondent bei der internationalen Nachrichtenagentur Bloomberg News und zuvor als Redaktor beim Monatsmagazin „Schweizer Bank“ sowie in der Onlineredaktion der „Handelszeitung“ tätig.



Roger Brändlin
ECHO DER ZEIT

Beim Moderationsteam des „Echos der Zeit“ gibt es einen

Wechsel. Neu stösst **Roger Brändlin** hinzu. Er ersetzt **Samuel Wyss**, der nun für Radio SRF 4 News aktiv sein wird. Seit 2007 arbeitet Brändlin für SRF, zuerst als Nachrichtenredaktor und -moderator bei Radio SRF, danach als Produzent und Redaktor für das Tagesprogramm von Radio SRF 3. Seit sechs Jahren moderiert der Zürcher die „Tagesschau“ am Mittag, abends um 18.00 Uhr sowie in der Nacht.

KOMPETENZ, DIE VERTRAUEN SCHAFFT.

HIRSLANDEN 

WIR GEBEN GERNE AUSKUNFT.

medien@hirslanden.ch oder 044 388 75 85

Frank Nehlig, Leiter Unternehmenskommunikation / Dr. Claude Kaufmann, Mediensprecher, Boulevard Lilienthal 2, 8152 Glattpark, www.hirslanden.ch



The advertisement features a collage of three festival posters: 'PALEO FESTIVAL - LAURINE MOTTE' (left), 'PALEO FESTIVAL - ANNE COLLARD' (middle), and 'MONTREUX JAZZ FESTIVAL - MARC D'CREST' (right). The SRG SSR logo is in the top right corner, and the slogan 'FÜR DIE SCHWEIZER MUSIK.' is at the bottom right.

Personalien. Die Neuen in der Kommunikation



Simone Isermann
SUVA

Bei der Suva haben sie ein neues Duo. Neu sind **Simone Isermann** und **Natascha Obermayr** als Mediensprecherinnen eingestiegen. Isermann ist seit über einem Jahrzehnt in der Kommunikationsbranche aktiv, vor allem in der Finanzindustrie. Zuletzt ergriff sie die Flucht als Mediensprecherin der Krisen-Bank Raiffeisen. Obermayr arbeitete seit Längerem als Verantwortliche für interne Kommunikation bei der Suva und wechselt nun an die Aussenfront. Sie ist eine ehemalige SRF-Journalistin.



Lutz Hahn
ORS

Seit November verantwortet **Lutz Hahn** die Kommunikationsarbeit bei ORS. ORS, 1972 gegründet, arbeitet in der Betreuung und Integration von Geflüchteten und Asylsuchenden. Die Organisation betreibt im Auftrag von Bund, Kantonen und Gemeinden Asylunterkünfte und Integrationseinrichtungen in der Schweiz, Deutschland, Österreich und künftig auch in Italien. Sie beschäftigt rund 1.400 Mitarbeiter. Der neue Kommunikationschef Hahn hat redaktionelle Erfahrung und Verlags-Know-how – er arbeitete unter anderem für Ringier, Sat.1 Schweiz, Aldi Suisse und Admeira. „Beim Thema Migration möchte ich mit dazu beitragen, dass Brücken gebaut und das Verständnis erfolgreicher Integrationsar-

beit gefördert wird“, sagt Hahn.



Stefanie Christ
ATELIER CK

Nach zwölf gemeinsamen Jahren im Kulturressort der „Berner Zeitung“ machen sich **Stefanie Christ** und **Maria Künzli** mit der Textagentur Atelier CK selbstständig. Sie wollen die Umbrüche in der Schweizer Medienszene nutzen, um aus dem Tagesjournalismus auszusteigen, sagen die beiden. Ihre journalistische Erfahrung soll künftig das Storytelling von Unternehmen, Behörden und Kulturinstitutionen verbessern und Web-, Werbe- und Informationstexte veredeln. Ausserdem bieten sie den Kunden auch die Übernahme ihrer Medienarbeit an. Christ war seit 2007 bis 2018 als Kunstredaktorin bei der „Berner Zeitung“ tätig, bei der sie zuletzt das Kulturressort leitete. Künzli war seit 2005 Musikredaktorin der „Berner Zeitung“.



Kristof Albrink
VICE

Vice, diese spezielle Mischung von Publizistik und Kommerz, stellt sein Kommunikationsteam für die Zukunft auf. **Kristof Albrink**, bisher Pressechef für Vice Deutschland, leitet nun als Corporate Communications Manager DACH die gesamte Kommunikation im deutschsprachigen Raum. Der neue oberste Unternehmenssprecher wird unterstützt vom Neuzugang **Barbara Hobi**. Sie

ist neu als PR & Corporate Communications Manager zuständig für die Kommunikation von Vice in Österreich und in der Schweiz. Albrink war vor seiner Zeit bei Vice unter anderem bei ProSiebenSat.1 und dem Sparkassen-Finanzportal. Hobi kommt von Red Bull, wo sie in den letzten acht Jahren im Marketing und in der internationalen Kommunikation tätig war.



Martin Reichlin
CONCEPT COMMUNICATION

Bei Concept Communication holen sie einen Ex-Journalisten in die erweiterte Geschäftsleitung. **Martin Reichlin** ist neu verantwortlich für die Schwerpunkte Public Relations, Corporate Communication und Publishing der PR- und Kommunikationsagentur. Reichlin war während mehr als zwölf Jahren für verschiedene Schweizer Tageszeitungen tätig, unter anderem beim „Blick“, der „Aargauer Zeitung“ und der „Limmataler Zeitung“. Ab 2010 war Reichlin Mediensprecher und stellvertretender Leiter der Kommunikationsstelle von SRF, dann ab 2016 in der Kommunikationsabteilung des Staatssekretariats für Migration.



Nadine Schumann-Geissbühler
SDA KEYSTONE

Ist ja ein ungewöhnlicher Job, wenn man neu bei einem kräftig geschüttelten Unternehmen einsteigt, das soeben einen Journalistenstreik hinter sich hat. **Nadine**

Schumann-Geissbühler hat da kein Problem. Sie ist die neue Kommunikationschefin der Bild- und Textagentur Keystone, zuständig für sämtliche Kommunikationsaktivitäten und die Medienarbeit der fusionierten Nachrichtenagentur. Schumann-Geissbühler arbeitete zuvor seit 2013 als Medienverantwortliche bei der Aduno-Gruppe. Davor war sie bei der Schweizer Armee stellvertretende Chef der Kommunikation. Journalistische Erfahrungen hat sie auch, sie war mal freie Journalistin für „Die Vorstadt“. Schumann-Geissbühler löst den früheren Radiodirektor **Iso Rechsteiner** ab, der als externer Berater auf Mandatsbasis agierte.



BOSCH
Technik fürs Leben



Technik fürs Leben



www.bosch.ch

Als globales Technologie- und Dienstleistungsunternehmen bietet Bosch innovative und vernetzte Lösungen zur Verbesserung der Lebensqualität. Daran arbeiten 400'000 Mitarbeiter in den Bereichen Mobility Solutions, Industrial Technology, Consumer Goods sowie Energy and Building Technology. Unsere Produkte begeistern Menschen, verbessern Ihre Lebensqualität und schonen die natürlichen Ressourcen.



„Wofür genau soll meine Zeit noch kommen?“

Ladina Heimgartner ist 38 und seit diesem Jahr die Nummer zwei in der SRG. Sie hätte Direktorin von SRF werden können, wollte aber lieber in Graubünden bleiben. Ein Gespräch über berufliche und persönliche Vergangenheit und Zukunft.

Sie haben soeben einen Schweizer Rekord verpasst. Sie hätten die steilste Karriere machen können, die es im Schweizer Journalismus je gab.

Ladina Heimgartner: Oha ...

Konkret, warum wollten Sie nicht Nachfolgerin von SRF-Direktor Ruedi Matter werden? Sie wären es vermutlich geworden.

Ich habe lange überlegt und entschieden, dass die aktuelle Situation für mich stimmt. Ich leite mit dem rätoromanischen Rundfunk RTR eine tolle, dynamische Unternehmenseinheit. Auf der anderen Seite habe ich als stellvertretende SRG-Generaldirektorin spannende Aufgaben in der Unternehmensleitung an der Seite von Gilles Marchand. So freue ich mich nun sehr auf die Zusammenarbeit mit der neuen SRF-Direktorin, mit Nathalie Wappler.

Was ich daran nicht verstehe. Will nicht jeder echte Journalist eine möglichst grosse Bühne haben?

Die Grösse der Bühne ist für mich nicht ausschlaggebend. Im Übrigen glaube ich, die Tage der klassischen Karriereleiter sind angezählt. Ich beobachte es vor allem bei den jüngeren Mitarbeitenden: Es muss nicht bei jedem Karriereschritt mehr Personal, mehr Budget, mehr Macht sein. Viel wichtiger sind Gestaltungsräume.

Ist es nicht viel interessanter, eine „Tageschau“, eine „Rundschau“ und einen „Tatort“ zu verantworten, als, wie bei Ihnen, eine halbe Stunde am Tag Provinz-TV zu machen?

Vielleicht. Aber ich empfinde Freude und Befriedigung, ein attraktives Medienangebot für die rätoromanische Schweiz

machen zu dürfen. Die Schweiz besteht ja zu einem relevanten Teil aus Provinz – auch hier gibt es das Bedürfnis nach einer guten medialen Abdeckung.

Sorry, aber was ist herausfordernd daran, für die letzten 30.000 Rätoromanen Journalismus zu machen? Das ist doch eher Brauchumpflege oder Sterbehilfe.

Für uns als Medienhaus ist eine andere Zahl relevant, nämlich 100.000. Das ist die Zahl derer, die Romanisch verstehen – auch wenn sie es nicht fließend sprechen. Zudem handelt es sich um eine ausgesprochen vitale und kreative Sprachgemeinschaft – die zudem in fünf Idiome und unzählige Talschaften unterteilt ist. Das ist sehr herausfordernd und spannend.

Nun, Sie können auch sagen: Ich bin erst 38, meine Zeit kommt noch.

Jetzt muss ich aber schon lachend zurückfragen: Ich bin stellvertretende Generaldirektorin der SRG. Wofür genau soll meine Zeit noch kommen?

Oder hat es mit Graubünden zu tun? Sind Sie Berufsbündnerin?

Mein Wohnort hat sich eigentlich immer nach meinem Arbeitsort gerichtet. Ich lebe gerne in Chur, würde mich aber nicht als Berufsbündnerin bezeichnen. Ob Sie es also glauben oder nicht: Ich bin Direktorin des Rätoromanischen Radio und Fernsehens, weil ich es gerne bin.

Reden wir ein bisschen über Ihren heutigen Job. Sie machen auf Rätoromanisch praktisch ein Radio-Vollprogramm und daneben nur 168 Stunden TV im Jahr. Warum dieses Ungleichgewicht?

Wir machen neben Radio und TV auch Online- und Social-Media-Inhalte und schauen, dass die Angebote in der jeweils richtigen Balance zueinanderstehen. TV hat bei uns – neben den klassischen Funktionen informieren, bilden, unterhalten – auch die essenzielle Funktion, die rätoromanische Welt auf die Bildschirme der anderen Sprachregionen zu bringen. Für eine Sprachminderheit ist diese Visibilität enorm wichtig. Daher: viel lieber „nur“ 90 Minuten TV pro Woche, dafür mit Sichtbarkeit auch auf SRF, RSI und RTS. Das ist besser als ein eigener Sender, der viel weniger Menschen erreicht – und vor allem: kaum jemanden ausserhalb Graubündens.

Sogar Ihr privater Konkurrent von Tele Südostschweiz macht ein umfangreicheres TV-Programm. Sie sind damit der einzige der vier Landesteile, wo die SRG nur die Nummer zwei im Medienmarkt ist.

Es hängt davon ab, wie Sie „Markt“ definieren: Graubünden ist ein dreisprachiger Kanton. TV Südostschweiz bedient das deutschsprachige Publikum, das die deutsche Mehrheit bildet. In unserem rätoromanischen Markt sind wir Nummer eins.

Wo unterscheiden Sie sich von Hans-Peter Lebruments Samedia?

Samedia ist ein privates Medienhaus, das Zeitungen, einen Radiosender, einen TV-Sender und weitere Dienste anbietet. Radio und TV sind in deutscher Sprache. RTR erfüllt den medialen Service-public-Auftrag für die rätoromanische Schweiz. Dazu zählt im Übrigen viel mehr als nur die Information. Wir investieren beispielsweise viel in die einheimische Kultur.

Ist Lebrument Ihr Hauptkonkurrent? Oder wer sonst?

Im rätoromanischen Markt gibt es keine klassische Konkurrenzsituation und wenn, dann höchstens eine asymmetrische. Erstens kann man im kleinen rätoromanischen Gebiet mit Radio und TV ganz klar kein Geld verdienen. Zweitens: Wir Rätoromanen sprechen alle auch Deutsch. Das heisst: deutschsprachige Angebote sind allesamt Konkurrenz für unser rätoromanisches Angebot, nicht aber umgekehrt. Wir leben in einer medialen Komplementarität. Mit Blick auf die nackten Zahlen im Radiobereich sind SRF 1 und 3 unsere Hauptkonkurrenz.

Wären die Bündner und die Rätoromanen unterinformiert, gäbe es die SRG nicht?

Ihnen würde ganz sicher etwas fehlen – nicht nur im Informationsbereich. Es entfele ein wichtiger emotionaler Link zur sprachlichen Heimat und kulturellen Identität sowie ein relevantes Vehikel des Austauschs über die Regionen und Idiome hinweg.

Wissen Sie, warum ich Ihnen nicht ganz glaube, dass Sie an der Via da Masans in Cuira glücklich sind?

Ich lausche gebannt ...

Auffällig war, als Sie in der No-Billag-Debatte vielfach auf der nationalen Bühne auftraten. Sie machten das prima, Sie sind ausserhalb von Chur richtig aufgeblüht.

Das hatte wohl eher mit der doch etwas ausserordentlichen Situation – die Existenz unseres öffentlichen Medienhauses war gefährdet – und weniger mit Chur zu tun.

Ich hatte in der Debatte den Eindruck, die nationale Rolle als stellvertretende SRG-Generaldirektorin liegt Ihnen deutlich besser als die Rolle der Minderheiten-Beglückerin aus der Südostschweiz.

Also erstens: Eine Minderheit muss man nicht beglücken, sondern aufrichtig und mit Überzeugung vertreten und so gut es geht sichtbar machen. Wie gut mir das gelingt, müssen andere beurteilen. Zweitens: Das eine schliesst das andere nicht aus. Ich kann mich gleichzeitig für RTR und die rätoromanische Gemeinschaft stark machen und mich als stellvertretende Generaldirektorin der SRG engagieren.

Dennoch, mit No Billag wurden Sie zur nationalen Figur. Sie seien eine „Super-Frau“ habe ich zum Beispiel im „Blick“ über Sie gelesen.

Das hatte wohl auch mit einem gewissen Überraschungseffekt zu tun. Es war bis dahin wohl ungewohnt, dass eine Frau unter 40 die SRG öffentlich vertritt.

Sie sind so etwas wie Swarovski für die SRG, die schillernde junge Frau neben all den grauen Herren.

Graue Herren haben genauso ihre Berechtigung, wie blonde Damen. Der Mix

macht es aus und hier tut sich in der SRG einiges: Ich denke da etwa an Nathalie Wappler, die neue Direktorin SRF, Larissa M. Bieler, neue Direktorin Swissinfo, oder unsere Public-Affairs-Chefin, Martina Vieli.

Die „Schweizer Illustrierte“ und die „Schweizer Familie“ haben sich gleich mit Homestorys aus Ihrem Geburtsort Scuol auf Sie gestürzt.

Das kam mir entgegen, denn rund um No Billag hatte ich kaum noch Zeit für die Familie. Während der Homestory in Scuol



SRG-Vize Ladina Heimgartner in ihrem Büro in Chur: „Eine Minderheit muss man nicht beglücken.“

habe ich den Tag wieder mal mit der Familie verbracht und es hat allen Spass gemacht.

Wie ist das so, wenn man plötzlich zum erlesenen Kreis der Cervelat-Promis gehört?

Ich denke, um Eintritt in den Kreis der Cervelat-Promis zu erhalten, muss man eher beim „Bachelor“ mitmachen als im Management der SRG arbeiten. Während der Abstimmungsdebatte wurde ich aber tatsächlich ab und zu auf der Strasse angesprochen. Das hat sich aber wieder gelegt.

Wir haben in den Storys zum Beispiel erfahren, dass Sie als Wirtetochter im Familienrestaurant und Hotel „La Collina“ aufgewachsen sind. Eine Beiz ist sicher eine gute Schule für Kommunikation.

Ich habe diese Chance leider nicht gut zu nutzen gewusst. Die Beiz war nicht so mein Ding, denn als Kind habe ich das Geschäft eher mit Verzicht assoziiert. Allem voran: Verzicht auf meine Eltern. Ich habe in dieser Zeit aber gelernt, was es heisst, hart zu arbeiten. Das hat sicher auf mich abgefärbt.

Wie sind Sie zum Journalismus gekommen?

Während des Studiums wollte mein Vater, dass ich einen Teil meiner Lebenskosten selber trage. Er empfahl mir, mich bei Zeitungen zu bewerben, da ich ja gerne schreibe. Ich wollte ihm eigentlich nur beweisen, dass ich auf ihn höre, mich aber sowieso niemand braucht. Von vier Zeitungen, die ich angeschrieben hatte, haben mir zwei einen Job als freie Mitarbeiterin angeboten. Ich habe also begonnen als Schreiberling – und dann war’s um mich geschehen.

VITA

Ladina Heimgartner

Sie startete als Journalistin 2001 als freie Mitarbeiterin der „Freiburger Nachrichten“ des „Bündner Tagblatts“. 2006 übernahm sie die Leitung des Ressorts Kultur beim „Bündner Tagblatt“. Seit 2007 ist sie bei der SRG, erst als Redaktorin von Radio Rumantsch, inzwischen als Direktorin der gesamten Rätio-Sender. 2018 wurde sie stellvertretende Generaldirektorin der SRG.

Auch hier machten Sie schnell Karriere. Kaum waren Sie etwa Kulturredaktorin beim „Bündner Tagblatt“, da waren Sie auch schon Ressortleiterin.

Ja, das hat sich damals perfekt ergeben. Zwei Tage nach meinen letzten Prüfungen an der Uni wurde die Stelle der Ressortleitung frei: Mein Traumjob.

Und warum wechselten Sie dann aus der freien, privaten Presse in einen öffentlichen Betrieb mit staatlicher Absicherung. Garantierte Pensionsberechtigung?

Ich muss zu meiner Schande gestehen: Ich hatte damals praktisch keine Ahnung vom Unterschied zwischen privaten und öffentlichen Medien. Ich hatte aber die Chance, ein völlig neues Medium zu erlernen: Radio. Das hat mich gereizt.

Ich habe ein paar Ihrer alten Artikel beim „Bündner Tagblatt“ gelesen. Amüsant. Sie schrieben über Bratwürste, Bikinis und Musikfestivals. Diese Leichtigkeit ist Ihnen irgendwie abhandengekommen.

Das hat schon etwas. Ich bin relativ jung in Führungspositionen gekommen und da ich vom Naturell her meine Sache gut machen will, wurde der Alltag mit wachsender Verantwortung schon ernster, auch anstrengender. Ich stelle aber auch fest, dass eine neue Leichtigkeit nach den ersten Jahren wieder zurückgekehrt.

Aber Sie scheinen die guten, alten Journalistenzeiten mitunter schon zu vermischen. Warum sonst sollten Sie bis heute regelmässig Kolumnen bei „Bündner Tagblatt“ und „Südostschweiz“ schreiben.

Ich schreibe Gastkommentare fürs „Bündner Tagblatt“, ja. Das ist eine Herzensangelegenheit, da ich beim „Bündner Tagblatt“ meine Laufbahn begonnen und eine wunderbare Zeit da verbracht habe.

Man könnte Ihre Laufbahn generell auch so beschreiben: weg vom Journalismus, hin in die Verwaltung. Oder ist das unfair ausgedrückt?

Nein, warum? Es stimmt doch! Für mich ist Verwaltung aber nichts Negatives. Im Gegenteil. Eine effiziente und kluge Verwaltung sorgt dafür, dass die Leute an der journalistischen Front gute Arbeitsbedingungen haben und ein gutes Programm machen können. Das Problem ist, dass wir

in Verwaltungsjobs oft zu wenig Leadership vorfinden und das ist bedauerlich. War ich früher selbst mit Notizblock oder Mikrofon im Einsatz, so Sorge ich heute dafür, dass meine Kolleginnen und Kollegen ihren Job gut machen können, und das ist doch auch schön.

Wo reden Sie in Chur noch konkret journalistisch mit? Oder überlassen Sie das voll dem Chefredaktor?

Ich rede im operativen Geschäft dort mit, wo ich darum gebeten oder gefragt werde. Der Chefredaktor hat mein vollstes Vertrauen. Ich sehe meine Aufgabe darin, dafür zu sorgen, dass die Geschäftsleitung, Führungspersonen und alle Mitarbeitenden ein gemeinsames Ziel verfolgen. Wenn nämlich hier Konsens herrscht und das Vertrauen da ist, dass alle in dieselbe Richtung rudern, braucht es eigentlich praktisch kein Eingreifen meinerseits. Ich habe in Chur ein echtes Dreamteam.

So, jetzt kommen wir mit der Killerfrage. Was ist für Sie guter Journalismus?

Guter Journalismus dient der gesellschaftlichen Meinungsbildung – was heute leider oft vergessen wird. Er soll den Menschen helfen, komplexe Zusammenhänge zu verstehen und konträre Meinungen einzuordnen. Guter Journalismus legt viel Wert darauf, gängige berufsethische Standards zu respektieren und der Wahrheit, den Fakten, so nahe wie möglich zu kommen. Guter Journalismus kann durchaus auch unterhaltsam sein.

Und was ist schlechter Journalismus?

Journalismus, der berufsethische Standards zur Schlachtbank führt und Quoten über alles stellt, sowie manipulativer Journalismus, der primär darauf abzielt, die Weltanschauung des Journalisten oder der Geldgeber dahinter breit zu etablieren, ohne die Absicht transparent zu deklarieren.

Wer macht in der Schweiz den besten Journalismus?

Es gibt nach wie vor die klassischen Flagg-schiffe, so etwa das „Echo der Zeit“ oder die grossen Bezahlzeitungen. Hier erwartet man eine gewisse Konstanz – zu Recht. Ich finde aber, auch jüngere Angebote warten immer mal wieder mit gutem Journalismus auf – da spreche ich nicht nur von der „Republik“.

Vor der No-Billag-Abstimmung haben Sie sich ziemlich herausgelehnt. Sie sagen, die SRG werde so oder so nicht mehr dieselbe sein. Ich kann, ausser einer mittleren Sparübung, journalistisch wie organisatorisch keinen Unterschied entdecken.

No Billag hat das ganze Haus stark geprägt. Das Bewusstsein der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dafür, was unser Auftrag ist und was von uns erwartet werden darf, ist enorm gestiegen. Das macht sich vielleicht kurzfristig nicht überall bemerkbar, langfristig wirkt sich dies aber auf die Qualität der Entscheidungen aus. In der Svizra Rumantscha haben wir etwa begonnen, das Publikum sehr viel konsequenter und öfter in die Programme einzubeziehen, generell mehr „raus“ zu gehen, Feedback rasch zu prüfen und wenn möglich auch rasch in Massnahmen umzuwandeln.

Sie haben vor der Abstimmung gesagt, Sendungen ohne Service-public-Relevanz würden verschwinden. Der ganze Boulevard-Blödsinn von „Glanz & Gloria“ bis „1 gegen 100“ ist immer noch da.

Ich glaube zu wissen, dass ich keine Aussagen zur Abschaffung einzelner Sendungen gemacht habe. Wir haben von Unterscheidbarkeit gesprochen und Unterscheidbarkeit kann sich einerseits in der Frage, was wir machen, aber auch in der Frage, wie wir es machen, spiegeln. „Glanz & Gloria“ ist eine Sendung, die eher den gesellschaftlichen Teil der News in den Fokus rückt, Quizsendungen vermitteln auf spielerische Art Wissen. Beides sind für mich legitime Service-public-Inhalte.

Dafür werden Sendungen wie „Aeschbacher“ abgesetzt, die auch journalistisch über Jahre überzeugten. Leuchtet nicht ein.

Das sind spezifische SRF-Entscheide. Da kann ich wenig dazu sagen.

War also alles Abstimmungs-Geschwurbel, dass die SRG künftig mehr auf Service public setzt? Auch nicht weiter schlimm, falsche Versprechen machen Politiker von der SVP bis zur SP ebenso.

Sie können uns gerne an unseren Aussagen messen, idealerweise aber an den Aussagen, die wir tatsächlich gemacht haben. Am Abend des 4. März hat der Generaldirektor verschiedene konkrete Beispiele für die Akzentuierung auf Service public genannt: Die Abschaffung von Unterbrecherwerbung für Filme in der Primetime wird ab 2019 umgesetzt. Weiter wird es einen stärkeren Fokus auf europäische Serien geben, zulasten der amerikanischen. Es werden massgebliche Investitionen in Schweizer Eigenproduktionen getätigt, die Archive werden sukzessive zugänglich



Ist ein Bankräuber auf der Flucht versichert?

Für jede Versicherungsfrage die richtige Expertin:
Wenden Sie sich an die Medienstelle der AXA –
wir unterstützen Sie gerne bei Ihrer Recherche.

gemacht. Wir sind noch längst nicht am Ziel – jedoch auf gutem Weg.

Sind Sie übrigens in einer Partei? Oder welcher stehen Sie nahe?

Nein, keine Partei. Ich komme aus einem liberalen Elternhaus.

Dann die zwei politischen Quizfragen. Erstens: Sind Sie für einen EU-Beitritt der Schweiz?

Interessante Wortwahl: Für gewöhnlich gibt es beim Quiz ein „Richtig“ und ein „Falsch“. Diese Frage ist eine Frage des politischen Standpunkts – und Standpunkte gibt es immer mehrere. Unsere Aufgabe als öffentliche Medien ist es, dafür zu sorgen, dass immer verschiedene Standpunkte abgebildet werden. So tragen wir dazu bei, dass solche hochrelevanten Fragen eben nicht zu einem blossen Rate-Quiz für die Gesellschaft verkommen. Meine persönliche Meinung tut da gar nichts zur Sache.

Zweites: Sind Sie für eine stärkere Begrenzung der Einwanderung?

Siehe letzte Frage.

Sie sind eine sehr kontrollierte Person. Der „Blick“ bezeichnete Sie gar als „Eiszapfen“. Sind Sie so kühl oder ist das eine Schutzschicht?

Ich glaube, weder noch. Offenbar wirke ich anfänglich aus Distanz tatsächlich kühl. Im direkten Kontakt ändere diese Empfindung in der Regel, so sagt man mir. Es gibt aber natürlich auch Situationen oder Begegnungen, da ist man ganz froh um ein bisschen Eiszapfen-Aura.

Vielleicht hat es auch damit zu tun, dass Sie als Frau so häufig in Männergremien sitzen. Wenn eine Frau dann emotional argumentiert, ist sie schnell eine Tussi.

Oder zu weich, oder zu nervig ...

Ich frage nicht direkt, ob Sie eine Quoten-Lady sind. Aber hatten Sie im Medienbusiness bisher als Frau mehr Vor- oder mehr Nachteile?

Ich hatte über weite Strecken klar mehr Vorteile, das gebe ich gerne zu: Frauen in Führungspositionen sind in dieser Branche eher Mangelware. Da hat man vorderhand recht gute Karten. Ab einem gewissen Punkt und in gewissen Situationen zeigt

sich aber ganz klar, dass sich die Türen für gross gewachsene, starke Männer in gut-sitzenden Anzügen oft deutlich leichter öffnen.

Roger de Weck holte Sie 2014 in die SRG. Zuvor waren Sie Journalistin, nun wurden Sie Chefin seiner neuen Abteilung Märkte & Qualität. Wie kam er auf Sie?

Für die Generaldirektion in Bern war er damals auf der Suche nach Personen aus den Randregionen. Da kam mein Name ins Spiel. Und dann ging es ziemlich schnell. Und ja, um es vorwegzunehmen: Auch meine Herkunft hat mir in der Karriere nicht selten geholfen.

Und was haben Sie unter de Weck Besonderes gelernt?

Sehr viel. Aber ganz besonders Folgendes: Eine Führungsperson muss in allererster Linie ein unerschütterlicher Wertekompass für die Organisation sein. Gerade in schwierigen Zeiten bietet dieser Kompass die nötige Orientierung. Fehlt dieser, herrscht Chaos und Verunsicherung.

Wie geht es nun weiter? Sie können ja nicht in Chur versauern.

Beeindruckend beharrlich, Ihr Mitgefühl. Viele beneiden mich um meinen Churer Arbeitsplatz. Vor allem, wenn sie im Winter in Zürich zum Fenster raus schauen. Die Frage „Wie weiter?“ treibt mich nicht wirklich um. Im Moment stimmt es und ich konzentriere mich auf meine Aufgaben für RTR und die SRG. Was danach kommt, steht in den Sternen.

Oder übernehmen Sie doch noch die Beiz Ihrer Eltern?

Das wäre wohl der Ruin der Beiz.

Damit sind wir mitten im Boulevardteil, was einer Mitverantwortlichen von „Glanz & Gloria“ natürlich leichtfällt. Über Ihr Privatleben weiss man nichts.

Ich bin seit zwölf Jahren glücklich liiert, keine Kinder. Ich liebe Schokolade, den Film „Mamma Mia“ und meine sonntägliche Zeitungslektüre. Ich hasse Turbulenzen im Flugzeug, vor allem nachts, laute Essgeräusche und unterkühlte Hotelzimmer. Meine Mutter ist Aargauerin mit Wurzeln im Engadin, mein Vater ist Engadiner mit Wurzeln in Deutschland

und Spanien. In meiner Freizeit schaue ich gerne Serien und konsumiere alles, was die Welt der Medien so hergibt. Oder ich lese – derzeit grad „Der Schwarm“ von Frank Schätzing. Im Sport bin ich eine Niete, spiele dennoch gerne, aber schlecht Golf und Curling.

Wenn Sie nach Bern in die SRG-Generaldirektion fahren: Zug oder Auto?

Zug.

Wie viel verdienen Sie, mit allen Nebenleistungen?

Wir kommunizieren in der SRG keine Einzellöhne – ausser jenen des Generaldirektors. Gemäss Geschäftsbericht 2017 verdient die Geschäftsleitung SRG im Durchschnitt 400.000 Franken. Ausschlaggebendes Element dabei ist aber die Grösse der Unternehmenseinheit. Da ich die zweitkleinste Unternehmenseinheit leite, können Sie davon ausgehen, dass mein Lohn deutlich unter dem genannten Durchschnitt liegt.

Welches ist die beste Beiz in Graubünden?

Da müssen Sie den „Gault-Millau“ fragen. In meiner nächsten Umgebung in Chur gehe ich gerne in den „Stern“.

Wo ist es am schönsten auf der Welt?

In Graubünden, in Hawaii und in Nizza.

Und was wünschen Sie sich noch?

Ich hab's nicht so mit grossen Wünschen. Ich bin eigentlich zufrieden, wenn mein Umfeld und ich gesund und guter Dinge sind. Ein Wunsch aus der Kategorie „Das möchte ich irgendwann noch erlebt haben“? Eine Weltreise mit dem Schiff.

Und was wünschen Sie der Schweiz?

Dass weiterhin die unschlagbare Kombination von Offenheit und Bodenständigkeit den Takt angibt.

KURT W. ZIMMERMANN
ist Chefredaktor des „Schweizer Journalisten“.

kurt.zimmermann@schweizer-journalist.ch



„Journalisten in Uniform“

„NZZ“-Chefredaktor Eric Gujer über seine Expansion nach Deutschland.

Eric Gujer, Sie sind in Deutschland, vielleicht mit Ausnahme der „Welt“, der einzige dezidierte Merkel-Kritiker.

Eric Gujer: Ich bin nicht der einzige Merkel-Kritiker. Die Wähler und Wählerinnen in Hessen und Bayern haben CDU, CSU und SPD eine solche Ohrfeige versetzt, dass Merkel die Zeichen der Zeit verstand und als Parteichefin zurücktritt. Diese Stimmung in Deutschland haben wir richtig eingeschätzt, und deshalb habe ich schon vor einem Jahr einen Leitartikel geschrieben. Titel: „Das Ende der Ära Merkel“.

Sie sind in Deutschland aufgewachsen und waren dort lange Korrespondent. Wie erklären Sie sich diesen Unterschied in den Medien Deutschlands und der Schweiz? Dort konform, bei uns kritisch.

Den deutschen Medien fehlt es nicht an Kritikfähigkeit, auch nicht an Biss. Das Problem liegt woanders. Angesichts der Flüchtlingskrise und des Aufstiegs der AfD verloren viele Kollegen den Kompass: Ist die Presse dazu da, die Politik zu kontrollieren? Oder sind Journalisten Staatsbürger in unsichtbarer Uniform, und dazu da, die



„NZZ“-Chefredaktor Eric Gujer: schon 10.000 Abonnenten in Deutschland.

Rechtspopulisten zu verhindern und die gesellschaftliche Spaltung zu bekämpfen? Viele Journalisten sahen sich plötzlich als eine Art Sozialarbeiter und wollten das verirrte Volk wieder auf den richtigen Weg bringen. Uns mag das lächerlich vorkommen, aber nicht wenige Deutsche glauben, mit der Bundesrepublik stehe es so schlimm wie mit der Weimarer Republik in ihrer Endphase.

Nun kann man auch sagen, dass die deutsche Presse, mit ihrer Merkel-Huldigung, der kritischen „NZZ“ sozusagen einen Steilpass zuspießt.

Wir haben im Herbst 2015 sehr früh darauf hingewiesen, dass die unkontrollierte Einwanderung politische Gegenreaktionen auslösen wird. Viele deutsche Kollegen wollten das einfach nicht wahrhaben, nach dem Motto: Was nicht sein darf, kann nicht sein. Realitätsverweigerung ist nie gut, in unserem Beruf ist sie eine Todsünde.

Die Resonanz auf Sie und Ihr Team, so hat man den Eindruck, ist jedenfalls gewaltig.

Wir freuen uns darüber, aber wir bleiben auf dem Teppich. In der Vergangenheit konnten viele Deutsche den Satz von Helmut Schmidt rezitieren, wenn er etwas über das Ausland erfahren wollte, lese er die „NZZ“ und nicht die Berichte des Bundesnachrichtendienstes. Den Spruch kannten alle, aber nur wenige haben uns tatsächlich gelesen. Das ändert sich gerade. Wir werden gelesen und zunehmend auch abonniert.

Und, zahlt sich der Kurs aus? Wie sind die Verkaufszahlen und Klickraten in Deutschland?

Ein Drittel der Visits auf nzz.ch stammt aus Deutschland, im Ressort International sind es sogar 50 bis 60 Prozent. Bei den Abos der „NZZ“ in Deutschland sind wir zuversichtlich, unser Ziel für 2018 zu erreichen – 10.000 Abonnenten.

Ihr Newsletter, wie man hört, scheint ja auch ganz gut zu funktionieren.

Wir messen bei allen Newslettern die Kundenzufriedenheit, und ja, „Der andere Blick“ ist bei den Lesern sehr beliebt. Natürlich freue ich mich darüber, aber das ist nur die erste Etappe. In der Vergangenheit neigten die Medien dazu, sich mit so einer Situation zufriedenzugeben. Im Digitalen muss man dranbleiben und das Produkt beständig weiterentwickeln.

Rechnet es sich auch kommerziell?

Wir sind noch in der Investitionsphase, aber wir haben aus nzz.at gelernt. In Österreich wurden zu schnell zu hohe Kosten aufgebaut. Wir gehen diesmal vorsichtiger zu Werke und hoffen, dass diese Methode nachhaltiger ist.

Sie haben in Deutschland nun schon sechs Korrespondenten, darunter Spitzenleute wie Benedict Neff und Marc Felix Serrao. Bleibt es dabei oder bauen Sie weiter aus?

Es sind gegenwärtig sechs Korrespondenten für Politik und Wirtschaft, plus ein Korrespondent für das Feuilleton. Wir werden weiter ausbauen, aber mit Augenmass.

Zu ihren besten Zeiten verkaufte die „NZZ“ in Deutschland gegen 15.000 gedruckte Exemplare. Diese Zeiten aber sind wohl vorbei.

Ja, im Print werden wir voraussichtlich nie mehr 15.000 Kunden in Deutschland haben. Deswegen setzen wir ganz auf das Digitalprodukt mit einer eigenen Homepage, Newslettern und Live-Veranstaltungen.

Und zum Schluss die Todesfrage: Wie heisst der nächste Kanzler oder die nächste Kanzlerin der Bundesrepublik?

Annegret Kramp-Karrenbauer oder Friedrich Merz. Wer CDU-Chef wird, wird auch Kanzler oder Kanzlerin. An der Union führt auch in Zukunft kein Weg vorbei. Es ist ein Paradox. Merkels Rücktritt auf Raten schwächt die CDU, aber nie war die CDU im deutschen Parteiensystem stärker als heute.

DIE JOURNALISTEN DES JAHRES

Lukas Hässig: Mit einem derart gewaltigen Vorsprung hat noch nie einer die Wahl zum „Journalisten des Jahres“ gewonnen.



Lukas Hässig
Inside Paradeplatz

Lukas Hässig

„Inside Paradeplatz“, der Blog von Lukas Hässig, ist ein Nichts im Vergleich zur gigantischen Redaktionskraft von Tamedia, Ringier und NZZ. Doch der Einzelkämpfer Hässig lässt sie mit seinen Enthüllungen in der Raiffeisen-Affäre alle meilenweit zurück.

TEXT: KURT W. ZIMMERMANN

DER AUFDECKER

Im Sportjargon würde man von einem Kanter Sieg sprechen. Noch nie hat ein „Journalist des Jahres“ die Wahl mit einem derart grossen Vorsprung gewonnen, wie das diesmal Lukas Hässig gelang.

Wenn man in 20 Jahren über den Fall Pierin Vincenz diskutiert, dann wird umgehend der Name des Journalisten Lukas Hässig fallen. Es ist ungefähr so, wie wenn man heute, 20 Jahre danach, über den Fall Werner K. Rey diskutiert. Dann fällt sofort der Name des Journalisten Hansjörg Abt von der „NZZ“. Beide haben fast im Alleingang eine gewaltige Finanzaffäre ins Rollen gebracht.

Hässig hat bei seiner gewonnenen Wahl des „Journalisten des Jahres“ mehr als 30 Prozent der Stimmen bekommen. Einen solchen Vorsprung gab es in der Geschichte dieses Preises noch nie. Bei der Wahl zum „Wirtschaftsjournalisten des Jahres“, die Hässig ebenfalls gewann, machte er gar um die 50 Prozent der Voten.

Tatsächlich ist Hässig der wohl untypischste Preisträger aller Zeiten. Er ist ein Alleinunternehmer, der einen Blog unter

dem Titel „Inside Paradeplatz“ betreibt. Hässig hat einen Computer und ein Pult und ein Telefon und sonst nichts. Das genügt, um das Raiffeisen-Denkmal Vincenz, den vormaligen Darling der Wirtschaftsjournalisten, zum Einsturz zu bringen.

Hässig ist so etwas wie der Beleg, dass hervorragender Journalismus nicht an Produktionsbedingungen gebunden ist. Die Schweizer Aufdeckungs-Story des Jahres entstand weit abseits all dieser gut dotierten Redaktionsstrukturen, Newsrooms, Ressorts und Redaktionsbudgets, wie sie in den grossen Medienhäusern üblich sind.

Der Einzelkämpfer in seinem gemieteten Einzelbüro hatte die besseren Storys als die geballte, versammelte Medienindustrie.

Lukas Hässig ist sozusagen der Robin Hood unserer Branche.

WIE WURDE DIE WAHL DURCHGEFÜHRT?

Die Vorauswahl der Nominierten für die Wahl zum „Journalist des Jahres“ wurde von 40 aktiven und ehemaligen Journalistinnen und Journalisten vorgenommen. Sie reichten ihre Vorschläge in den zehn verschiedenen Kategorien ein. Die Shortlist der nominierten Kandidaten entstand dann nach rein numerischen Kriterien, sodass es auch Mehrfach-Nominierungen geben konnte. Die Namen mit den meisten Nennungen kamen in die Endauswahl für die Online-Abstimmung, an der dann gegen 900 Journalisten teilnahmen.

Die Jury bestand aus: **Lis Borner** (Radio SRF), **René Lüchinger** (Facts, Bilanz, Blick), **Mark Dittli** (Finanz & Wirtschaft, Republik), **Judith Wittwer** (Tages-Anzeiger), **Marc Kowalsky** (Bilanz), **Dominik Feusi** (Basler Zeitung), **Philipp Zweifel** (Tages-Anzeiger), **Jean-Martin Büttner** (Tages-Anzeiger), **Rico Bandle** (Weltwoche), **Stefan Charles** (SRF), **René Scheu** (NZZ), **Stefan Regez** (Schweizer Illustrierte), **Martin Meyer** (NZZ), **Silvia Binggeli** (Annabelle), **Michael Bahnerth** (Basler Zeitung, Weltwoche), **Michèle Binswanger** (Tages-Anzeiger), **Andreas Durisch** (SonntagsZeitung), **Peter Hartmeier** (Bilanz, Tages-Anzeiger), **Marco Boselli** (20 Minuten), **Karl Lüönd** (Publizist), **Philipp Gut** (Weltwoche), **Hansjürg Zumstein** (SRF), **Andreas Dietrich** (Blick), **Patrik Müller** (Aargauer Zeitung, CH Media), **Peter Rothenbühler** (Schweizer Illustrierte, Le Matin), **Nina Kunz** (Das Magazin), **Kurt W. Zimmermann** (Weltwoche, Schweizer Journalist), **Hannes Britschgi** (Ringier-Journalistenschule), **Claudia Schumacher** (Weltwoche, Freie), **Peer Teuwsen** (NZZ-Gruppe), **Kaspar Surber** (Wochenzeitung), **Margrit Sprecher** (Publizistin), **Markus Wiegand** (kress pro), **Peter Hartmann** (Publizist), **Fredy Wettstein** (Tages-Anzeiger), **Steffi Büchli** (MySports), **Roland Mägerle** (SRF).

FOTO: SABINE WUNDERLIN, PHILIPP ROHNER, MARKUS GYGER

JOURNALIST DES JAHRES



Lukas Hässig, Inside Paradeplatz: Fast im Alleingang löste Finanzjournalist Hässig eine Affäre aus, welche die zuvor populärste Bank des Landes in eine tiefe Krise und ihren CEO Pierin Vincenz in Untersuchungshaft führte.

01



Lukas Hässig

31,1 %

INSIDE PARADEPLATZ

Stimmen: ein Ein-Mann-Unternehmen mischt den Finanzplatz auf, Einzelkämpfer mit starkem Geschütz, unermüdlich und furchtlos, solche Typen brauchen wir

02



Fabian Eberhard 15,0 %

BLICK-GRUPPE

Stimmen: macht Journalismus mit Haltung, grosse Recherchen zu Waffenkäufen und

Rechtsextremen, Themen und nicht Schlagzeilen sind ihm wichtig

03



Susanne Wille 12,0 %

SRF

Stimmen: jahrelange Qualität auf hohem Niveau, versteht ihren Beruf im klassisch-aufklärerischen

Sinn, superkompetent, ihre Stärke ist Glaubwürdigkeit

PLÄTZE 4-8 JOURNALIST DES JAHRES

04	Sophie Roselli, TRIBUNE DE GENÈVE	10,8 %
04	Sven Zaugg/Pascal Tischhauser, BLICK-GRUPPE	10,8 %
06	Gion Mattias Durband, SÜDOST-SCHWEIZ/DIE REPUBLIK	6,9 %
07	Philippe Reichen, TAGES-ANZEIGER	5,7 %
08	Philipp Burkhardt, SRF	3,5 %

CHEFREDAKTION



Kaspar Surber, WOZ: Er steht stellvertretend für die dreiköpfige „WOZ“-Chefredaktion, zu der auch Silvia Süess und Yves Wegelin gehören. Das Trio zeigt, dass auch mit kleineren Mitteln grosse Recherchen möglich sind.



Kaspar Surber, Silvia Süess, Yves Wegelin 19,6 %

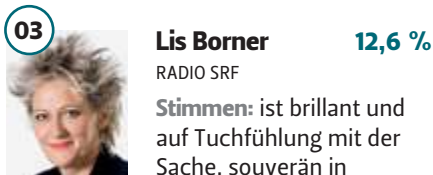
WOZ

Stimmen: Garanten für linken Qualitätsjournalismus, undogmatisch und offen, souverän-kollektiver Führungsstil, die WOZ entwickelt sich prächtig



Christof Moser 14,7 %
DIE REPUBLIK

Stimmen: stampfte ein Start-up aus dem Boden, transparent, ehrlich und offen, hat, statt zu jammern, etwas Neues gewagt, ein vitaler Pioniergeist



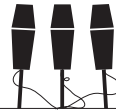
Lis Borner 12,6 %
RADIO SRF

Stimmen: ist brillant und auf Tuchfühlung mit der Sache, souverän in schwierigem Umfeld, liess sich bei der Radio-Standortfrage nicht einschüchtern

PLÄTZE 4-8 CHEFREDAKTION

04	Eric Gujer, NZZ	10,9 %
05	Markus Somm, BASLER ZEITUNG	10,4 %
06	Andres Büchi, BEOBACHTER	8,9 %
07	Judith Wittwer, TAGES-ANZEIGER	8,4 %
08	Dirk Schütz, BILANZ	6,1 %

POLITIK



Susanne Wille, TV SRF: In die richtige Politik, so sagte sie kürzlich, wolle sie (noch) nicht einsteigen. Für das Publikum ist das eine gute Nachricht. Niemand ist im Politbetrieb souveräner vor der Kamera als die SRF-Anchorwoman.



Susanne Wille 23,7 %
10 VOR 10

Stimmen: so machen Abstimmungen Spass, eloquent und klug, immer auf dem Punkt, sachlich und unaufgeregt, blickt hinter die Maskeraden der Politiker



Oliver Meiler 14,7 %
TAGES-ANZEIGER

Stimmen: schnell wie eine Agentur und gut wie eine Edelfeder, tolle Geschichten aus nicht mehr so bella Italia, grossartiges Storytelling, il grande Meiler



Sophie Roselli 11,1 %
TRIBUNE DE GENÈVE

Stimmen: bravissima pour le découvertes, hatte mit Maudets Reise die Polit-Story des Jahres, legt den Finger auf eiternde Wunden, keine Beisshemmung

PLÄTZE 4-8 POLITIK

04	Othmar von Matt, AARGAUER ZEITUNG	9,5 %
05	Philipp Burkhardt, SRF	9,1 %
06	Susanne Brunner, SRF	8,4 %
07	Benedict Neff, NZZ	8,1 %
08	David Biner, WALLISER BOTE	7,1 %

WIRTSCHAFT



Lukas Hässig, Inside Paradeplatz: Der riesige Vorsprung von Hässig zeigt den Respekt der Branche. Ein einzelner Journalist hat in der Affäre um Raiffeisen all diesen riesigen Mangelredaktionen den Meister gezeigt.



Lukas Hässig 45,7 %
INSIDE PARADEPLATZ

Stimmen: unerschrockener Einzelkämpfer, der beste Investigationsjournalist des Landes, im Alleingang gegen die Banken, der Aufdecker des Jahres



Florence Vuichard 14 %
BILANZ

Stimmen: Frauenpower – seit Jahren auf hohem Niveau, gräbt immer wieder bemerkenswerte Geschichten aus, keine Blenderin, aber kompetent



Reto Lipp 11,3 %
ECO SRF

Stimmen: hat Eco aufgebaut und bleibt pionierhaft dran, kein trockener Faktenjournalist, wunderbar unaufgeregt, eine spannende Wirtschaftssendung

PLÄTZE 4-8 WIRTSCHAFT

04	Yves Wegelin, WOZ	7,8 %
05	Jürg Müller, NZZ	5,2 %
06	Sven Millischer, HANDELSZEITUNG	4,2 %
07	Holger Alich, TAGES-ANZEIGER	3,5 %
08	René Schuhmacher, K-TIPP	3,3 %

Wo man
Vertrauen
auch zwischen
den Zeilen
lesen kann,
bin ich

am richtigen
Ort.

Am
richtigen
Ort.ch



Aargauische
Kantonalbank

GESELLSCHAFT



Michèle Binswanger, Tages-Anzeiger: Ihre grosse Stärke ist ihre Lockerheit, mit der sie sich zwischen Ideologien und Korrektheiten bewegt. Man kann bei ihr nie sicher sein, aus welchem Blickwinkel der Text diesmal kommt.



01 Michèle Binswanger 20,8 %
TAGES-ANZEIGER

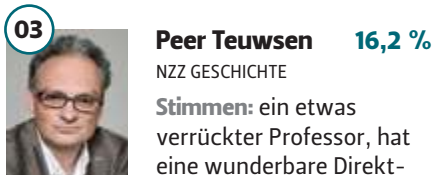
Stimmen: undogmatischer Blick, lässt immer wieder aufhorchen, getraut sich, zu nerven, starke Geschichten zu MeToo, eine aufgeklärte Feministin



02 Adrienne Fichter 18,0 %
DIE REPUBLIK

Stimmen: bissige Schreibe und grosse Geschichten, die Beste in Sachen Social Media, relevante Themen

in nüchternem Ton, engagierte Recherche-Feder



03 Peer Teuwsen 16,2 %
NZZ GESCHICHTE

Stimmen: ein etwas verrückter Professor, hat eine wunderbare Direktheit, intelligent und

hochfundiert, produziert tolle Lektüre mit Tiefgang

PLÄTZE 4-8 GESELLSCHAFT

04	Lina Selmani, WATSON	11,8 %
05	Claudia Schumacher, FREIE/WELTWOCH	9,7 %
06	Steven von Bergen, BERNER ZEITUNG	7,4 %
07	Ronnie Grob, SCHWEIZER MONAT	7,2 %
08	Tamara Wernli, FREIE	6,6 %

KULTUR

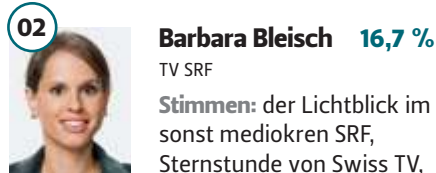


Jean-Martin Büttner, Tages-Anzeiger: Sein Kulturbegriff ist so breit wie der Amazonas, er reicht von den Beatles bis zur seelischen Befindlichkeit städtischer Männer. Dazu ist er ein Schreibautomat ohne Ausschalt-Taste.



01 Jean-Martin Büttner 25,7 %
TAGES-ANZEIGER

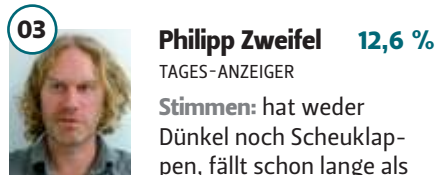
Stimmen: Best of the West, ein Meister des Erzählfachs, Jean-Martin Fucking Büttner halt, so gut, dass man das schon als selbstverständlich nimmt



02 Barbara Bleisch 16,7 %
TV SRF

Stimmen: der Lichtblick im sonst mediokren SRF, Sternstunde von Swiss TV, erliegt nicht der Versu-

chung zur Selbstdarstellung, weiter Horizont



03 Philipp Zweifel 12,6 %
TAGES-ANZEIGER

Stimmen: hat weder Dünkel noch Scheuklappen, fällt schon lange als gute Feder auf, erfrischend

anders, Büttner muss sich langsam hüten, echt originell

PLÄTZE 4-8 KULTUR

04	Rico Bandle, WELTWOCH	9,7 %
05	René Scheu, NZZ	9,1 %
06	Claudia Mäder, NZZ	8,3 %
07	Pascal Blum, TAGES-ANZEIGER	6,8 %
08	Regula Fuchs, DER BUND	6,1 %

RECHERCHE



Kurt Pelda, Tages-Anzeiger: Da mögen linke Journalisten noch so gifteln, Kurt Pelda behält das Bedrohungsszenario extrem-islamistischer Umtriebe im Blick. Zum An'Nur-Prozess etwa kam es primär wegen Pelda.



01 Kurt Pelda 20,8 %
TAGES-ANZEIGER

Stimmen: Wühlmaus, hartnäckig und unerschrocken, kennt alle Hinter- und Abgründe, geht dahin, wo es wehtut, ohne Rücksicht auf die eigene Person



02 Daniel Ryser 13,0 %
WOZ/DIE REPUBLIK

Stimmen: beharrlich und doch unterhaltsam, bestechende Kokain-Recherche, unbestechlich

und gut geschrieben, recherchiert akribisch wie sonst keiner



03 Fabian Eberhard 12,2 %
BLICK-GRUPPE

Stimmen: immer nachlegen – das ist Recherche, hat die Waffen-Diskussion geprägt, hat grossartige

Recherchefähigkeit, löste öffentliche Debatte aus

PLÄTZE 4-8 RECHERCHE

04	Mario Stäubli, TAGES-ANZEIGER	11,3 %
05	Jacqueline Büchi, WATSON/HEUTE.AT	9,6 %
06	Sven Zaugg/Pascal Tischhauser, BLICK	8,7 %
07	Gion Mattias Durband, SÜDOSTSCHWEIZ/DIE REPUBLIK	7,7 %
08	Kevin Brühlmann, SCHAFFHAUSER AZ	6,8 %

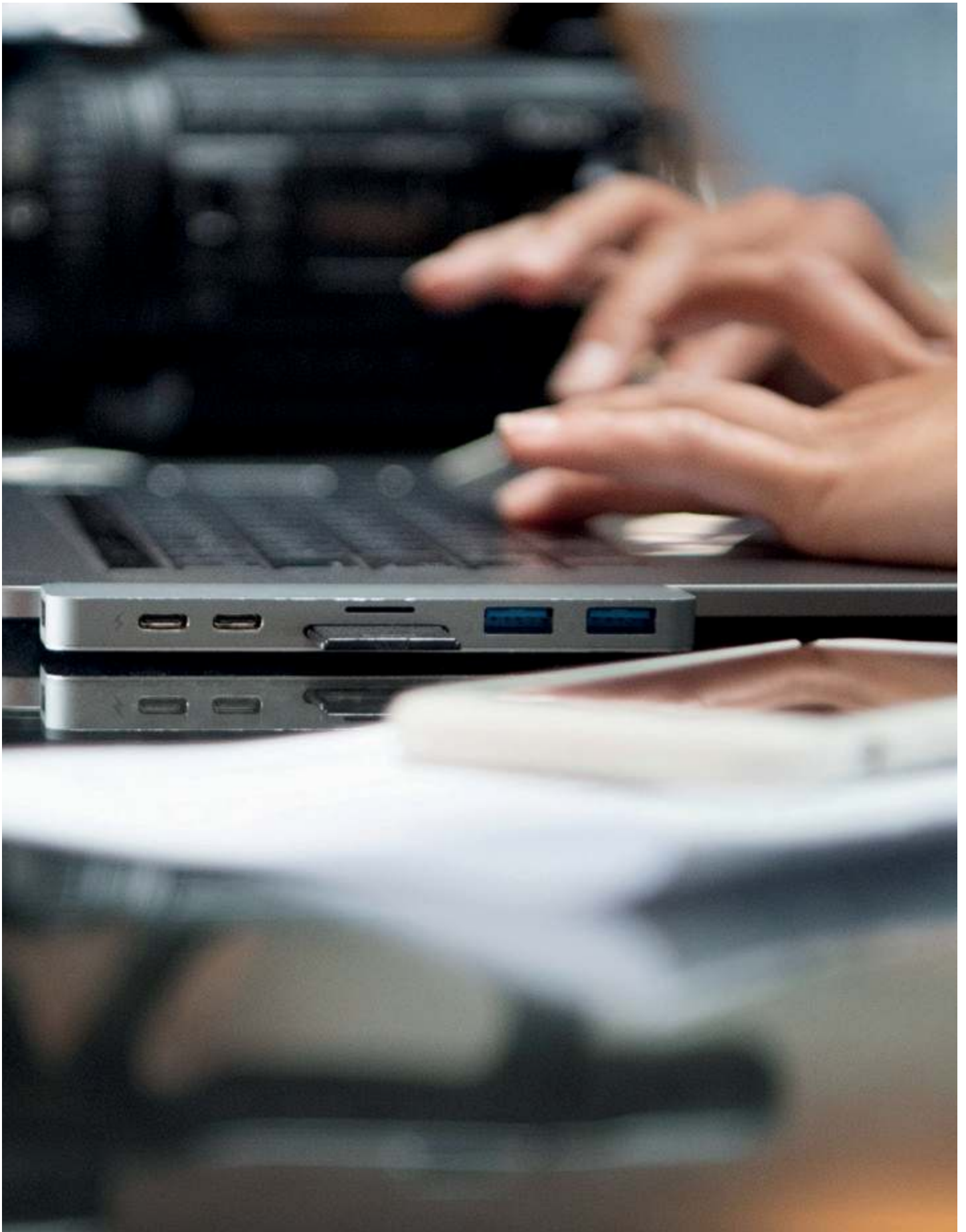


Foto: Christian Beutler. Mehr Info auf www.keystone-sda.ch

TEXT, BILD, VIDEO, INFOGRAFIK.

KEYSTONE SDA

KOLUMNE



Nina Kunz, Das Magazin / Daniel Binswanger, Die Republik: Ein Gleichstand zweier sehr unterschiedlicher Kolumnisten. Binswanger ist der bewährt-kritische Politikopf, Kunz ist die junge, frische Gesellschafts-Autorin

01



Daniel Binswanger 19,3 %

DIE REPUBLIK

Stimmen: eine Marke und ein Vordenker, tief-schürfend und doch leicht lesbar, philosophisch aufgeladen, aber nicht überladen, souveräner Kommentator, hat mit dem Wechsel wieder an Schwung gewonnen

01



Nina Kunz 19,3 %

DAS MAGAZIN

Stimmen: ein vielversprechendes Talent, jung und frech und gescheit, urban und sexy, geht zielgenau auf die Lachmuskeln, so jung und so klug, die Schreibe ist manchmal gewöhnungsbedürftig, aber kreativ

03



Francesco Benini 15,1 %

NZZ AM SONNTAG

Stimmen: einfach gute Schreibe, immer witzig und immer treffend, kann glänzend um die Ecke denken, bringt Leichtigkeit ins sonst schwere Blatt

PLÄTZE 4-8 KOLUMNE

04	Birgit Schmid, NZZ	10,2 %
05	Martin Ebel, TAGES-ANZEIGER	9,6 %
06	Linus Reichlin, WELTWOCHEN	9,0 %
07	Peter Rothenbühler, SCHWEIZER ILLUSTRIRTE	8,6 %
08	Ursula von Arx, BLICK	3,5 %

REPORTER



Daniel Ryser, WOZ/Republik: Nach seinem gründlichen Buch über Roger Köppel war Daniel Ryser natürlich der Favorit in der Kategorie Reporter. Zuvor hatte er bereits eine umfangreiche Drogen-Recherche abgeliefert.

01



Daniel Ryser 15,8 %

WOZ/REPUBLIK

Stimmen: Sein Köppel-Buch sticht heraus, allein die Köppel-Biografie ist eine Auszeichnung wert, ein gründlicher und präziser Reporter, ohne Scheuklappen

02



Fabian Eberhard 13,0 %

BLICK-GRUPPE

Stimmen: er deckt die Mauseleien auf, hat die Waffengeschäfte aufgedeckt, investigative

Recherchen, niemand hat die Extremisten besser im Blick

03



Pascal Weber 11,5 %

SRF

Stimmen: überzeugt seit Jahren, geht nah ran und ordnet ein, schafft immer wieder emotionale

TV-Perlen, versucht unermüdlich, Nahost zu erklären

PLÄTZE 4-8 REPORTER

04	Priscilla Imboden, ECHO DER ZEIT	11,2 %
05	Rafaela Roth, TAGES-ANZEIGER	10,4 %
06	Marcel Gyr, NZZ	9,0 %
07	Sacha Batthyany, NZZ	8,4 %
08	Christof Gertsch, DAS MAGAZIN	7,6 %

SPORT



Stefan Bürer und Heinz Günthardt, SRF: Das Tennis-Duo funktioniert nicht wie das übliche Modell mit einem Journalisten und einem Experten. Ihre Rollen wechseln fließend, ganz besonders dann, wenn Roger Federer spielt.

01



Stefan Bürer, Heinz Günthardt 16,1 %

TV SRF

Stimmen: Geili Sieche, ein cooles Komödiantenstadl, verlieren auch nach Jahren die Freude nicht, dieses Team ist einfach klasse, ein duo infernal

02



Flurin Clalüna 13,6 %

NZZ

Stimmen: gute Kommentare in der NZZ, eine wunderbare Schreibe, unaufgeregt mit brillanter

Schreibe – was will man mehr, er schreibt Sport-Feuilleton

03



Klaus Zaugg 13,2 %

WATSON

Stimmen: nutzt den Raum zwischen Nähe und Distanz zum Sport, den Eismeister gibt's nur einmal, polarisiert und vergisst nichts, klare Stellungnahmen

PLÄTZE 4-8 SPORT

04	Steffi Buchli, MYSPO RTS	12,9 %
05	Samuel Tanner, NZZ AM SONNTAG	10,8 %
06	Thomas Schifferle, TAGES-ANZEIGER	10,5 %
07	Christine Steffen, NZZ	9,3 %
08	Felix Bingesser, BLICK	6,2 %

Auf ein Wort

Wir bedanken uns für anregenden, unergründlichen und provokativen Journalismus in den vergangenen Monaten und freuen uns auf mehr im neuen Jahr!

«Gäbe es die SRG nicht längstens, käme heute niemand auf die Idee, sie zu erfinden.»
Eric Gujer in der «Neuen Zürcher Zeitung»

«Der Beruf eines Politikers ist nicht das Beschreiben von Wirklichkeit – sondern ihre Veränderung. Und nichts verändert die Wirklichkeit so effizient wie eine Lüge.»
Constantin Seibt in der «Republik»

«Die Basler sind überaus empfindlich.»
Markus Somm, «Basler Zeitung», auf «tageswoche.ch»

«Liebt, wen ihr wollt. Wann ihr wollt. Solange ihr wollt. Und seid, was Sex betrifft, nett zum Gegenüber.»
Michèle Binswanger auf «tagesanzeiger.ch»

«Der grosse Hebel von Bitcoin ist allerdings nichts Technisches, sondern letztlich etwas Soziales: Vertrauen.»
Marc Badertscher in der «Handelszeitung»

«Es sind also oft nicht die Fehler selbst, sondern die danach angewandten Vertuschungs- und Erklärungstaktiken, welche die Karriere beenden.»
Florence Vuichard in der «Bilanz»

«Es ist immer wieder spannend, wie sehr die Innensicht von Management und die Aussensicht der Investoren auseinandergehen.»
Praktikus in der «Finanz und Wirtschaft»

«Die Amerikaner reden von Gott und meinen sich selbst.»
Roger Köppel in der «Weltwoche»

«Sie sind die Streber, von denen man nach der Schule hoffte, sie nie mehr wiederzusehen. Es kam anders.»
Bettina Weber in der «Sonntagszeitung»

«Die Schweizer Europapolitik ist eine Tinguely-Maschine. Sie rattert, rudert, macht Höllenlärm. Sie schlägt alle in ihren Bann – und ist doch ein Leerlauf.»
Gieri Cavelti im «Sonntagsblick»

«Und der Schweizerische Fussballverband sollte realisieren, dass die Negation von politischen und emotionalen Aspekten nur neue Probleme schafft.»
François Schmid-Bechtel auf «aargauerzeitung.ch»

«So gesehen ist das frauenfeindliche Wirtschaftssystem in der Schweiz längst ein Fall für die Wettbewerbskommission: Es herrschen Monopolstrukturen.»
Patrizia Laeri, «SRF», in der «Zeit Schweiz»

«Eine Geschichte ist erst zu Ende, wenn sie ihren schlimmstmöglichen Ausgang genommen hat.»
Ermes Gallarotti, nach Friedrich Dürrenmatt, in der «Neuen Zürcher Zeitung»

«Und zwar big time.»
Lukas Hässig auf «Inside Paradeplatz»

«Die Tüchtigen wie Peter Wanner, Michael Ringier und Pietro Supino haben überlebt. (...) Wir heben das Glas auf die Lebenden.»
Kurt W. Zimmermann im «Schweizer Journalist»

lemongrass communications

Karin Rhomberg, Cornelia Schmid, Peter Hartmeier, Hans-Peter Wäfler, Andreas Hildenbrand
Strategic Advisory and Implementation, Claridenstrasse 22, 8002 Zürich
Telefon +41 44 202 52 00, www.lemongrass.agency

„RELATIV UNVERBLÜMT UND EIN WENIG KNALLIG“

Lukas Hässig, der „Journalist des Jahres“, über seine Recherchen, seine Informanten, seine Art von Journalismus, sein Ego, seinen Schreibstil und natürlich über seine grösste Story, den Blattschuss gegen Raiffeisen-Chef Pierin Vincenz.

Lukas Hässig, wissen Sie noch, welches Ihr erster grosser Primeur war, der von anderen Zeitungen zitiert wurde?

Lukas Hässig: Puh, das beginnt ja gut. Bei der „Finanz und Wirtschaft“ schrieb ich den Namen der Stadt, wo Nicolas Hayek seine Smart-Autofabrik hinstellen wollte. Wirklich grosse Wellen schlug das aber nicht.

Wie kamen Sie damals zu dieser Information?

Wie meistens. Jemand bekam davon Wind, gab mir die Information, dann erhielt ich eine Bestätigung vom Hause Hayek.

Und wissen Sie noch, welches Ihr erster grosser Primeur im Bankensektor war?

Im Frühling 1998, als die Bankgesellschaft und der Bankverein sich gerade zusammenschlossen, erfuhr ich von Derivateverlusten der UBS in London. Nach dem Artikel meldete sich eines Nachmittags der damalige Chef der UBS Mathis Cabiallavetta. Er sprach über eine Freisprechanlage. Es klang nach grossem Büro.

Wie kamen Sie damals zu dieser Information?

Auch da war es ein Bekannter von mir, der mehr wusste aus dem Innern der UBS und mir davon berichtete.

Damit sind wir bei Ihrer Recherchieretechnik. Wie recherchieren Sie?

Wohl so, wie alle, die das tun. Es gibt gute Bekannte, die einen anrufen, es gibt neue Informanten, die auf einen zukommen, es

gibt Tipgeber, es gibt kleine Bemerkungen in Artikeln, die einen hellhörig machen. Von Vorteil ist, wenn man in den Themen drin ist, die man abdecken will. Dann ist es einfacher, die Dimension einer Information rasch zu erkennen.

Kommen die Tipps auch anonym?

Es gibt alles: Anrufe von Leuten mit Namen, ohne Namen, mit Handynummer, aus einer der letzten noch existierenden Swisscom-Kabinen, Hinweise per Brief, mit oder ohne Absender – die ganze Palette.

Nach der Recherche kontaktiert man zum Schluss normalerweise die Medienstelle, die im Normalfall mauert.

Die wenigsten Sprecher mauern einfach. Wenn man sie mit konkreten Fragen und Aussagen konfrontiert, dann erhält man in der Regel eine vernünftige Antwort. Einfach krass lügen tun meistens nur jene, die wirklich etwas zu verstecken haben.

Sie machen seit 2011 Ihren Blog „Inside Paradeplatz“. Vorher waren Sie auf Redaktionen wie „SonntagsZeitung“, „Facts“ und „Weltwoche“. Was ist der Unterschied?

Alles. Die grossen Medien haben grosse Redaktionen, Chefs, Hahnenkämpfe, Sitzungen, Wünsche des Verlags, des Managements, der Eigentümer. Man muss als Journalist und Mitglied der Redaktion seine Stellung finden, je nach Typ kann man sich besser oder weniger gut entfalten. Bei „Inside Paradeplatz“ gibt es nur mich.

Heute nennt man Sie „Einzelkämpfer“. Vermissen Sie das Redaktionsleben nicht?

Es ist sehr weit weg, stammt wie aus einem anderen Leben. Irgendwie hat es mich auf diesen Pfad verschlagen, ich denke nicht daran, ihn zu verlassen.

Interessant ist allerdings, dass Sie Ihre schon vorher hohe Primeurdichte noch gesteigert haben, seit Sie selbstständig sind. Wie kommt das?

Das liegt daran, dass sich herumgesprochen haben könnte, dass bei „Inside Paradeplatz“ die Sachen relativ unverblümt und ein wenig knallig erscheinen. Das hat eine gewisse Magnetwirkung: Die Leute sagen sich wohl, dass sie mit ihrem Anliegen etwas auslösen können, wenn „Inside Paradeplatz“ darüber schreibt.

Wie viel Ihrer Arbeitszeit investieren Sie in Beziehungspflege?

Dieses Wort habe ich lange nicht mehr gehört. Mit Leuten zu sprechen, bekannten oder neuen, ist alles. Es ist eingepflanzt, man kann es nicht in Prozente fassen. Wenn ich die Gespräche vernachlässige, merke ich, wie die Pipeline ausdünnert. Dann muss man sich die Storys aus den Fingern saugen, was die Leser rasch merken.

Und damit wären wir bei Raiffeisen. Sie müssen verdammt gute Informanten aus dem innersten Kreis der Bank gehabt haben.

Who knows.

Das Erstaunliche war, Sie hatten alles als Erster. Die leichtesten Stoffe wie die harten

Stoffe. Es begann mit Ihrem amüsanten Primeur, dass Raiffeisen-Chef Pierin Vincenz einen Sabbatical nimmt.

Man kennt sich im Banking, so wie im Journalismus. Da verbreiten sich solche Neuigkeiten rasch. Sie müssen gar nicht so viele kennen, um an solche Informationen heranzukommen. Was es braucht, ist, dass man Ihnen traut.

Dann wussten Sie als Erster, dass die Finma wegen Interessenkonflikten und möglicher Bereicherung gegen Vincenz ermittelt. Wie kam das?

Das war die Folge der ganzen Vincenz-Recherche. Der harte Teil war vorher, als es um die Geheimzahlungen zwischen Pierin Vincenz und einem langjährigen Weggefährten ging. Da gab es oft Drohungen, zuletzt auch Klagen über je 100.000 Franken.

Und dann ging es erst richtig los. Sie hatten dann im Wochenrhythmus grössere und kleinere Primeurs aus dem Inneren der Bank, meist über dubiose Geschäfte von Vincenz. Es sah aus wie ein Lawinenabgang.

Vermutlich gibt es noch viel Schnee, der zu Tal donnern könnte. Vincenz galt als der letzte Gut-Banker des Landes. Umso grösser war der Aufschrei, als Stück für Stück das Gegenteil zum Vorschein kam. Plötzlich gab es immer mehr Hinweise von vielen Seiten, zwischendurch fühlte sich das an wie auf einem Polizeiposten nach einem Fahndungsaufwurf.

In den Kommentaren zu Ihrer Wahl sagen viele Journalisten dasselbe. Sie sagen: „Das muss man erst mal hinkriegen, einen Top-Banker in eine mehrmonatige U-Haft zu schreiben.“ Ist Vincenz eine Trophäe?

Warum sollte es das sein? Wenn Sie merken, dass Sie an etwas Überraschendem, Grosse, vielleicht Skandalträchtigem dran sind, dann verspüren Sie viel Energie. Das ist Ihr Elixier als Journalist, wenn Sie in diesem Bereich tätig sind. Sie wollen die Story, Sie wollen das Ding festmachen. Den Penalty versenken.

Ein bisschen Cowboy-Mentalität braucht man als Journalist schon.

Wir nutzen in der Branche ja diesen Wortschatz: Wir schiessen den ab, die schiessen scharf zurück, sie wollen uns fertigmachen,



Lukas Hässig über Pierin Vincenz: „Es war wie auf dem Polizeiposten nach einem Fahndungsaufwurf.“

chen, heute schlagen wir zu und so. Als ich einmal meiner Mutter auf diese Weise etwas berichtete, fragte sie mich, ob Krieg herrsche bei mir. Seither rede ich manchmal anders. Aber in der Sache geht es schon darum: Wir decken auf, was verborgen bleiben soll.

Wie gut kennen Sie Vincenz eigentlich persönlich?

Mittel. Wie viele, die über Banken schreiben, hatte ich seine Handynummer. Ob die heute noch geht? Wir waren per Sie, mit anderen hatte er Duzis gemacht. Alle konnten ihn, den Superstar, direkt anrufen, er half einem. Das war angenehm, Vincenz wusste einiges, er sass in Gremien, hatte immer etwas Neues. Einmal kam er zu mir ins Büro. Plötzlich stand er da, als ob er eben mit dem Tram vorgefahren wäre. Es ging um Werbung auf „Inside Paradeplatz“. Vincenz zeigte sich interessiert, nach einer Stunde brach er wieder auf. Im Rückblick denke ich, wollte er

einfach schauen, wie „Inside Paradeplatz“ von innen aussieht. Werbung gab es keine.

Sie haben die Wahl zum „Journalisten des Jahres“ mit dem grössten Vorsprung aller Zeiten gewonnen. Wissen Sie warum?

Nein.

Ich glaube, Sie sind für die Branche eine Art Idealtypus. Sie sind ein Journalist, der noch hinausgeht und recherchiert. Sie sind sozusagen das Gegenbeispiel zu jenen Newsroom-Redaktoren, die nur noch am Computer sitzen.

Am Computer sitzen ist schon gut, wenn man weiss, was man dort macht. „Inside Paradeplatz“ ist der Journalismus, den ich liebe. Boulevard im alten Stil. Das finde ich die Königsdisziplin, weil es darum geht, Wirkung zu erzeugen. Nicht mit allen Artikeln, aber immer mal wieder. Was ich nicht bedacht hatte: Sie schaffen sich mit der Zeit ein paar Feinde. Das kann unter die Haut gehen, man muss sich überlegen, wie man

aus der Umklammerung herausfindet. Da brauchen Sie Hilfe von guten Leuten, eine Art Berater im Hintergrund. Die hatte ich am Anfang nicht, aber dann, als ich sie brauchte, waren sie zur Stelle. Man geht einen Weg, und dann passieren Dinge, die man nicht planen kann, die man nicht vorhersehen kann. Vielleicht ist es das, was gut gelaufen ist: Mit meinem Blog gehe ich einen Weg, der sehr stark mein Weg ist.

Im Grunde sind Sie wie ein Journalist wie aus der Vergangenheit.

Das bin ich ganz bestimmt, mit 54 gehöre ich jetzt zu den Älteren. Als ich bei Schwinski in die Journalismus-Lehre ging, hatte ich drei Jahre KV und drei Jahre Fachhochschule in der Tasche. Das war vor 28 Jahren. So lange bin ich schon dabei, um die Jahrtausendwende wurde ich Flughafen-Pressesprecher, weil ich Karriere machen wollte. Nach gut zwei Jahren zog es mich zurück in die Medien, es musste mit einer Ressortleitung immer noch ein Karrierejob sein. Mit 42 verlor ich bei der „Weltwoche“ die Stelle, da war ich fertig mit Karriere in den Medien, und ich hätte fast aufgehört mit Journalismus. Dann kam die Idee mit der Selbstständigkeit, daraus wurde in der Finanzkrise eine Spezialisierung

BIO

Lukas Hässig

Lukas Hässig, 54, machte eine KV-Lehre bei der Nationalbank und ein Betriebswirtschaftsstudium an der Fachhochschule. Er war ab 1991 unter anderem für Radio 24, „Finanz & Wirtschaft“, „SonntagsZeitung“ und „Facts“ als freier Journalist, Redaktor und Ressortleiter im Einsatz. Zwischenzeitlich war er Kommunikationschef des Flughafens Zürich.

Vor sieben Jahren startete er seinen Finanzblog „Inside Paradeplatz“, der schnell zum führenden journalistischen Informationsportal der Bankenbranche wurde. Hässigs Portal enthüllte die trüben Machenschaften von Raiffeisen-Chef Pierin Vincenz, dem im Gegensatz zu ihm fast alle anderen Schweizer Journalisten zu Füssen lagen.

Hässig ist verheiratet und hat vier Kinder. Er wohnt in Zürich-Fluntern.

auf Banken, die führte zu Büchern, die wiederum zu einem Blog. Jetzt möchte ich nichts anderes mehr sein als Journalist.

Was ist für Sie Journalismus: Ein Job? Eine Passion? Ein Ego?

Alle drei Dinge. Ego im Sinn, dass ich gerne vorne dabei bin. Das war früher im Fussball so, was dann wegen Nervosität zu verschossenen Penaltys führte. Am Ende gab ich früh auf im Fussball, im Journalismus holte ich etwas von dem Spiel ums Siegen nach. Das war am Anfang in den Medien vielleicht der Energietank, um immer wieder Neues zu finden. Aber auch die Angst war ein Antreiber, Angst, mit dem Schreibstil, der Überlegung, der Analyse, nicht zu genügen. Auch hier hat mir „Inside Paradeplatz“ geholfen. In den sieben Jahren, seit es das Medium gibt, hat sich ein eigener Schreibstil herausgeschält, mit kurzen Absätzen, atemloser Sprache, viel Aufregung, manchmal Pathos, oft hart. Und manchmal gelingt einem ein Satz, der nur aus wenigen Worten besteht, allein einen Absatz bildet, und der einfach sitzt. Dann schaue ich den an, es ist kurz vor acht am Morgen, wenn die Story raus muss, und denke: Lässig.

Sie hatten unter anderem auch den Primeur von Daniel Vasellas geheimer Abfindung. Verstehen Sie sich als „Muckraker“, wie die Amis sagen, als Schmutzaufwühler?

Nein. Das Wort kannte ich gar nicht. Es ist auch nicht passend. Was heisst schon Schmutz, bei Vincenz mit seinen Deals und seinen Extravaganzen, bei Daniel Vasella mit seinen versteckten Abgangs-Millionen? Banken und Banker sind einfach spannend, die Leute in der Finanzwirtschaft wollen oft besonders glamourös sein, vielleicht weil sie das Gefühl haben, dass sie eigentlich nichts so Richtiges produzieren. Das finde ich eine spezielle Welt, interessante Leute, mächtige Leute, die sich und ihren Banken Code of Conducts geben, selber aber schauen, dass sie ja nie zu kurz kommen. Viel Schein, grosse Eitelkeiten, und immer wieder auch harte Vorkommnisse. Im Banking kommt vieles zusammen, es ist ein Brennpunkt.

Michael Ringier sieht das etwas anders. Er hat Sie massiv angegriffen als „diesen Blogschreiber, der die angeblich schmutzige

Wäsche der Finanzindustrie vornehmlich im Dreckschleuderwaschgang bearbeitet“.

Klingt gut, aber was meinte er mit Dreckschleuderwaschgang? Wenn es viel aufzudecken gibt, scheint so ein Waschgang nicht falsch. Michael Ringier hält die grösste Boulevardzeitung in den Händen, er könnte die lauteste, einflussreichste Volkes-Stimme im Land sein. Das ist er nicht. Er regt sich auf über „Inside Paradeplatz“, wo die umstrittenen Deals von Pierin Vincenz erschienen. Der gleiche Vincenz kann dann in Ringiers „SonntagsBlick“ am Heiligabend 2017 über mehrere Seiten sein Comeback als mutiger Unternehmer ankündigen, nachdem ihn die Aufsicht aus dem Rennen genommen hat. Wenige Wochen später landet Vincenz im Gefängnis. Erst da beginnen Ringiers Boulevardzeitungen, kritisch zu berichten.

Kommen wir zum Credo. Für wen sind Sie tätig? Für die Gesellschaft oder für sich?

Zunächst war es ein Business, um ein Einkommen zu haben. Dann kamen die Klagen und Prozesse, und als diese nicht aufhörten, sondern eher zunahmen, fand ich, dass es auch um die Pressefreiheit geht. Die Credit Suisse liefert ein gutes Beispiel. Die Bank lädt alle Journalisten, die über Banken schreiben, immer im Dezember zu einem grossen Anlass im Savoy ein. Lange war ich auch dabei, dann plötzlich gab es keine Einladung mehr. Dann folgte eine Klage gegen drei Artikel. Darauf bat mich die CS, die Pressekonferenz zum Jahresergebnis in einem separaten Raum zu verfolgen, wo man keine Fragen stellen konnte. Als ich dann doch im Medienraum erschien und die Hand aufstreckte, erhielt ich nie das Wort. Jüngst kam keine Einladung mehr zur Medienkonferenz. Auf die Frage nach den Gründen meinte die CS, sie würden gewisse Blogs nicht mehr einladen. Die UBS hat im Sommer entschieden, Blogs als soziale Medien einzustufen. Diese sind im UBS-Netzwerk nicht zugelassen. Ausladung, Sperrung, Prozesse sind in meinen Augen Mittel gegen die Meinungsäusserungsfreiheit. Soll das so sein, ist das richtig, oder wollen wir das nicht bei uns? Das finde ich wichtig.

Und der Fall Vincenz wäre dabei der bisherige Höhepunkt Ihrer Karriere. Oder überschätzen wir das?

Es ist der Höhepunkt, weil hier vieles zusammenkommt. Die Recherche war anspruchsvoll, es bestand das Risiko, selber an die Kasse zu kommen, wenn etwas nicht stimmen würde. Ein schmaler Grat, links und rechts gings steil hinunter. Das war die Ausgangslage, wie sie sich von Beginn weg präsentierte. Dann ging es darum, ja keine Spuren zu legen. Und es brauchte etwas Risikobereitschaft, um Vincenz die Stirn zu bieten und sich nicht schon zu Beginn einschüchtern zu lassen. Das Verrückte war: Vincenz wäre mit seiner Einschüchterungstaktik fast davongekommen. Irgendwie hatte er es geschafft, andere Medien zu stoppen.

Sie sind gelernter Betriebswirtschafter. Wie sind Sie Journalist geworden?

Roger Schawinski und sein Radio 24 waren wichtig. Bei ihm spürte man das Feuer für den Beruf. Er liess uns grosse Freiheiten, war aber auch ungehalten, wenn

wir wenig leisteten. Schawinski wollte immer Storys aus dem Zürcher Stadtrat oder dass wir auf die Strasse hinausgingen und Leute vors Mikrofon brachten. Ärmel hochkrepeln, Action reinholen. Das ging vielen von uns über in Fleisch und Blut.

Wo haben Sie Journalismus gelernt, eher beim Radio oder dann eher im Print?

Schon im Print. Radio war für mich ein sehr guter Einstieg in den Beruf. Als ich bei der „Finanz und Wirtschaft“ den ersten Artikel verfasste, hatte ich ein eigenartiges Gefühl. Es war nur eine Kurzmeldung über eine Firma namens Scintilla, von der ich vorher noch nie etwas gehört hatte. Aber mir schoss der Gedanke durch den Kopf, dass all die Wörter, die ich in dieser kurzen Meldung ins System tippen würde, am nächsten Tag schwarz auf weiss in der Zeitung stünden und alle sie lesen könnten und nichts mehr davon verschwindet. Das Wort ist schon ein starkes Ausdrucksmittel,

es ist gleichzeitig schnell hingeschrieben, man kann es überall notieren, braucht kein Mikrofon und keinen Scheinwerfer. Und gleichzeitig muss es stimmen, man wird an ihm später gemessen.

Sie haben ja auch mal die Front zur PR gewechselt und waren drei Jahre lang Mediensprecher des Flughafens Zürich. War das ein Grundlagenirrtum?

Wie gesagt, es ging mir um Karriere. In der „SonntagsZeitung“ wollte mich Andreas Durisch lieber nicht mehr als stellvertretenden Nachrichtenchef. Zu dem hatte mich sein Vorgänger Ueli Haldimann gemacht. Da landete ich wieder im Wirtschaftsressort. Kurz darauf rief Josef Felder an, der neue und junge Chef des Flughafens. Eine Radio-24-Kollegin hatte mich ihm empfohlen, weil ich viel über die Swissair geschrieben hatte. Felder wollte mich, er versprach einen Sitz in der Geschäftsleitung, er offerierte mehr Lohn. Das lockte mich.



Bild: Reto Camerisch; Gestaltung: supersonix

maz
DIE SCHWEIZER JOURNALISTENSCHULE

Mit Aus- und Weiterbildungen am MAZ Trophäen sammeln.

Herzliche Gratulation den Journalistinnen und Journalisten des Jahres 2018.

MAZ – Die Schweizer Journalistenschule, Murbacherstrasse 3, 6003 Luzern, www.maz.ch, office@maz.ch

Dennoch, ich kann mir vorstellen, dass man den Journalismus gut kennenlernt, wenn man ihn auf der Gegenseite hat.

Es war eine gute Zeit, ich sass einmal einen ganzen Abend neben Philippe Bruggisser, er war eine Art Managerheld für mich, obwohl er damals Mitte 2000 schon ziemlich nah am Abgrund flog. Man verliert oft die kritische Distanz, wenn man so nah an den Chefs dran ist. Am Flughafen jagte damals ein Projekt das nächste, und Deutschland begann, die Anflugzeiten zu beschränken. Als Kommunikationschef war man da nah dran. Aber je länger ich am Flughafen war, desto mehr sehnte ich mich zurück ins Mediengeschäft. Mir fehlte es, vorne bei Geschichten dabei zu sein, sondern diese zu hintenherum erklären zu müssen.

Und heute, als Freier, wie gut leben Sie vom Journalismus?

Es geht recht gut. Aber alles hängt von den Klicks ab. Sie müssen immer einigermassen hoch bleiben, sonst kracht das Geschäft zusammen.

Sie haben mit Ihrer Frau aus Spanien vier Buben. Hat man da nie Existenzängste?

Früher war das so. Lustigerweise nahmen diese Sorgen ab, je weniger Sicherheit ich hatte im Sinne einer festen Anstellung. Vielleicht macht man sich diesbezüglich etwas vor, wenn man einen Job hat. Da ist das Klumpenrisiko grösser als bei freien Auftragnehmern, nämlich 100 Prozent.

Ich frage darum, weil Sie dauernd mit Klagen und Schadenersatzforderungen konfrontiert sind.

Die Klagen sind Plagen, man kann eine Wut auf Anwälte entwickeln, weil man findet, die sollen doch einen in Ruhe Artikel publizieren lassen. Und dieser Ton: immer drohen, immer alles ganz schlimm finden. Das regt auf und macht Angst. Dann aber, mit jeder neuen Klage, wird man wieder etwas abgehärtet. Und man beginnt, besser zu verstehen, was hinter den vorwurfsvollen Sätzen steht. Wo eine Klage Hand und Fuss hat und wo einfach nur geblufft wird. Das ist eigentlich noch ganz spannend.

Die Credit Suisse, der Sie Korruption vorwarfen, wollte eine halbe Million von Ihnen, Raiffeisen will nun 200.000.

Nicht ganz. Die CS bezifferte in ihrer Klage von 2015 den Streitwert auf 100.000 Franken, worauf der Gerichtspräsident diesen zunächst auf 500.000 hochschraubte. Im Urteil von 2018 reduzierte das Handelsgericht die Summe dann wieder auf 100.000 Franken. Das ist nicht der Betrag, den eine der beiden Streitparteien zahlen muss, sondern einfach eine theoretische Grösse. Sie ist aber für ein kleines Medium sehr wichtig, weil die Kosten davon abhängen. Je höher der Streitwert, desto teurer das Prozessieren. Bei der Raiffeisen legte das Gericht von sich aus 200.000 Franken als Streitwert fest, ging dann aber im ersten Urteil auf 100.000 Franken herunter.

Haben Sie mal gezählt, wie viele Klagedrohungen und wie viele Klagen Sie bekommen haben?

Das wollte ich immer mal wieder tun, habe es aber leider stets aufs Neue vertagt. Inzwischen habe ich den Überblick verloren.

Und wo in all den Fällen lagen Sie nachweislich falsch?

Bis jetzt gab es nur Zivilprozesse, hauptsächlich am Handelsgericht. Oft bleibt es auch nur bei der Androhung einer Klage, oder dann einigt man sich schnell, bevor das Gericht mit seiner Urteilsarbeit beginnt. Im Fall von Falcon, einer kleinen Bank, sah ich beispielsweise wenig Chancen, den Beweis zu erbringen, dass die Eigentümer aus dem arabischen Raum die Firma verkaufen wollten. Deshalb bat ich die Bankleitung um einen Deal, den diese dann akzeptierte. Später wurden Verkaufsabsichten publik.

Verraten Sie uns zum Schluss noch ein bisschen Privates. Was machen Sie, wenn Sie nicht gerade Primeurs publizieren?

Wir sind eine grosse Familie mit vier immer noch kleinen Kindern, die viel wollen.

Wie und wo leben Sie?

In Zürich-Fluntern, wohin wir vor ein paar Jahren gezogen sind und die älteren Kinder zur Schule gehen. Zuvor waren wir lange in Wiedikon. Zürich ist super.

Wo stehen Sie politisch?

Von zuhause aus links. Jetzt rechts, freue mich aber über linke Wahlerfolge.

Bei welcher Bank haben Sie Ihr Konto?

Hauptbeziehungen sind UBS und Postfinance.

Was ist das Wichtigste im Leben?

Familie in meinem Fall, und im Beruf das Gefühl, dass man etwas realisiert hat.

Und wie geht es weiter?

Wenn's geht, gleich wie bisher.

HALL OF FAME

„Journalist des Jahres“: bisherige Preisträger

- 2018 **Lukas Hässig**, Inside Paradeplatz: der Enthüllungsjournalist der Finanzwelt
- 2017 **Jonas Projer**, SRF-Arena: der souveräne Polit-Moderator
- 2016 **Daniel Ryser**, Wochenzeitung: der reinrassige Reporter
- 2015 **Markus Häfliger**, NZZ: der Rechercheur im Bundeshaus
- 2014 **Kurt Pelda**, Weltwoche: der furchtlose Kriegsberichterstatler
- 2013 **Markus Gilli**, TeleZüri: der Grandseigneur im Regional-TV
- 2012 **Peer Teuwesen**, Die Zeit: der präzise Zeitungskomponist
- 2011 **Urs Paul Engeler**, Weltwoche: der Schreck der Nationalbank
- 2010 **Nicole Althaus und Michèle Binswanger**, Tages-Anzeiger: die Blog-Pionierinnen
- 2009 **Susanne Brunner und Emil Lehmann**, Radio SRF: die Meister des Radiointerviews
- 2008 **Barbara Lüthi**, TV SRF: die Queen der Ausland-Reportage
- 2007 **Constantin Seibt**, Tages-Anzeiger: der furiose Schreibathlet
- 2006 **Roger Köppel**, Weltwoche: der Polit-Journalist mit Verlegertalent
- 2005 **Caspar Selg**, Radio SRF: die Legende vom „Echo der Zeit“

KURT W. ZIMMERMANN
ist Chefredaktor des „Schweizer Journalisten“.

kurt.zimmermann@
schweizer-journalist.ch





Markus Wiegand war zehn Jahre lang Chefredaktor des „Schweizer Journalisten“. Jetzt leitet er das Magazin „kress pro“ in Deutschland.
E-Mail: markus.wiegand@kresspro.de

TEXT: MARKUS WIEGAND

Der Realist

Ralph Büchi wird Aufsichtsratschef bei Axel Springer. Wie hat er das gemacht?

Viele Menschen in der Medienbranche fühlen sich ja zu Höherem berufen. Und den meisten gelingt auch eine ordentliche Laufbahn. Das ist letztlich eine Frage der Demografie. Irgendwann verlassen auch Ressortleiter, CvDs und stellvertretende Verlagsleiter ihre Posten, um als Pensionisten in der Welt herumzureisen.

Eine richtig steile Laufbahn dagegen legen die wenigsten hin. Die Nummer eins in dieser Kategorie ist seit Neuestem Ralph Büchi (61), derzeit COO bei Ringier und zuvor lange Springer-Manager. Er begann als Journalist und übernimmt jetzt einen der Prestigejobs in Deutschland: Er wird im April in den Aufsichtsrat von Axel Springer einziehen und dort den Vorsitz übernehmen. Damit wird Büchi Chef-aufseher von Deutschlands drittgrösstem Medienunternehmen mit mehr als 3 Mrd. Euro Jahresumsatz und 15.000 Mitarbeitern.

Die Preisfrage: Was unterscheidet Büchi von anderen? Die Antwort: Er ist fleissiger, berechenbarer und loyaler. Er ist ein gnadenloser Realist.

Büchi war 1985 als journalistischer Mitarbeiter bei der „Handelszeitung“ eingestiegen und schnell zum Verlagsleiter aufgestiegen. 1992 kaufte er (mit Partner Kurt Speck) das Blatt und verkaufte es 1999 mit einem satten Gewinn an Springer. Dort kümmerte er sich ums Schweiz-Geschäft, fädelte den Jean-Frey-Kauf („Beobachter“, „Bilanz“) ein und stieg 2008 zum Präsidenten des internationalen Geschäfts auf. 2012 wurde er sogar in den Vorstand berufen.

Zwei Jahre später musste er dann seine empfindlichste Niederlage einstecken. Springer verkaufte grosse Teile seines nationalen Printgeschäfts und verkleinerte den Vorstand. Es traf Büchi. Dabei spielte auch eine Rolle, dass man ihn zwar als hervorra-

genden operativen Manager schätzt, ihm mitunter aber das Gespür für die grossen Linien abspricht.

Manch anderer hätte sich jetzt vielleicht in den Schmollwinkel zurückgezogen oder erbost eine andere Aufgabe gesucht. Der Schweizer dagegen kehrte nach Zürich zurück, als sei nichts geschehen, und führte die Geschäfte hierzulande. 2016 wurde er CEO des neuen Schweiz-Joint-Venture von Ringier und Axel Springer, bereits seit 2010 amtierte er als Verwaltungsratschef des Osteuropa-Joint-Venture, das er selbst mit aus der Taufe hob.

Mitte 2017 nutzte er dann die Chance, mit Ende 50 nochmals Vorstand zu werden, und wechselte zu Ringier. Die Aufgabenteilung: Ringier-CEO Walder hat die Visionen und Büchi kümmert sich ums Kleinklein. Das Ungewöhnliche: Büchi verliess Springer, behielt aber seine Funktionen in den Joint Ventures. Am Anfang wurde viel spekuliert, wer denn nun bei den Kooperationen in Osteuropa und in der Schweiz das Sagen hat. Ringier oder Springer? Heute wissen wir: es ist Büchi. Beide Seiten trauen ihm zu, ihre Interessen zu wahren. Weil er fleissig, berechenbar und loyal ist.

Genau diese Eigenschaften sind auch künftig gefragt, wenn Büchi den Aufsichtsratsvorsitz von Giuseppe Vita (83) übernimmt, der altershalber ausscheidet.

Auf dem Papier ist Büchi dann einer der mächtigsten Menschen im Geschäft. In der Praxis wird seine Rolle deutlich kleiner ausfallen. Springer hat mit CEO Mathias Döpfner an der Spitze einen starken Vorstand, dem Verlegerin Friede Springer einst nicht nur ein millionenschweres Aktienpaket schenkte, sondern auch ungewöhnlich gut bezahlt. 2017 verdiente der vierköpfige Springer-Vorstand 33 Millionen Euro plus üppige Aktien-Optionen. In Berlin wird damit gerechnet, dass Döpfner irgendwann selbst an die Spitze des Aufsichtsrates wechselt. Möglicherweise will der Mann sicherstellen, dass seine Springer-Optionen sich gut entwickeln. So lange wärmt Büchi ihm schon mal den Sessel vor.



Ralph Büchi:
vom Journalisten zur
Nummer eins bei Springer.

Ihr Draht
zur Telekommunikation **058 221 98 04**



Swisscom AG, Media Relations, 3050 Bern
Fax 058 221 81 53 – www.swisscom.ch – media@swisscom.com

Ein cooles Haus mit Gemüsegarten

Als Ringier 2017 „L'Hebdo“ einstellte, war man der böse Bube im Welschland. Journalisten und Politiker überschlugen sich vor Protest gegen den Untergang des Journalismus. Alles Alarmismus. Inzwischen schreibt Ringier Romandie mit „Le Temps“ eine schöne Erfolgsstory im Qualitätsjournalismus.

Daniel Pillard, 63, der Geschäftsführer von Ringier Axel Springer Suisse romande, gleicht ein wenig dem berühmten rosa Hasen aus dem Werbespot der Duracell-Batterien: er läuft und läuft und läuft – und er strahlt permanent jugendliche Begeisterung aus.

Zurzeit hat der Journalist, der Theologie studiert hat, der mehrmals Chefredaktor bei „Illustré“, „L'Hebdo“ und „Le Matin“ war und schliesslich Ringier-Manager wurde, auch Grund zum Strahlen: Er wird 2020 pensioniert und seinem Laden geht es so gut wie schon lange nicht mehr. Ringier Romandie läuft in der Zürcher Konzernzentrale nicht mehr unter Liebhaberei des Verlegers oder unter dem Kulturengagement der frankophilen Familie Ringier für die geliebten Romands, wie man es salopp ausdrücken könnte.

Wirtschaftlich gesehen stand der Verlag seit Jahren leicht am Rande des Abgrundes. Da gab es die noch gewinnbringende Illustrierte, „L'Illustré“, mit 65.000 Auflage, die zwar zur Romandie gehört wie die alte Linde zum Dorfplatz, aber stets an Auflage und Werbeeinkommen verloren hat. Es gab „L'Hebdo“, das Lieblingsmagazin des linken Kulturkuchens, das zehn Jahre lang nur Verluste einfuhr und im Februar 2017 eingestellt werden musste. Mit Experimenten im Markt der Frauenmagazine, die nicht aufgingen, von „Edelweiss“ (eingestellt) bis „Bolero“ (wird bald eingestellt). Aber es gab auch ein seltsames Marktwunder, das TV-Magazin „TV8“, das sich bis heute als meistverkauftes Magazin des Welschlandes hält, mit 9.000 Exemplaren am Kiosk, also mehr als „Paris Match“, und jahrein, jahraus einen stolzen Gewinn bringt, mit

einer Miniredaktion, die kaum Kosten verursacht.

Diesem TV-Magazin und einem grossen Coup von Daniel Pillard verdankt der Laden sein Überleben. Der Coup: Gegen alle Vernunft und gegen den Rat der Strategen an der Zürcher Dufourstrasse stierte Pillard im Jahre 2014 den Kauf der Tageszeitung „Le Temps“ durch, die damals hälftig Ringier und Tamedia gehörte.

Er wollte in eine Tageszeitung investieren in einer äusserst schwierigen Zeit, wo der Titel gerade um die schwarze Null herum-schlingerte. Der Coup brachte dem welschen Ringier-Springer-Ableger auf einen Schlag 30 Millionen mehr Umsatz und 100 neue Mitarbeiter. Böse Zungen sagten, Pillard ging es vor allem darum, sein Hemd als Verlagschef zu retten. Und männiglich munkelte schon damals, dieser Kauf sei das Ende von „L'Hebdo“, denn für zwei Qualitätstitel reiche der Anzeigenmarkt der Westschweiz nicht.

Den Ausschlag für den Kaufsentscheid, der in Zürich umstritten war, gab eine Charme-Attacke: Pillard lud Michael Ringier zu einem Treffen mit dem Waadtländer Finanzdirektor Pascal Broulis, der in seinem Büro an der Rue de la Paix in Lausanne Ringier von der Wichtigkeit der Zeitung „Le Temps“ für das gesellschaftliche und kulturelle Leben der ganzen Schweiz überzeugte. Ringier war sehr angetan, die Chemie stimmte zwischen ihm und dem kunstbesessenen Regierungsrat, wie er seinen Leuten erzählte. Gleich anschliessend führte ihn Pillard über die Strasse ins Hotel de la Paix, zu einem Essen mit all seinen Chefredaktoren, die ihn ebenfalls mit einem ausgewogenen Businessplan und Engagement überzeugen konnten.

Kurz darauf traf sich Ringier-CEO Marc Walder mit Pietro Supino und kündigte ihm an, dass er ihm dessen Hälfte an „Le Temps“ abkaufe.

Pillard hatte für den Fall eines Kaufes bereits ein cleveres Konzept ausgebrütet, das einiges über den Haufen warf: Er zügelte „Le Temps“, bisher ein eigenes kleines Unternehmen mit Sitz in Genf, nach Lausanne, integrierte die Mannschaft in einen gemeinsamen Newsroom mit „L'Hebdo“, entliess das Management von „Le Temps“, das sich gegen den Umzug stemmte, und verlor den Chefredaktor. Pillard dünnte die Mannschaft aus, stellte einen neuen, jungen Chefredaktor namens Stéphane Benoit-Godet (Ex-„Bilan“) ein und mit ihm eine ganze Crew junger Webjournalisten.

Doch der Traum, durch Gewinnung von Synergien und einen gemeinsamen Newsraum auch das kränkelnde Newsmagazin „L'Hebdo“ über die Runden zu bringen, ging nicht auf: „Daran hab ich wirklich geglaubt“, sagt Pillard heute. Doch „L'Hebdo“ hatte schon zu viele Züge verpasst, einst Pionier in der digitalen Presse mit „Webdo“, hat der Vorgänger Pillards die digitale Schiene total vernachlässigt und verwässert. Redaktion, Anzeigen und Leserschaft schrumpften unablässig. Und so liess sich eine Einstellung anfangs 2017 nicht vermeiden. 37 Leute mussten entlassen werden.

Es folgte das übliche Ritual des lauten Protests aus Journalisten- und Politikerkreisen. Die Waadtländer Regierung und die Stadt Lausanne sprachen von einem „schweren Schlag für die Westschweizer Presse“. Der Waadtländer Regierungsrat verlangte eine Zusammenkunft mit der

Ringier-Konzernleitung. Nach der Zusammenkunft hörte man nichts mehr.

Nun gab die zusammengewürfelte Mannschaft aus „Le Temps“- und verbliebenen „L'Hebdo“-Journalisten Gas. Pillard stellte Benoit-Godet einen Chefredaktor Digital zur Seite, Gaël Hürlimann, der setzte auf „Web first“ und organisierte die Redaktion so, dass die Tagesleitung abwechselnd von den Digital- und den Printleuten wahrgenommen wurde. Heute hat „Le Temps“ eine Auflage von 35.000, inklusive 7.000 Digital-Abonnenten, Tendenz steigend.

Chefredaktor Benoit-Godet verlangte gleich vier radikale Änderungen am Zeitungskonzept. Erstens, die Baseline „Le Quotidien Suisse de Référence“ (das Schweizer Referenzblatt) sollte verschwinden, weil zu elitär, zweitens wollte er täglich ein ganzseitiges Porträt einer Persönlichkeit auf der letzten Seite, drittens die Sportrubrik, die sein Vorgänger abgeschafft hatte, wieder einführen, und viertens eine Seite „Conversation“, Dialog mit den Lesern, Aktualität der Social Media, und zwar auf Seite zwei.

Action und Attraktionen für die Förderung des direkten Kontakts mit der Leserschaft wurden zum Credo von „Le Temps“: Einladungen in den Newsroom, zur Redaktionssitzung, kurze Jazzkonzerte in der Redaktion, Velotour durch die Rebberge, Yoga am See, und grössere Tagungen wie „die 100 von Le Temps“, bei der jedes Jahr 100 herausragende Persönlichkeiten der Westschweiz in einem Sonderheft porträtiert und zu einer Tagung in der Uni Lausanne eingeladen werden, zusammen mit den Alumni der Vorjahre. Die Sponsoren machten aus dem Anlass ein interessantes Geschäft.

Der Titel „Le Temps“, der zuvor etwas zu stark nach Privatbanken und Elite roch, sollte zur horizontalen, coolen Zeitung für die Millennials und die Hipsters umpositioniert werden. Es gelang, so wie es scheint. Heute ist die Rechnung von „Le Temps“ ausgeglichen, der Anzeigenrückgang betrug letztes Jahr nur 3 Prozent, viel weniger als bei allen andern Titeln.

Geholfen hat dabei auch die Lancierung der luxuriösen Magazinbeilage „T“ im Stil von „How to spend it“, beigelegt am Samstag. Und bereits hat Pillard neue Projekte, zum Beispiel die Schaffung einer „Digital Factory“, die für Kunden ganze Serien von



Daniel Pillard bei der Übernahme von „Le Temps“: Start im Hotel de la Paix.

Videokurzfilmen für Social Media produzieren kann. Er denkt nach über weitere Tagungen, die zum 20-jährigen Bestehen von „Le Temps“ wichtige „causes“ aufgreifen, Anliegen, die ein junges Publikum ansprechen, wie Umweltschutz, Gleichberechtigung, Bildung, Technologie, Journalismus.

Dieser Aktivismus geht bis aufs Dach des Redaktionshauses, gleich unterhalb der Lausanner Kathedrale. Dort wird jetzt von Freiwilligen innerstädtisches Gemüse angebaut – „Le Temps“ geht voll mit der Zeit.

Pillard sieht nicht aus wie einer, der in zwei Jahren pensioniert wird. Oder vielleicht strahlt er gerade deswegen so viel Optimismus aus, mit immer noch voll geladener Duracell-Batterie.

PETER ROTHENBÜHLER
war Chefredaktor von „Schweizer Illustrierte“ und „Le Matin“.

p.rothenbuehler@bluewin.ch



Blitzlicht. Die Bilder des Monats von Keystone



URS FLÜELER

Die Stanser Äpler ziehen bei kühlem Herbstwetter in die Dorfkirche von Stans ein, anlässlich der traditionellen Äplerchilbi von Stans am Sonntag, 21. Oktober 2018.



PETER KLAUNZER

FDP-Bundesratskandidat Hans Wicki steht im Lift nach seinem Hearing in der Fraktionssitzung der FDP, am Freitag, 16. November 2018 im Bundeshaus in Bern.





JEAN-CHRISTOPHE BOTT

Schweigemarsch mit Fackeln am 9. November 2018 in Moutier, Kanton Bern, um gegen die Aufhebung des Wahlentscheids zur jurassischen Kantonszugehörigkeit von Moutier zu protestieren.



VALENTIN FLAURAUD

Der Paraplegie-Patient Sebastian Tobler kann am 30. Oktober 2018 wieder gehen, nachdem Wissenschaftler von der Technischen Hochschule Lausanne einen Durchbruch bei der Behandlung von Querschnittslähmungen erzielt haben.

TEXT UND FOTO: ANDREAS FAGETTI

Serafinis Nilpferd und Ibsens Volksfeind

Benjamin von Wyls Journalistenschule war das Leben auf einem Brett, ein Abstecher zu Vice, ein Intermezzo als Dramaturg und eine Tour auf der Balkanroute. Mittlerweile setzt ein grosses Talent unter den jungen Journalisten ganz auf Journalismus.



Journalist Benjamin von Wyl vor seinem Büro: „Mann mit Bambiblick.“

Auf die Innenseite des rechten Unterarms ist der Schriftzug „Ein Volksfeind“ tätowiert, auf den linken ein Nilpferd mit blossgelegten Eingeweiden.

Benjamin von Wyl erklärt, weshalb er sich diese Tattoos hat stechen lassen. Ibsens Volksfeind steht für einen anarchisch-kritischen Blick auf die Gesellschaft, das Nilpferd für das Kindlich-Wunderbare, für Neugier und Offenheit.

Die Vorlage für das Flusspferd stammt aus dem Codex Seraphinianus des italienischen Künstlers Luigi Serafini. Es ist ein enzyklopädischer Wälzer über eine Welt, die es nicht gibt, in einer Sprache, die nicht existiert, und in Schriftzeichen, die erfunden sind. „Schlägt man es auf, fühlt man sich in die frühe Kindheit versetzt, als man im Brockhaus blätterte und nichts verstand, weil man noch nicht lesen konnte und doch begeistert weiterblätterte.“ Volksfeind und Nilpferd als journalistische Herangehensweise.

Bei Benjamin von Wyl meldete sich diese Lust früh. Als 13-Jähriger bekam er mit, dass in seiner Gegend, dem Aargauer Wynental, Rechtsextreme Gratis-CDs der NPD verteilten. Er dokumentierte das und schrieb ein paar Zeilen auf der Grassroot-Plattform Indymedia. Es weckte die Aufmerksamkeit eines Journalisten der „Sonntagszeitung“. Der Reporter kontaktierte von Wyl und berichtete über die Aktion. „Danach brachte auch die ‚Aargauer Zeitung‘ eine kurze Meldung. Das war für mich der erste direkte Kontakt mit Journalismus, es zeigte mir die korrektive Wirkung, die Medien haben können“, sagt Benjamin von Wyl.

Doch zunächst absolvierte er zum Widerwillen des Vaters, eines bodenständigen

Gewerbetreibenden, die Kantonsschule in Aarau und trieb sich dort auf Versammlungen der Juso und der GSoA herum. Die jungen Leute diskutierten über die wirtschaftlichen Positionen der Jungsozialisten, für die sich die Öffentlichkeit nicht interessierte. Sie debattierten mit Feuer-eifer und stimmten nach endlosen Auseinandersetzungen über Dutzende Anträge ab. „Dort lernte ich viel über die Dynamik von Debatten, wie Politik gemacht wird“, sagt er.

Nach Matura und Zivildienst schreibt sich von Wyl in Basel für Deutsch und Geschichte ein. Sein Studium finanziert er mit einem Teilzeitjob an der Uni. Als „Hilfsassistent zentrale Anlaufstelle“ am deutschen Seminar. Er greift Professoren unter die Arme, die mit dem Beamer nicht klarkommen, er leistet Mithilfe in der Studienberatung und verbringt viel Zeit vor dem Computer mit Bürokratie. Und studiert. „Wenn es mir langweilig war, schrieb ich für mich selbst. Einmal hat mich ein arroganter Hipstertext auf Vice so sehr genervt, dass ich ein Hassmail an die Redaktion schrieb. Die Rückmeldung überraschte mich: Ich bekam eine Carte blanche und durfte für Vice schreiben. Das war toll.“

Parallel dazu interviewt er für den bekannten deutschen Regisseur Volker Lösch im Vorfeld der Masseneinwanderungsinitiative Ausländer in der Schweiz. Daraus entsteht ein typisches Lösch-Theaterstück. Gleichzeitig schreibt er an seiner Bachelor-Arbeit und für Vice. Nach seinem Abschluss bekam er 2014 eine unterbezahlte 80-Prozent-Stelle bei Vice, er konnte schreiben, worüber er wollte: „Wir hängen uns voll rein.“

Es war eine zweijährige Lehrzeit, Learning by Doing, „das letzte halbe Jahr stieg ich zum Managing Editor auf, wie ein Chef vom Dienst, musste aber weiterhin drei Texte pro Woche liefern“. Von Wyls meistgelesener Text: „Ich hasse es, jeden Tag nach Zürich zu pendeln“. Die Freiheiten der Anfangszeit weichen den Vorgaben, Geld zu machen. Inzwischen, sagt von Wyl, arbeiten dort fast zehn Mal so viele Marketingleute wie Journalisten.

Der „Mann mit dem Bambiblick“ (Eigenbeschreibung) sitzt an einem Tisch im Atelier Erismann, einem stillgelegten Metzgerladen im Zürcher Kreis 4. Es herrscht

ein kreatives Durcheinander. Zwei Dutzend Leute teilen sich die Miete, so ist das Lokal bezahlbar. Von Wyls Gedanken mäandern, so wie seine junge Laufbahn in Schlaufen verläuft.

Nach Vice hätte er als Dramaturgieassistent am Nationaltheater Weimar anheuern können. Doch er entscheidet sich für eine Aktion, die ihm das Theater am Neumarkt anbietet: Er lebt eine Woche lang am Escher-Wyss-Platz und bloggt darüber auf tsüri.ch. Er badet in der Limmat, putzt sich vor aller Leute Augen die Zähne und schläft auf einem Brett über dem Fluss. Und wird schliesslich Dramaturg am Theater am Neumarkt. Dort verbringt er Woche für Woche bis zu 60 Stunden im Büro. Und beginnt gegen Ende seines einjährigen Theaterintermezzos an einem Roman zu schreiben („Land ganz nah – Ein Heimatroman“).

Es ist die Zeit, als sich das Theater mit der Performance „Eine Abschiebung“ hervor-tut. Sie richtet sich gegen SVP-Nationalrat und „Weltwoche“-Chef Roger Köppel. Die Performance bekommt dem Theater schlecht. Benjamin von Wyl hat zu diesem Zeitpunkt bereits gekündigt.

Wieder sucht er sich eine neue Umlaufbahn. Vom Sommer 2016 bis zum Sommer 2017 pendelt er zwischen Zürich und Belgrad. Muss er keine Texte oder Recherchen abliefern, versucht er in der serbischen Metropole in einem Informationsbüro Flüchtlingen zu helfen. Er erlebt Verzweiflung und Chaos. Und erhält hautnah Anschauungsunterricht in Sachen Medienlogik – wie rasch die mediale Aufmerksamkeit trotz grosser Not abnimmt. Und schwillt an, wenn eine Frau auf der Flucht in Bulgarien zu Tode kommt.

Als das Jahr 2016 zur Neige geht, fällt Benjamin von Wyl einen Entscheid. „Ich habe mir gesagt: Wenn du bis 30 nicht vom Journalismus leben kannst, dann war's das.“ Noch ehe diese Frist abgelaufen ist, biegt er bereits auf die Zielgerade ein. Trotz schlechter Zeiten für freie Journalisten. Tamedia hat gerade die Honorarbudgets zusammengestrichen.

Benjamin von Wyl kann inzwischen von seiner Arbeit ganz gut leben. Im Monat macht er einen Schnitt von 3.500 bis 4.000 Franken. Er hat immer mindestens 5.000 Franken auf der hohen Kante – und schaut finanziell nicht mehr permanent in den

Abgrund. „Würde der Kontostand unter 5.000 Franken fallen, würde ich durchdrehen. Dieses Polster gibt mir ein bisschen Freiheit.“ So macht er sich in diesem Jahr nach Bukarest auf, als dort die Proteste gegen die korrupte sozialdemokratische Regierung Rumäniens toben. Den Auftrag hat er sich selbst erteilt. Die Existenzängste, die ihn am Anfang seines Freien-Daseins plagten, sind weg. „Ich habe gelernt, keine Angst mehr davor zu haben, dass in einem Monat kein Auftrag mehr da ist. Es läuft immer etwas, seit ich diese Angst überwunden habe.“

Er schreibt für Swissinfo, die „bz Basel“, das Strassenmagazin „Surprise“, die „Medienwoche“, die „WOZ“, die „Republik“ – für sie war er etwa in Italien und recherchierte eine Geschichte über das dramatische Olivenbaumsterben, das eine tief verwurzelte Kultur zu zerstören droht. Eine Aargau-Geschichte brachte er in der „Zeit“ unter, für das Aargauer Kulturmagazin „AAKU“ verfasst er eine „total subjektive“ Reportageserie aus irgendeinem Rüeblilandkaff – daher heisst sie Tour de Kaff ...

Es ist mitunter ein einsamer Job. Denn den regelmässigen Austausch mit Kollegen, wie er auf einer Redaktion selbstverständlich ist, muss sich Benjamin von Wyl organisieren. In Basel, wo er wohnt, gibt es einen Stammtisch für Freie. Mit einer guten Kollegin tauscht er sich aus über Redaktoren, die sich nie melden, über Texte, in die Fehler reinredigiert werden. Sie lesen ihre Texte gegen. „Am schönsten“, sagt Benjamin von Wyl, „ist die Existenz als Freier dann, wenn ich vor lauter Arbeit nicht mehr weiss, wo mir der Kopf steht. Ich liebe die Deadlines. Ich mag den Druck. Das entspricht meinem Gemüt. Ich will das. Ich bin gerne Teil dieses grossen Diskurses.“

ANDREAS FAGETTI

ist Reporter bei der „WOZ“.

andreas.fagetti@t-online.de



TEXT: JENNY HOCH

Mehr und mehr vom Meer

Erst amüsierte sich die Branche reichlich über den Schweizer Verleger Nikolaus Gelpke. Was, eine Zeitschrift nur über das Meer? Heute gehört Gelpkes Heft „mare“ zu den Prunkobjekten im internationalen Magazinmarkt.

Wie in Deutschland jedes Kind weiss, liegt Hamburg nicht am Meer. Oder doch? Die Ozeandampfer im Hafen, die Möwen, die Brise, das Licht – gefühlt beginnt die Nordsee gleich hinter der Stadt.

Und so ist es nicht weiter verwunderlich, dass der Schweizer Meeresbiologe Nikolaus Gelpke vor 21 Jahren hier festmachte, um seinen Traum zu verwirklichen: Er wollte ein Magazin gründen, das sich nur einem einzigen Thema widmete, seiner grossen Liebe – dem Meer.

In der Medienbranche belächelte man die Idee, ohne einen Funken Ahnung ein teuer produziertes Nischen-Heft aus dem Boden stampfen zu wollen. Noch dazu eine Zeitschrift mit einem lateinischen Titel: „mare“.

Die Gegenwart aus der Perspektive des Kulturraumes Meer zu erzählen, das sei ja

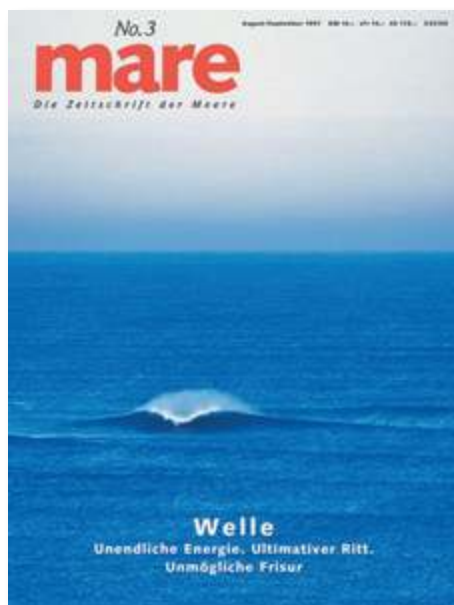
wohl „die Fortsetzung von Greenpeace mit ästhetischen Mitteln“, spottete die „Süddeutsche Zeitung“. Nikolaus Gelpke, obwohl geboren auf dem europäischen Festland in der Deutschschweiz, aber liess sich nicht von seinem Kurs abbringen. Während die Printkrise eine Zeitschrift nach der anderen ruinierte, engagierte er hervorragende Fotografen und schickte sie zusammen mit den Autoren auf wochenlange Recherchereisen rund um den Globus. „Ich investiere in Zeit und in Qualität, alles andere ist in meinen Augen Quatsch“, sagt der Verleger und Chefredaktor.

Das Ergebnis: zahllose Auszeichnungen, alle zwei Monate 27.000 Käufer – und damit ist eine Institution entstanden, die wohl so schnell nicht wieder verschwinden wird.

Nun, finanziell allzu riskant war der Einstieg ins Verlagsgeschäft wohl doch nicht.

Gelpke kommt aus den Kreisen der sogenannten Superreichen. Seine Mutter stammt aus der Dynastie der Engelhorns, den Gründern des Chemiegiganten Boehringer Mannheim, der später an den Basler Roche-Konzern verkauft wurde. Als Gelpkes Mutter Christa vor vier Jahren starb, wurde ihr Vermögen vom Wirtschaftsmagazin „Forbes“ auf 3,4 Milliarden Euro geschätzt.

21 Mitarbeiter hat Nikolaus Gelpke heute insgesamt. Der „mare“-Buchverlag, neben dem Magazin mit einem feinen Belletristik- und Sachbuchprogramm, hat sich laut Gelpke zum Geldbringer des Unternehmens entwickelt. Alle zwei Wochen läuft im Norddeutschen Rundfunk zudem mareTV, einmal im Monat auf Radio Bremen die Sendung mare Radio. Dazu verkauft das Unternehmen diverse maritime Accessoires wie den Duft Eau du Levant



„mare“-Titelblätter: Das monothematische Heft gehört zu den bestgemachten Magazinen weltweit.

FOTO: OLAF MALZAHN

des Berliner Star-Parfümeurs Geza Schön, Oberhemden mit Oktopus-Druck oder Strandhandtücher.

Dabei ist Nikolaus Gelpke, der Mann mit dem Meeres-Tick, gar nicht am Strand aufgewachsen. Er wurde 1962 in Zürich geboren und wuchs später in Basel auf. „Menschen, die hinterm Deich gross geworden sind, haben oft eine eher rationale Beziehung zum Meer“, sagt er, „aber für uns Schweizer ist es ein Sehnsuchtsziel.“

Er ist nicht der einzige aus seiner Stadt, den es nach Hamburg zog. „Als Basler finde ich natürlich die Hamburger Elbphilharmonie toll, die vom Schweizer Architektenbüro Herzog & de Meuron erdacht wurde“, sagt er.

Wer ist dieser Mann, und wie wurde er zu dem, der er ist? Im Gespräch wirkt der 2,04 Meter grosse Gelpke nicht wie einer dieser Medienmacher, die stets schnelle Lösungen parat haben. Er formuliert vorsichtig, stockt häufig, vergewissert sich, ob sein Gegenüber auch bei der Sache ist.

Gelpkes Sehnsucht nach dem Meer beginnt, als er sechs Jahre alt ist. Die Familie – der Vater arbeitet in Basel als Architekt, die Mutter fotografiert – verbringt die Ferien nördlich von Neapel, Gelpke tobt in den Wellen und beobachtet die Fischer auf ihren Booten. Später lernt er segeln und tauchen, und er verschlingt die Reiseberichte und Filme des Abenteurers Jacques Cousteau.

Nach der Matura flieht er aus der engen Schweiz und vor seiner dominanten Familie. „Ich hatte ein sehr schlechtes Verhältnis zu meinem Vater und auch zu meiner Mutter“, sagt der 55-Jährige. Er sei deswegen viele Jahre lang in Therapie gewesen, das habe ihn gerettet.

Ein weiterer Rettungsanker wird seine enge Beziehung zu Elisabeth Mann Borgese, der 1918 geborenen jüngsten Tochter Thomas Manns. Gelpke kontaktiert die Meeresökologin und Seerechtlerin über Bekannte, sie lädt ihn ein und nimmt ihn 1982 in ihrem Haus im kanadischen Halifax auf. Gelpke führt damals die Hunde der alten Dame aus, sie entwickelt sich zu seiner Mentorin und ermuntert ihn, in Kiel Meeresbiologie zu studieren.

Während dieser Wanderjahre verdient Gelpke sein Geld immer auf dem Meer. Er arbeitet als Taucher auf einer Austernfarm, fährt auf Forschungsschiffen mit und



NIKOLAUS GELPKE

Verleger mit Milliarden-Hintergrund

Der Schweizer Verleger Nikolaus Gelpke stammt aus der Industrie-Dynastie der Engelhorns, den früheren Besitzern des deutschen Chemiekonzerns Boehringer Mannheim. 1997 wurde das Unternehmen für 11 Milliarden Dollar an den Basler Roche-Konzern verkauft, steuergünstig optimiert über eine Holding auf den Bermudas.

Nikolaus Gelpke lebte mit seiner Mutter Christa viele Jahre in Basel. Die Eltern waren geschieden. Der Sohn wuchs später auch in der Toskana beim Vater auf, einem Architekten.

Christa Gelpke war eine direkte Nachkommin von Firmengründer Friedrich Engel-

horn, sie hielt 18 Prozent der Boehringer-Aktien und verdiente durch den Verkauf des Unternehmens rund 2,8 Milliarden Franken. Sie starb 2014 und brachte einen Teil ihres Vermögens in eine gemeinnützige Stiftung ein – wie viel davon ist nicht bekannt.

Gelpke war schon früh ein begeisterter Tiefseetaucher und studierte später Meeresbiologie. Vor 21 Jahren gründete er die Zeitschrift „mare“. Sie hat eine Auflage von 27.000 Exemplaren und ist eines der schönsten Magazine der Welt, ober wie unter Wasser.

Gelpke lebt in Hamburg, ist verheiratet und hat zwei Kinder.

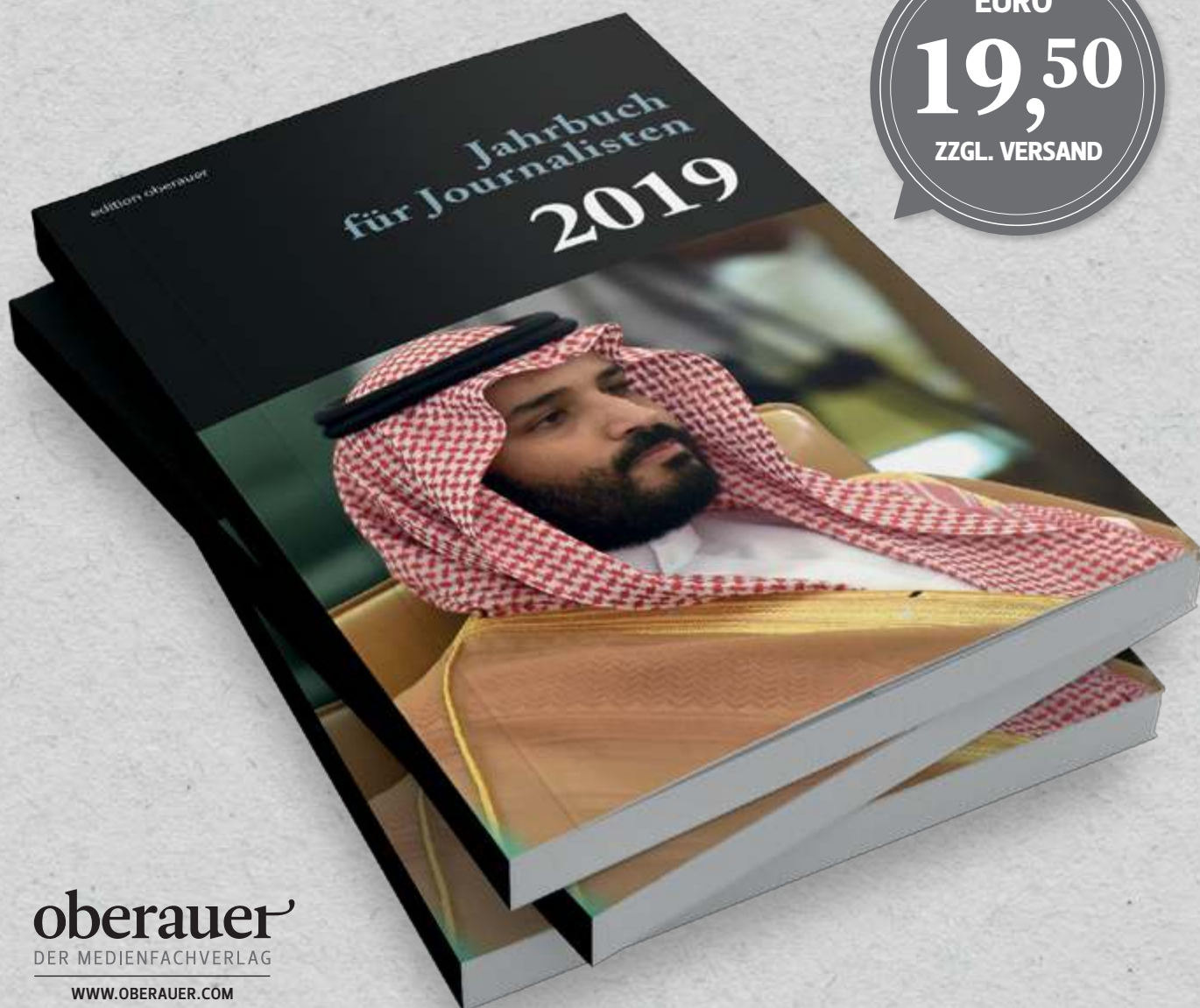
Was Journalisten 2019 bewegt

Wie die modernen Medienmacher ticken. Welche Themen Journalisten und Medienmacher 2018 begleiten werden. Wo die aktuellen Medientrends gemacht werden. Das neue Journalistenjahrbuch ist ein Best-of der wichtigsten Beiträge, die in den zurückliegenden Monaten über die Entwicklungen im Journalismus und im Mediengeschäft erschienen sind.

Bestellen Sie das Jahrbuch für Journalisten zum Preis von Euro 19,50 zzgl. Euro 2,- Versandkosten.

Bestellungen an vertrieb@oberauer.com
oder unter www.newsroom.de/shop

EURO
19,50
ZZGL. VERSAND



springt als U-Boot-Copilot von Jacques Piccard ein.

Seinen Verlag führt Nikolaus Gelpke nun wie ein freundliches Familienoberhaupt, das aber die Zügel fest in den Händen halten will. Kommt das neue Verlagsprogramm heraus, wird es den Journalisten und Buchhändlern bei Wein und italienischem Buffet persönlich vorgestellt. Gelpke erkundigt sich, ob sich alle wohlfühlen, und schickt die Mahnung hinterher, man möge sich nachher am Buffet beeilen.

Die Trattoria Pastalozzi, in der das alles stattfindet, gehört ebenfalls Nikolaus Gelpke. Er habe eigentlich nicht vorgehabt, in die Gastronomie einzusteigen, sagt er, aber einer der Kellner habe eines Tages einen Herzinfarkt erlitten und dringend zur Kur gemusst. Weil ihm der damalige Besitzer des Restaurants aber nicht freigeben wollte, entschied Gelpke, das Lokal zu kaufen und den Kellner in den Erholungsurlaub zu schicken. Das klingt zu schön, um wahr

zu sein, aber Nikolaus Gelpke erzählt es, als sei es das Normalste auf der Welt.

Als sein enger Freund Roger Willemssen Anfang 2016 im Sterben liegt und bedauert, seine Villa in Wentorf bei Hamburg werde wohl bald in fremden Händen sein, gründet Gelpke kurzerhand die Roger Willemssen Stiftung, ins Kuratorium setzt er die engsten Freunde des Intellektuellen. In der Villa wohnen und arbeiten nun Künstler, jeweils für einige Monate, mit Stipendien des „mare“-Verlags.

Gelpkes geistige Unabhängigkeit, sein Mut, sie sind das Resultat eines langen Prozesses. „Kann sein, dass manche Menschen das nicht benötigen, aber ich brauche Anerkennung“, sagt Gelpke.

Wenn, wie vor einigen Monaten geschehen, in der Presse geschrieben wird, er sei ins Kreuzfahrtgeschäft eingestiegen, bringt ihn das zum Kopfschütteln: „Ich würde niemals auch nur einen Fuss auf ein Kreuzfahrtschiff setzen.“

Richtig sei: Er hat günstig einen alten Fischkutter gekauft, mit dem wollte er zusammen mit einem Charterer kleine „mare“-Reisen anbieten, für maximal acht Personen. „Leider ist der Kahn verrottet“, sagt er. Jetzt steht er in einer Werft in Reykjavík und wird überholt.

„Was wir lieben, das schützen wir“ ist ein Leitspruch, an den sich Nikolaus Gelpke sein Leben lang gehalten hat. Das gilt für seinen Verlag und für das Meer.

JENNY HOCH
ist freie Journalistin in Berlin.

jenny_hoch@hotmail.com



“Now we have the salad!”

APOSTROPH.
Weltweit verstanden werden.

Professionelle Fachübersetzungen

Apostroph Group ist eines der führenden Sprachdienstleistungsunternehmen der Schweiz. Mit unseren 400 geprüften Fachübersetzern und über 20 Jahren Branchenerfahrung garantieren wir Ihnen höchste Qualität sowie sicheren, diskreten und kompetenten Service. Wir sind zertifiziert nach ISO 9001 und ISO 17100, damit es keinen Salat gibt bei Ihrer Kommunikation!

T +41 41 419 01 01 – www.apostrophgroup.ch
Apostroph Group – Bern Lausanne Luzern Zürich

**APOSTROPH
GROUP**



TEXT: RENÉ LÜCHINGER

Mit Havannas gegen Hitler

Karl von Schumacher war zuerst kurz für Hitler, dann aber so vehement gegen ihn wie kaum ein zweiter Schweizer Publizist. Der „Weltwoche“-Gründer, stets dem bourgeois Lebensstil zugetan, war der gedanklich schillerndste Journalist seiner Zeit.

Der Mann von Welt trägt Monokel. Nicht, dass der eine Sehhilfe benötigen würde. Aber das scheint ihm elegant.

Der Mann von Welt liebt Havannas, leidenschaftlich. Zur kommunen Zigarette greift er höchstens, wenn er erregt ist. Die Körpermasse sind mittelprächtig. Etwa 170 Zentimeter. Wahlweise muskulös, aber feist, zur Korpulenz neigend, konstatieren Menschen, die mit ihm verkehrt haben. Um den Mund kräuselt oftmals ein schmollender Zug. Der Blick unstet, den Augenkontakt mit dem Gegenüber meidet er, so gut er kann, und wenn Unwille in ihm aufsteigt, fixiert er die Zimmerdecke. Massschuhe und -anzüge müssen aber schon sein. Bruchlinien eines Mannes, der sich zwar nicht dem alten, aber immerhin dem neuen Adelsstand zugehörig fühlen darf.

Keineswegs disparat sind seine Urteile über die politischen Zeitläufte. „Eben weil ich an die deutsche Kollektivschuld glaube, bin ich davon überzeugt, dass Deutschland heute eine grosse Verpflichtung zum europäischen Wiederaufbau hat. Die Deutschen müssen, nach dem, was geschehen ist, verstehen, dass es nicht leicht ist, ihnen Vertrauen entgegenzubringen. Sie müssen darum im eigenen wie im europäischen Interesse alles tun, um dieses Vertrauen wiederzugewinnen, und sie müssen vor allem, wo ihnen dieses Vertrauen entgegengebracht wird, um jeden Preis verhindern, dass dieses Vertrauen enttäuscht wird.“

Diese Klarheit in Worten bringt er beispielsweise im Dezember 1947 zu Papier. Zwei Jahre und sieben Monate nach Kriegsende in Europa. Er tut es im deutschen Nachrichtenmagazin „Der Spiegel“, das Anfang Jahr zunächst unter der Ägide der britischen Militärregierung in Hannover erstmals erschienen war. „Zum ersten Mal in einer deutschen Zeitung“, heisst es dort,

äussert dieser Karl von Schumacher, Leitartikler der „meistbeachteten schweizerischen Wochenzeitung ‚Die Weltwoche‘, offen seine Meinung zu Deutschlandproblemen.“

Er tut es etwas kokett gesichts- und geschichtslos: „Da er die Gewohnheit hat, niemals ein Bild von sich und Lebensdaten zur Veröffentlichung in einer Zeitung freizugeben, muss auch die ‚Spiegel‘-Sonderseite ‚Aus der Zuschauerloge‘ zum ersten Mal ohne diese gewohnten Beigaben erscheinen.“ Gesicht und Geschichte hat bei diesem Mann nur seine Zeitung, die er 1933, vor 14 Jahren also, im Jahre des deutschen Unheils unter grössten Geburtswehen zur Welt gebracht hat.

Eigentlich ist Karl von Schumacher um diese Zeit vom Leben etwas gelangweilt und auch etwas abgebrannt. Aus dem Erbe der Eltern gibt es ein Häuschen, das er zusammen mit seinen Geschwistern zu Barem verflüssigt, und das bringt ein bisschen Geld in die Tasche, um in der Welt herumzutingeln und als reisender Reporter der „Neuen Zürcher Zeitung“ im losen Mitarbeiterstatus die geschriebenen Elaborate seiner Trips abgedruckt zu sehen. Was nach grosser Freiheit klingt, ist in Wahrheit ein gefährliches Zuschussgeschäft, denn der junge Mann in den 30ern hat so seine Ansprüche an gute Hotels und gehobene Kulinariik, die sich mit Journalisten-Honoraren aus dem Hause „NZZ“ unmöglich finanzieren lassen. So schmilzt das Bare aus dem elterlichen Erbe langsam und geräuschlos dahin. Vielleicht schlägt die Endlichkeit dieses Daseins Karl von Schumacher bisweilen aufs Gemüt und in solch schwermütigen Momenten sieht er sich schon in einem Rollstuhl sitzen am Gängelband einer englischen Nurse, die ihm auch noch seine geliebten Havannas anbietet.

In diesem Schwebezustand begegnet Karl von Schumacher in Paris einem 23-jährigen gutaussehenden Mann, mit dem ihm einiges verbindet, und der doch so anders ist als der Patriziersohn aus Luzern. Manuel Gasser ist noch viel abgebrannter, weniger diszipliniert beim Schreiben, ebenfalls bei der „NZZ“, auch etwas ziellos im Leben, bekennend homosexuell und meist umgeben von körperbetonten Jünglingen, während der streng katholisch geprägte Karl von Schumacher seine gleichgerichtete Veranlagung ängstlich für sich behält. Diese beiden Leben kreuzen sich zum ersten Mal am 15. Oktober 1932 an einer Manet-Ausstellung in der Orangerie, dem Kunstmuseum der Impressionisten, als deren Wegbegleiter Édouard Manet gilt. Überhaupt Paris: immer wieder tauchen sie dort auf. Am 29. Januar 1933 etwa, dem Tag vor Hitlers Machtergreifung in Berlin, kommen beide dort an. Am 1. April des gleichen Jahres besteigen sie am Gare de Lyon den gleichen Zug gen Süden. Ein Donnerstag ist's, an dem die druckfrischen Pariser Wochenzeitungen an den Kiosken aufliegen. Intellektuellenblätter wie etwa die „Candide“, eine satirisch bürgerlich-konservative Zeitung, oder die links-pazifistische „Marianne“. Das der Action française nahestehende Blatt „Gringoire“ und dessen antisemitische Konkurrenz „Je suis partout“.

Politisch decken die französischen Wochenblätter das ganze Spektrum ab, eines jedoch haben sie gemein: sie publizieren nicht Meldungen von Nachrichtenagenturen wie die Tageszeitungen, keine seichte Unterhaltung wie hochauflagige amerikanische Blätter und frönen auch nicht einer Bilderflut wie deutsche Illustrierte, sondern ordnen Politik in grössere Zusammenhänge ein, schreiben über Kunst, Theater, Menschen – eine solche Presse existiert um



Karl von Schumacher in seinem Büro: eines der seltenen Bilder, für das der „Weltwoche“-Gründer ausnahmsweise posierte.

diese Zeit nur in Frankreich. Noch auf dem Bahnsteig fällt der Satz, der sich wie ein Ausrufezeichen breitmacht: „So etwas müsste man in der Schweiz machen.“ Ein zweiter folgt aus dem Munde von Karl von Schumacher: „Das Geld liesse sich wohl leicht aufreiben!“ Als der Zug rollt, sind die beiden Männer über dem Papier gebeugt. Und in Diskussionen über das Zeitungsmachen verstrickt.

Nun geht es um Geld und Geist. Karl von Schumacher reist nach Basel, hofft, dort auf den modernen Rotationen der „Basler Nachrichten“ sein Wochenblatt zu drucken und vermögende Privatpersonen zum finanziellen Einstieg zu bewegen. Doch potenzielle Geldgeber geben den zwei im Zeitungsmachen Unerfahrenen keinen Kredit. „Nicht einmal die Zwiebeln für eine Suppe werdet ihr euch verdienen“, meint einer ungeschminkt. Es gibt aber auch die Legende, Karl von Schumacher, der Frühaufsteher und Frühzubettgeher, sei bei einem Treffen mit möglichen Investoren beim schwarzen Kaffee bei Tische einfach eingeschlafen, während diese darüber beratschlagen, ihre Schatullen für dieses Projekt zu öffnen – die Zweifel über dessen Ernsthaftigkeit sind nach diesem Nickerchen nicht mehr auszuräumen.

So nutzt der Abgewiesene seine Zeit anderweitig. Notiert zehn mögliche Titel für die noch namenlose Zeitung. Die Schweiz ist zu provinziell für seinen internationalen Anspruch. Welt im Spiegel ist schon besser. Aber es kommt noch besser: die „Weltwoche“. Diese Wortkreation vermählt die Ambition zum Weltblatt mit dem Wochenblatt, das es zu sein hat. Mit diesem Zeitungsnamen im Kopf versucht Karl von Schumacher nun in Zürich Bares aufzutreiben, während Manuel Gasser in den Redaktionen der Pariser Intellektuellen-Blätter eine Schnellbleiche in der Herstellung von Wochenzeitungen erhält und dabei erfährt, dass dort das Personal gering, die Redaktionsräume eng und eine eigene Druckerei nirgends vorhanden ist. Der wichtigste Tipp aber kommt von dem Chefredaktor des „Candide“, dem Wochenblatt, das für die „Weltwoche“ Pate gestanden hat. „Das Wichtigste, mein Lieber, ist, dass Sie genug Radfahrer engagieren“, meint der zum Besucher aus der Schweiz, „um die versprochenen Manuskripte von den säumigen Autoren einzusammeln.“



Schumacher-Partner Manuel Gasser:
erst unzertrennlich, dann entlassen.

Als es im Herbst 1933 ernst wird in Zürich, ist das Inventar für das neue Wochenblatt beisammen: 180.000 Franken Startkapital, der Vertrag mit einer Druckerei, ein blaufarbenes „Weltwoche“-Zeitungssignet samt einer Weltkugel, Redaktionsräume im Zürcher Enge-Quartier, Second-Hand-Büromöbel, zwei etwas altersschwache Schreibmaschinen und eine Sekretärin mit Fingerfertigkeit, der Karl von Schumacher seine Leitartikel direkt in die Maschine diktieren kann.

An einem Montag Mitte November 1933 ist für die tippende Fachkraft erstmals Ernstkampf. Morgens um 8.10 Uhr bittet der Chef diese zum Diktat für seinen ersten Leitartikel. Satz um Satz kommt wohlformuliert aus Schumachers Mund: „Es ist das Kennzeichen jeder tiefgehenden politischen Bewegung, dass sie sich nicht durch Landesgrenzen aufhalten lässt. Die Französische Revolution erklärte allen ‚gekrönten Tyrannen‘ den Krieg. Der Bolschewismus, als er noch jung und stark war, träumte von nichts weniger als von der Aufrichtung von Proletarierdiktaturen in allen Ländern der Welt. Es kann deshalb keineswegs erstaunen, dass auch die nationale deutsche Revolution sich nicht in die Grenzen des Reiches bannen lässt, dass sie wie die französische und die russische auch die benachbarten Länder in den Strudel ihres Geschehens zieht. Dass die Fronten in der

Schweiz zu einem grossen Teil ein Ausfluss dieser Bewegungen sind, kann kein Einsichtiger bezweifeln. Neben der Unhaltbarkeit so mancher Zustände hat sicher das siegreiche Beispiel von aussen bei uns diese Bewegung erst möglich gemacht. Unsinnig ist es, dieser Bewegung – die heute sicher erst am Anfang ihrer Entwicklung steht – daraus einen Vorwurf machen zu wollen. Besonders unsinnig ist ein solcher Vorwurf im Munde von Liberalen und Sozialisten, die ihre politischen Doktrinen von der Französischen Revolution und von Karl Marx bezogen haben.“

Die Sekretärin tippt mit Bravour und so gelangen auch die letzten Sätze sicher aufs Papier: „Sachlichkeit und Takt ist es, was wir heute in unseren politischen Beziehungen zu Deutschland vor allem brauchen. Sind sie einmal da, dann genügt die einfache Kenntnis der Tatsachen, um alle politischen Reibungen von vorneherein auszuschalten. Das ist nötig, sogar sehr nötig, denn es wird auch dann noch schwer genug sein, die wirtschaftlichen und finanziellen Fragen zu lösen, die immer wieder die Beziehungen zu unserm grossen nördlichen Nachbarn zu trüben drohen.“

Darunter steht das Kürzel K.v.S. und als die „Weltwoche“ am 17. November 1933 erstmals an den Kiosken aufliegt, ist wohl manch einer über diesen Leitartikel unter der programmatischen Schlagzeile „Sachliche Beziehungen zu Deutschland“ mehr als erstaunt. Der Schriftleiter der neuen „Weltwoche“ fordert sachliche Beziehungen zu einem Land, in dem seit einem knappen Jahr der Diktator Adolf Hitler herrscht und die Weimarer Verfassung durch das am 24. März 1933 von einer Parlamentsmehrheit durchgewinkte Ermächtigungsgesetz ausser Kraft gesetzt ist. Die linksliberale Basler „National-Zeitung“ etwa konstatiert bereits am Tag danach, damit sei der „deutsche Parlamentarismus“ vernichtet. Als K.v.S. der Sekretärin seinen ersten Leitartikel in die Maschine diktiert, ist die Existenz von Konzentrationslagern bekannt, die „Neue Zürcher Zeitung“ im Nazi-Reich verboten und am Zürcher Schauspielhaus proben linke und jüdische Emigranten das Anti-Nazi-Stück „Die Rassen“, welches zwei Wochen nach Erscheinen der ersten „Weltwoche“ am Pfauen uraufgeführt wird, während die Werke des Autors Ferdinand Bruckner bereits im

Frühjahr 1933 bei der Bücherverbrennung Opfer der Flammen geworden waren.

„Ein übles Gerücht begann sich in Zürich zu verbreiten. War Karl von Schumacher von den Nazis gekauft worden?“ Diese Frage stellt der jüdisch-deutsche Schriftsteller Curt Riess viele Jahrzehnte später in einer „Weltwoche“-Serie über die Geschichte des eigenen Blattes – der Autor weiss, wovon er spricht: Riess selbst ist 1933 aus Deutschland ins Exil gegangen, war viele Jahre „Weltwoche“-Mitarbeiter gewesen und hat von Schumacher noch persönlich gekannt.

Die Antwort ist weit profaner. K.v.S. ist ein politisches Leben lang ein strammer Antikommunist und unterscheidet sich darin in nichts dem anderen grossen Chefredaktor seiner Zeit. Während der „NZZ“-Schriftleiter Willy Bretscher sich jedoch neben diesem bürgerlichen Credo mit seinem Stellenantritt im gleichen Schicksalsjahr 1933 auch klar gegen das antidemokratische Gift der Nationalsozialisten stellt, sieht Karl von Schumacher in den Braunen das Bollwerk gegen die Roten. Damit steht er keineswegs allein und auf diesem Kurs fährt er unbeirrt weiter. In „Weltwoche“ Nummer drei leitet er K.v.S. unter der Schlagzeile „Kranke Demokratie“, schreibt von „innerlich ausgehöhlter Demokratie“ in Österreich, Amerika, ja gar in der Schweiz, „da die alte liberale Demokratie auch bei uns im Sterben liegt“. Und schliesslich: „Diese liberale Demokratie, die stolze Tochter der Französischen Revolution, hat Grosses geleistet, sehr Grosses. Sie hat im abendlichen Menschen Kräfte freigesetzt,

die ihm einen materiellen Fortschritt erlaubten, wie sie keine Zeit vor der liberalen Ära kannte. Aber heute hat sie ihren Dienst getan, sie ist alt geworden, und es ist der Lauf der Dinge, dass das Altgewordene stirbt. Lassen wir deshalb die Toten ihre Toten begraben, kümmern wir uns um das Neue und Werdende. Dieses Neue aber wird sich nicht mehr in den Rahmen unserer alten und überlebten Bundesverfassung zwingen lassen, wird nicht mehr von den alten politischen Parteien geschaffen werden. Alles, was man von ihnen verlangen kann, ist, dass sie es vorbereiten helfen und ihm Platz machen.“

Es sind Worte, die als Aufruf zum autoritären Umsturz gelesen werden können, und den Chef-Leitartikel der „Weltwoche“ als Teil jener diffusen Erneuerungsbewegung outen, die im Sog des deutschen Vorbilds vielerorts in Europa weite Teile eines keineswegs nationalsozialistisch imprägnierten Bürgertums erfasst hat. Für manch einen Leser mag das zu viel gewesen sein. Leserbrief-Schreiber berichten von Stammtischrunden, in denen das neue Blatt wahlweise als „faschistisch“, „versteckt kommunistisch“ oder präzise als „hitlerisch“ tituliert wird. Karl von Schumacher kontert dem aufkeimenden Leser-Protest in „Weltwoche“ Nummer vier unter einer nicht mehr so überraschenden Schlagzeile „Noch einmal kranke Demokratie“. Er schreibt von der Notwendigkeit, „gegen die immer grösser werdende Gefahr von links“ vorgehen zu müssen.

Mit der Feuerkraft seiner Wortgewalt bespielt von Schumacher in den letzten Ausgaben des Schicksalsjahres 1933 sein Thema.

Über Italiens Faschistenführer notiert er: Benito Mussolini, in jungen Jahren Sozialist, „entdeckte den Wert der über die Klassen hinausreichenden Volkssolidarität, wandte sich als Erster gegen Klassenkampf und damit gegen den Marxismus. Schrittweise schuf er, nachdem er die Macht im Staate an sich gerissen, den Sozialismus und seine Klassenkampfprinzipien niederringend, den totalitären Staat.“

In seinem „Rückblick auf 1933“ macht K.v.S. zum Jahresende das Aufkommen der Schweizer Fronten zum wichtigsten innenpolitischen Ereignis des Jahres, „die erste, wirklich ernst zu nehmende Bewegung zur Ausmerzung des Klassenkampfes, in den uns Marxismus und Liberalismus schon seit langem ganz bedenklich weit hineingeritten hatten“. 1933 war, urteilt er abschliessend, „ein Jahr der Wendung“.

Für die „Weltwoche“ freilich ist dieses erste Jahr kein erfreuliches. Die Sekretärin auf der Redaktion, die beim Diktat jeweils als Erste die Leitartikel von K.v.S. zu hören bekommt, erinnert sich noch Jahrzehnte später, dass in diesen ersten Monaten von den Kiosken bündelweise unverkäufliche „Weltwoche“-Exemplare an die Redaktion retourniert worden sind und in der Buchhaltung die Farbe Rot Alltag gewesen war. Einsam ist es um diese Zeit wohl auch um den Chefredaktor. Alte Zürcher Freunde haben sich längst abgewandt – und das hat auch mit Manuel Gasser zu tun: In seinem wichtigsten Mitarbeiter sehen sie „eine Art Gigolo, der K.v.S. zu dem Zeitungsprojekt verführt hatte“, notiert Gasser später einmal. Emil Oprecht, Verleger von bedeutenden deutschen Exilautoren in Zürich, geht

MEDIENPREIS DES SCHWEIZERISCHEN ANWALTSVERBANDES

Der Schweizerische Anwaltsverband (SAV) setzt sich für eine qualitativ hochstehende Berichterstattung über rechtliche Themen ein. Er fördert eine fundierte Kritik und eine allgemeinverständliche, objektive Aufklärung über das Wesen und die Werte des Schweizer Rechts. Darum vergibt der SAV jedes Jahr den **SAV-Medienpreis**.

Der Preis wird 2019 anlässlich des Schweizerischen Anwaltskongresses am 13. Juni 2019 in Luzern zum sechzehnten Mal verliehen. Er ist mit 10'000 Franken dotiert.

Der SAV-Medienpreis richtet sich an Medienschaffende periodischer Medien. Berücksichtigt werden Artikel und Reportagen sowie Radio- und Fernsehbeiträge. **Einsendeschluss ist der 31. Januar 2019.**

SAV  FSA

Schweizerischer Anwaltsverband
Fédération Suisse des Avocats
Federazione Svizzera degli Avvocati
Swiss Bar Association

JETZT TEILNEHMEN
SAV-MEDIENPREIS

Teilnahmebedingungen unter: www.sav-fsa.ch

wegen des politischen Kurses der „Weltwoche“ auf Distanz und sistiert seine Zusage, den Vertrieb des neuen Wochenblattes zu übernehmen. Und als die „Weltwoche“ auch im zweiten Jahr ihrer Existenz noch immer tief in den roten Zahlen verharret, ringen sich auch die Gründer zu einer drastischen Massnahme der Selbstdisziplin durch. Nach einer Wallfahrt nach Einsiedeln geloben Karl von Schumacher und Manuel Gasser so lange keine teuren Importzigarren mehr zu rauchen, bis ihre Zeitung selbsttragend ist. Es gibt nur noch Brissago, Toskani oder gewöhnliche Stumpfen.



Erste „Weltwoche“-Titelseite: von Beginn an Ambition zum Weltblatt.



René Lüchinger, der Autor der Serie über die grossen Publizisten des Landes, studierte Germanistik und Geschichte in Basel und Freiburg i. Br. Er war Chefredaktor des Nachrichtenmagazins „Facts“, des Wirtschaftsmagazins „Bilanz“ und bis 2016 des „Blicks“. Er ist Autor zahlreicher Sachbücher, etwa über den Untergang der Swissair, über Stephan Schmidheiny und über Elisabeth Kopp. Seit 2001 ist er Inhaber der Lüchinger Publishing GmbH in Zürich (luechingerpublishing.com).

Bis Karl von Schumacher wieder zu seinen geliebten Havannas greifen darf, muss er sich gedulden bis ins Jahr 1936 hinein. Am Anfang dieser freudigen Entwicklung stehen aber keineswegs erneute Darlehen gutmeinender neuer und alter Geldgeber. Und auch nicht ein junger Mann namens Franz Ludwig von Senger, der für das junge Blatt um Anzeigen weibelt und Firmen wie die Migros tatsächlich dazu bringt, in der „Weltwoche“ Annoncen zu schalten.

Am Anfang steht Schumacher selbst und ein Leitartikel aus seiner Feder. Unter der Headline „Deutsche Aufrüstung“ schreibt er Ende Mai 1935: „Wir zweifeln keinen Augenblick daran, dass Deutschland, wenn es das nicht schon ist, sehr bald wieder die erste Militärmacht sein wird. Ebenso wenig zweifeln wir auch daran, dass sich diese stärkste Militärmacht ebenso rasch wieder einer entsprechenden feindlichen Machtkonstellation gegenübersehen wird wie 1914. Das alles bietet für Europa tragische Aussichten.“ Einen neuen Krieg sieht der Chefredaktor nun plötzlich am Horizont. Einer, der „trotz aller Aufrüstung des Dritten Reiches zu einer neuen Niederlage und zur Vernichtung Deutschlands führen müsste“ und „auch den Siegern zum Verhängnis“ werden würde.

Diese Worte stehen am Anfang, am Anfang der Kehrtwendung des K.v.S. und seiner „Weltwoche“, wie Curt Riess das nennt: „Er hatte begriffen. Begriffen, dass Hitler letzten Endes Krieg bedeutete. Was wiederum viele, die von Anfang an gegen Hitler gewesen waren, noch nicht begriffen hatten.“ Und weiter: „Einzugestehen, dass er sich in Person und Wirkung Hitlers getäuscht hatte, fiel K.v.S. nicht leicht – und es kann keine Rede davon sein, dass er seine Kehrtwendung aus irgendeiner Form von Opportunismus heraus vollzogen hätte. Dazu war er in seinem Wesen zu abgeschlossen, zu unberührbar. Er war introvertiert, menschenscheu; er hatte vor Menschen geradezu Angst.“

Dazu passt sein journalistischer Arbeitsstil. Von Schumacher pflegt haufenweise ausländische und wenige inländische Zeitungen zu lesen. Er führt Gespräche mit wenigen Vertrauten, wobei meist das Gegenüber spricht und K.v.S. stillschweigend, angestrengt und genau zuhört. Das sind seine einzigen zwei Recherchequellen, aus denen sich seine Leitartikel speisen. Der

Rest ist die Vorstellungskraft seiner Innenwelt, das Gelesene und Gehörte in eine von der Aussenwelt nahezu unbeirrte journalistische Architektur umzugliessen. „So wie er sich Hitler als Korrektor der objektiven Not in Deutschland hatte vorstellen können, begann sich bei ihm das Bild von Hitler als historische Katastrophe zu formen“, urteilt Curt Riess, „und die ‚Weltwoche‘ zeichnete die Konturen dieses Bildes immer deutlicher und schärfer.“

Ein besonderer Coup gelingt Karl von Schumacher im April 1936. Er bringt einen vierteiligen Vorabdruck eines Buches aus der Feder des amerikanischen Publizisten John Gunther. Der hat bei Harper & Brothers in New York gerade das Werk „Inside Europe“ publiziert und die „Weltwoche“ druckt erstmals Teile in Deutsch. Es sind ungeschminkte Inneneinsichten der politischen Zustände auf dem Alten Kontinent, insbesondere in Deutschland. „Dieses Buch ist aus einem klaren Standpunkt heraus geschrieben. Jenem nämlich, dass Persönlichkeiten, zumal fehlerhafte, in der Geschichte eine grosse Rolle spielen. Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass ungelöste persönliche Konflikte im Leben verschiedener europäischer Politiker zum Kollaps unserer Zivilisation beitragen könnten.“

Zuoberst im Inhaltsverzeichnis steht ein Satz: „Hitler, dieser irrationale, widersprüchliche, komplexe, unvorhersehbare Charakter; darin liegt seine Macht und Bedrohung.“ Und John Gunther schreibt Kapitel um Kapitel, deren Überschriften sich lesen wie Anklagepunkte vor Gericht, etwa: „Psychopathologie von Diktatoren“. Oder: „Wer tötete die deutsche Republik?“ Und: „All die anderen kleinen Hitler“. Schliesslich: „Die Faschisten-Offensive“. Und dieser John Gunther stellt auch Fragen zum braunen Chef, die bislang noch keiner zu erörtern gewagt hat. Wie steht dieser Hitler eigentlich zu Frauen? Ist er etwa ...? Hat der Mann aus Braunau überhaupt je mit einem Juden gesprochen? Und die „Weltwoche“ spinnt diese Fäden munter weiter. Vermutet: „Er hat einen Ödipus-Komplex“. Psychologisiert: „Sind Diktatoren normal?“ Gibt sich prophetisch: „Wird Göring der Nachfolger Hitlers?“

Als solch Gepfeffertes gedruckt wird in der „Weltwoche“, konstatieren die Leser, so ist noch nie über die Zustände in



Lesen Sie im nächsten „Schweizer Journalisten“ eine weitere Folge aus der Serie „Grosse Schweizer Publizisten“.
Diesmal: Martin Rosenberg (1908–1976), Bundeshausredaktor des katholisch-konservativen „Vaterlands“, Generalsekretär der CVP und Erfinder der Zauberformel.



Deutschland geschrieben worden. Es gibt körbeweise Leserbriefpost von Empörten und noch mehr von Begeisterten und weil alle ihr eigenes „Weltwoche“-Exemplar wollen, gibt es von den Kiosken keine Retouren mehr. „Die Auflage stieg sprunghaft, und als wir die letzte Fortsetzung veröffentlicht hatten, waren wir überm Berg“, erinnert sich von Schumacher Jahrzehnte später. Und er selber ist nun auf Hitler fixiert. Gefangen. Ja geradezu besessen. Liest und zieht sich alles hinein, was irgendwo auf dieser Welt über diesen Mann geschrieben wird. Und manchmal kippt bei Karl von Schumacher seine Obsession um Hitler in einen absonderlichen Sarkasmus. „Der Kerl kann einem leidtun“, meint der meist Schweigsame einmal zu Curt Riess, „nun hat er die kommunistische Internationale gegen sich, die sozialistische Internationale, die Freimaurer, die katholische Kirche, die protestantischen Pfarrer, soweit sie bei Verstand sind.“ Und später einmal, im Jahre 1938, bekennt er, dass er seine wirkliche Bestimmung gefunden habe. „Ich weiss, die ‚Weltwoche‘ ist das Anti-Hitler-Blatt par excellence geworden“, meint er zu seinem Gegenüber, „aber das ist doch wichtig! Oder nicht?“

Das ist es ganz besonders, als im Jahre 1940, als Gerüchte kursieren, Hitlers Wehrmacht würde in Bälde Frankreich angreifen und dabei danach trachten, die gut befestigte Maginot-Linie zu umgehen, indem sie das Einfallstor über neutrale Staaten wie

Belgien, Holland, Luxemburg im Norden oder die Schweiz im Süden nehmen würde. An die letzte Variante glaubt Karl von Schumacher nicht. Der Grund: Er kennt einen, der wiederum einen kennt, der das wissen muss – und dieser Mittelsmann hat ihm versichert, die Deutschen würden die belgische und holländische Neutralität verletzen und durch diese Länder Richtung Frankreich marschieren. Dies schreibt er auch im Januar 1940 in einem Leitartikel, was ihm eine „scharfe Verwarnung“ durch die schweizerische Pressezensur einbringt und eine Kollegenschelte aus der Redaktion der „Neuen Zürcher Zeitung“, die von „journalistischer Leichtfertigkeit“ schreibt, die mit der „Miene besonderer Wohlinformiertheit“ und „unter Berufung auf das Zeugnis ungenannter ‚kompetenter‘ Personen“ gedruckt worden sei.

Anfang 1940 sitzt Karl von Schumacher in der Zürcher Kronenhalle und ordert eine nicht gerade billige Flasche Champagner – er kann sich das mittlerweile leisten. Neben ihm sitzt Emmie Oprecht, die Gattin des Verlegers Emil Oprecht, der sich mit dem „Weltwoche“-Chef wieder versöhnt hat, seit dieser in seinem Blatt dezidiert gegen Hitler Stellung bezieht. Der Tischherr stellt für sich und seine Begleitung ein erlesenes Menu zusammen. Dennoch ist die Stimmung etwas bedrückt. Von ihrem Platz im ersten Stock des Restaurants können sie auf die Rämistrasse herunterblicken. Sie ist verstopft in beide Richtungen und es geht

nur im Schrittempo voran. Die Menschen fliehen aus der Stadt, weil sie überzeugt sind, dass die Nazis vielleicht schon in dieser Nacht die Schweiz angreifen könnten – womit auch Karl von Schumachers These widerlegt wäre. Der meint derweil zu seiner Begleitung, das würde vielleicht seine letzte Mahlzeit sein. Emmie Oprecht nickt und entgegnet, die ihre vielleicht auch. Der Chefredaktor des profilierten Anti-Hitler-Blattes und die Gattin des Verlegers von deutschen Exilautoren wie Ernst Bloch, Hans Habe oder Golo Mann sind jedenfalls überzeugt: kommen die Deutschen, sind sie die ersten, die abgeführt werden.

Aber die Deutschen kommen nicht. Als von Schumacher gerade die Rechnung begleicht, meldet das Radio: Die Wehrmacht ist in Belgien und Holland eingefallen. 36 Stunden später gibt der „Weltwoche“-Chef erstmals und das einzige Mal ein Extrablatt heraus. Darin schreibt er: „Der neutralen Schweiz hat sich nach dem durch nichts motivierten deutschen Überfall auf Belgien, Holland und Luxemburg eine womöglich noch grössere Empörung bemächtigt, als schon nach dem Überfall auf die skandinavischen Staaten. Aber wer auch nur das geringste Gefühl für tiefere historische Zusammenhänge hat, der konnte diese Entwicklung eigentlich schon lange kommen sehen. Denn der Krieg, der jetzt geführt wird, ist eben nicht nur ein Krieg zwischen England und Frankreich auf der einen Sei-



OB ON ODER OFF THE RECORD
Für alle Fragen rund um die Krankenversicherung: Silvia Schnidrig, Telefon 052 244 22 59, media@swica.ch




Erdbebenschäden. Wissen gefragt?

GVB Privatversicherungen AG
Abteilung Kommunikation
kommunikation@gvb.ch
031 925 12 46
erdbebenversicherern.ch



Wir versichern Ihr Gebäude.

te und dem Dritten Reich auf der anderen Seite. Es ist ein europäischer Bürgerkrieg zwischen den Mächten, die das alte Europa in seinem gegenwärtigen christlichen und demokratischen Rahmen erhalten wollen, und der Macht, die alles umstürzen will, um auf den Trümmern des Bestehenden ein neues deutsches Imperium aufzurichten. In diesem Kampfe wurden die neutralen Demokratien von Deutschland von Anfang an mit Misstrauen betrachtet. Man war der Ansicht, sie stünden ihrer Ideologie nach auf der gleichen Seite der Mächte, die das Bestehende erhalten wollen. Wenn man die kleinen Neutralen trotzdem bis zu einem gewissen Punkt gewähren liess, so geschah es nur, weil man sich keine neuen Komplikationen auf den Hals laden wollte und weil man sich von ihrer Neutralität einige Vorteile versprach. Kaum waren diese Gründe weggefallen, hielt man sich berechtigt, bedenkenlos über alle selbst gemachten Zusicherungen an die neutralen und über alle Rechte der Kleinstaaten hinwegzuschreiten. War doch schon seit langem einer Welt, die diese Dinge nur halb glauben wollte, der Satz verkündet worden: ‚Recht ist, was Deutschland nützt.‘“

Am 11. Mai 1945, als der Krieg in Europa zu Ende ist, notiert K.v.S.: „Wohl selten ist

ein Kriegsende mit weniger Illusion begrüsst worden“ – geradezu prophetische Worte sind’s, nicht zuletzt auch über ihn selber. Jetzt, wo die Kämpfe um die „grossen sozialen und ökonomischen Geistesrichtungen unserer Zeit“ – so hatte es in seinem dritten „Weltwoche“-Leitartikel geheissen – vorüber sind, beginnt sich Karl von Schumacher zu langweilen. Über seinem letzten Leitartikel hängt die Depression. Im Dezember 1953 schreibt er über „sterile Zeiten“, in denen auch der grosse Journalismus nicht mehr ist.

Selbst ist er krank und einsam. Manuel Gasser hat er entlassen. Neue Leitartikler wie Lorenz Stucki oder Golo Mann begegnet er nicht auf Augenhöhe. Oft hockt er in seinem Bett und raucht dicke Zigarren. Und auch der französische Cognac ist immer bei ihm. Karl von Schumacher schreibt nicht mehr. Weil er weiss, dass er nichts mehr zu sagen hat. Aber loslassen kann er nicht. Es ist das traurige Ende eines grossen Publizisten seiner Zeit. Am 26. Februar 1957, kurz nach Mitternacht, stirbt Karl von Schumacher. Eine Laudatio gibt es nicht. Der Pfarrer murmelt ein paar Worte. Dann verschwindet der Leichnam in einer Art Felsengruft. Es ist das Familiengrab derer von Schumacher.



Karl von Schumacher: Wettbewerb zwischen der Wahrheit der „NZZ“ und der „Weltwoche“-Wahrheit.

Die „NZZ“ publiziert über ihren ehemaligen Mitarbeiter eine als Nachruf getarnte Laudatio der besonderen Art. Dort heisst es: „Nach anfänglicher Parteinahme für den Nationalsozialismus und Faschismus sowie – innenpolitisch – für den Frontismus, wandte er sich der Sache des Westens zu und stellte sein Blatt während des Zweiten Weltkrieges, ohne Rücksicht auf Zensurnotwendigkeiten und -schwierigkeiten, in den Dienst der Politik und Propaganda der Alliierten. Seine K.v.S. gezeichneten wöchentlichen aussenpolitischen Leitartikel in der ‚Weltwoche‘ hatten eine besondere Färbung und eine spekulative Note, die dem Geschmack und den Bedürfnissen mancher Leser entgegenkamen.“

Es sind Zeilen, die unter den „NZZ“-Lesern teils geharnischten Widerspruch erzeugen. Und, weil es etliche Zuschriften gibt, die dort nicht gedruckt werden, erscheint einer, der ursprünglich an die „NZZ“ adressiert war, in der „Weltwoche“. Darin heisst es: „Es ist eine nicht zu bestreitende Tatsache, dass die ‚Weltwoche‘ sich in der Schweiz und im Ausland grosses Ansehen erworben hat, dass sie für einen wertvollen Sektor des schweizerischen Lebens repräsentativen Charakter hat, dass der 20-jährige Aufbau dieses neuen Types einer Wochenzeitung mit hohem kulturellen Niveau das Lebenswerk von Herrn von Schumacher ist, dass er ein sehr begabter Journalist und Schriftsteller war. Angesichts der Bedeutung, die Ihre Zeitung in der Schweiz und im Ausland für sich in Anspruch nimmt und hat, und angesichts des schweizerischen und ausser-schweizerischen Ansehens, das die ‚Weltwoche‘ genießt, ist diese Angelegenheit keine private Sache.“

Die „NZZ“ kontert nonchalant und schreibt in einer Randnotiz in der eigenen Zeitung: „Wir befürchten, dass der Wahrheitsbegriff, dem wir uns bei der Information unserer Leser verpflichtet fühlen, dass die Wahrheit, der wir zu dienen versuchen, sich immer irgendwie von der ‚Weltwoche‘-Wahrheit unterscheiden wird.“

RENÉ LÜCHINGER

war Chefredaktor von „Facts“, „Bilanz“ und „Blick“ und ist nun Autor in Zürich.

rl@luechingerpublishing.com



[Praxis]

P

TEXTE UND INTERVIEW: RENÉ ZEYER

RITSCH, RATSCH, RECHERCHIERT

Schreiben kann jeder und jede. Recherchieren sollten Journalisten aber auch können. Können aber viele nicht – oder nicht mehr.

Drei Dinge braucht der Recherchier-Journalist: Skype, Google und eine Nachrichtenagentur.

Und als vierten Höhepunkt eine Stichwortsuche in der SMD. Mit Skype, im Notfall auch per Telefon, holt sich der Recherchier eine Expertenmeinung ab. Mit Google macht er sich schlau, was das Internet zum Thema hergibt. Den Text der Nachrichtenagentur verwendet er, um

etwas Fleisch an den Knochen zu kriegen. Und im SMD schaut er nach, was sich von Artikeln abkupfern lässt, die andere schon zum Thema geschrieben haben. Ach, Englisch sollte er noch können. Dann kann er im Netz von den weltweit führenden Zeitungen und Zeitschriften abschreiben.

Ein Zerrbild der Wirklichkeit, schlecht recherchiert? Fangen wir mit etwas Einfachem an, dem Köpfe zählen. Der „Ta-

ges-Anzeiger“, und damit die inzwischen um die „Basler Zeitung“ erweiterte flächendeckende Belieferung der Deutschschweiz mit Tageszeitungen, leistet sich ein immerhin 10-köpfiges Recherchedesk. Was das allerdings genau tut – ausser sich an der Vermarktung gestohlener Datenberge zu beteiligen –, liess sich leider nicht recherchieren. Recherche-Leiter Oliver Zihlmann hatte keine Zeit, ein paar Fragen



Jugendliche Rechercheure: Carl Bernstein (l.) und Bob Woodward während der Watergate-Affäre 1972.

INFO

Wie recherchiert man richtig?

Für Anfänger empfiehlt sich ein entsprechender Kurs am MAZ oder eine Mitgliedschaft bei investigativ.ch, auf deren Webseite finden Mitglieder wertvolle Tipps. Oder: Gespräche, Gespräche und Gespräche mit erfahrenen Kollegen. Wenn die bereit sind, ihre Methoden zu verraten.

Recherchieren ist aber nicht mit dem korrekten Schreiben eines Artikels zu verwechseln. Das können inzwischen schon Schreibroboter, und häufig nicht schlechter als Schnelfutterjournalisten in ihren Verrichtungsboxen. Recherchieren ist Spurensuche. Dazu braucht es in erster Linie den richtigen Riecher. Am Anfang jeder Recherche steht die vermeintlich banale Frage: Steckt da mehr dahinter?

Recherchen haben zum Ziel, Missstände aufzudecken. Daher müssen sie immer Widerstände überwinden. Es wird gemauert, auf Geschäftsgeheimnisse, den Persönlichkeitsschutz oder gleich den Anwalt verwiesen. Natürlich wird auch geleugnet, gelogen, werden falsche Fährten gelegt oder sogar unsittliche Angebote gemacht, im Austausch für das Einstellen einer Recherche.

George Orwell wird der Satz zugeschrieben: „Journalismus heisst, etwas zu publizieren, von dem jemand will, dass es nicht publiziert wird. Alles andere ist PR.“ Das sollte sich jeder Recherchier-Journalist einrahmen. Und mal nachforschen, von wem das Zitat wirklich ist. Aus eigener Erfahrung weiss jeder Journalist: Es gibt kaum ein schöneres Gefühl, als wenn man bei der Recherche auf das entscheidende Puzzleteil stösst. Hab' dich, das ist die smoking gun, wie die Amis sagen, mehr Glück ist im Journalismus nicht zu haben.

zu beantworten. „Wir stemmen ein Grossprojekt, ich muss leider passen.“

Aber eine gewisse Wirkung kann man diesem Recharteam nicht absprechen. Nicht zuletzt wegen der Artikel über den schweizerisch-angolanischen Geschäftsmann Jean-Claude Bastos, dem unterstellt wird, er bereichere sich an „Angolas Milliarden“, sitzt der in einem Höllenknast in der Nähe von Luanda.

Wie steht es aber mit den Recherchierfähigkeiten wirklich? Oder noch einfacher gefragt: Was ist eine Recherche überhaupt? Dazu sagt Wikipedia, sauber recherchiert: „Journalistische Recherche bezeichnet das eigenständige Beschaffen von Informationen im Gegensatz zum blossen Verarbeiten von Pressemitteilungen, Agenturmaterial oder Pressekonferenzen.“

Und womit beginnt eine Recherche? Dafür hat Dominique Strelbel eine Definition, die es auf den Punkt bringt: „Es ist der Moment, in dem der Journalist stutzt, ‚Hä?‘ sagt.“ Er sollte es wissen, denn Strelbel ist Studienleiter am MAZ und bildet als Dozent im Recherchieren aus. In insgesamt fünf Tagen werden die Grundlagen vermittelt und anschliessend die Journalisten bei einer Recherche begleitet. Richtig suchen, verifizieren, falsifizieren, mindestens zwei Quellen oder eine harte, die Basics halt. Strelbel weiss allerdings auch: „Im Prinzip sind Recherchen nicht finanzierbar, sie geben kaum Return on Investment, und nach Veröffentlichung sind sie eigentlich wertlos, weil die Ergebnisse von anderen Medien übernommen werden, häufig ohne Quellenangabe.“

In den Anfangszeiten des Recherchierjournalismus wurden solche Schreiber als „Muckraker“ bezeichnet, also Mistkratzer oder Nestbeschmutzer. Der heute fast vergessene Lincoln Steffens, dessen Artikelsammlung „Skandalbericht“ eigentlich Pflichtlektüre jedes Rechercheurs sein sollte, Upton Sinclairs Werke ebenfalls. Und natürlich muss man in der Neuzeit Bob Woodward und Carl Bernstein lesen, die Präsident Nixon zum Rücktritt schrieben und dafür sorgten, dass bis heute hinter jeden noch so kleinen Aufreger das Wort-gate gehängt wird.

Das ergibt dann Dieselgate, und Nippelgate. Oder in der Schweiz: das Trikot-Gate der Fussball-Teams.

Aber es gibt auch Gerd Heidemann, ein Reporter und Rechercheur des „Sterns“,

als in den guten alten Zeiten des Journalismus Geld und Spesen kaum eine Rolle spielten. Also beschloss man, für einen Weltscoop mal kurz 2 Millionen D-Mark aufzuwerfen. Als sich dann die Hitler-Tagebücher als nicht mal sonderlich gut gemachte Fälschung herausstellten und die Geschichte nicht umgeschrieben werden musste, waren „Stern“ und Heidemann ihren Ruf los. Der Reporter musste sich von seiner Luxusyacht Carin II trennen, die vorher Hermann Göring gehört hatte. Von Heidemann stammt der grossartige Satz, den sich jeder Recherchierjournalist merken sollte: „Ein Reporter ist immer nur so gut wie seine letzte Story.“

Recherchieren heisst also, detektivisch, gewitzt, mit Gespür und einem richtigen Riecher einer Story nachzugehen, die die Öffentlichkeit interessieren muss. Dann ist es die „Kür des Journalismus“, wie es der Übervater der Journalismus-Theorie Wolf Schneider nennt. Meistens gehört es allerdings in die Scheinwelt von Hollywood-Filmen, dass Journalisten tage- und nächtelang über Papierbergen brüten, um dann nach vielen Zigaretten und bemerkenswertem Alkoholkonsum plötzlich die Augen zusammenzukneifen, ein Papier in die Hand zu nehmen und den Beweis für einen Riesenskandal zu entdecken.

Immer häufiger handelt es sich gar nicht mehr um Recherchen, sondern einfach um die Verwertung von Fundstücken. Dafür gibt es im Wesentlichen drei Quellen. Ein sogenannter Whistleblower schiebt einem Journalisten Informationen zu. Aus hehren und weniger edlen Motiven; weil er einen Missstand aufdecken will oder sich einfach an einem Vorgesetzten oder einem Arbeitgeber rächen will.

Dann greift der Datendiebstahl immer mehr um sich (*siehe Kasten*). Und schliesslich verwenden auch Spin-Doctors und PR-Firmen die Möglichkeit, einen Journalisten anzufüttern. Welche Intentionen sie dabei verfolgen, enthüllen solche Beeinflusser nicht immer. Die Geburt eines ausserehelich gezeugten Kindes eines CVP-Politikers, eine vermutete Amtsgeheimnisverletzung bei einem SVP-Exponenten, Nachrichten aus dem Intimbereich eines Banklenkers, die Millionensumme, die ein Pharmachef dafür erhalten soll, dass er nach seinem Abgang nicht für die Konkurrenz arbeitet: Das sind alles Storys,

RECHERCHE-TRENDS

Von der Recherche zur Hehlerei

Was ist von der Auswertung gestohlener Datenberge zu halten? Nichts.

„Offshore Leaks“, „Swiss Leaks“, „Panama Papers“, „Paradise Papers“. In schöner Regelmässigkeit macht sich ein internationales Konsortium von sogenannten Investigativjournalisten an die Ausschlichtung von gestohlenen Datenbergen. Angesichts der Menge der Dokumente im Millionenbereich wird die Beute dann international verteilt, wobei in der Schweiz der Tamedia-Konzern zu den Abnehmern gehört.

An vollmundigen Ankündigungen wird jeweils nicht gespart: „Das bisher grösste Datenleck deckt schmutzige Geschäfte auf“. „Blutiges Offshore-Geld“. „Präsidenten und Premiers“.

Terabyte an Daten, die die Geldverstecke von Steuerhinterziehern, Kriminellen und Potentaten auf den üblichen kleinen Inseln im Meer oder in Panama enthüllen. Mehr als 100 Redaktionen veröffentlichen jeweils gleichzeitig länderspezifisch die Ergebnisse ihrer Datenauswertung. Aber schon nach wenigen Tagen gähnt die Welt gelangweilt, weil die Ausbeute ergibt, dass es sich angesichts der wenigen Fälle von vermutetem Miss-

brauch und Hunderttausenden von offensichtlich sauberen Konstrukten wie Trusts oder Holdings um den Beweis handelt, dass es kaum eine unverdächtigere und legalere Form der Organisation internationaler Geldgeschäfte gibt.

Neben ganz wenigen Treffern werden gerne auch Unschuldige an den Pranger gestellt, so der zur Zeit der Enthüllungen bereits verstorbene Millionär Gunter Sachs, dem unterstellt wurde, mit Trust-Konstruktionen Steuern hinterzogen zu haben.

Häufig werden Verstorbene im Internet an den medialen Pranger geschlagen, oder es handelt sich um die Aufdeckung viele Jahre zurückliegender finanzieller Transaktionen.

Säuberlich wird auch erwähnt, dass allenfalls kontaktierte Rechtsvertreter aussagen, dass niemals illegale Handlungen vorgenommen und nicht einmal entsprechende Verfahren eingeleitet wurden. Aber wer besitzt schon eine Holding auf einer fernen Insel, das muss doch anrühlich sein, so die verquere Logik der Enthüller.

Dahinter verbirgt sich die Verlüderung der Recherche. Die beteiligten Medien übergeben zunächst die ihnen zugewiesenen

Raubdaten nicht an die Strafverfolgungsbehörden. Sie spielen lieber Ankläger, Richter und Vollstrecker in einer Person und massen sich an, nach angeblich „öffentlichem Interesse“ zu entscheiden, wer an den Pranger gestellt wird und wer nicht. Wer die eigentlichen Datendiebe sind und welche Motive die haben, einen solchen Datenschatz einfach wegzuschicken, erfährt die Öffentlichkeit nicht, wahrscheinlich wissen es nicht einmal die beteiligten Journalisten. Dabei gehört es zu den Grundprinzipien des Recherchejournalismus, sich die Frage zu stellen: „Cui bono?“, wem nutzt es, wenn man angefüttert wird?

Immer sind die durch solche Leaks aufgedeckten Finanzkonstrukte legal, was auch von den „Enthüllungsjournalisten“ nicht bestritten wird. Also flüchtet man sich in Reizwörter wie Blutgeld, Multimillionär, Trust auf einer karibischen Insel, um nahtlos zu „umstritten“ oder „nicht legitim“ zu kommen. Damit entgehen diese Journalisten auch allfälligen juristischen Auseinandersetzungen wegen Falschbeschuldigung. Der einzige Straftatbestand, der jeweils zweifellos erfüllt ist, besteht in der partiellen Veröffentlichung von gestohlenen Geschäftsunterlagen. Dem Einbruch in die Privatsphäre von Tausenden von Menschen, die beispielsweise in Ländern leben, die kaum als Rechtsstaaten bezeichnet werden können. Und wo es durchaus sinnvoll und nötig ist, korrekt erworbenes Kapital beispielsweise mittels einer Panama SA vor staatlichen oder kriminellen Übergriffen zu schützen.

Wenn es einmal nachweislich zu einem Verbrechen kommt, so das in vielen Ländern der Dritten Welt grassierende Kidnapping für Lösegeld, werden die Enthüllungsjournalisten sicherlich jede Verantwortung in Abrede stellen. Man wühlt in Hehlerware, aber man kann nichts dafür.



„Panama Papers“: übliche Verdächtigungen, übliche Fehlschüsse.

die nicht recherchiert, sondern zugesteckt wurden. Wirkliches Recherchieren ist sehr selten geworden.

Abgesehen von der Verwendung von zugehaltenen Dokumenten, was war der letzte grosse Skandal, der in der Schweiz durch Recherchen von Journalisten aufgedeckt wurde? Der Bündner Baukartell-Skandal? Ein Whistleblower. Der Skandal um ein von den Lobbyisten Hirzel Neef Schmid aufgesetztes Strategiepapier, mit dem sich der in Schiefelage geratene Stromkonzern Alpiq mit Steuergeldern gesundstossen wollte? Das Paper wurde dem Journalisten zugesteckt.

Das Netzwerk investigativ.ch, dem rund 350 Journalisten angeschlossen sind, veranstaltete eine Umfrage unter seinen Mitgliedern. Denen fielen Recherchen zu AfD-Verbindungen in die Schweiz, zu Genfer Bauplänen von Regierungsrat Maudets libanesischen Freunden, zum Zuger Sicherheitsdirektor Beat Villiger und seinem Auto oder zu Fake-Followern von Schweizer Influencern ein. Aktuell zu erwähnen ist sicherlich auch der Postauto-Skandal, den im Wesentlichen der „Blick“ enthüllte.

Aber wie lernt der Journalist recherchieren, ausser in einem MAZ-Kurs? „Wir haben mit Christian Mensch einen erfahrenen

Rechercheur, der intern auch schon Weiterbildungen angeboten hat“, sagt Patrik Müller, der neue Überchefredaktor von CH Medien, „ansonsten ist sicher vieles learning by doing.“

Das sieht „Blick“-Oberchef Christian Dorer ähnlich: „Wir setzen voraus, dass jedes Ressort recherchiert, deshalb hat die Blick-Gruppe keine spezielle Recherche-Abteilung“, sagt deren Chef. So sei die Recherche über den Postauto-Skandal direkt aus der Redaktion gekommen. Zudem verfüge der „SonntagsBlick“ über „ein Kern-Team von 13 Journalisten, die ausschliesslich für die Sonntagsausgabe arbeiten“. Damit sei die Trennung zwischen „möglichst schnell“, wofür das Newsdesk zuständig ist, und „vertiefend und einordnend“ möglich.

Alle Medien sagen, dass sie ihren Journalisten auch Weiterbildungen zahlen; am nächsten Recherchetag des MAZ am 29. Januar 2019 zum Thema „Das Recht – dein Freund und Helfer“ haben sie dazu Gelegenheit.

Ein Problem setzt dem Recherchierjournalismus immer mehr zu: Er ist zeitaufwendig und teuer. In der globalisierten Welt erstrecken sich Recherchen schnell einmal über verschiedene Kontinente, und alles per Skype abzuhandeln, das ist auch

heute nicht möglich. Zudem hat Recherchierjournalismus noch eine sehr unangenehme Eigenschaft: Es passiert nicht allzu selten, dass sich ein Anfangsverdacht nicht bewahrheitet. Oder dass eine These nicht hart gemacht werden kann, wie es im Fachjargon heisst. Dann ist das Thema zu Tode recherchiert, aller Aufwand war für die Katz. Und das sieht heute ein Chefredaktor, der in erster Linie für das Einhalten immer schmalerer Budgets zuständig ist, gar nicht gerne.

Daher kommen den meisten heutigen Journalisten sicher die Tränen bei dieser wahren Anekdote. Der grosse Schweizer Magnum-Fotograf René Burri bekam einen Auftrag von „National Geographic“, dem heiligen Gral der Reportagefotografie. Also legte er sich schwer ins Zeug, und nach einem Jahr präsentierte er der Bildredaktion die Ausbeute, über 3.000 Fotos. Man beugte sich gemeinsam darüber, worauf der Bildredaktor sagte: „Nicht schlecht, Herr Burri, gar nicht schlecht. Ich glaube, Sie kommen langsam in das Thema hinein. Wenn Sie sich noch ungefähr ein weiteres Jahr damit befassen, kommt das gut.“

Burri packte seine Fotos ein und gab auf. Das waren noch Zeiten. Heute entblöden sich viele Journalisten nicht, „wie diese Zeitung recherchierte“ zu schreiben, wenn sie kurz zum Telefonhörer gegriffen haben, um eine banale Auskunft einzuholen. Und der Chefredaktor dreht nur die Augen nach oben, wenn der Redaktor fragt, ob er zwecks Recherche zehn Tage in ein fernes Land fliegen könne. Vorbei, verweht, nie wieder.



Auch Rechercheure werden älter: Bob Woodward (l.) und Carl Bernstein bei einer Ehrung 2017.

RENÉ ZEYER

ist Unternehmensberater, Journalist und Bestsellerautor („Armut ist Diebstahl“) in Zürich.

rzeyer@zeyercom.ch



FOTO: DAVID OLIVEIRA

„Die dunklen Hinterhöfe“

Nach Langrecherchen wie über Dschihadisten und Drogen veröffentlichte Daniel Ryser vor Kurzem „In Badehosen nach Stalingrad. Der Weg von Roger Köppel“.

Daniel Ryser, wie recherchieren Sie?

Daniel Ryser: Fast nicht am Schreibtisch. Ich bin meistens unterwegs und spreche mit Menschen. So trage ich meine Geschichten zusammen. Entweder mit direkten Zitaten aus diesen Gesprächen oder dann mit Quellen, Dokumenten etwa, die sich durch die Gespräche erschliessen. Aber die Basis meiner Recherche ist: Das Büro verlassen. Mit Menschen reden und schauen, wo es mich hinführt. Das war ja auch gerade bei meinem jüngsten Werk so spannend: Ich wusste nicht, wer bereit sein würde, mit mir zu reden. Und vor allem wusste ich nicht, wohin mich die Gespräche führen würden. Eine Ausgangsfrage konnte ich mir also nicht erlauben. Nur eine Ausgangsfrage: Womit habe ich es hier eigentlich zu tun?

Von wem haben Sie sich inspirieren lassen?

Eine Frage, die ich mir so noch gar nicht gestellt habe. Wenn ich jetzt aber an Bücher denke, die mich inspiriert haben, dann waren das meistens Werke, wo die Autoren unterwegs waren. Und letztlich ist es das, was mich interessiert: Rausgehen. Sich aussetzen. Das kann natürlich auch ordentlich schiefgehen. So war es weniger ein Lernen als ein Realisieren, wo mein Interesse liegt. Und was mich interessiert, sind die dunklen Hinterhöfe. Dort liegen die Geschichten.

Wie organisieren Sie eine Recherche?

Eher schlecht als recht. Ich gehe los und schaue, was passiert. Das erfordert in einem Punkt eine strenge Disziplin: Geführte Gespräche immer sofort abtippen. Sonst staut sich alles an und man versinkt im Chaos. Ein weiterer Punkt meiner „Organisation“ liegt darin, viel über die eigene Geschichte nachzudenken. Die Organisation geschieht also eher im Kopf: Was ist meine Geschichte? Wo stehe ich jetzt? Was hat sich Neues ergeben? Wie geht es weiter? Hin und wieder hilft es, alles Erlebte auf Band zu sprechen. Am besten einem Gegenüber die Geschichte erzählen, das Gespräch auf Band aufnehmen. Durch das Erzählen schafft man automatisch eine spannende Dramaturgie, weil man das Gegenüber ja nicht langweilen will. Das schafft Ordnung im Kopf, wenn es vor Dutzenden Interviews nur noch raucht.

Gibt es Grenzen der Methoden beim Recherchieren?

Es gilt das Gebot der Fairness. Sie haben, so las ich, kritisiert, ich hätte in meinem Buch den Brief abgedruckt, den Roger Köppel an Steve Bannon geschrieben und aus Versehen in seinem Büro hatte liegen lassen, als ich angemeldet zu Besuch kam. Oder dass ich schrieb, Köppel habe während einem Interview mit mir am Telefon mit UBS-Boss Ermotti ein buddymässiges

Du-Gespräch geführt und mich dann gebeten, das nicht zu erwähnen. In beiden Fällen meine ich: Bei einem Mann wie Roger Köppel, der Medien besitzt und benutzt für seine eigene Mission, ist alles on the record. Ich fand den Brief, ein sehr unterwürfiger Brief eines SVP-Politikers und mächtigen Schweizer Journalisten an Bannon, von öffentlichem Interesse, wie auch den Umstand, dass ein Journalist, der Banken auch kritisieren müsste, derart buddymässig unterwegs ist mit einem Mann wie Ermotti. Was ja in letzterem Fall auch einen Konflikt aufzeigt, wenn man gleichzeitig Verleger und Chefredaktor ist, also Anzeigeneinkäufer und Journalist.

Ist bei manchen wirklich fast alles on the record?

Ein mediengewandter Mann wie Köppel genießt in meinen Augen wenig Schutz. Anders wäre es gewesen, wäre ich bei einem mit Medien völlig unerfahrenen Mann ins Büro gelaufen, und der hätte mich dann gebeten, etwas nicht zu schreiben. Diese Diskussion muss individuell geführt werden. Davon bin ich überzeugt. Grundsätzlich gilt das Gebot der Fairness, das Gebot der Verhältnismässigkeit, das Gebot der Unschuldsvermutung. Dabei geht es sehr stark auch um die Frage: Was ist wirklich von öffentlichem Interesse? Was ist es nicht?



Rechercheur Daniel Ryser: „Grundsätzlich gilt das Gebot der Fairness.“

Innovationen aus Schaffhausen

Ihre Ansprechpartner: Beat Römer, Szilvia Früh
E-Mail: media@georgfischer.com
Telefon: 052 631 26 77 / 052 631 27 03
www.georgfischer.com

+GF+

„Narrativ“ und „Befindlichkeit“ und „Fokussieren“ und überhaupt

Der Altmeister sagt uns wieder einmal, wo wir uns schrecklich in die Klischees schreiben. Wolf Schneider über sprachliche Unsitten im Journalismus.

Welche Wörter müssen Journalisten wählen – welche meiden, wenn sie ihrem Generalauftrag gerecht werden wollen: die Bürger klar, allgemeinverständlich, unparteilich zu informieren?

Meiden müssen sie alle Wörter, von denen sie wissen müssten oder ahnen sollten, dass nur eine Minderheit sie versteht.

Meiden sollten sie:

1. allen akademischen Jargon (selbst wenn er halb und halb verstanden werden sollte).
2. ein Übermass an Anglizismen.
3. Wörter mit offener oder heimtückischer Parteilichkeit.

Anstreben sollten sie:

das jeweils treffendste, farbigste, zumeist das kürzeste mögliche Wort. Mit „Blut, Schweiss und Tränen“ machte Churchill 1940 Weltgeschichte – mit Blutverlust, Überarbeitung und einer Überreizung der Tränendrüsen hätte er es nicht geschafft.

Meiden müssen Sie ...

■ **Paradigmenwechsel** – der ist seit zwei, drei Jahrzehnten ein Modewort des gehobenen Feuilletons, längst auch in der Industrie angekommen („Paradigmenwechsel im Design“, versprach BMW) und in der Musikszene („Paradigmenwechsel im Hip-Hop“).

Einwand 1: Schätzungsweise 95 Prozent der Deutschen haben keine Ahnung, was das sein soll.

Einwand 2: Für die Wissenden aber ist das Wort längst ausgeleiert bis

zum Überdruß. Was tun? Kurswechsel also, oder Schwenk (1 Silbe statt 6).

■ **Das Narrativ** – in den allerfeinsten Zeitungen seit etwa zehn Jahren dem Paradigmenwechsel auf den Fersen – und vermutlich von fast 1 Prozent der Leser verstanden.

Was, fragte ein Journalist, haben die Berliner Journalisten getan? „Das Narrativ vom Kampf um die Kanzlerschaft bereitwillig übernommen.“ Aha. Narrare heisst erzählen – das „Narrativ“ (hat ein französischer Philosoph sich 1979 ausgedacht) soll „sinnstiftende Erzählung, Grundannahme“ bedeuten. „Die EU braucht ein neues Narrativ“, konnte man lesen. Da wird sie warten müssen.

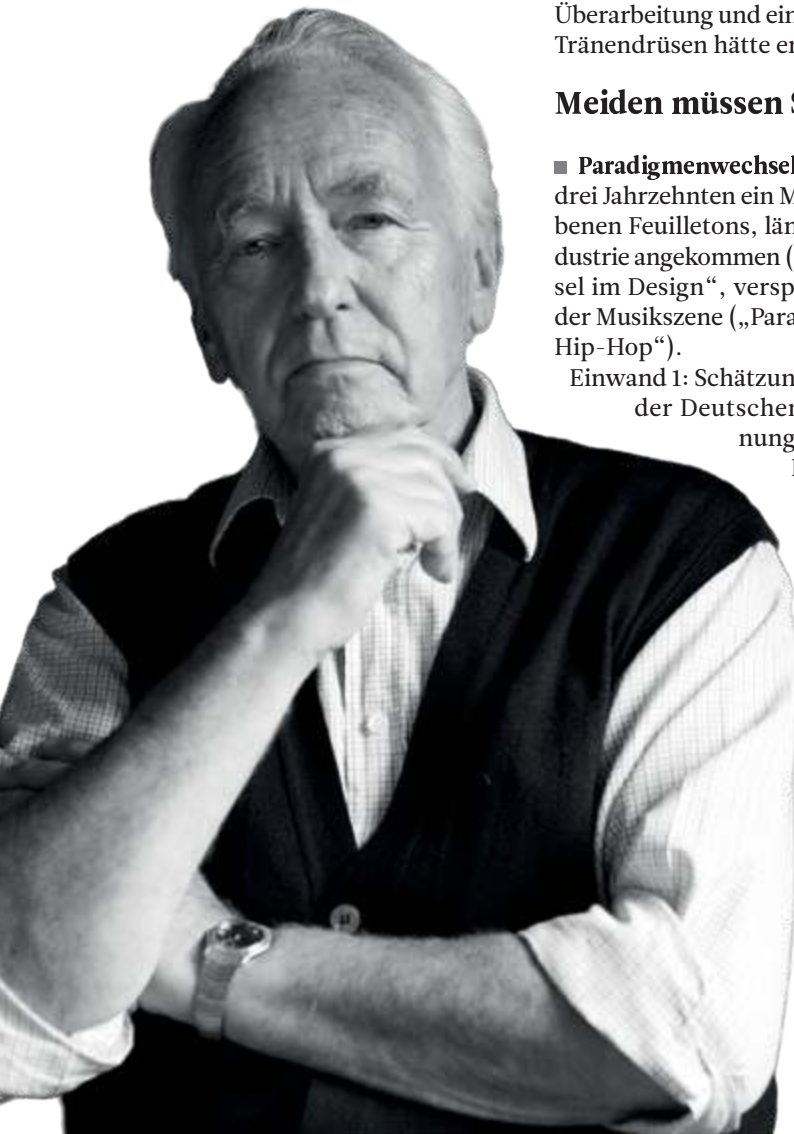
■ **Kognitiv** – „erkenntnismässig, das Denken betreffend“ – ein nicht nur hässliches, sondern ziemlich überflüssiges Wort von ziemlich unscharfer Bedeutung. Was ist Angela Merkel, dem „Spiegel“ (27/18) zufolge? „Eine kognitive Herausforderung, die mancher bis heute nicht bewältigt hat.“ Gut zu wissen.

■ **Disruptiv** ist englisch, heisst „zerbrechend, zerreissend, zertrümmernd“ und ist das Modewort des Silicon Valley: nicht konstruktiv – disruptiv müssen wir mit allem umgehen, was schon da ist. Ganz hübsch – aber wer sollte den Titel des Leitartikels der „Süddeutschen Zeitung“ vom 12. Juni 18 verstehen? „Im Disruptiven“ hiess er. Erklärung ziemlich weit unten. Weltfremd. Leser ohrfeigend.

ZUR PERSON

Wolf Schneider

war Journalistenausbilder von 1977 bis 2012 – 16 Jahre als Leiter der Henri-Nannen-Schule, weitere 17 Jahre mit Lehrauftrag an fünf Journalistenschulen in Deutschland, Österreich und in der Schweiz. Der heute 93-Jährige ist Honorarprofessor der Universität Salzburg und Träger des Medienpreises für Sprachkultur der Gesellschaft für Deutsche Sprache. Unter seinen vielen Büchern gelten seine Sprachkritiken wie „Wörter machen Leute. Magie und Macht der Sprache“ bis heute als Standardwerke für das journalistische Handwerk.





Tip: In unserer Reihe Journalisten-Werkstatt beschäftigen wir uns auch regelmässig mit Sprache, etwa in der Trilogie „Wie Wörter wirken“, „Wie Sätze wirken“, „Wie Texte wirken“ von Peter Linden. Die 16-seitigen Werkstätten kann man online bestellen: newsroom.de/shop/

Meiden sollten Sie ...

1. allen akademischen Jargon. Auch insofern er verstanden wird, produziert er unlebendiges Deutsch. So zum Beispiel:

■ **Thematisieren** – auf Deutsch: zum Thema machen – zur Sprache bringen – mal drüber reden.

■ **Fokussieren** hat in der Wirtschaft das Konzentrieren verdrängt bis zum Überdross. Und wie standen kürzlich zwei Kletterer vor der Kletterwand? „Fokussiert“ natürlich, so standen sie zum Beispiel in der „Süddeutschen“.

■ **Tonalität** – die nämlich sei, sagte Angela Merkel über ihren Asylstreit mit der CSU, „sehr schroff“ gewesen. Aber die ...alität fügt dem Ton nichts hinzu ausser akademische Blähung (nach der französischen Redensart: C'est la tonalité qui fait la musique).

■ **Befindlichkeit:** ein Lieblingswort des „Zeit“-Feuilletons für Befinden, Laune, Gemütszustand.

2. Anglomanie. Nichts gegen blosse Anglizismen! (Geradezu königliche gibt es wie den Sex: In drei Buchstaben teilt er etwas mit, dessen volle Bedeutung im Deutschen 49 Buchstaben erfordern würde: „Lustbetonter Geschlechtsverkehr ohne Zeugungsabsicht“.) Aber wie dringend war

es, die Eurovision, die jahrzehntelang deutsch durchs Fernsehen flimmerte, seit ein paar Jahren als „Jurowischn“ vorzustellen? Und warum heisst die altbekannte Europameisterschaft in ARD und ZDF plötzlich European Championship? Welche Albernheit.

Eine Blamage seit Langem ist das Public Viewing. Wenn wir schon so gut Englisch können – sollten wir dann nicht wissen, dass dies in den USA die Freigabe der Leiche zur öffentlichen Besichtigung bedeutet? Ist es schon so weit, dass uns zu einer neuen Sache ums Verrecken kein deutsches Wort mehr einfällt? (Fernsehforum zum Beispiel?)

Gruner + Jahr publiziert zwar immer noch deutsche Texte, bläst aber intern das Englische aufs Äusserste auf: Ein Abteilungsleiter heisst zum Beispiel Editorial Director Community of Interest Family, und wo der Vorstand spricht, kommen deutsche Substantive nicht mehr vor.

3. Ahnungslose Parteilichkeit. Wenn ein Vorwurf bestritten wird, ist alles in Ordnung. In ARD und ZDF werden Vorwürfe (an Politiker zumal) jetzt aber nur noch zurückgewiesen – und das ist eben nicht dasselbe. Es heisst „abweisen, entrüstet von sich weisen, sich gegen etwas verwahren“. So macht sich der Redaktor zum Komplizen der Entrüstung.

Fazit

Niemals verwendet der Journalist ein Wort, ...

■ das 7 Silben hat, wenn 3 dasselbe besagen.

■ von dem er weiss (befürchtet, wissen sollte), dass 20 oder noch mehr Prozent seiner Leser es nicht oder nur unzulänglich kennen – wenn aber doch, dann mit ausdrücklicher Erklärung (beispielsweise, wenn ein bis dahin seltenes Wort in der Öffentlichkeit eine Rolle zu spielen beginnt).

■ das in die Nachricht eine Meinung, eine parteiliche Färbung mogelt.

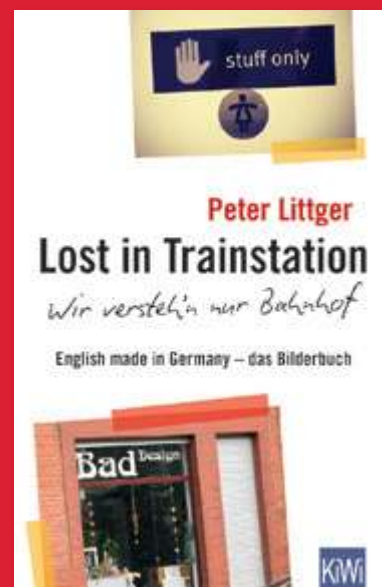
Der Journalist halte sich an den klassischen Satz des Georg Christoph Lichtenberg: „Meine Sprache ist allzeit simpel, enge und plan. Wenn man einen Ochsen schlachten will, dann schlage man ihm gerade vor den Kopf.“

Das Gift des Jahres Ein Bilderbuch!

... für alle, die im Alltag nur noch Bahnhof verstehen: wenn der Bäcker »Back Factory« heißt, das Klopapier »Happy End« oder das Butterhörnchen zum »squirrel« mutiert. Kurz gesagt: wenn niemand mehr weiß, ob wir eigentlich noch Deutsch sprechen – oder schon Englisch.

Bestsellerautor, Sprachkritiker und »Der Denglische Patient« Peter Littger hat ein einzigartiges Bilderbuch mit den schönsten Beispielen unserer deutsch-englischen Sprachverwirrung zusammengestellt. Wenn das kein Gift ist!

#lostintrainstation
peter@littger.com www.littger.com
Twitter: DerDenglischePatient @fluentenglish
Instagram: DerDenglischePatient @denglishpatient



Taschenbuch
Durchgehend vierfarbig mit mehr als 250 Abbildungen
Verfügbar auch als E-Book

www.kiwi-verlag.de

Kiepenheuer
& Witsch

TEXT: STEPHAN RUSS-MOHL

Zwischen Zentren und Peripherien

Europas Kommunikationsforscher zu Gast in der Schweiz. 1.400 Köpfe kamen. Eine Frage blieb umstritten: Wie politisch soll die Medienwissenschaft sein?

Um „Zentren und Peripherien“ sollte es gehen, und wie die Kommunikationsforschung diese im digitalen Zeitalter verortet. Europas Kommunikations- und Medienforscher vereinten sich kürzlich zum Mammutkongress ihrer Fachgesellschaft, der European Communication Research and Education Association (ECREA), erstmals in der Schweiz. Rund 1.400 Forscher strömten ins verkehrstechnisch eher entlegene Lugano und belebten drei Tage lang die Tessiner November-Tristesse.

Bemerkenswert war zunächst, dass ausschliesslich weibliche Keynote-Speaker präsentiert wurden – im weithin männerdominierten italienischen Sprachraum fast schon eine kleine Sensation, denn auch in der Südschweiz gibt es weiterhin noch viele Podien ohne weibliche Stimme. Leider setzte sich jedoch nur die dritte der Auserkorenen mit dem Tagungsthema ernsthaft auseinander: José van Dijck (Universität Utrecht) analysierte die „Geopolitik“ der grossen Plattform-Betreiber – in der westlichen Welt sind die „Big Five“ bekanntlich Alphabet (Google und Youtube), Amazon, Apple, Facebook und Microsoft. Van Dijck liess keinen Zweifel daran, dass sich die Machtzentren der Netzwelt im Zuge der Digitalisierung an Amerikas Westküste und nach China verlagern, wo es mit Baidu, Tencent & Co ebenfalls gigantische Betreiber von Suchmaschinen, sozialen Netzwerken und E-Commerce gibt. Europa drohe zwischen den beiden Machtblöcken zerrieben und zur neuen Peripherie des von Algorithmen und Big Data gesteuerten Cyberspace zu werden.

Das überaus spannende Tagungsthema hätte darüber hinaus allen Anlass geliefert, sich intensiv mit der Kernproblematik des Fachs, der digitalen Transformation der Medien und der Öffentlichkeit in unseren Gesellschaften, auseinanderzusetzen: Denn sowohl das auseinanderdriftende EU-Europa als auch die mehrsprachige föderalistische Schweiz und andere kleine Länder wie Österreich, Belgien oder die Niederlande sowie nicht zuletzt der periphere Tagungsort nahe der italienischen Grenze lieferten Anlass genug, sich vertieft damit auseinanderzusetzen, wie die Digitalisierung nicht nur Öffentlichkeiten und Mediensysteme umstülpt und wohl auch zur Polarisierung der Politik beiträgt, sondern eben

auch das Verhältnis von Zentren und Peripherien verändert oder vielleicht sogar in Zukunft diese geografische Dichotomie auflösen wird.

Doch die Kommunikationswissenschaft tut sich in der Kommunikation mit sich und der Gesellschaft schwer. Solch grosse Tagungen, die nur alle zwei Jahre stattfinden, dienen vornehmlich dem Austausch innerhalb der Scientific Community. Es wäre wohl zu viel erwartet, dass sich die aktiven Teilnehmer wirklich auf ein übergreifendes Thema einlassen, selbst wenn der Bogen weit gespannt ist.

Unmittelbar nach dem Kongress verfestigte sich mit den Midterm-Wahlen in den USA weiter der Eindruck, den schon vorangehende Abstimmungs- und Wahlergebnisse in der Schweiz, in Österreich sowie in Italien bis hin zum Brexit-Votum und zur jüngsten Kommunalwahl in Polen haben entstehen lassen: Dass sich die abgehängten Peripherien in den westlichen Demokratien gegen die Übermacht der globalisierten Eliten in den Metropolen auf höchst eigenwillige Weise wehren. Bereits erkennbar ist, wie solche Prozesse auf den Journalismus, aber auch auf die Wissenschaftsförderung und damit auf die Medienforschung durchschlagen. Dies hatte der ECREA-Präsident Ilija Tomanic Trivundza (Universität Ljubljana), gewiss im Blick, als er die in der Forschung oft tabuisierte Machtfrage stellte. Er forderte die Forscher auf, nicht nur die urbanen Zentren, sondern auch die Peripherien und deren wirtschaftliche, soziale und geistige Bedeutung im Auge zu behalten. Diesen Appell hätte er ebenso gut an Medienmacher richten können.

Van Dijcks Narrativ vom Kampf der Peripherie gegen die Netzwelt-Zentren war dagegen ein anderes, sogar optimistischeres. Sie hofft, dass die europäische Zivilgesellschaft sowie die nicht zentralstaatlich kontrollierten Service-public-Institutionen Gegenmacht mobilisieren werden – von den Schulen über die Universitäten bis hin zum öffentlichen Rundfunk. Van Dijck möchte so verhindern, dass die „Big Five“ zu den übermächtigen, nach kommerziellen Kriterien organisierten „Gatekeepern der gesamten westlichen Ökonomien“ werden. Ihrer Vision zufolge wäre also die Übermacht der neuen IT-Zentren an Amerikas Westküste von der europäischen Peripherie her aufzubrechen. Das freilich würde voraussetzen, dass sich Europas Zivilgesellschaften und Zentren erfolgreich dem Siegeszug der europäischen Rechtspopulisten und ihrem provinziellen Nationalismus, sprich dem Aufstand der eigenen Peripherien, entgegenstemmen.

Angesichts des Regenwetters hatten die Forscher in Lugano kaum eine Chance, auszubüchsen und dem Forschungstourismus zu frönen. Van Dijcks Schlussakkord wurde immerhin von einem Sonnenstrahl begleitet, der sich kurz danach am grauen Tessiner Himmel Bahn brach.

TEXT: ESTHER DIENER-MORSCHER

Vor allem heisse Luft

Soll mir nur keine Recherche die gute Geschichte vermiesen: Nach diesem Motto schreiben manche Journalisten. Das zeigt ein Artikel über angeblichen Organdiebstahl in der „Basler Zeitung“.

Der Bericht in der „Basler Zeitung“ erinnerte an einen Krimi: „Verdacht auf illegale Organentnahme“, lautete die Schlagzeile. Die Geschichte dahinter: Eine Mutter hegte den Verdacht, dass Ärzte des Uni-Spitals Basel in einen organisierten Organhandel verstrickt seien. Ihrem verstorbenen Sohn seien Organe entnommen worden.

Die Story war perfekt aufbereitet. Zuerst mit einem emotionalen Einstieg: „Noch heute leidet die Mutter aus dem süddeutsch-schweizerischen Grenzgebiet an einem Schockzustand. Während sie erzählt, wischt sie sich immer wieder Tränen aus den Augenwinkeln.“

Dann schürte der Text die Sensationslust: „Was steht im Obduktionsbericht?“, heisst es in einem Zwischentitel. Und schliesslich die aufregende Suggestivfrage: „Ob ihr Sohn in Basel von einer bestimmten Person in einer dubiosen Organkette erwartet worden ist?“

Die „Basler Zeitung“ kolportierte sämtliche Befürchtungen der Mutter ausführlich und widmete der Geschichte eine halbe Seite. Man habe die Mutter nicht zu ihrem toten Sohn vorgelassen, sondern habe versucht, sie abzuwimmeln, liest man. Die Verschwörungsthese der trauernden Mutter kommt für die Leser wie das Resultat minutiöser Recherchen daher: Dem Sohn seien Organe entnommen worden und die Drahtzieher des Organhandels hätten das dann mit einer Obduktion im

Institut für Rechtsmedizin vertuschen sollen, lauteten ihre Vorwürfe.

Zwar fügte der Journalist an: „Einen Beweis für diese Darstellung hat sie nicht.“ Doch das, was in einem solchen Fall das Wichtigste gewesen wäre, hat er nicht gemacht. Er liess das Institut nicht Stellung nehmen zum ungeheuren Vorwurf. Dieses hätte – wie sich am nächsten Tag erwies – klipp und klar festgestellt: Der Leichnam zeige keinerlei Hinweise auf eine Organentnahme.

Doch selbst dieser Gegenbeweis zur Darstellung der Mutter beirrte den Journalisten nicht in seiner These. Er verschwieg die Feststellung der Rechtsmedizin und bekräftigte in einem zweiten Artikel: „Organentnahme in Uni-Spital war geplant“. In einem Zwischentitel schrieb er: „Keine offizielle Organentnahme“, und suggerierte bei den Lesern damit das Gegenteil von dem, was die Rechtsmedizin festgestellt hatte: Nämlich, dass sehr wohl Organe entnommen worden seien, jedoch „inoffiziell“.

Die „BaZ“ ist für den unprofessionellen Krimi-Artikel vom Presserat gerügt worden. Im Rausch des News-Jägers, der einer guten Story auf der Spur ist, liess sich der Journalist wohl dazu verleiten, auch ohne kritische Prüfung die Verdächtigungen zu veröffentlichen.

Das Beispiel zeigt: Die Arbeit von Journalisten ist oft brutal undankbar. Je mehr

sie recherchieren und je mehr Zeit sie aufwenden, umso mehr riskieren sie, dass sie auf eine Tatsache stossen, die ihnen die ganze Story vermiest. Da ist die Verlockung gross, ein wenig „Mid-Risk“-Journalismus zu betreiben – ganz nach dem Motto des ehemaligen „Weltwoche“-Journalisten Urs Paul Engeler, der einmal sagte: „Mit null Risiko gibt’s auch null Artikel“, und damit begründete, warum er einen Artikel veröffentlichte, obwohl die Quelle dubios war.

Manchmal treffen unbelegte Thesen ja zu. Manchmal aber auch nicht. Und dann gibt es ein grosses Problem: Auch wenn sich ein Gerücht nachträglich als haltlos erweist: Hängen bleibt immer etwas. Denn wer ein Gerücht widerlegen möchte, muss es gezwungenermassen wiederholen. Genau das aber verbreitet die Unwahrheit weiter. Und allmählich verwandelt sich auch ein noch so absurdes Gerücht in eine gefühlte Wahrheit.

Oder wer erinnert sich nicht mehr daran, dass ein Nachrichtenmagazin vor knapp 20 Jahren „enthüllte“, dass der damalige Bundesrat Kaspar Villiger eine Prostituierte besucht haben soll? Hat er oder hat er nicht? Die Vorwürfe erwiesen sich als haltlos und waren zudem ein unzulässiger Eingriff in des Bundesrats Intimsphäre. Doch daran erinnert sich wohl kaum jemand mehr so genau.

ESTHER DIENER-MORSCHER,
Ex-Vizepräsidentin Schweizer Presserat
diener.morscher@freesurf.ch





Die Energiestrategie 2050 kommt – der radioaktive Abfall bleibt.

Wir erklären Ihnen gerne, wie wir uns darum kümmern.
 Medienstelle: Patrick Studer · medien@nagra.ch
 Telefon 056 437 11 26



Reporter-Leben:
vom Büro aus Wellen schlagen.

Die Geschichte nach der Geschichte

Was passiert, wenn ein Reporter eine Reportage schreibt? Mitunter beginnen die Turbulenzen schon nach dem Manuskript, mitunter erst nach dem Druck. In einem amüsanten Buch (Titel: „Wellen schlagen“) beschreiben Journalisten die Folgen ihres Tuns.

Was passiert alles, wenn ein Reporter eine Reportage schreibt? In einem vergnüglichen Buch beschreiben Reporter die Kurz- und Langzeitfolgen ihrer Manuskripte.

Man recherchiert die Reportage, man schreibt die Reportage – und dann beginnt die Reportage sich auszuwirken. Manchmal schon vor der Publikation, sicherlich aber nach der Publikation. Sie schlägt Wellen.

Daniel Puntas Bernet und Margrit Sprecher haben 20 der bekanntesten deutschsprachigen Reporter und Reporterinnen nach skurrilen, amüsanten, lästigen oder auch tragischen Erlebnissen im Nachgang

einer Reportage gebeten. Entstanden ist ein Buch unter dem Titel „Wellen schlagen“, das für Journalisten lehrreich und amüsant zu lesen ist, aber auch einem breiteren Publikum erlaubt, einen Blick in den Redaktionsalltag zu werfen.

Aus der Schweiz sind mit Beiträgen vertreten: Peer Teuwsen, Michael Bahnerth, Florian Leu, Hannes Grassegger, Sacha Batthyany, Daniel Puntas Bernet und Margrit Sprecher. Unter den deutschen Autoren sind die „Spiegel“-Leute Cordt Schnibben, Barbara Supp und Alexander Smolczyk, dann unter anderem auch etwa Kai Strittmatter von der „Süddeutschen“,

Bascha Mika von der „Frankfurter Rundschau“, Lucas Vogelsang von der „Welt“ und Anja Reich von der „Berliner Zeitung“.

Das Buch erscheint im Dezember 2018 im Stämpfli Verlag Bern. Wir bringen als Leseprobe einen Text von Margrit Sprecher über ihre journalistischen Erfahrungen mit dem deutschen Milch-Grossunternehmer Theo Müller.

Sprechers ursprüngliche Reportage, deren Folgen sie nun beschreibt, erschien unter dem Titel „Der Melker“ im „NZZ Folio“ 7/2016.

TEXT: MARGRIT SPRECHER

Leseprobe: „Der rabiate Melker“

Von Margrit Sprecher

Harmonischer konnte eine Reportage nicht beginnen. Flotter auch nicht. Kaum hatte ich den deutschen Milchbaron Theo Müller um ein Interview gebeten, meldete er sich persönlich am Telefon. Sicher, er hatte noch in der gleichen Woche Zeit. Ja, er freue sich ebenso. Dabei galt der Mann noch medienscheuer als die Queen und Gerhard Richter zusammen. Nirgendwo fand sich ein Porträt des 76-Jährigen, selbst Google lieferte nur ein paar dürre Daten und Interviewfetzen. Auch Fotos waren keine aufzutreiben, abgesehen vom offiziellen Bild eines steif lächelnden Herrn, das seine PR-Abteilung auf Wunsch zuschickte.

Dabei gehört Theo Müller zu den reichsten und umstrittensten Deutschen. Seine Produkte stehen in praktisch jedem europäischen Kühlschrank. Sein Name sorgt sowohl im deutschen Bundestag wie in deutschen Kuhställen seit Jahren für Aufruhr und Empörung. Wenn auch aus unterschiedlichen Gründen. Auf einer Augsburger Protestversammlung klang das beispielsweise so: „Theo Müller darf es nicht gelingen, uns Bauern in die Knie zu zwingen!“

Gedacht war der Beitrag für das „NZZ Folio“-Themenheft „Die Kuh“. Die Kuh im Dienste der Wissenschaft hatte die Monatsbeilage der „Neuen Zürcher Zeitung“ schon vergeben, ebenso die Kuh im Laufe der Zeit. Auf Theo Müller, einen Mann, für den täglich 45.000 Kühe gemolken werden, war noch niemand verfallen.

Begonnen hat der gelernte Käsemeister 1970 in der bayrischen Dorfkäserei seines Vaters mit vier Angestellten. Heute beschäftigt er 25.000 Mitarbeiter in halb Europa, sein Imperium umfasst 21 Produktionsstätten und 46 Marken – und dies, ohne dass er je eine höhere Schule besucht hätte. „Kannst du nie genug kriegen?“, hatte ihn ein treuer Mitstreiter der ersten Stunde entnervt gefragt, der sein Tempo nicht mehr mitzuhalten vermochte. Theo Müller konnte nicht. Er erkannte jede Chance und nutzte jede Gelegenheit. Täuschte mit seiner bedächtigen Art manchen Verhandlungspartner. Und griff dann blitzschnell zu. Seine edelste Trophäe war die bayerische

Staatsmolkerei Weihenstephan, seine wichtigste die grösste Molkerei Europas, die ostdeutsche Sachsenmilch AG. Einen grossen Teil der Sanierungskosten spendierten die Steuerzahler.

2003 setzte sich Theo Müller samt seinem Vermögen von geschätzten 3 bis 5 Milliarden Euro ins Steuerparadies Schweiz ab. Dies nicht etwa still und heimlich wie viele seiner Landsleute, sondern hochoberbeneden Hauptes. In Deutschland werde er „enteignet, beraubt, nennen Sie es, wie Sie wollen“, erklärte er dem „Spiegel“.

Unser Gespräch fand in seinem Geschäftssitz in Zürich statt, einem nichtssagenden Bürogebäude am Rande der Stadt. Alles war gross an Theo Müller, seine Erscheinung, sein Gesicht, seine Hände. „Ein freudiger Raufer, hart im Nehmen und im Geben“, notierte ich als ersten Eindruck. Ich behielt diese Formulierung – die eleganteste Beschreibung seiner robusten Erscheinung – später auch im Text bei.

Im Sitzungszimmer packte Theo Müller gleich seinen Stuhl und rückte ihn weg vom Tisch. Sitzen wie auf der Schulbank war nicht seine Sache. Sich einengen lassen auch nicht. Zudem schaffte seine Geste von Anfang an Distanz, sollte er es wieder mal mit einer roten Moralistin oder grünen Spiesserin zu tun haben. Schon im ersten Satz stellte er seine Bedingungen: Der ganze Artikel wird gegengelesen. Sonst – seine Handbewegung war eindeutig. Ich wiederholte, was ich immer zu sagen pflegte: Der journalistische Ehrenkodex verlangt allein das Vorlegen der Zitate. Freilich würde ich genügend „Fleisch am Knochen“ respektive Text um die Quotes lassen, um den Zusammenhang deutlich zu machen. Er überlegte kurz, dann nahm er es schweigend zur Kenntnis.

Das Gespräch verlief überraschend angenehm. Theo Müller erzählte, ohne gross darum gebeten zu werden: Dass er als Bub täglich eine Stunde lang in der väterlichen Käserei Butter eingepackt hatte, bevor er zur Schule ging. Dass damals im ländlichen Bayern die Erziehung Frauensache gewesen sei und seine Mutter vor allem auf Fleiss und Sparsamkeit achtete. Dass heute viel

zu viel Getue um die Kindererziehung gemacht werde und es ein Schmarrn sei, was alles in die Wirtschaftswissenschaft hineingeheimnisst werde. Um Bilanzen zu lesen, brauche es keine höheren Schulen. „Das lernt man schnell, vor allem, wenn es das eigene Geld ist.“

Auch der Umzug in die Schweiz war in seinen Augen absolut logisch: Er wollte auf den „deutschen Steuerirrsinn“ aufmerksam machen. Lieber investiere er die dreistellige Millionensumme der zukünftigen Erbschaftssteuer in die eigenen Betriebe, statt sie für seine neun Kinder beiseitezulegen. Bringt dem Staat auf die Dauer ohnehin mehr ein.

Bestätigt fand er seine Ansichten in einem Buch von 1922: „Die Gemeinwirtschaft“ von Ludwig v. Mises, einem glühenden Verfechter der reinen Marktwirtschaft. „Kennen Sie es?“ Nein, kannte ich nicht. Theo Müller stand auf, war in zwei Schritten bei der Tür und kam mit dem Werk zurück. Die Thesen des österreichischen Ökonomen vom unausweichlichen Untergang des Sozialismus hatten ihn derart begeistert, dass er sie auf eigene Kosten hatte nachdrucken lassen.

Nach einer Stunde wurde deutlich, warum das Interview so zügig zustande gekommen war: Die „NZZ“ gehörte, neben der „FAZ“, zu Theo Müllers Leibblättern. Hier fühlte er sich verstanden – nicht nur in seiner Abneigung gegen die Roten, auch in seinem Widerwillen gegen die Grünen: „Mit Ökogetue ernährt man keine sieben Milliarden Menschen.“ Zudem passte meine Anfrage in seinen Terminplan: Er sprach nur alle drei Jahre mit einer Zeitung. Das letzte Mal war es die „Handelszeitung“ gewesen. Jetzt war wieder ein Interview fällig.

Nicht verhindern kann er freilich, dass auch ohne seine Erlaubnis immer wieder Artikel über ihn erscheinen. Sie sind selten nach seinem Geschmack. Meist erscheinen sie in Lokalblättern in Sachsen oder Bayern, wo Müllers deutsche Molkereien stehen. Selbst zahme Befürchtungen wie, sein geplanter Betriebsbrunnen könnte – vielleicht, möglicherweise, im schlimmsten Fall – die Wasserversorgung einer nahen Stadt gefährden, ahndet Müllers gefürchtetes, fünfköpfiges Anwaltsteam mit Millionenklagen. Häufig richten sie sich sowohl gegen die Zeitung selbst wie gegen den

Verfasser. Die Folgen sind vorhersehbar. Nicht nur scheuen die – häufig ums Überleben kämpfenden – Lokalzeitungen den Zeit und Geld raubenden Zweikampf mit dem Multimilliardär. Auch die Journalisten überlegen sich: Sollen sie wirklich, eines ohnehin in Vermutungsform geschriebenen Artikels halber, sowohl Seelenruhe wie Altersvorsorge aufs Spiel setzen?

Wie prozessfreudig Theo Müller tatsächlich ist, beweisen seine Gerichtshändel. Sie sind so vielfältig und farbig wie die Verpackungen seiner Produkte. Mal überwarf er sich mit dem kirchlichen Hilfswerk Misereor, das seine Plastikbecher in einer Inseratenkampagne als gesundheitsschädlich anprangerte. Mal stritt er mit der englischen Herzogin Sarah Ferguson um das volle Honorar für ihren Auftritt in einer englischen Müller-Molkerei. Im Clinch lag er sowohl mit den Kleinaktionären der Sachsenmilch, die endlich Dividenden sehen wollten, wie mit Ivan Rebroff, der

155.000 Mark Schadenersatz forderte: Die Müller-Werbung hatte sein preiswerteres Double für einen TV-Spot gebucht. Der Streit darüber, ob die Müller-Milch als „Gen-Milch“ bezeichnet werden darf, dauerte sechs Jahre. 2010 bestätigte das deutsche Bundesverfassungsgericht: Man darf.

Bei meinem zweiten Interviewtermin hatte ich das Mises-Buch von vorn bis hinten gelesen und damit den Eignungstest für weitere Gespräche bestanden. Ich durfte seinen Betrieb in Aretsried bei Augsburg besichtigen, die Keimzelle seines Europa-weiten Imperiums. Hinter der alten Dorfmolkerei seines Vaters ragen die Kühltürme der Müller Group in den Himmel, von fern so imposant wie die Skyline von New York. Auf dem Betriebsgelände, mittlerweile grösser als das Dorf Aretsried selbst, wachsen die Neu- und Anbauten wie Jahresringe in die Wiesen und Äcker hinaus. Mit den dafür notwendigen Baugenehmigungen ging es Theo Müller oft

nicht schnell genug. „Sie immer mit Ihren Bewilligungen! Zum Bauen braucht’s vor allem a Geld und a Wies!“, hatte er den Behörden klargemacht.

Angesichts der Erbitterung seiner Feinde aus dem rot-grünen Lager wundert es nicht, dass das Werk einem Hochsicherheitstrakt gleicht. Überall sind Kameras montiert; immer wieder müssen Drehkreuze passiert und Codes eingegeben werden. Das Innere präsentiert sich so verwinkelt und verschachtelt, dass jeder Neuling sofort die Orientierung verliert. Laufend geht es treppauf und treppab, um immer neue Ecken und über immer neue Brücken. In einem Müller-Betrieb, so lernt der Besucher, wird nichts abgerissen oder weggeworfen, was noch halbwegs benutzbar ist.

Angesichts der rabiat-kapitalistischen Gesinnung des Chefs hatte ich eine geknechtet-verbitterte Belegschaft erwartet. Doch alle, egal ob jung oder alt, wirkten tüchtig, offen und gutgelaunt. In der Kantine wurde gelacht, als befände man sich auf einem Firmenfest; das Menu, frische Spargeln mit Lachs, kostete 4,90 Euro. Auch Theo Müller pflegt einmal im Monat hier aufzukreuzen. „Wenn er da ist, brennt die Luft“, sagte ein Mitarbeiter. Stets informiere er offen und klar, verschweige nichts und beschönige nichts: „Jeder weiss, wohin die Reise geht.“

Ohne seine verschworene Truppe, so ein Insider, hätte es Theo Müller nie so weit gebracht. Ihr Motto: Wir gegen den Rest der Welt! Dieser feindliche Rest freilich bekam im letzten Jahr Verstärkung. Jetzt kämpfen auch Schwule und Feministinnen gegen die Müller-Werke. Sie empfinden den Müller-Werbestar und Schlagersänger Andreas Gabalier („Des is dahoam“) als schwulenfeindlich. „Der passt hervorragend zu uns“, schmetterte die Müller-PR-Abteilung den Shitstorm im Netz ab. Ebenso heftig entwickelte sich der Protest gegen die barbusigen Frauen auf Joghurtbechern: Sexismus! Rassismus! Denn eine Blondine posierte für den Geschmack „Vanille“, eine Dunkelhäutige für die Variante „Schokolade“. Nicht auf dem Radar der Feministinnen erschien seltsamerweise die Kuh Alma. Die Müller-Werber lobten ihre Körbchengrösse als „Wassermelone“ und dichteten ihr beim Almbetrieb Träume von einem flotten „Dreier“ mit ihrem „Traum-Stier“ an.



Milch-Unternehmer Theo Müller: erst Feuer und Flamme für die Reportage und die Reporterin, dann nur noch mit dem Löschen des publizistischen Brandherds beschäftigt.



„Wellen schlagen“:
ein wunderbares
Buch von Daniel
Puntas Bernet und
Margrit Sprecher über
das Reporterleben.

Ihr Erstaunen darüber, dass der Chef einer Journalistin den Zutritt zu seinem Werk gestattet hatte, konnten die Leute in Aretsried freilich nicht ganz verbergen. Bislang pflegten sie ungebeten erscheinende Exemplare dieser Gattung mit Feuerwehrschläuchen vom Betreten des Geländes abzuhalten oder gar zu verprügeln. Ein Verfahren wegen Körperverletzung (Gesichtswunden) und Sachbeschädigung (kaputte Kameras) konnte Theo Müller nur gegen Bezahlung von 45.000 Euro an gemeinnützige Vereinigungen abwenden.

Schon eine Stunde, nachdem Theo Müller im Besitz meiner ihm zugemailten Zitate war, klingelte bei mir das Telefon. „Sie! Frau!“, sagte Theo Müller mit unheilverkündigend ruhiger Stimme. „So wie jetzt hab ich mich schon lang nicht mehr geärgert! Nichts vom Unsinn, den Sie geschrieben haben, habe ich gesagt.“ Hinter der zitierten schwäbisch/bayrischen Erziehungsdevise „Nicht geschimpft ist gelobt genug“ vermutete er das Lächerlichmachen seiner Heimat. Selbst ein als Kompliment gedachter Absatz weckte seinen Widerwillen. „Aus Abfallware, bisher den Schweinen verfüttert, wurde ein Lifestyle-Produkt“, hatte ich geschrieben. „Milch, bisher so bieder wie langweilig, machte jetzt sexy, schön, schlank und stark. Theo Müller hatte das Food Design erfunden, bevor es das Wort gab.“

„Abfallprodukt!“, wiederholte er jetzt am Telefon höhnisch. „Schweine! Biedere, langweilige Milch!“ Überhaupt: „Sie können ja nicht mal Deutsch!“ Als Beispiel las er Zitate mit Dialekt-Einschüben vor: „Wie ich das Deckerl luf’, ist da eine cremig süsse Masse.“ Als ich ihn um einen Korrekturvorschlag bat, sagte er, empört über diese Zumutung und meine Stümperhaftigkeit: „Als ich den Deckel des Tanks hebe, erblicke ich eine cremige Masse.“

Nun war klar, wie er gern gesehen werden wollte. Um zu retten, was zu retten war, bot ich ihm an, sämtliche Dialektausdrücke zu tilgen. Er wischte meinen Vorschlag beiseite: „Das wird nix, das spür ich.“ Ich versuchte es trotzdem. Im Begleitbrief zu den nun in geschliffenes Schriftdeutsch übersetzten Zitaten erklärte ich, dass man in seiner neuen Heimat Schweiz die Dialektfärbung in der Sprache eines Industriebosses durchaus schätze, weil sie seine Bodenhaftung und Volksnähe bewiesen.

Die Antwort seines Presseverantwortlichen Alexander Truhlar kam so rasch, als hätte sie sich mit meiner Mail in der Luft gekreuzt: Theo Müller autorisiere keines seiner Zitate. „Überhaupt wäre es aus unserer Sicht unbedingt wünschenswert, wenn es zu keiner Veröffentlichung kommt.“

Beim überaus freundlichen Telefongespräch mit Alexander Truhlar zeigte sich, wo das Missverständnis lag. Theo Müller hatte erwartet, sein Porträt im „NZZ“-Wirtschaftsteil zu finden, eine Würdigung seines Lebenswerks in gestelzter Wirtschaftssprache. Dass die „NZZ“-Monatsbeilage „Folio“ weit feuilletonistischer mit den Themen umgeht, war ihm nicht bewusst. Vielleicht auch deshalb, weil er, ganz auf die Wirtschaftsseiten fokussiert, das farbige Magazin mit einer Werbebeilage verwechselte und als Erstes aus der Zeitung schüttelte. Schliesslich appellierte Alexander Truhlar an meine Kollegialität: Nach diesem Debakel könne er seinen Boss nie mehr zu einem Interview bewegen „und er hat doch so viel zu sagen“. Wohl wahr. Mein Mitgefühl für seine schwierige Aufgabe parierte er mit einem entscheidenden: „Im Gegenteil!“ Wer für Theo Müller arbeitet, handelt nach genau vom Chef festgelegten Richtlinien.

Aussagen aus dem „Spiegel“, dem „Handelsblatt“ und der „Zeit“, viele mit einer beschämend alten Jahreszahl versehen, füllten die von den gestrichenen Zitaten verursachten Löcher in meinem Text. Garantie gegen Theo Müllers Prozesslust boten auch sie keine. Seine Anwälte hatten schon Zitate eingeklagt, die sie in der ursprünglich gedruckten Version nicht beanstandet hatten.

Zum Schluss landete das, was vom Artikel übriggeblieben war, auf dem Schreibtisch des Rechtsanwaltes der „Neuen Zürcher Zeitung“. Aus Steuerflucht machte er Steuervermeidung, aus schwulenfeindlich homophob. Dazu kamen viele neue Konjunktive, die den Text schwammig und beliebig erscheinen liessen. Mancher Satz ragte jetzt stumpf und sinnlos ins Leere, Abschnitte endeten abrupt. Als grösster Text-Killer erwies sich das sogenannte Recht auf Vergessen. Alles, was den Artikel farbig gemacht hatte, wurde gestrichen. Als mir die Redaktion den Text zur letzten Durchsicht zuschickte, mochte ich ihn nicht mehr lesen.

„Der Melker“ erschien am ersten Montag

im Juli 2016. Als nach vier Wochen noch immer kein eingeschriebener Brief in meinem Briefkasten lag, rief ich die Redaktion an. Auch dort war keine Müller-Post eingegangen. Und dies bis heute nicht.

Also – Happy End? Erleichterung? Im Gegenteil. Noch lange fragte ich mich: Hätte ich nicht diese oder jene Formulierung retten können und sollen? Hatte der Rechtsanwalt nicht aus Eigennutz allzu eifrig den Text porentief gereinigt? Überhaupt: Was hat es mit dem sogenannten „Recht auf Vergessen“ auf sich? Gibt es Richtlinien? Urteile? Wer darf darauf pochen und wer nicht?

Natürlich weiss ich heute, warum ich nicht hartnäckiger für meinen Text kämpfte. Es ist in erster Linie die Zeitung, die für den journalistischen Ehrgeiz ihrer Mitarbeitenden bezahlt. Sie trägt das grösste Risiko, sowohl in Sachen Renommé wie Geld, wenn der Porträtierte einen Artikel als persönlichkeitsverletzend empfindet. Und diese „Empfindung“ genügt, um Klage einzureichen. Zudem ging es hier nicht um die Aufdeckung eines politischen Skandals mit weitreichenden Folgen. Es ging auch nicht um einen börsenkotierten Betrieb, über dessen Innenleben die Öffentlichkeit Bescheid wissen muss. Das Müller-Porträt gehörte zur Kategorie „Nice-to-have“. Hübsch, einen Artikel über einen Mann im Blatt zu haben, über den man praktisch nichts weiss.

Heute, zwei Jahre später, überlagert ein anderes Gefühl meinen damaligen Frust: Ich bin froh, Theo Müller erlebt zu haben. Einen der letzten privaten Grossunternehmer Europas. Einer, der sich weder vor einem Verwaltungsrat noch vor der Öffentlichkeit verbiegen muss. Der sagen kann, was er denkt, ohne dass seine PR-Abteilung mit ihrem Kuschelvokabular eiligst alles wieder geraderückt. Ein Gegenpol zu jener Globalisierungs-Manager-Kaste, wurzellosen Gesellen, die heute Seife und morgen Computer verkaufen, und schon wieder weg sind, wenn was schiefläuft. Und überhaupt – sagt nicht just seine Reaktion mehr über seine Persönlichkeit aus als sämtliche gestrichenen Zitate?

MARGRIT SPRECHER
ist Reporterin.

margrits@sunrise.ch



„Ausprägung der romantischen Seite“

Daniel Puntas Bernet, bekannt als Gründer des famosen Magazins „Reportagen“, richtet ab 2019 einen hoch dotierten internationalen Reportage-Preis aus. Der Mann aus Bern ist vermutlich der grösste Reportage-Fanatiker unserer Zeit.

Daniel Puntas Bernet, Sie starteten im November im Berner Käfiggässchen 10 den Reporterpreis „True Story Award“, eine Art weltweiten Pulitzerpreis für Reporter. Bern als Welthauptstadt der Reportage. Handelt es sich um einen Anfall von Grössenwahn?

Daniel Puntas Bernet: Ich würde es eher als starke Ausprägung meiner romanti-

schen Seite bezeichnen. Und als Begeisterung für die Arbeit, die Reporter anderswo unter weit schwereren Bedingungen als bei uns verrichten. Mit diesem Preis wollen wir die Besten von ihnen aus der ganzen Welt für ein Festival nach Bern holen. Damit das Publikum Einblicke in eine Facette des Journalismus erhält, von der sie sonst kaum etwas hören.

Ihr Preisgeld beträgt 177.000 Franken jährlich. Dazu die Einladungen nach Bern, selbst wenn die Journalisten aus Japan oder Alaska kommen. Woher kommt das viele Geld?

Das Geld für den Preis und die Finanzierung der damit verbundenen Abwicklung stammt von privaten Geldgebern, welche demnächst in eine unabhängige Stiftung zusammengeführt werden. Der Aufwand für die Festival-Organisation rund um die Preisverleihung wird von Bern Welcome gedeckt.

Man kann Reportagen in zwölf Sprachen an die Jury einreichen. Wie entstand die Auswahl der Beitragssprachen?

Ein erstes Kriterium war das Gleichgewicht westlicher und östlicher Sprachen. Es sind je sechs. Und innerhalb dieser beiden Gruppen wählten wir jene, die am meisten verwendet werden – nicht nur was die Anzahl der Sprecher anbe-

langt, sondern auch hinsichtlich der Schriftproduktion. Doch auch für Reporter aus anderen Sprachregionen haben wir ein System geschaffen, damit sie ihre Texte einreichen können.

Nun fragt man sich, ob Sie nicht auf einem lahmen Pferd sitzen. Sind Reportagen im journalistischen Industriezeitalter nicht eine aussterbende Gattung?

Das Gegenteil scheint mir der Fall zu sein. Vielleicht gerade wegen der „Industrialisierung“ des Journalismus. Weil nämlich die Digitalisierung zu noch mehr Breaking News, Newsticker, Häppchenjournalismus und Social-Media-Publizistik führt, steigt als Gegengewicht dazu das Bedürfnis nach vertiefter Recherche, Zusammenhängen und ausführlichen Erzählungen über die Welt.

Dennoch, wer hat noch die Zeit, ein paar Wochen in ein Thema zu investieren? Auch in der Schweiz ist die grosse Reportage in der Presse selten geworden.

Das war vor ein paar Jahren noch so, mittlerweile hat der Wind wieder gedreht – auch in der Tagespresse. Im Berner „Bund“ etwa standen vor fünf Jahren auf den Seiten zwei und drei vielleicht 15 bis 20 Meldungen und kürzere Agenturstoffe. Heute oft eine Reportage auf einer ganzen Seite oder gar einer Doppelseite.

Gibt es neue Tendenzen im Reportagejournalismus oder ist seit Egon Erwin Kisch alles klar?

Nach Kisch kamen ja auch noch Leute wie Truman Capote oder Niklaus Meienberg, also literarisches Erzählen und Mei-



Daniel Puntas Bernet: Preisgeld von 177.000 Franken für gute Reportagen.



Puntas Bernets
Magazin „Reportagen“:
Break-even erreicht.

nung als Elemente zur Reportage. Doch Sie haben schon recht, eigentlich ist alles klar: Recherche und Beobachtungsgabe, kombiniert mit Temperament, Haltung und schreiberischem Können lauten immer noch die Anforderungen an einen guten Reporter. Neue Tendenzen sind etwa an Netflix angelehntes serielles Erzählen, wie das in der Schweiz die „Republik“ vorge-macht hat.

Über 40 Juroren und Jurorinnen auf der ganzen Welt lesen die Arbeiten. Wie machen Sie die Auswahl der Jury?

Die 42 Juroren sind so zusammengestellt, dass sie in ihren Sprachen und Weltregionen profunde Kenner der Verhältnisse sind: Universitätsprofessoren, gestandene Senior Reporter, Schriftsteller, Verleger, Dozenten, Dokumentarfilmer. Sie wählen die besten pro Sprachregion aus, und zwar nicht nur aufgrund der handwerklichen

Qualität der Reportage, sondern auch aufgrund der Produktionsbedingungen und bewältigten Hindernisse bei der Recherche. Anschliessend kürt eine achtköpfige Hauptjury, bestehend aus vier Männern und vier Frauen aus allen Ecken der Welt, die drei Gewinner.

Sie haben 2011 das Magazin „Reportagen“ erfunden, inzwischen ein fester Wert im deutschsprachigen Journalismus. Wie läuft es kommerziell?

Break-even. Die Einnahmen aus Abonnements, Einzelheftverkauf und Werbung decken die Ausgaben. Damit wir aber vermehrt aufwändigere Geschichten stemmen können, und das müssen wir tun, um uns im Markt behaupten zu können, wollen wir die Leserzahlen weiter steigern.

Sie sind auch Mitherausgeber eines neuen Buches („Wellen schlagen“), in dem Re-

porter erzählen, was nach ihrer Reportage geschah. Woher kommt Ihre Begeisterung für dieses Genre?

Ich kenne keine Textgattung, die es vermag, sofern sie gut gemacht ist, Literatur und Journalismus aufs Vortrefflichste zu verbinden. Auf der einen Seite packendes Storytelling und der berühmte literarische „doppelte Boden“, auf der anderen Seite harte Fakten und die pure Realität.

Und warum schreiben Sie selbst keine Reportagen?

Erstens habe ich als Magazinmacher keine Zeit dazu. Da habe ich mir mit der Gründung von „Reportagen“ selbst ein Ei gelegt. Und zweitens, weil es glücklicherweise genug andere gibt, die es deutlich besser können.

helvetia.ch/stories

Versicherungen. Mehr erfahren.

 **Helvetia
Stories.**

einfach. klar. helvetia 
Ihre Schweizer Versicherung

**Hilfreiche Informationen zu
Versicherung und Vorsorge:**

media.relations@helvetia.ch
Telefon 058 280 50 33

Wagen Sie den Karrieresprung!

Jede Woche mehr als
200 neue Stellenangebote für
Journalisten und PR-Profis

newsroom.de/jobs



TEXT: RENÉ BORTOLANI

Kampfjournalist und Schöngeist

Philipp Gut, der stellvertretende Chefredaktor der „Weltwoche“, ist brillant und ambivalent wie kaum ein anderer Schweizer Journalist. Mal landet er für seine scharfen Artikel vor Gericht, mal verblüfft er als Autor oder Herausgeber mit wunderbar originellen Texten.

Everybody's Darling zog am 5. Dezember 2018 glanzvoll in den Bundesrat ein. Schon im ersten Wahlgang wurde sie problemlos als neue Bundesrätin gekrönt.

Selten war eine Kandidatin für die Landesregierung unbestrittener als Karin Keller-Sutter, die stets wie aus dem Ei gepellt auftritt. Alle, wirklich alle fanden die Ostschweizerin toll. In den Medien hielt vor der Wahl nur einer dagegen: Philipp Gut, 47.

In der „Weltwoche“ vom 18. Oktober 2018 schrieb Gut, stellvertretender Chefredaktor und Inlandchef des Magazins, unter dem Titel „Karin Keller-Sutterstar“ über die St. Galler Ständerätin, der, so im Lead zum Text, „auf ihrem angestrebten Durchmarsch in die Landesregierung Applaus aus allen Lagern entgegenbrandet. Gegenkandidaten ducken sich weg, kritische Fragen bleiben ausgeklammert. Wir stellen sie.“ „Wir“ ist in diesem Fall ein Pluralis Majestatis. Es müsste heissen: „Ich stelle sie.“ Gut stellt immer kritische Fragen.

Er fragt in dem Artikel: „Kann man einer Politikerin vertrauen, die jahrelang beteuert hat, unter keinen Umständen ein zweites Mal anzutreten, um dann sofort mit aller Macht in die Pole-Position zu drängen, wenn sich diese zweite Chance bietet?“ Das erste Mal war 2010, als es um die Ersatzwahl von Hans-Rudolf Merz ging. Keller-Sutter unterlag Johann Schneider-Ammann. Seit dieser Niederlage verkündete Keller-Sutter mehrfach und gelegentlich ziemlich genervt, eine solche Erfahrung kein zweites Mal mehr machen zu wollen, um keinen Preis, nie mehr.

Philipp Gut stellt die Ostschweizer FDP-Politikerin als Karrieristin dar, die „nicht unbedingt im Interesse der Sache

handle, sondern stark auf ihre eigenen Vorteile bedacht sei“. Dabei beruft sich der Journalist auf „Personen, die ihr nahe stehen“.

Dagegenhalten ist Programm bei Philipp Gut – auch wenn er sich damit immer wieder Unannehmlichkeiten einhandelt, Gerichtsverfahren und Verurteilungen inklusive.

Kurz nach seinen Fragezeichen zu Keller-Sutter fand er in wenigen Wochen gleich zwei neue Fälle, die in sein Beuteschema passten. Erst attackierte er den Solothurner CVP-Ständerat Pirmin Bischof, den Sekretär des Verbandes des Solothurnischen Staatspersonals. Er warf ihm vor, Gelder aus dem kantonalen Solidaritätsfonds zweckentfremdet zu haben. Bischof verzichtete auf eine Bundesratskandidatur.

Dann war CVP-Nationalrätin Viola Amherd an der Reihe. Gut rieb ihr einen Erbschaftsfall unter die Nase und folgerte, Amherds Berufsauffassung „lässt Zweifel an den beruflichen, vielleicht auch menschlichen Fähigkeiten der Notarin aufkommen“. Amherd verzichtete nicht auf eine Bundeshauskandidatur. Sie wurde dann auch schon im ersten Wahlgang gewählt.

Welcher Furor treibt den Journalisten Philipp Gut an? Wenn er sich eine Person vornöpft, kennt er kein Pardon; er schreibt ohne Milde und Mitleid. Er scheint sich nicht bewusst zu sein, welche Verletzungen er seinen journalistischen Opfern zufügt, unabhängig davon, welchen Anteil diese selbst an den von ihm thematisierten Ereignissen haben.

Könnte es sein, dass er sich von Thesen leiten lässt, von denen er sich durch vertiefte Recherchen, etwa Gesprächen mit

den Betroffenen, nicht abbringen lassen will? Die Thesen könnten lauten: Chefredaktor einer bürgerlichen Zeitung verleugnet seine Vergangenheit als subversiver Linker (Fall Res Strehle). Professor verhilft Geliebten zu einer Professur (Fall Philipp Sarasin). Politikerin stellt sich als Missbrauchsoffer dar und lügt (Fall Jolanda Spiess-Hegglin).

Den Verdacht, ein Thesenjournalist zu sein, weist Gut weit von sich: „Ich bin kein Moralist und kein Polemiker, sondern halte mich an Fakten und will den Dingen auf den Grund gehen. Ich will die Realität erkennen und sie möglichst exakt beschreiben.“ Ungerechtigkeit oder einseitige Darstellungen stören diesen journalistischen Robin. Natürlich könne es, räumt Gut ein, unter Umständen schmerzvoll sein für die Verantwortlichen eines Missstands, wenn dieser aufgedeckt werde. Bei seinen Artikeln beruft sich er gerne auf das Credo des eminenten Literaturkritikers Marcel Reich-Ranicki: „Die Klarheit ist die Höflichkeit des Kritikers, die Deutlichkeit seine Pflicht und Aufgabe.“

Dass Philipp Gut vorzugsweise mit Linken wie Strehle, Sarasin und Spiess-Hegglin abrechnet, lässt er nicht gelten. Er schone, wenn nötig, auch die Rechten nicht. So habe er eine „Weltwoche“-Titelgeschichte über „Die dunklen Seiten der SVP“ verfasst und rechtsbürgerliche Politiker wie den ehemaligen St. Galler Kantonspräsidenten Paul Schlegel aus dem Amt geschrieben. Gut hatte im Juni 2015 enthüllt, dass der Finanzpolitiker Schlegel mehrere Dutzend Betreibungen und Zwangsvollstreckungen erhalten hatte; daraufhin trat er von seinen politischen Funktionen zurück.

Über seine politischen Überzeugungen sagt Philipp Gut: „Ich bin parteiunabhängig, komme aus liberalem Haus und stehe für Freiheit und Wettbewerb in Politik und Wirtschaft.“ Direkte Demokratie, aussenpolitische Neutralität, schlanker Staat und Föderalismus gehörten zu den historischen Erfolgsfaktoren der Schweiz. Er sei liberal-konservativ in dem Sinne, dass er auf Eigenverantwortung in Freiheit zähle und Gutes bewahren wolle.

Wenn es nicht darum geht, sich in bewährter „Weltwoche“-Manier (Slogan des Magazins: „Schreiben, was ist“) in die Schweizer Politik einzumischen, kann Philipp Gut auch ganz anders sein: einfühlsam, vorurteilslos, unvoreingenom-

men, spannend und emphatisch. So hat er in der letzten April- und ersten Mai-Woche dieses Jahres den amerikanischen Anwalt Benjamin „Ben“ Ferencz porträtiert, der mit 98 Jahren der letzte noch lebende Chefankläger bei den Nürnberger Prozessen ist. Ferencz hat 24 SS-Offiziere vor Gericht gebracht, die für die Tötung Hunderttausender Juden verantwortlich waren.

Gut hat Ferencz, selbst Jude und als zehntonatiges Baby Anfang 2021 mit seiner Familie nach New York emigriert, in seiner Altersresidenz in Delray Beach, Florida, besucht. Es war der Anfang, schreibt Gut, einer „vielstündigen intensiven Begegnung“. Mittlerweile arbeitet Gut an einer

Biografie über Ferencz: „Ich möchte sie ihm zu seinem 100. Geburtstag schenken.“ Hoffentlich erlebe Ben, „dieser kleine grosse Mann“, das noch.

Wie sehr sich der sonst so Streitbare für Themen abseits des Mainstreams begeistern kann, zeigen zwei gleichermassen originelle, gut geschriebene und liebevoll gestaltete Bücher von Philipp Gut.

Im Buch mit dem Titel „Champagner mit Churchill“ erzählt er die Geschichte der Freundschaft zwischen dem englischen Premierminister und dem Zürcher Farbenfabrikanten Willy Sax. Am 19. September 1946 hielt Winston Churchill in der Aula der Universität Zürich seine berühmte Rede zur europäischen Versöhnung.

Doch er hatte noch einen anderen Grund für seine Reise in die Schweiz, der mit seiner grossen Leidenschaft zu tun hatte: dem Malen. Er wollte den Farbenfabrikanten Willy Sax aus Urdorf treffen. Dieser mischte für den Staatsmann ein Königsblau, das Churchill beim Mischen seiner Farben einfach nicht hingekriegt hatte. Das Blau von Sax erhielt den Namen „Churchill-Blau“. Die Bildteile in Guts Buch zeigen Gemälde von Churchill, Originalbriefe und Fotos aus dem Archiv der Familie Sax.

Das andere Buch (Titel: „Der Klang der Trommeln“), ebenso anregend und vergnüglich zu lesen, versammelt den Briefwechsel zwischen dem Schriftsteller Hermann Hesse und dem Bildhauer Hermann Hubacher: 209 Briefe aus vier Jahrzehnten, von 1921 bis 1961, zeugen von einer intensiven Künstlerfreundschaft.

Die beiden Artikel über Ferencz erfüllen die Anforderungen von bestem Journalismus und rücken die Einschätzung von Guts Chef Roger Köppel, halb Politiker (SVP-Nationalrat), halb Journalist (Verleger und Chefredaktor der „Weltwoche“), über ihn ins rechte Licht: „Philipp Gut ist ein brillanter Journalist, einer der besten, den ich je getroffen habe. Er ist universell begabt, politisch und kulturell stark, gescheit und gut ausgebildet.“

Er sei, fügt Köppel an, ein „Zehnkämpfer-Journalist, in einem umfassenden Sinn komplett, und ausserdem ein verlässlicher Stellvertreter.“ Wenn der Chef auf SVP-Mission durch die Lande zieht, hält Gut in der Redaktion an Förrlibuckstrasse 70 in Zürich die Stellung und sorgt dafür, dass das Heft termingerecht erscheint.



Philipp Gut mit Ben Ferencz, 98, dem früheren Chefankläger der Nürnberger Nazi-Prozesse: vorurteilsloser, empathischer Journalismus.

Doch dann geht immer wieder der heilige Zorn mit dem begabten Schreiber und Blattmacher durch.

Fall 1: Am 7. Februar 2013 veröffentlichte die „Weltwoche“ eine Titelseite mit Polizeifotos von „Tages-Anzeiger“-Chefredaktor Res Strehle aus dem Jahr 1984 und titelte: „Der ‚Tagi‘-Chefredaktor und die Terroristen. Die irritierende Nähe des Journalisten Res Strehle (Polizeibild) zu Bombenlegern und linken Extremisten“.

Im Haupttext (Titel: „Der süsse Duft des Terrorismus“) schreibt Philipp Gut über die linke Vergangenheit Strehles in der Zeit der sogenannten 80er-Bewegung. Er erwähnt unter anderem eine Hausbesetzung in Zürich. Die Besetzer, unter ihnen auch Strehle, hätten einen Räumungsbefehl missachtet, worauf die Polizei drei Tage nach Ablauf des Ultimatums das Haus gestürmt habe. Es kam zu Verhaftungen, Anklagen und Verurteilungen wegen Hausfriedensbruch und Sachbeschädigung. Ob auch Strehle verurteilt wurde, könnte, so Gut, nur er selber sagen. Die Einträge im Strafregister sind mittlerweile gelöscht. Strehle stand, laut Gut, „im Zentrum des Geschehens, aber er schweigt beharrlich“.

Eine Woche darauf, in der „Weltwoche“ vom 14. Februar 2013, erschien ein weiterer Artikel über die linke Vergangenheit Res Strehles, diesmal unter dem Titel „Der radikale Herr Strehle“, wiederum bebildert mit Polizeifotos.

„Was wusste Strehle von den Terrorverbindungen seiner Freunde und WG-Partner?“, fragt Philipp Gut: „Antworten bleibt er schuldig. Anfragen gehen ins Leere.“

Nur: Es gab keine Anfragen – zumindest nicht innerhalb vernünftiger Zeit. „Am Nachmittag vor der Publikation des ersten Artikels hat mir Gut ein paar Fragen gemailt“, sagt Res Strehle. „Doch ich wollte auf die Schnelle keine Zitate zur Abrundung der Thesengeschichte liefern.“ Die Tamedia als Herausgeberin des „Tages-Anzeigers“ und Strehle haben darauf verzichtet, juristisch gegen die Artikel vorzugehen. Strehle: „Wir wollten ihnen nicht noch mehr Publizität verschaffen.“

Am 20. Februar 2013 folgte ein dritter Artikel – so bedeutend erschien der „Weltwoche“ der Fall Strehle! Wie in den vorangegangenen Texten ging es um seinen Part als „intellektueller Taktgeber der gewalttätigen und gewaltbereiten Schweizer

Linksextremisten“. Philipp Gut kam nach all dem Aufwand (eine Titelseite, drei lange Artikel) zu folgendem Fazit: „Der ehemalige Meisterdenker der Zürcher Autonomen verfolgt seit Mitte der 90er-Jahre eine bürgerliche Karriere, ist aber stets darauf bedacht, den radikalen Kampfgefährten gegenüber das Gesicht zu wahren.“

Und weiter: „Wenn nicht alles täuscht, ist dieser Spagat die Ursache einer gewissen Verspannung und Unfreiheit, die den Publizisten Res Strehle heute auszeichnet.“

Am 13. März 2013 beschwerte sich Res Strehle beim Schweizer Presserat, der Selbstregulierungs-Instanz des Verbands der Schweizer Journalistinnen und Journalisten (VSI) für medienethische Fragen. Der Presserat hiess Strehles Beschwerde „grösstenteils gut“. Die „Weltwoche“ habe mit ihren Artikeln insbesondere die Ziffer 3 der „Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten“ (Anhörung bei schweren Vorwürfen) verletzt: „Jemandem bloss drei Stunden einzuräumen, um zu einer Reihe lange zurückliegender schwerer Vorwürfe Stellung zu nehmen, genügt auch bei einem Journalisten nicht.“



Philipp Gut (l.) 2017 auf dem Weg zum Prozess in der Causa Spiess-Hegglin: „Es sind relevante Fälle.“

Philipp Gut widerspricht: Res Strehle habe genug Zeit für eine Antwort gehabt. Das Problem liege, vermutet Gut, tiefer: „Strehle kann mit der linksextremen Phase seiner Vergangenheit offenbar nicht umgehen und war unfähig oder unwillig, darauf zu reagieren.“

Fall 2: Im Oktober 2014 warf Philipp Gut dem Historiker Philipp Sarasin in einer mehrteiligen Artikelserie, die sich bis in den Juni 2016 hinzog, vor, als Mitglied der Berufskommission zur Besetzung einer Professur seine angebliche Liebesbeziehung zur Kandidatin Svenja Goltermann verschwiegen zu haben und in der entscheidenden Sitzung nicht in den Ausstand getreten zu sein. Gut schrieb von verletzten Ausstandsvorschriften, „Korruption“, „Vetternwirtschaft“ und „Beziehungsfilz“.

Goltermann war 2011 berufen worden und hatte ihre Professur für Neuere Geschichte am Historischen Seminar der Universität Zürich im Februar 2012 angetreten. Sarasin, Professor am gleichen Institut, bestritt die Vorwürfe; die Liebesbeziehung zwischen ihm und Svenja Goltermann bestünde erst seit 2013 – lange nach dem Berufsverfahren in den Jahren 2009 und 2010.

Sarasin und Goltermann reichten eine Strafklage gegen Philipp Gut wegen Ehr- und Persönlichkeitsverletzung und eine Zivilklage gegen die „Weltwoche“ und gegen Philipp Gut ein.

Philipp Gut, der die Hauptbetroffene Svenja Goltermann vor der Publikation der Vorwürfe nie befragt hatte, berief sich vor dem Bezirksgericht Zürich auf „mehrere voneinander unabhängige Quellen“, die den Sachverhalt geschildert oder zumindest bestätigt hätten. Gut in der Ge-

richtsverhandlung: „Ich werde Ihnen diese Namen nicht nennen. Den Quellen-schutz halte ich hoch.“ Wer als recherchierendes Medium seine Quellen verrate, so Gut, untergrabe seine Glaubwürdigkeit und eine wichtige Grundlage der journalistischen Aufklärungsarbeit.

Der Einzelrichter vertrat die Meinung, dass im vorliegenden Fall der Beschuldigte, also Philipp Gut, beweisen müsse, dass die vorgeworfenen Taten zutreffen, oder zumindest glaubhaft machen, dass er nach Treu und Glauben davon ausgehen konnte, dass die Vorwürfe zutrafen.

Beides gelang Gut nicht. Das Strafgericht verurteilte ihn zu einer bedingten Geldstrafe von 180 Tagessätzen à 100 Franken sowie einer Busse von 5.000 Franken. Zudem muss er den beiden Privatklägern eine Prozessentschädigung von je 16.255 Franken zahlen. Philipp Gut sei schuldig der mehrfachen üblen Nachrede sowie der Widerhandlung gegen das Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb.

Klare Worte aus journalistischer Sicht fand Philipp Löpfe, zwischen 1999 und 2002 Chefredaktor des „Tages-Anzeigers“ und seit 2014 Wirtschaftsjournalist bei der Online-Newsplattform watson.ch, zur Affäre Sarasin/Goltermann: „Der Fall ist ein journalistisches Schmierstück, das an Infamität kaum zu überbieten ist. Was gibt es Niederträchtigeres, als einer Frau vorzuwerfen, sie hätte ihre Karriere mit Sex erkaufte?“

Fall 3: Am 24. September 2015 bezichtigte Philipp Gut Jolanda Spiess-Hegglin, damals Zuger Kantonsrätin für die „Alternativen – die Grünen Zug“, in einem Artikel mit dem Titel „Die fatalen Folgen eines Fehltritts“ der Lüge. Im Artikel ging es um

einen ungeklärten Vorfall, der landesweit Schlagzeilen machte. An der Zuger Landammannfeier im Dezember 2014 war es zu sexuellen Kontakten zwischen Spiess-Hegglin und Markus Hürlimann, SVP-Kantonsrat im Zuger Parlament, gekommen.

Die Frau begab sich am nächsten Morgen mit Unterleibsschmerzen und nach eigenen Angaben ohne Erinnerung ins Spital, wo die DNA des SVP-Kantonsrats sichergestellt wurde und nach stundenlanger Wartezeit ein K.-o.-Tropfen-Test gemacht wurde. Markus Hürlimann sprach von einvernehmlichem Sex. Ein Strafverfahren wegen Schändung gegen den SVP-Politiker wurde durchgeführt, dann aber im Herbst 2015 eingestellt, da die Zuger Staatsanwaltschaft keine Spuren von Drogen oder Gewalt gefunden hatte.

Hürlimann zeigte Spiess-Hegglin in der Folge wegen übler Nachrede, Verleumdung und Falschbeschuldigung an. Die Zuger Staatsanwaltschaft klagte Spiess-Hegglin in all diesen Punkten an und forderte eine Strafe von mindestens zwei Jahren unbedingte. Als besonders schwerwiegend wertete sie die mutmassliche Falschanschuldigung.

Doch im März 2018 einigten sich Hürlimann und Spiess-Hegglin in einem aussergerichtlichen geschlossenen Vergleich: Die Frau verpflichtete sich, sich nicht mehr in einer Weise zu äussern, sie sei Opfer einer strafbaren Handlung seitens Hürlimann geworden; Hürlimann zog alle Strafanträge bezüglich übler Nachrede, Verleumdung und Falschanschuldigung zurück. Der Gerichtsprozess wurde abgesagt, das Verfahren eingestellt.

In seinem Artikel beschrieb Gut, dass sich Jolanda Spiess-Hegglin „ungeniert als Op-

Besser informiert

Prävention, Versicherung, Rehabilitation

Suva
Unternehmenskommunikation
medien@suva.ch
Tel. 041 419 56 26

www.suva.ch
twitter.com/SuvaSchweiz
facebook.com/SuvaSchweiz

suva

Mehr als eine Versicherung

fer präsentierte“ und „wiederholt zu Lügen Zuflucht nahm“. „Die linke Frau“ habe „den rechten Mann“ „planmässig falsch beschuldigt“ und eine „Betäubung durch illegale Substanzen und eine anschliessende Schändung“ vorgetäuscht.

Spieß-Hegglin findet es fatal, dass Gut während der ganzen Zeit nie mit ihr gesprochen habe: „Einmal hat er auf meiner Combox eine Nachricht hinterlassen, sich dann aber nicht mehr gemeldet.“ Sie ist überzeugt, dass man „im gemeinsamen Gespräch vieles hätte klarstellen können“, doch aller Wahrscheinlichkeit nach sei Gut daran nicht interessiert gewesen. „Er hat sich in seiner Berichterstattung nur auf Aussagen von SVP-Hardlinern gestützt“, sagt Spieß-Hegglin. „Protokolle von Regierungsräten, die zu meinem Verhalten in jener Nacht das Gegenteil aussagten, ignorierte er.“ Sie hält ihn „für einen Auftragschreiber, der sich eine These zurechtlegt und daraus einen Artikel bastelt“: „Das nenne ich fahrlässiges Vorgehen, das nichts mit Journalismus zu tun hat.“

Jolanda Spiess-Hegglin verklagte Philipp Gut wegen übler Nachrede. Und wieder wurde der „Weltwoche“-Journalist verurteilt, diesmal zu einer bedingten Geldstrafe von 180 Tagessätzen zu 130 Franken sowie einer unbedingten Busse von 5.000 Franken und einer Entschädigungs- und Genugtuungszahlung von 14.500 Franken an die Familie Spiess-Hegglin. Gut akzeptiert das Urteil nicht; im Mai 2019 steht vor dem Zuger Bezirksgericht die nächste Runde an.

„Obwohl ich nicht auf Rache aus bin“, sagt Spiess-Hegglin, „verspüre ich Genugtuung, dass Gut verurteilt worden ist.“ Sie habe sich aus der Politik zurückgezogen. Sie ist heute als Geschäftsführerin von NetzCourage tätig, einer Anlaufstelle für Betroffene von Internethass. Sie selbst ist auf Social Media tausendfachen Verunglimpfungen ausgesetzt gewesen.

Kein Zweifel, dass Gut zumindest in den Fällen Strehle und Spiess-Hegglin gegen die grundlegende journalistische Regel verstossen hat, wonach ein Journalist die Hauptpersonen, über die er schreibt, zu befragen hat und zu Worte kommen lassen sollte. Doch das ficht ihn nicht an.

Auf die erste Frage, ob er die drei oben erwähnten Geschichten wieder so schreiben würde, sagt Gut: „Im Kern selbstverständlich ja, es handelt sich um relevante

Fälle, die unbedingt ans Licht der Öffentlichkeit gehören. Allerdings würden wir das eine oder andere möglicherweise justiziable Wort im Nachhinein selbstkritisch wohl etwas anders formulieren.“ Gut sagt, dass er seine Artikel „aufgrund von Recherchen, Unterlagen, Protokollen, Ermittlungsakten und glaubwürdigen Zeugnisaussagen“ geschrieben habe.

Auf die zweite Frage, ob die Gerichtsverfahren und Verurteilungen von Philipp Gut für die „Weltwoche“ eine Belastung oder vielmehr willkommene Publizität sind, sagt Roger Köppel: „Wir suchen die Auseinandersetzung vor Gericht nicht. Für Fälle, die dort landen, übernehme ich die volle Verantwortung. Es ist an mir als Chefredaktor zu vermeiden, dass unsere Journalisten vor Gericht gezerrt werden.“

Das Rebellische, das Gut je nach Sichtweise auszeichnet oder gelegentlich in Schwierigkeiten bringt, ist möglicherweise in seinen Genen angelegt. Er ist am 21. November 1971 in Bangkok geboren, wo sein Vater seit 1968 Leiter der Schweizer Schule war. Zu Philipps ersten Erinnerungen gehört eine Begegnung mit dem damaligen thailändischen König Bhumibol. Bekanntlich müssen Untertanen vor dem König in die Knie – nicht so Klein-Philipp. Auf den Schultern seines Vaters verfolgte er eine Zeremonie, an welcher der König auftrat. Durchaus verbotenerweise winkte Philipp dem Monarchen fröhlich zu – und dieser winkte zurück.

Die Familie Gut kehrte ein paar Jahre später in die Schweiz zurück und lebte im luzernischen Hitzkirch. Philipp besuchte die Steiner Schule in Baar und Schafisheim. „Ich war ein kritischer, manchmal aufmüpfiger Schüler“, sagt Gut – und flog kurz vor der Maturität von der Schule. Er besuchte in Hitzkirch das Lehrerseminar, dessen Abschluss ihm – wie eine gymnasiale Matura – die Möglichkeit eines Studiums offenhielt.

Im Lehrerseminar gründete Philipp Gut eine Schülerzeitung namens „Skalpell“ – und handelte sich erstmals mit einem Text Ärger ein. In einem fulminanten Artikel engagierte er sich für den seiner Meinung nach besten Lehrer der Schule, der in einen Clinch mit dem Rektor geraten war und ungerechterweise abgestraft worden war. Die übrigen Lehrer waren empört und überlegten sich, wie sie den unbotmäs-

gen Schüler belangen konnten – ohne Resultat.

Gut wurde Primarlehrer und später, als er sich an der Universität Zürich eingeschrieben hatte, Aushilfslehrer an verschiedenen Schulen; damit konnte er sein Geschichts- und Literatur- und Philosophiestudium finanzieren. Unbequem sei er, gesteht er, auch als Student gewesen. Er sei bemüht gewesen, dem Rat eines Professors zu folgen: „Du musst so lange studieren, bis du die Professoren durchschaut hast.“

Er war auch brilliant. Mit einer Arbeit unter dem Titel „Thomas Manns Idee einer deutschen Kultur“, die beim renommierten Traditionsverlag S. Fischer in Frankfurt erschien, hat Philipp Gut promoviert. Die Dissertation wurde mit dem Prädikat *summa cum laude* ausgezeichnet, und Gut erhielt für seine Arbeit 2007 den wissenschaftlichen Förderpreis der Deutschen Thomas-Mann-Gesellschaft. Sein Studium schloss er in jedem Fach mit der Maximalnote 6 ab.

Philipp Guts Doktorvater, der emeritierte Germanistikprofessor Peter von Matt, erinnert sich: „Ich habe Philipp Gut während seiner Studienzzeit als Germanist an der Uni Zürich gut gekannt. Er hat in Seminaren und Kolloquien intensiv mitgearbeitet, geriet auch nicht selten in Debatten mit anderen Studierenden, aber die Auseinandersetzungen waren damals nie parteipolitischer Art. Er war fraglos politisch interessiert, wirkte aber nie ideologisch fixiert, radikal oder propagandistisch.“

Auch von Matt, der gemäss seinem Verleger Michael Krüger die „besten Bücher über die Schweiz“ geschrieben hat, lobt Guts Doktorarbeit: „Seine Dissertation über die politische Position Thomas Manns, deren Veränderungen und geheime Konstanten war überdurchschnittlich gut – eine kluge, genaue, sachlich-differenzierte Analyse, die in der Forschung Anerkennung fand.“

Seine Arbeit als Journalist bei der „Weltwoche“ hingegen könne er nicht mehr aus eigener Anschauung beurteilen: „Diese Zeitung und ich halten gleichermaßen wenig voneinander.“

Zum Journalismus kam Gut durch Andreas Isenschmid. Der ehemalige Feuilletonchef des „Tages-Anzeigers“ hielt an

der Uni Zürich ein Kolloquium über Literaturkritik ab und forderte die Teilnehmenden dazu auf, gleich an Ort und Stelle eine Rezension zu schreiben. Isenschmid war von Guts Versuch derart angetan, dass er ihm sagte: „Kommen Sie zum ‚Tagi‘.“

Fünf Jahre schrieb Gut während seiner Promotion als freier Journalist für den „Tages-Anzeiger“, dann bot man ihm eine Anstellung in der Redaktion an. Kaum angekommen, das war im Herbst 2005, sorgte Philipp Gut, der als „Kulturreporter“ angestellt worden war, innerhalb und ausserhalb der Redaktion für Furore.

Er schrieb im Oktober 2005 einen Artikel samt Kommentar auf der Frontseite zum Thema „Wo bleibt die Schweiz an der Uni?“. Er beklagte in diesem Beitrag die stiefmütterliche Behandlung der helvetischen Geschichte an Schweizer Universitäten. Gut war selber vier Jahre Assistent am Historischen Seminar der Universität

Zürich gewesen und auf dem Sprung zu einer akademischen Laufbahn. „Ich hätte eine Habilitationsschrift schreiben können“, sagt er, „aber der Journalismus hat mich schliesslich mehr fasziniert.“

Philipp Gut lebt mit seiner russisch-schweizerischen Frau Gala, die ein Nähatelier betreibt, und den beiden Töchtern Anna Katharina, elf, und Julia Frieda, neun, im aargauischen Lenzburg. Gelegentlich besucht er Spiele von Bayern München und, seltener als früher, des FC Luzern. 2006 ging er zur „Weltwoche“, bei der er seine journalistische Heimat gefunden hat: „Wir sind eine schlanke Redaktion mit wenig Hierarchiestufen. Jeder von uns genießt grosse Freiheiten.“

Vielleicht ist gerade die ungezähmte Freiheit das Problem von Dr. Philipp Gut. Er ist bis zu einem gewissen Grad ein Wutjournalist. Aber er ist auch ein Schöngestimm im besten Sinne des Wortes.

In seinen unterschiedlichen Tätigkeiten und Temperamenten als Journalist und Buchautor will er selbst keinen Widerspruch erkennen. Es gehe darum, auf der Klaviatur unterschiedlicher Genres und Textsorten die jeweils richtigen Töne zu treffen. Die Vielfalt und das Verschiedenartige hätten auch hier ihren besonderen Reiz. „Das Eintönige langweilt mich.“ Das verbindende Element in seiner journalistischen und schriftstellerischen Arbeit sehe er in „Neugierde, Gründlichkeit, Leidenschaft“ und in einer „nüchternen Eleganz des Stils“.

Gleichwohl ist ihm zu wünschen, dass der Schöngestimm den Wutjournalisten zunehmend milde stimmt.

RENÉ BORTOLANI

war Chefredaktor von „Schweizer Illustrierte“ und „Das Magazin“ und schreibt nun als freier Autor.

rene@bortolani.ch



Spontan ist wunderbar. Ausser bei der Absicherung der Familie.



zkb.ch/planen

Wir erkennen Ihre Bedürfnisse und beraten Sie in jeder Lebensphase mit einem umfassenden Plan für die Absicherung der Familie – damit Sie die schönsten Momente unbeschwert geniessen können.

Die nahe Bank



Zürcher
Kantonalbank

TEXT: ROGER ANDEREGG | CARTOON: RUEDI WIDMER

Eine Welt voll Witz und Wahn

So schräg wie er zeichnet sonst keiner. Bei Cartoonist, Karikaturist und Kolumnist Ruedi Widmer ist nichts so, wie es sich vordergründig darbietet. Gleich um die Ecke lauert skurriler Hintersinn.

Vier Zeichnungen soll er an diesem Freitag noch liefern, drei Illustrationen zu einem Artikel im „Landboten“, dem Winterthurer Lokalblatt, und dann vor allem die Karikatur für die samstägliche Seite 2 des „Tages-Anzeigers“, die er regelmässig bedient.

Wir sitzen in Ruedi Widmers Atelier im Zentrum von Winterthur, im Dachgeschoss einer hochherrschaftlichen Villa, deren Besitzerin die Volkart Stiftung ist. Die Gebrüder Volkart importierten, als Winterthur noch international vernetzte Handelsmetropole war, Baumwolle, Kaffee, Tee und andere Kolonialwaren und exportierten Schweizer Uhren, Textilien und Maschinen in alle Welt.

Wie schon damals meldet sich der Besucher an einem Schalter, bevor er – durch eine museumswürdige Drehtüre – die prachtvolle Halle betritt, wo er dann von seinem Gastgeber abgeholt und, buchstäblich auf dem roten Teppich, über einen imposanten Treppenaufgang hinaufgeführt wird in den dritten Stock, auf dem auch eine Kommunikationsagentur und ein Lokalradio ihren Sitz haben. Eine beeindruckende, vornehme Szenerie – und für einen respektlosen professionellen Spötter wie unseren Cartoonisten doch eher überraschend.

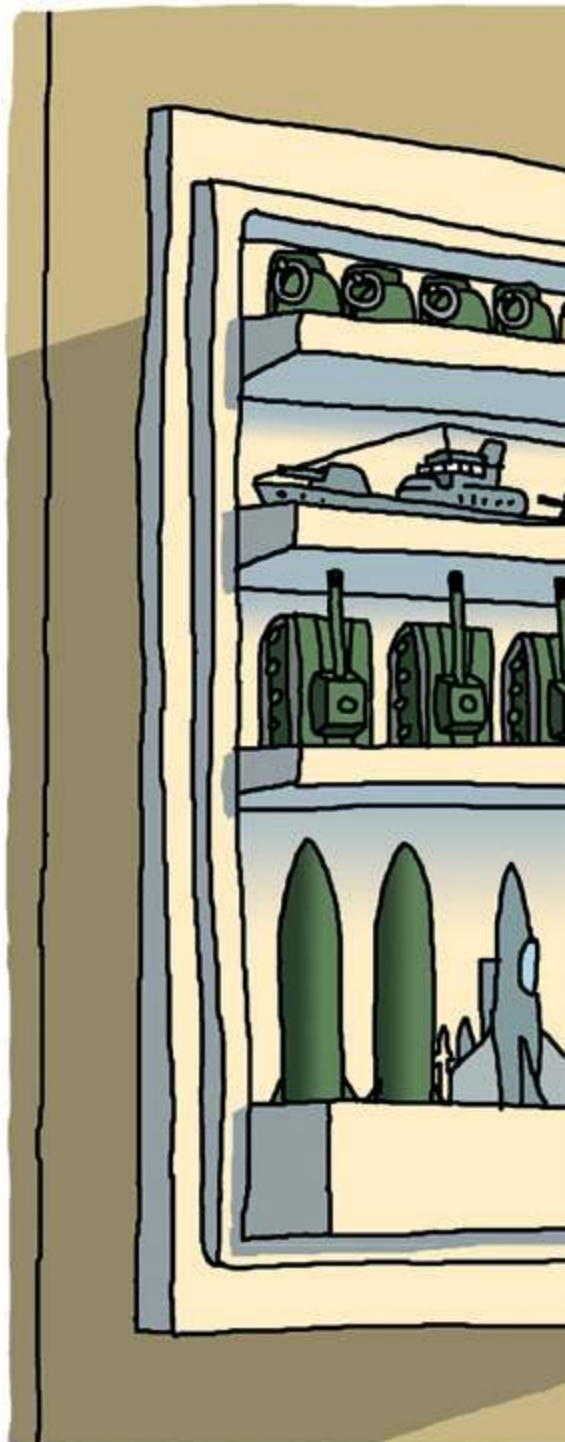
Umso abrupter der Wechsel in seine Welt, in eine Welt voller Witz und Wahn. Das Motiv für die heute zu liefernde aktuelle Zeichnung sei ihm zum Glück schon unter der frühmorgendlichen Dusche eingefallen, erzählt Widmer. In solchen Fällen halte er die Szene nicht selten in ein paar Worten fest und schicke sie, um sie bei Bedarf sofort wieder präsent zu haben, per Mail an sich selbst. So beginnt er jetzt auch

gleich, den elektronischen Zeichenstift in der rechten Hand, auf dem Wacom-Graphiktablett, wie dieses Instrument scheint's heisst, zu skizzieren. Ruedi Widmer zeichnet seine „Witze“, wie er seine Cartoons und Karikaturen selber gerne nennt, ausschliesslich digital.

Wirkt er deshalb so gelassen, so entspannt? Weil er eh über das denkbar schnellste Produktionsmittel verfügt – auch wenn er dem digital ahnungslosen Besucher gegenüber prompt behauptet, sein Tablett sei inzwischen „hoffnungslos veraltet“ und „völlig überholt“? Oder einfach darum, weil er die grössere der Arbeiten, die morgen erscheinen sollen, sicher im Griff hat?

Mindestens den Schauplatz des aktuellen Cartoons, den er auf der Herfahrt mit dem Velo vor sich gesehen habe, wolle er doch schnell festhalten, sagt er. Es ist der Schalter der „Eidgenössischen Fachstelle für Bundesratsrücktritte“. Denn in dieser letzten September-Woche haben gleich zwei helvetische Bundesräte, ein freisinniger Mann und eine christlichdemokratische Frau, ihren Rücktritt erklärt. Mit ein paar schnellen Strichen entwirft Widmer diesen Schalter samt Eingangstüre und koloriert, wiederum mit einfachen Tastengriffen auf Computer und Tablett, die entsprechenden Flächen. Die lassen sich bei Bedarf auch aufhellen, verdunkeln oder schattieren, wie er freundlicherweise erläutert. Vor seinem imaginären Schalter sollen dann, so verrät er, schon weitere Rücktrittskandidaten anstehen.

Nahtloser als in der herrschaftlichen Halle spiegelt sich Widmers unruhiger Geist in seinem Glasbüro, in dem unser Mann hinter dem riesigen Bildschirm des App-



Innenansicht eines Kühlschranks: zurück zum Cold War.



le-Computers förmlich verschwindet. Der ausladende Arbeitstisch ist übersät mit Büchern, Zetteln und Zeitungsausschnitten. „Hier herrscht halt stets ein Puff“, sagt er gefasst. Das Ganze wird eingerahmt von hohen Büchergestellen, darin Belletristik, Bildbände, Kataloge, alles schön durcheinander und ohne jegliche erkennbare Be-

mühung um Ordnung oder Struktur. Nur einen Grossen Brockhaus, auf Redaktionen einst unverzichtbarer Teil der Innenausstattung, sucht man vergeblich. Das heisst nicht, dass Ruedi Widmer ohne Lexikon auskommt. Nur heisst dieses bei ihm Google. „Ich bin ein sehr computerisierter Mensch“, sagt er.

Wer seine nächsten Rücktrittskandidaten aus dem Bundesrat sein könnten, hat er sich auch bereits überlegt. So beginnt er sie gleich zu entwerfen. „Den Ehrgeiz, ein Gesicht erkennbar zu zeichnen, kenne ich nicht“, sagt er, während er die beiden Gestalten grob umreist. Und trotzdem sind der Bundesrat und die Bundesrätin, die

Karikaturisten. Ruedi Widmer

wir anderntags auf seiner Karikatur im „Tages-Anzeiger“ sehen, für den Zeitgenossen zweifelsfrei identifizierbar. Denn natürlich weiss unser Zeichner als scharfer Beobachter menschlichen Verhaltens sehr wohl um die Charakteristika von Aussehen, Körperhaltung und Gehabe.

In ihrer krakeligen Erscheinung sind Widmers Figuren unverwechselbar. Sie kommen in ihren Umrissen gerne eckig und kantig daher, in den Farben bunt und drall. So wirken sie überaus drollig. Der Schöpfer indes hat mit seinen Figuren nichts gemein. Nix da von eckig und kantig in der äusserlichen Erscheinung von Ruedi Widmer, nix da von bunt und drall, und schon gar nix von drolligem Männchen. Hohe Stirn und blanke Glatze, eingerahmt von einem kurz, aber perfekt geschnittenen Kinnbart. Ein Egghead, ein

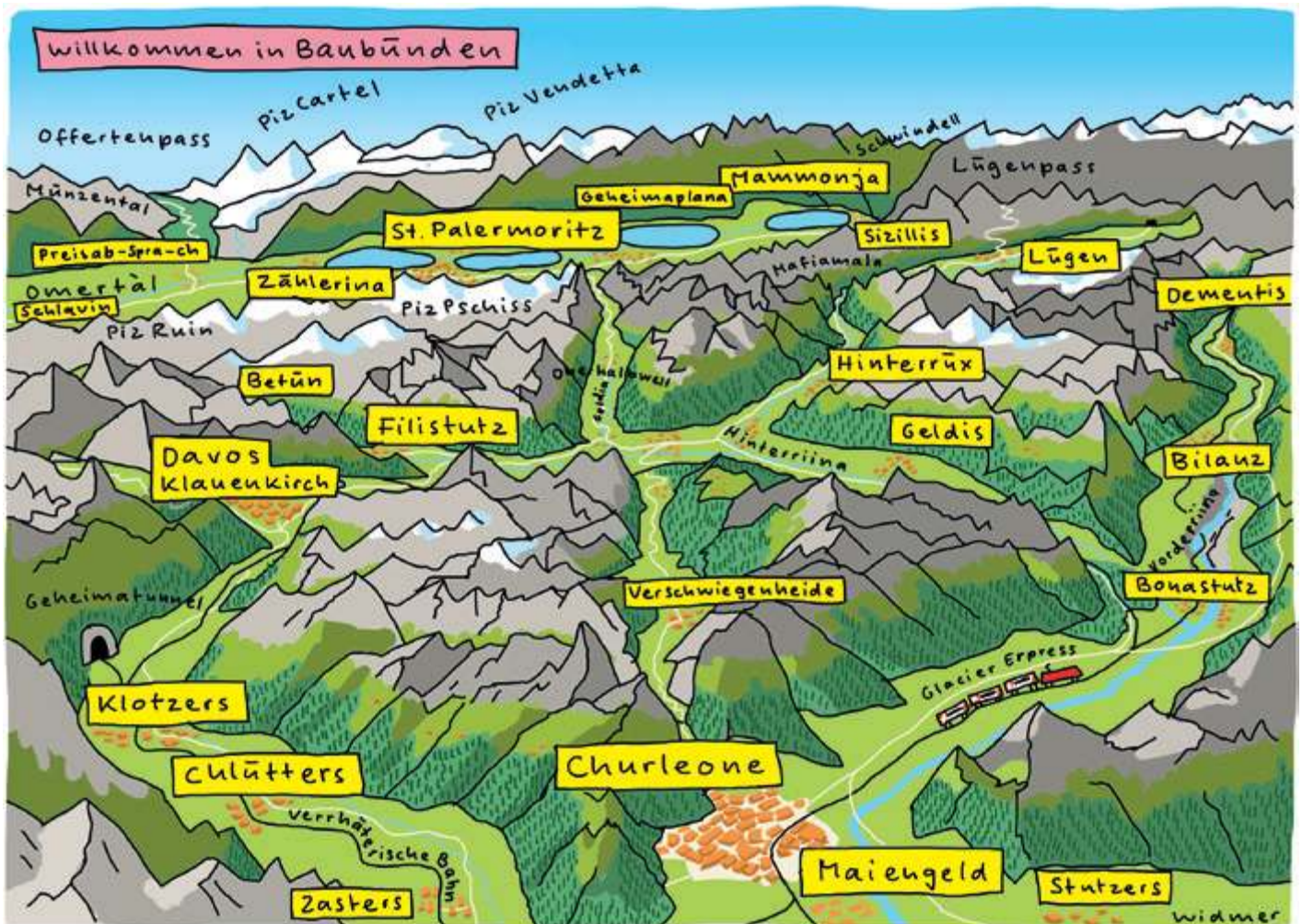
klassischer Eierkopf. Soll er sein Wesen selber beschreiben, sagt er: „Vom Grundtyp her bin ich doch eher ernsthaft.“ Nach einer Pause fügt er hinzu: „Aber ich versuche immer, das Heitere zu sehen.“ Er lacht über seine Selbstdefinition.

So geschäftig wie an diesem Freitag läuft das bei ihm eigentlich immer. Am Montag liefert er dem Winterthurer „Landboten“ sein neuestes „Letztes Geheimnis einer rationalen Welt“ – eine Serie mit Text und Bild, die dort inzwischen im 18. Jahr läuft. Am Dienstag folgt in der Regel der Cartoon für die „WOZ“, der er dann am Mittwoch auch noch eine Kolumne nachreicht. Der Freitag gehört dem „Tages-Anzeiger“ und seiner Seite zwei. Das ist ein satter Wochenplan, zu dem dann noch spontan und kurzfristig Aufträge hinzukommen. „Ja, so wird es immer eine ganze Liste“, bestätigt er.

„In meinem Kopf läuft ein ständiger Fluss von Themen und Ideen; ob daraus eine Zeichnung wird oder ein Text, ist dann vorerst noch offen. Aber ich hab das gerne so; so weiss ich immer, dass ich zu tun habe.“

Neben seinen Aufträgen und festen Verpflichtungen stellt er seine Einfälle häufig – mitunter schon ein paar Stunden nach dem einschlägigen Ereignis – einfach ins Netz, auf Facebook, Instagram oder Twitter und wie da die einschlägigen Adressen heissen, oder auch auf Spiegel Online. „Ich bin ein ungeduldiger Mensch“, sagt er. „Dieses Tempo entspricht mir.“

Im Netz bekommt er oft auch umgehend Reaktionen. Da habe er auch schon mal einen „veritablen Shitstorm“ ausgelöst, erzählt er, und zwar mit der Zeichnung einer Hausfrau, die eine damals seit Wochen überfällige Maschine der Malaysia



Landkarte von Graubünden: Ortsnamen und Berggipfel in der Baukartell-Affäre.

Airlines beim Reinemachen findet – unter ihrem Bett. Das war Humor der schwärzesten Art. Derlei Grenzbereiche von Witz und Satire auszureizen, lockt ihn immer mal wieder. Nicht umsonst hat er in seinen jungen Jahren nach eigenen Worten „mehrere Studienaufenthalte“ beim berühmtesten Satiremagazin „Titanic“ verbracht und dort für eine wilde Aktion auch mal einen Schweizer Banker supponiert, der mit der CDU dubiose Geschäfte ausheckte.

Jetzt ist er, trotz drohender Termine, doch ganz schön ins Erzählen geraten. Widmer, ein analytischer, kritischer Geist, formuliert eloquent und druckreif. Was Wunder – schliesslich ist er, ungewöhnlich für Männer des Zeichenstifts, auch ein Mann des Wortes.

Dafür stehen sowohl die Titel und kurzen Texte seiner Cartoons als auch seine Ko-

lumnien in der „WOZ“. Er weiss um Doppel- und Hintersinn der Sprache und spielt gerne mit ihnen. Das geht bei ihm gar nicht anders – schon gar nicht jetzt, wo wir auf das Wesen von Ironie und Satire zu sprechen kommen. Derweil er eigentlich konzentriert arbeiten müsste, kullern die Ideen nur so aus ihm heraus, legen gleich noch ein paar Drehungen zu oder schlagen förmlich Purzelbäume.

Ironie und Satire – das ist in seinen Augen der Humor von unten, das ist der Humorerer, die sich wehren gegen die da oben. „Religion läuft von oben nach unten, Humor von unten nach oben“, hat er in einer seiner „WOZ“-Kolumnen postuliert. „Leider hat der Humor noch keinen Vertreter im Himmel.“ Auch wenn Ruedi Widmer dem im dritten Stock des Volkart-Hauses eindeutig näher ist als andere.

„Guter Humor kommt immer aus dem Blickwinkel des Schwächsten“, bestätigt er auch jetzt. „Nicht umsonst stammen die deftigsten Witze in der Firma von den einfachsten Angestellten. Witze der Mächtigen geraten schnell mal primitiv, sexistisch oder rassistisch.“

Als Kolumnen-Schreiber für die „WOZ“, die ihn inzwischen auch schon mal gerne „unseren Haussatiriker“ nennt, hat er eine eigene Technik entwickelt: Seine mit vielen Fakten angereicherten Texte – „Wichtig zu wissen“ heisst grossprecherisch ihr Obertitel –, im Detail stets genau und nachprüfbar, führen mit ihrer in sich stichhaltigen Logik nicht selten zu grotesken und absurden Schlussfolgerungen. Ein wunderbares Beispiel dafür bietet die von Widmer 2016 aufgedeckte „wirklich wahre“ Verschwörungstheorie, wonach die





VITA

Ruedi Widmer

Jahrgang 1973, fühlte sich als Grafiker schon früh zu Comic, Ironie und Satire hingezogen. So sprang er mehrmals als Layouter auf der Redaktion des Satiremagazins „Titanic“ ein. Für den Winterthurer „Landboten“ startete er im Jahre 2000 die Serie „Die letzten Geheimnisse einer rationalen Welt“, die er noch heute zeichnet und textet. Seit 2003 liefert er Cartoons und Kolumnen für die „WOZ“, seit 2007 zeichnet er regelmässig für den Zürcher „Tages-Anzeiger“. Widmer publiziert auch im Magazin „Saldo“ und auf Spiegel Online und hat mehrere Bücher veröffentlicht, als letztes „Widmers Weltausstellung“, das sein satirisches Schaffen der vergangenen zehn Jahre dokumentiert und im Rotpunktverlag erschienen ist. Widmer lebt mit seiner Frau, einer Journalistin, und zwei Söhnen in Winterthur. www.ruediwidmer.ch

Anschläge vom 11. September 2001 auf die Türme des World Trade Centers in New York von Donald Trump und seinem Kumpel Stephen Bannon, jeder im Cockpit einer Boeing, verübt wurden.

Bei seinem täglichen Umgang mit Satire kennt er auch, wie er es nennt, „thematisch sichere Werte“. Zu denen gehören zum Beispiel unsere Bundesbetriebe PTT und SBB. Jeder Mensch empfängt Post und gibt Post auf, fast jeder fährt Bahn oder ist doch mindestens schon einmal Bahn gefahren, und natürlich bleibt das alles nicht immer frei von Pannen. So kriegen Post und Bahn bei Widmer öfter mal was ab. „Manchmal bereitet mir das fast Gewissensbisse“, sagt der Sanftmütige, der sich auch schon mal als „Harmoniker“ bezeichnet. „Denn ich persönlich bin sehr zufrieden mit den Leistungen der Post.“

Auch Ironie und Satire kennen eben ihre Tücken – zum Beispiel die, gründlich missverstanden zu werden. So kann sich, versieht Widmer in einer Spottzeichnung eine Figur mit einem konkreten Namen, irgendjemand mit ebendiesem Namen für persönlich gemeint halten und entsprechend gekränkt reagieren. Aus solchen Erfahrungen zieht er seine Konsequenzen. „Ich benutze nach Möglichkeit nur noch Namen, die zwar schweizerisch tönen, die es aber in Wirklichkeit gar nicht gibt“, sagt er. „Zum Beispiel Föhni. Oder Schirmi.“ Prompt muss er wieder selbst lachen.

Zwischen der bösen Botschaft und ihrer bewussten Brechung herrscht ein labiles Spannungsfeld. „Das ist der Bereich, der mich interessiert“, sagt er. Ironisch brechen, satirisch verspotten lässt sich fast alles, die ganze Welt sozusagen. Nicht umsonst heisst Ruedi Widmers neuester Sammelband mit Cartoons und Kolumnen „Widmers Weltausstellung“. Was er zeige, so der Rotpunktverlag in seiner Werbung, sei „eine Welt wie unsere, nur ein bisschen komischer“. Komik – das ist ein Schlüsselwort bei Widmer, und es steht tatsächlich für eine ganze Welt. Für seine Welt.

„Lustig machen darf man sich über alles“, heisst sein Grundsatz. „Es muss aber mit erkennbarem Witz geschehen. Das Resultat muss wirklich lustig sein.“ Das ist für ihn Ehrensache. Zieht bei ihm eine Grippepelle durchs Land, schlägt die in Schwindellegi genauso zu wie in Heiserangst. Da sehen wir, wie ökonomisch der

Mann arbeitet – nicht selten genügt ihm ein einziger hinzugefügter, weggelassener oder ausgewechselter Buchstabe, um einen todsicheren Lacher zu erzielen. Genauso gern arbeitet er mit dem Doppelsinn von Wörtern: Wenn bei ihm das Erdöl ausgeht, dann macht es sich einen schönen Abend, und seine Laubbläser treten als Band an. Der Kalte Krieg nimmt bei ihm die Gestalt eines Kühlschranks voller Soldaten, Waffen und Munition an. Wer sich bei ihm klont, erscheint in doppelter, aber identischer Ausführung, wer sich googelt, mindestens in fünffacher und völlig unterschiedlicher.

„Es muss komisch sein.“ Diesem Grundgebot unterliegt auch seine Serie „Die letzten Geheimnisse einer rationalen Welt“, die schon seit dem Jahr 2000 im Winterthurer „Landboten“ erscheint und in der Widmer Fragen aus allen denkbaren Bereichen pseudowissenschaftlich abhandelt. Ein schönes Beispiel dafür ist die angebliche Kulturgeschichte der Konfetti. Die beginnt bei Widmer mit den Urmenschen, deren Konfetti noch aus Felsbrocken bestanden, im Mittelalter dann schon etwas zivilisierter aus Buchenholz, bevor sie im Industriezeitalter Papierform annahmen. In naher Zukunft sollen sie in Pulverform auftreten und möglicherweise in die Blutbahn gelangen, weshalb man sich dannzumal gegen Konfetti wird impfen können.

Sachverhalte entlarven, indem man die Dinge umdreht oder auf den Kopf stellt – diese Technik beherrscht er im Traum. Ein schönes Beispiel dafür ist sein Plakat „Massenauswanderung stoppen!“. Verbal und optisch im vertraut handfesten SVP-Stil wird da gewarnt: „Immer mehr Ausländer lassen die Schweiz im Stich!“ Und gefolgert: „Das muss bewirtschaftet werden.“

Solche Motive werden stark beachtet – und belacht. Prompt bitten ihn immer wieder politische Parteien oder einschlägige Organisationen um einen Cartoon. Da hält er sich aber bewusst zurück. Auch, weil er politisch-weltanschaulich nicht einfach irgendwo zugeordnet werden will. „Ich stehe zwar für eine Haltung, aber nicht für eine Ideologie“, formuliert er pointiert.

Und wenn jemand eine Zeichnung von ihm betrachtet und dabei keine Miene verzieht? „Tatsächlich habe ich im Café schon



Schweiz aktuell: mit dem ÖV aus der Ambulanz nach Hause.

beobachtet, wie jemand meinen Cartoon in der Zeitung anschaut und dann ungehört weiterblättert“, sagt er. „Aber eigentlich wundere ich mich mehr darüber, dass so viele Leute meine Sachen gut finden.“ Auch wenn er natürlich weiss: „Es gibt ohnehin die unterschiedlichsten Humorgeschnäcker.“

Richtig, und das sogar auf kleinstem Raum wie in der einstigen Handelsmetropole Winterthur, die heute immerhin noch Karikaturen in die ganze Deutschschweiz exportiert. Neben Widmer sind da auch seine Freunde Felix Schaad und Peter Gut unermüdlich am Werk, der eine für den „Tages-Anzeiger“, der andere für die

„NZZ“, beide ebenfalls mit einem unverkennbar eigenen Stil. Sie lassen, zusammen mit Viktor Giacobbo und dem rührigen Casinotheater, Winterthur geradezu als ein Ballungszentrum der Komik erscheinen.

Ähnlich unerwartet und überraschend der familiäre Hintergrund, von dem uns Ruedi Widmer beiläufig erzählt. Da taucht unerwartet der zweite Mann seiner Urgrossmutter auf. Der stammt aus dem appenzellischen Heiden und heisst Carl Böckli. Dieser „Bö“, wie er seine Arbeiten signierte, war als Zeichner und Schreiber ein legendärer Pionier der helvetischen Satire und über viele Jahre Chefredaktor des „Nebelspaltes“, dieses „humoristisch-politischen Wochenblattes“ aus dem Nebelloch Rorschach. Bö ist also an Widmers Kunst nicht ganz unbeteiligt, könnte man heute unterstellen. Denn ohne ihn wäre der kleine Ruedi kaum schon im Kindesalter mit Stil und Tonlage von Ironie und Satire vertraut geworden.

Widmer, hauptberuflich Spötter, ist schwer ins Plaudern geraten. Zum Mittagessen trifft er sich jetzt erst mal mit einem Freund. „Nachher muss ich dann schon noch an die Säcke“, sagt er.

ROGER ANDEREGG
ist freier Journalist in Zürich.

roger.anderegg@gmx.ch



***Ohne Werbung würde hier etwas fehlen.**

JTI setzt sich für den Jugendschutz ein – und für Werbefreiheit.
Damit eine ausgewogene Berichterstattung möglich bleibt.

Kontaktieren Sie uns: 062 748 01 11 oder press.office.switzerland@jti.com

Was Sie schon immer über Medien wissen wollten.
Dr. Media beantwortet drängende Fragen der Branche.

Was macht Somm? Was stört Wappler? Was nervt Moser?

Warum schreibt Markus Somm für die „Sonntags-Zeitung“ und nicht für den „Tages-Anzeiger“?

Der Vorschlag, bei der „SonntagsZeitung“ Kolumnist zu werden, kam von Somm selbst. Er hatte verschiedene Alternativen. Bei Tamedia hätte man es gerne gesehen, wenn er künftig für „Das Magazin“ geschrieben hätte. Das wollte er nicht, weil er als Journalist nahe an die Aktualität ran will.

Auch eine Kolumne im „Tages-Anzeiger“ stand zur Diskussion. Somm wählte die „SonntagsZeitung“, weil sie ein grösseres Publikum ausserhalb der Zürcher Agglo erreicht als der „Tagi“. Da schwingen natürlich alte Reminiszenzen mit. Mit seiner „SoZ“-Kolumne erreicht er künftig auch die Basler Leser, die möglicherweise eines Tages sagen, da habe man aber einen klugen Kopf nach Zürich verloren.

Somm hat mit Tamedia eine Art Hausvertrag. Er zieht nun anfangs 2019 für eine Auszeit

in die USA. Konkret geht er an die Harvard-University, wo er bei einem Projekt über digitale Medien mitarbeitet. Er kennt den Harvard-Campus gut. Dort machte er bereits einen Master-Studiengang in Geschichte und Politikwissenschaft.

Warum verlassen so viele Gründungsmitglieder die „Republik“?

Es ist eine schon länger dauernde Intrigen-Geschichte. Gleich vier Mitglieder der Geschäftsleitung verlassen den Start-up an der Zürcher Langstrasse. Die gewichtigsten Abgänge sind Geschäftsführerin Susanne Sugimoto und Finanzchef François Zosso.

Der Konflikt begann bereits im Januar. Damals begannen drei Mitglieder des Gründungsteams ein Mobbing gegen Sugimoto und Zosso. Damit sollten die internen Kontrollen des Managements unterlaufen werden. „Republik“-Erfinder Christof Moser unterstützte Sugimoto und Zosso. Sein spä-

ter hinzugekommener Partner Constantin Seibt schlug sich hingegen auf die Seite der Intriganten.

Die Folge war, dass das System der internen, republikanischen Gewaltenteilung nicht mehr funktionierte, sondern durch ein System von Gruppenbildung und von Fraktionen ersetzt wurde. Christof Moser zog sich darauf entnervt in ein Sabbatical in die USA zurück. Sugimoto und Zosso und zwei weitere Gründungsmitglieder verliessen nun ernüchtert den Start-up, den sie mit aufgebaut hatten.

Zusammengefasst: Christof Moser und Constantin Seibt mögen sich journalistisch einig sein, in Sachen Corporate Governance sind sie aber weit auseinander – mit den unvermeidlichen personellen Folgen.

Wie viele Journalisten fallen bei CH Media weg?

Bei McKinsey gibt es eine einfache Regel: „10 Prozent an Kostenreduktion liegt immer drin.“ An dieses Prinzip hält sich auch der neue 480-Millionen-Konzern CH Media, das Joint Venture von AZ Medien und NZZ-Regionalmedien. Rund 200 Stellen müssen darum abgebaut werden.

CH-Media-CEO Axel Wüstmann kündete an, der Abbau

werde „in allen Bereichen“ durchgezogen. Die Bemerkung war vor allem zur internen Beruhigung und zur Wahrung einer gewissen Opfersymmetrie gemeint. In Wirklichkeit werden eher wenige journalistische Stellen abgebaut. Das hat drei Gründe. In den rund 25 Regionalblättern von CH Media ist erstens ein Abbau praktisch unmöglich, weil es hier keine überregional-übergreifenden Synergien gibt. Zweitens sind „St. Galler Tagblatt“ und „Luzerner Zeitung“ im Mantelteil schon heute praktisch vollintegriert, so dass hier kaum Überkapazitäten mehr anfallen. Und schliesslich wird der neue, dreifache Mantelchef Patrik Müller, der mit seiner früheren „Aargauer Zeitung“ und seiner „Schweiz am Wochenende“ in den Verbund dazustösst, sich gegen allzu harte Schnitte erfolgreich wehren. Er will mit seinem neuen Mantelteil mit dem Tamedia-Redaktionsverbund mithalten können. Sein Verleger Peter Wanner weiss das auch.

Welche Sendungen wird SRF-Direktorin Nathalie Wappler absetzen?

Nur sehr wenige. Wappler ist nicht als Programm-Revolutionärin bekannt. Nach allem, was man von SRF hört, dürften die Tage von „Glanz & Gloria“ gezählt sein. Tatsächlich ist SRF der einzige öffentliche Sender, der sich ein tägliches Klatschmagazin in dieser Länge leistet. Vergleichbar sind allenfalls noch die „Seitenblicke“ im ORF. Aber die dauern knapp fünf Minuten, die SRF-Sendung ist fast dreimal länger. Bei einem Stopp des Boulevard-Formats dürften sich die Publikums-Proteste in Grenzen halten. „G&G“ erreicht um die 220.000 Zuschauer.



Nathalie Wappler: ohne „Glanz & Gloria“?



Markus Somm: Sonntagsprediger.



Christof Moser: interne Intrigen.



EUROPEAN PUBLISHING AWARDS

**EUROPEAN
MAGAZINE OF THE YEAR
DIGITAL PUBLISHER OF THE YEAR
NEWSPAPER OF THE YEAR**

3 Awards, 53 Kategorien für
die besten Medienmacher Europas
2018/19

JETZT EINREICHEN

Die Verleihung findet am
European Newspaper Congress 2019
vom 12. bis 14. Mai in Wien statt

newspaper-congress.eu/awards

„Möglichst intelligent“

Was muss man als Mitglied einer Redaktionsleitung können?

Sidonia Küpfer: Als Blattmacherin eine spannende Zeitung machen, Mitarbeiter führen und fördern, und Ideen entwickeln, wie unsere Zeitung in Zukunft aussehen soll.

Und was nicht?

Man muss nicht überall Experte sein.

Im Untertitel Ihrer „Schaffhauser Nachrichten“ steht immer noch das Wort „Intelligenzblatt“. Wie ernst nehmen Sie das?

Das wird uns gerne um die Ohren gehauen, wenn sich ein Fehler in die Zeitung geschlichen hat. Historisch bedeutet der Begriff allerdings etwa so viel wie „Nachrichten“. Aber natürlich versuchen wir, unsere Zeitung möglichst intelligent zu machen.

Sie machen bei Ihrem Blatt den überregionalen Teil. Ist das nicht eher zweitrangig bei einer Regionalzeitung?

Sicher, die „SN“ sind schwerpunktmässig regional ausgerichtet. Aber wir sind für viele Leserinnen und Leser die einzige abonnierte Tageszeitung und wir wollen sie auch über nationale und internationale News fundiert informieren. Zudem sind wir stolz darauf, dass wir eine der noch wenigen eigenständigen Tageszeitungen in der Schweiz sind, nicht einfach ein Kopfblatt eines grossen Zeitungsverbandes.

Es fällt auf, dass die „Schaffhauser Nachrichten“ gerade in der

Politik immer wieder mit Eigenleistungen aufwarten. Warum nehmen Sie nicht einfach die SDA?

Das hängt eben mit diesem Stolz zusammen. Wir können mit meinem kleinen Team keine umfassende Inlandberichterstattung bieten. Aber wir wollen die Themen selbst beackern, die uns wichtig sind oder die Schaffhausen stark betreffen. Die SDA ist eine gute Basis. Aber ganze Seiten aus Agenturmaterial bauen, das zum Großteil schon tags zuvor gratis im Netz zu haben war, geht nicht.

Und wie viel an Inhalten beziehen Sie in Zukunft von der Mantelredaktion von CH Media?

Wir betrachten die Mantelseiten des „St. Galler Tagblatts“, das bis jetzt unser Partner ist, wie ein À-la-carte-Menü: Am frühen Abend wählt unser Produzent daraus die besten Texte aus. Zusammen mit unseren Eigenleistungen und SDA-Meldungen produziert er daraus unsere überregionalen Seiten. Aber die Entscheidungen fallen in Schaffhausen, das ist uns wichtig.

Nun kommt noch die abgestandene Frauen-Frage. Was machen Sie im Führungsjob anders als die Männer?

Und ich hab auch keine schlaue Antwort. Natürlich gibt es Unterschiede zwischen meinen Redaktionsleitungskollegen Robin Blanck, Sandro Stoll und mir. Aber herauszuschälen, welchen Anteil dabei das Geschlecht ausmacht, fällt mir schwer.



SIDONIA KÜPFER (39) stieg 2007 als Abschlussredaktorin bei der „Mittelland Zeitung“ in den Journalismus ein. Dann war sie bei der „Limmattaler Zeitung“, von wo sie 2010 in den „Blick“-Newsroom wechselte. Seit 2012 arbeitet sie bei den „Schaffhauser Nachrichten“, seit 2014 als Mitglied der Redaktionsleitung.

Und nun zum allgemeinen Teil. Warum sind Sie Journalistin geworden?

Am Anfang war auch etwas Zufall dabei, ich bin durch einen Studentenjob zur „Aargauer Zeitung“ gekommen und habe da Abschlussdienst gemacht. Da hat mich das Virus infiziert.

Haben Sie es je bedauert? Medienkrise und so?

Nein. Natürlich wünschte ich mir manchmal, unsere Branche hätte die Aufbruchstimmung, wie man sie bei Start-ups sieht. Jede Sparrunde, die mit Entlassungen verknüpft war, hat weh getan. Aber Totgesagte leben länger und die Fähigkeiten, die wir Journalisten haben, werden auch in Zukunft gefragt sein – auf anderen Kanälen.

Von wem haben Sie am meisten gelernt?

Etwas nicht nur für den Journalismus Wichtiges hab ich von

unserem verstorbenen Chefredaktor Norbert Neiningen gelernt: Dass man in Diskussionen mitunter bis an die Schmerzgrenze gehen, aber am nächsten Tag wieder normal zusammenarbeiten kann.

Ihre beste Leistung bis heute?

Im Rückblick finde ich meine WM-Berichterstattung aus Brasilien gelungen. Ich schrieb über alles ausser den Matches und reiste fernab des Medientrosses. Dank Portugiesischkenntnissen und guter Kontakte wurde es eine ganz andere Art WM-Berichterstattung.

Was soll Ihnen später mal nachgesagt werden?

Bissig, aber fair.

Und Ihr letzter Wunsch an den hl. Franz von Sales, den Schutzpatron der Journalisten?

Lass es die Bereitschaft regnen, im Internet für Inhalte zu bezahlen. Gerne in Kübeln.



Generation Digital

 Ringier

We inform.
We entertain.
We connect.



Cedrics Life

Falls das mit dem Überwinden des Kapitalismus
doch nicht klappt: Individuelle Vorsorge- und
Finanzberatung für ein selbstbestimmtes Leben.

SwissLife 