

Interview mit:

Jürg Wildberger

Im Herbst 1996 interviewte auf TeleZüri Jürg Wildberger, damals Facts-Chefredaktor, Roger Schawinski anlässlich der zweijährigen Existenz von TeleZüri. "persönlich" druckte das Interview. Die Ironie des Schicksals: Genau fünf Jahre später sitzt Wildberger wieder im Studio, die Rollen sind aber umgekehrt, Schawinski stellt die Fragen. Wieder geht es um einen Fernsehsender, nicht um ein Jubiläum diesmal, sondern um ein Ende. "persönlich" veröffentlicht auch dieses Interview, das am 21. November auf Tele 24 stattfand.

“Es war viel Herz drin, und das tut weh.”

“Kommerzielles Fernsehen gibt es nur dort, wo es Werbebeschränkungen für öffentlich-rechtliche Sender gibt.”

“Nein, deinen Ansatz finde ich nach wie vor falsch, dass es Konzessionsgebühren oder Empfangsgebühren für private Sender geben sollte.”

“Es hat sich auf jeden Fall gelohnt. Ich habe extrem viel gelernt.”

“Berlusconi hat seine Kette nur aufgebaut, weil er keine News machen durfte.”

“Hier kostet die Millionärs-Show ein Zehntel von dem Betrag, der dafür in Deutschland ausgegeben wird.”

Dieses ist das sechstletzte TalkTaglich bei Tele 24, und ich habe mir nicht träumen lassen und nicht gewünscht, dass auch andere Sender den Betrieb einstellen, wie TV3. Danke vielmals, Jürg Wildberger, dass du heute hier bist. Dieses ist der zweite Sender, bei dem du an der Spitze stehst, der eingeht. Wie fühlst du dich heute?

“Das stimmt nicht. Den European Business Channel habe ich schon ein halbes Jahr vor dem Ende verlassen und habe dann 10 vor 10 gegründet. Insofern ist das für mich kein Déjà-vu, sondern es ist ein primäres Erlebnis, und ich möchte das nicht ein zweites Mal erleben.”

Wie fährt das ein?

“Das fährt schon ein. Es ist ein Schock. Man spürt Lähmungserscheinungen und denkt, das kann nicht sein. Man spürt die Emotionen, Hoffnungen, die drin steckten.”

Du bist ein harter Typ. Du hast vieles gemacht. Ich dachte immer, der Jürg Wildberger, der kann es mit einem Lächeln, wenn es drauf ankommt.

“Das kann keiner. Du hast es auch nicht können. Manchmal ist man hart. Zum Glück haben auch wir unsere weichen Seiten. Es war viel Herz drin, und das tut weh.”

Wann hast du es erfahren?

“Ich habe es gestern Nachmittag erfahren.”

Aber du hast es erwartet. Gestern fand eine Verwaltungsratssitzung statt.

“Ich habe es gestern nicht erwartet. Ich dachte, ich hätte noch mehr Zeit. Ich bin seit vier Wochen auf Partnersuche mit Arthur Andersen. Wir haben sechs mögliche Partner gehabt. Ich dachte, ich hätte noch bis Ende Dezember Zeit, darum bin ich jetzt überrascht.”

Man musste die Einstellung noch bis Ende Jahr durchziehen, damit man es auf die Rechnung von diesem Jahr nehmen kann, das wusstest du. Im Sommer gingst du ja schon auf Partnersuche und kamst nicht weiter.

“Das stimmt nicht. Wir suchten keinen Partner diesen Sommer.”

Die sind gesucht worden.

“Nein, das stimmt auch nicht. Es haben keine Gespräche stattgefunden.”

Also mit deutschen Partnern. Ich war ja selbst am Rande auch involviert.

“Es gab Anfang Jahr Gespräche mit ProSieben und RTL. Aber wir suchten nie professionell Partner, weil Tamedia mit SBS einen Streit hatte in den letzten Monaten, darum konnte man gar

keinen Partner suchen. Wirklich angefangen hat man Ende Oktober.”

Ihr habt diesen Partner gehabt, SBS, ein amerikanisches TV-Unternehmen, ich kenne diese Leute auch, das war das Ticket zum Erfolg. Man sagte, die Amerikaner, die wissen, wie man Fernsehen macht. Wie war die Realität?

“Die Realität war, sie halfen uns viel mit Ideen in der Programmierung. Aber auf der Finanzierungsseite, da ging es nicht. Ende letzten Jahres sagten sie, sorry, wir können nicht mehr zahlen. Wir sind an der Nasdaq kotiert, die Kurse sind unten, die Kredite wurden gestrichen, darum können wir euch nicht mehr finanzieren.”

Die Grundidee war, ein nationales Vollprogramm zu machen, basierend auf Unterhaltung. Am Anfang war das nicht so, da botet ihr alles an, Konsumentensendungen, News-Sendungen, dann setztet ihr das schnell ab. Im Nachhinein: War das die richtige Strategie?

“Ich glaube, es war die richtige Strategie, auf Unterhaltung zu setzen. Wir konnten nicht dasselbe machen wie SF DRS, sondern wir haben versucht, jüngere Personen anzubinden. Wir lernten, dass wir im News-Bereich keine Chance haben.”

Aber warum? Ich glaube, du bist aufgrund des Misserfolgs eurer News-Sendung zum Schluss gekommen, dass man keine Chance hat im Informationsbereich in der Schweiz. Kann es sein, dass ihr es vielleicht falsch angepackt habt?

“Nein, die Erfahrung hat es gezeigt. RTL und ProSieben, die auch News machten, hatten hier keinen Erfolg. Auch Tele 24 hat keinen Erfolg gehabt mit den News. Ihr konntet nie SF DRS schlagen. Dann machten wir Untersuchungen und stellten fest, dass die Leute bei uns etwas anderes sehen möchten.”

Also bei uns gab es andere Schlussfolgerungen. Wir gingen davon aus, News brauchen ihre Zeit. Ihr habt am Anfang fast alles richtig gemacht. Alle grossen Sendungen, die weltweit erfolgreich waren, Robinson, Big Brother und Millionärssendung, die habt ihr gehabt, und trotzdem, die Rechnung ist überhaupt nicht aufgegangen. Das hätte dir doch zu denken geben sollen.

“Das stimmt nicht ganz. Die Rechnung ist nicht nicht aufgegangen. Es gibt uns genau zwei Jahre. Man weiss, um einen Sender aufzubauen, braucht man drei bis vier Jahre. Wir haben uns auch sehr gut etabliert, wir sind heute Nummer vier nach SF1, ProSieben und RTL. Und manchmal waren wir auch Nummer zwei, im Frühling, mit Big Brother. Insofern ging die Rechnung auf.”

Aber ich meine, wenn man 45 Millionen Franken Defizit einführt, kann das – vor allem in diesem wirtschaftlichen

Umfeld – auch ein reicher Verlag wie Tamedia nicht bezahlen. Oder?

“Effektiv machen wir weniger als 40 Millionen Defizit. Also 2001 schliesst TV3 besser ab, als wir budgetierten.”

Aber ein Verlag, der im letzten Jahr ungefähr 100 Millionen Gewinn machte, in diesem Jahr 30 Millionen, da macht ein Sender allein 40 Millionen Verlust, das kann man nicht tragen.

“Das ist die heutige Situation. Das ist ganz klar. Aber TV3 war auf dem aufsteigenden Ast gewesen. Wir haben unsere Ziele übertroffen. Dass jetzt nur noch ein Partner zahlte, das hat Tamedia belastet, und das ging bis im August gut, als die Wirtschaft noch gut war, aber jetzt funktioniert das natürlich nicht mehr, da alle Erträge einbrechen. Darum verstehe ich die Aktionäre, dass sie TV3 nicht mehr tragen wollen.”

Heute ist TV3 eingegangen, der Aktienkurs ist um 20 Prozent gestiegen. Bitter. Oder?

“Nein, das ist nicht bitter, sondern logisch.”

Aber trotzdem. Die Aktionäre denken, der Klumpfuss ist weg. “Offensichtlich hat die Börse kein Vertrauen gehabt, dass wir TV3 nach oben bringen.”

Jetzt haben so viele internationale Sendungen Erfolg gehabt. Aber die Pipeline ist jetzt leer. Big Brother ist weg. Millionärssendungen gehen in allen Ländern abwärts. Wart ihr jetzt nicht ein bisschen ratlos? Ihr habt alle drei Monate Sendungen gestartet und wieder abgesetzt. War nicht die Welle fertig?

“Ja gut. Wir sind ein Sender, der junge Zielgruppen anspricht, Trendgruppen anspricht. Die wollen das Neuste sehen. Man darf auch nicht vergessen, wir waren die Ersten, die Robinson rausbrachten. Wir wurden Nummer eins am Sonntag Abend nach acht Wochen. Das brachte den Durchbruch. Das zeigte uns, wenn man das richtige Programm hat, hat man auch eine Chance.”

Eben, ihr zeigtet, dass es geht, und hattet das Gefühl, es ginge weiter rauf, aber das geschah nicht.

“Das stimmt nicht. Die Zahlen gingen kontinuierlich rauf.”

Wir müssen jetzt nicht im Detail reden, aber wenn man die Bar anschaut, die ging nicht so gut.

“Da gebe ich dir Recht. Einzelne Sendungen liefen nicht so gut. Die Bar lief nicht so gut. Aber insgesamt, mit Popstars, ging es aufwärts.”

Aber warum wird TV3 Knall auf Fall zugemacht, wenn der Sender so gut ist?

“Da muss man trennen. Das Programm kam gut an. Wir hatten gute Ratings und ein gutes Zielpublikum, und es wird ein Verlust sein, wenn es TV3 nicht mehr gibt.”

Im Haus Tamedia gab es einen Kulturschock, als TV3 kam. Wie hast du das erlebt? Das ist ein Medienhaus, das sich sehr seriös gibt, ihr geht in eine ganz andere Richtung. Hans-Heinrich Coninx hat mir mal vor dem Start gesagt, es gebe keinen Sex. Du hast jeden Abend Sex gebracht. Wie hast du den Konflikt erlebt?

“Wenn man in einem Medienhaus etwas Neues macht, wird man immer stark kritisiert. Das haben wir schon bei der Lancierung von Facts erlebt. Es war klar, dass unser Sender ein junges Zielpublikum anspricht und dass er Geld kostet. Das provozierte natürlich Widerstand.”

Ich meine inhaltlich.

“Es wäre ein vollkommen falsches Konzept gewesen, wenn wir News- und Dok-Sendungen gemacht hätten, dann wären wir auf der gleichen Schiene gelaufen wie du und hätten dann auch riesige Probleme gehabt.”

Du hast ja angefangen als Wirtschafts-Journalist, und ich dachte immer, dort ist dein Herz, und als du dich entschieden hast, du gehst jetzt woandershin, glaubte ich, da passierte etwas mit dir; als ich dir einmal sagte, ich fände Big Brother Schrott, sagtest du mir, du wollest mit mir nichts mehr zu tun haben. Du warst mit Haut und Haaren dabei, und ich frage mich, ist das der wahre Jürg Wildberger, oder war das eine Rolle, die du gespielt hast?

“Nein, wir bauten einen Sender, und immer gings abwärts, keine Sendung wollte richtig funktionieren, dann ging es darum, Säulen zu bauen. Robinson, Big Brother, Millionär: Um publizistisch vielfältig zu sein, muss man kommerziellen Erfolg haben. Das habe ich gelernt seit der Schliessung des European Business Channel. Und darum war es wichtig, dass wir den Boden finden. Dass wir heute eine Dok-Sendung haben wie Wannemacher, wie Discovery, das sind Sendungen, die man nachher aufbauen kann.”

Aber es gibt ja kein Land, in dem die Millionärs-Show einen tieferen Marktanteil hatte als in der Schweiz bei TV3. In allen anderen Ländern gab es zwischen 40 und 50 Prozent Marktanteil. Also musste man sich schon überlegen, kostet sie nicht zu viel, und wenn man weniger Marktanteil hat als in anderen Ländern, läuft da nicht etwas grundsätzlich falsch?

“Das stimmt nicht. Hier kostet die Millionärs-Show ein Zehntel von dem Betrag, der dafür in Deutschland ausgegeben wird. Und sieht genau gleich aus.”

Warum?

“Weil wir inzwischen das Know-how haben, wie man kostengünstig Sendungen produzieren kann.”

Die Show wurde ja in den SRG-Studios produziert. Man kann nicht zehnmal billiger produzieren als in Deutschland.

“Ich kann dich beruhigen. Wir haben Vergleichszahlen. Auch ein Big Brother kostet bei uns maximal die Hälfte wie in Deutschland. Und es sieht trotzdem professionell aus.”

Ich habe dann im Frühling, als ich bei uns merkte, dass es nicht gut aussieht, als sich der wirtschaftliche Horizont verdüsterte, vorgeschlagen, man könnte Tele 24 und TV3 fusionieren und die besten Sendungen zusammen tun, das kam auch bei dir überhaupt nicht an. Würdest du aus heutiger Sicht noch immer sagen, dass das ein richtiger Entscheid war?

“Wir überlegten uns, was würden wir übernehmen. TalkTäglich, SonnTalk und eventuell Lifestyle, Swissdate, aber schon die News, das wäre ein Kostenblock, der aber nicht mehr Zuschauer gebracht hätte.”

Aber alle Medienexperten sagen, ohne News kann kein Sender betrieben werden, und du behauptest das Gegenteil.

“Das ist falsch, was deine Experten sagen. Berlusconi hat seine Kette nur aufgebaut, weil er keine News machen durfte. Und war froh darum.”

Er konnte sie aus technischen Gründen nicht machen.

“Nein, er durfte keine News machen. Und jetzt hat er News. Fox Amerika, erfolgreich lanciert, ohne News. Jetzt inzwischen machen sie auch News. Wir machen ja auch News, acht Minuten, und in dieser Zeit haben wir Erfolg.”

Na also gut, wir wollen nicht hierauf eingehen. Jetzt, Jürg Wildberger, für dich, wir waren zeitweise halb befreundet, dann halb verfeindet, jetzt bist du 50 geworden, hat sich das für dich gelohnt, dich für so etwas so einzusetzen und so kaputt zu machen?

“Es hat sich auf jeden Fall gelohnt. Ich habe extrem viel gelernt. Wir haben sehr gute Mitarbeiter, die auf internationalem Niveau arbeiten.”

Aber für dich persönlich. Weil, zeitweise hatte man das Gefühl, du klappst jetzt dann zusammen, du liefst wie ein Gespenst. Du hast jetzt ein wenig Farbe bekommen, wie wenn es dir gut täte, dass der Einstellungsentscheid endlich gefallen ist.

“Das kann ich nicht sagen. Wir haben Krisen durchlaufen und haben viel gelernt dabei.”

Du bist ein überdurchschnittlich spannender Mensch. Du meditierst, machst Musik, warst mal ein linker Aktivist und hast dich dann auf so ein enges Umfeld konzentriert und alle ernstesten Inhalte ausgeklammert. Ging das gut für dich?

“Ja, es macht ja Spass. Es macht Spass, hie und da etwas Neues zu machen im Leben. Und wie gesagt, meine Freude, einen Sender aufzubauen, das wäre das Ziel gewesen.”

Gut, das ging ja nicht. Man hörte Töne von der Tamedia, die man bis dahin nur von mir hörte, dass die Medienpolitik nicht gut sei, aber das Interessante ist, dass Tamedia sich nie wirklich für die Veränderung der Medienlandschaft im Grundsätzlichen eingesetzt hat, nur wenn es um Unterbrecherwerbung ging, aber nicht dafür, dass man einen Anteil der Gebühren erhält. Wäre es nicht schlauer gewesen, wenn man gemeinsam etwas unternommen hätte?

“Nein, deinen Ansatz finde ich nach wie vor falsch, dass es Konzessionsgebühren oder Empfangsgebühren für private Sender geben sollte. In ganz Europa ist völlig klar: Kommerzielles Fernsehen gibt es nur dort, wo es Werbebeschränkungen für öffentlich-rechtliche Sender gibt.”

Ihr habt es versucht. Ihr habt ja noch ein Team in Malaysia, das Robinson 3 dreht. Und ihr Abenteuer hat noch eine neue Wendung erhalten. Sie haben keinen Sender mehr, wo sie die Sendung abspulen können.

“Sie produzieren noch. Sie sind beim Finale. Und wir machen das jetzt noch fertig.”

Moritz Leuenberger sagte, ja nu, das ging halt nicht, er sagt immer das Gleiche. Er sagte, er sei betrübt über den Verlust der Arbeitsplätze, aber ich glaube nicht, dass er deswegen heute Nacht nicht schlafen kann. Deine Reaktion?

“Also, ich bin seit längerer Zeit empört über ihn. Er liebt das private Fernsehen nicht, ganz sicher nicht. Und er hat auch die Äusserung gemacht, wenn die Zukunft des privaten Fernsehens von der Unterbrecherwerbung abhängt, dann kann er nicht helfen. Das finde ich eine zynische Äusserung. Denn ich kann jederzeit beweisen, wenn wir Unterbrecherwerbung hätten, hätten wir 20 bis 30 Prozent Mehreinnahmen, und dann sähe die Rechnung wieder anders aus.”

Gut, wenn die Schweiz es fertig bringt, innert zwei Tagen zwei Milliarden Franken für die Swissair locker zu machen, sollte es auch weniger als zehn Jahre gehen, bis ein gutes Mediengesetz entsteht. Würde ich meinen. Aber offenbar, die Interessen sind andere.