

Interview mit:

EGLE

Sechs Jahre war Franz Egle EDA-Informationsschef und persönlicher Berater von Bundesrat Flavio Cotti, jetzt wechselt er zur Firma Hirzel.Neef. Rasi.Schmid. und steigt für die Expo.01 in den Sattel. Egle berichtet über seine Erfahrung im Umgang mit der schweizerischen und internationalen Presse.

Interview: Oliver Prange

“Bei einzelnen neueren Schweizer Medienprodukten sehe ich eine gewisse Entwicklung Richtung Beliebigkeit: Heute ist das eine wichtig und richtig, morgen das Gegenteil.”

“Die Popularität einzelner Regierungsmitglieder spielt in unserem Land zum Glück nicht eine wesentliche Rolle, wir haben ein Kollegialsystem und nicht Regierung und Opposition.”

“In der Kontroverse um die nachrichtenlosen Vermögen und das Verhalten der Schweiz im Zweiten Weltkrieg konnte ich feststellen, dass auch sogenannte seriöse Zeitungen wie etwa die New York Times oder El Pais unbesehen falsche Bilder und Vorurteile übernehmen.”

“Ich habe auch schon erlebt, dass einzelne Zeitungen eigentliche Kampagnen gegen ein Mitglied des Bundesrates fahren. Ich weiss allerdings nicht, ob diese Angriffe in Serie tatsächlich die erhoffte Wirkung bringen.”

Mitte August kamen die Schweizer Grossbanken in der Problematik um die nachrichtenlosen Gelder mit ihren amerikanischen Anklägern zu einer Einigung. Was passierte daraufhin im Bundeshaus?

“Federführend für diese Fragen ist die Task Force unter der Leitung von Botschafter Thomas Borer, die dem EDA angegliedert ist. Thomas Borer hat sein Büro gleich neben meinem, was eine ständige Kommunikation zwischen uns möglich macht. Am Morgen nach der Einigung der Banken mit den Klägern haben wir zuhause mit den anderen Departementen einen Entwurf für eine Stellungnahme des Bundesrates ausgearbeitet.”

Bis die Stellungnahme erfolgte, verging ein Tag.

“Was nicht lange ist.”

Eine schnelle Reaktion dürfte schwierig sein, wenn man sich mit sieben Bundesräten absprechen muss?

“Es gibt immer wieder Situationen, in denen das Kollegialsystem mit seinen eher langsamen Entscheidungsrythmen den Erwartungen der Medien nach schnellen Reaktionen nicht gerecht wird. Doch Stellungnahmen des Bundesrates müssen von jedem Mitglied der Regierung abgesegnet werden. Das ist zeitaufwendig, schliesslich sind nicht alle Mitglieder von vornherein gleicher Meinung. Im vorliegenden Fall wurde die Stellungnahme des Bundesrates erst nach 17.00 Uhr veröffentlicht. Im Radio DRS wurde aber bereits am Mittag gefrotzelt, der Bundesrat brauche wieder übermässig viel Zeit für die Ausarbeitung seiner Stellungnahme.”

Welcher Eindruck entstand dadurch in der Öffentlichkeit?

“Sie nahm wohl kaum zur Kenntnis, dass der Bundesrat da ein paar Stunden brauchte, um seine Stellungnahme festzulegen. Aber verschiedene Journalisten erhielten den Eindruck, das Gremium arbeite nicht effizient, und schrieben entsprechende Kommentare. Wichtiger noch als ein hohes Tempo ist aber der Inhalt der Politik. Und der war stets ganz klar: Es fliessen keine Steuergelder in einen Vergleich zwischen den Banken und den Klägern. Nachdem die Banken im Juni im Rahmen eines Vergleiches ein ‘letztes’ Angebot von 600 Millionen Dollar machten, übte die amerikanische Seite hinter den Kulissen massiv Druck auf den Bundesrat aus, er oder die Nationalbank sollten doch noch zusätzlich 250 Millionen Dollar bezahlen, dann sei das Problem vollumfänglich und definitiv gelöst. Ein verlockendes Angebot. Der Bundesrat blieb aber bei seiner Linie, er willigte nicht in Zahlungen aus Steuergeldern ein.”

Welche Rolle spielen Sie in diesem Prozess?

“Ich leite die Informationstätigkeit des EDA und bin persönlicher Berater von Bundesrat Flavio Cotti in solchen Fragen. Das heisst, ich berate den Bundespräsidenten bezüglich des Wie und des Wann bei Bekanntgabe von Entscheidungen. Nach dem ‘Deal von New York’ schlug ich beispielsweise dem Bundespräsidenten vor, nach der Sitzung des Bundesrates zu diesem Thema noch einmal klar darzulegen, warum es nicht Sache des Bundesrates sein konnte,

sondern eben der Banken, diesen Vergleich abzuschliessen, und aufzuzeigen, wie der Bundesrat nun gedenkt, diesen Themenkomplex weiter zu behandeln, das heisst ein Statement zur Solidarität, zur Bergier-Kommission und zur Zukunft der Task Force abzugeben.”

Trotzdem erhielt man den Eindruck, dass die Schweiz in dieser Angelegenheit eine unglückliche Rolle spielte. Man liess sich zu sehr in die Rolle des Angeklagten drücken, und die Kommunikation beschränkte sich aufs Reagieren.

“Dieser Eindruck lässt sich nicht von der Hand weisen. Es war objektiv gesehen so, dass die Schweiz international unter Druck kam und sie reagieren musste. Ausgelöst wurde das Problem durch die über Jahrzehnte nicht geklärte Frage der nachrichtenlosen Konti bei den Banken. Später wurde der Druck auf die Nationalbank und auf die Regierung ausgeweitet. Dann – mit den Boykottdrohungen – potentiell auch auf andere Zweige der Schweizer Wirtschaft. Mit ihrem Vergleich haben die Banken nun ein Problem gelöst, das sie grossenteils selber verursacht haben.”

Vielleicht hätten Sie als EDA-Informationsschef den Bundesrat frühzeitig auf derlei Gefahren aufmerksam machen müssen?

“Niemand sah eine solche Entwicklung voraus. Noch Ende 1995, als im Ständerat eine Neuregelung der Frage der nachrichtenlosen Vermögen zur Debatte stand, nahmen weniger als die Hälfte der Ratsmitglieder an dieser Abstimmung teil. Und die SDA, die praktisch über alles berichtet, was in den Räten geschieht, brachte nicht einmal eine Meldung. Es war schlichtweg für niemand ein Thema.”

In solchen Fällen wäre ein weltweites Informationsnetz nötig, sonst können solche Entwicklungen nicht erkannt werden.

“Natürlich. Das gehört zu den Aufgaben der Botschaften. Doch gibt es Dinge, die in ihren Dimensionen kaum voraussehbar sind.”

Inwiefern erteilen Sie Bundesrat Flavio Cotti nicht nur inhaltliche Vorschläge, sondern betreffend Kleidung, Aussehen, Haltung und Sprechweise?

“Solche Fragen zu Äusserlichkeiten erachte ich nicht als sonderlich relevant. Herr Cotti gibt sich, wie er ist, und kleidet sich, wie er will, ich bin da nicht Ratgeber.”

In den USA wird die Körperhaltung des Präsidenten bis zum Augenaufschlag gestylt.

“Ich weiss. Das ist bei uns nicht der Fall.”

Nach welchen Kriterien beurteilen Sie, welchem Medium der Bundespräsident ein Interview gewährt?

“Es gilt grundsätzlich das Prinzip ‘first come, first served’. Dabei spielt es in der Regel keine Rolle, ob es sich um ein grosses Medium oder um eine Lokalzeitung handelt.”

Das dürfte zu langen Wartezeiten führen angesichts der vielen hundert Medienprodukten?

“Nicht einmal. Selbst nach dem Bankendeal hatten wir nur vereinzelt Anfragen für Interviews.”

Wie bereiten Sie den Bundespräsidenten auf ein Interview vor?

“Es gibt nur wenig Vorbereitung. Herr Cotti antwortet in der Regel spontan, er braucht die Fragen nicht im voraus zu kennen. Er kennt ja das jeweilige Dossier und weiss, was er sagen will. Bei Live-Interviews für Fernsehen oder Radio besprechen wir manchmal kurz vorher die Fragen mit dem Journalisten. Aber auch das ist eher die Ausnahme.”

Inwiefern sind Sie für das Image von Flavio Cotti zuständig?

“Ein Politiker wird gemessen an seiner Politik, das heisst, an seiner politischen Haltung, an der Art, wie er diese kommuniziert, und am Ausmass, in dem er sie auch umsetzen kann. Eine meiner Aufgaben besteht darin, Herrn Cotti Möglichkeiten zu schaffen, seine politische Haltung darzulegen. Das kann geschehen durch Ansprachen, durch Interviews, Teilnahme an kontradiktorischen Diskussionen. So ergibt sich Image: Macht er eine gute Politik, hat er auch ein gutes Image. Natürlich spielen – vor allem am Fernsehen – auch Aspekte wie sympathisches Auftreten, Mimik, Kleidung, Humor und Menschlichkeit eine imagebildende Rolle. Zuerst wird aber gewiss die Leistung beurteilt.”

Vor wenigen Wochen wanderte Flavio Cotti mit vielen Leuten durchs Maggiatal. Eine populistische Imageaktion?

“Solche Aktionen sind Ausnahmen. Und sie konnte nur funktionieren, weil Herr Cotti ja einerseits ein klares politisches Profil hat (EU-Befürworter, OSZE-Präsident, Einsatz für Menschenrechte) und andererseits weil die Aktion authentisch war: Cotti ist Tessiner, er wandert viel und er liebt den Dialog mit den Menschen. Wären diese drei letzteren Elemente nicht gegeben gewesen, hätte sich die ganze Aktion als durchsichtiger PR-Gag entpuppt. Nachdem die Idee für die Wanderung da war, mussten wir einen Organisator finden, denn das konnte ja nicht das EDA sein. Die lokale Tourismus-Vereinigung erklärte sich sofort dazu bereit. So ergab sich schliesslich ein Doppelleffekt: Einerseits erhielt der Bundespräsident Publizität, andererseits erschien das Maggiatal als Wanderregion in den Medien. Tatsächlich berichteten die Tageszeitungen und die Schweizer Fernsehsender ausgiebig über die Wanderung, an der 500 Leute teilnahmen.”

Bundesrat Cotti wurde zu Beginn seiner Amtszeit speziell von der Ringier-Presse stark kritisiert. Wie schaffte er den Turnaround?

“Man warf ihm Widersprüchlichkeit und Zögerlichkeit vor und ein Ankündigungsminister zu sein, der viel verspricht und wenig hält. Ich denke, dass es in der Zwischenzeit gelungen ist zu zeigen, dass dies nicht zutrifft. Den Turnaround schaffte er einerseits durch eine kontinuierlich klare Haltung in zentralen aussenpolitischen Fragen wie etwa EU-Beitritt, UNO-Beitritt oder Menschenrechte; andererseits konnte er zeigen, dass er die Interessen der Schweiz auf dem internationalen Parkett sehr gut vertritt – unter anderem durch seine erfolgreiche OSZE-Präsidentschaft oder jetzt durch die konsequente Haltung in der Frage der nachrichtenlosen Vermögen.”

In den USA und immer stärker auch in Deutschland nehmen populistische Aktionen stark zu, während die politische Botschaft an Wichtigkeit verliert.

“Diesen Trend kann ich in der Schweiz eigentlich nur wenig feststellen. Natürlich spielt auch bei uns die Form eine Rolle, aber im Zentrum stehen nach wie vor die politischen Inhalte. Wollte Bundespräsident Cotti vor allem populär sein, so würde er nicht so klar für die EU-Mitgliedschaft oder für den UNO-Beitritt der Schweiz eintreten.”

Haben Sie einen Kommunikationsplan, in dem Sie die einzelnen Popularitäts-Massnahmen langfristig auflisten, oder entstehen die Ideen zufällig und als Schnellschuss?

“Es gibt keinen solchen Plan. Meine Hauptaufgabe ist es, Gründe und Hintergründe von Entscheiden, welche in unserem Departement gefällt werden, einsichtig und nachvollziehbar zu machen.”

Existiert ein Konkurrenzverhältnis unter den Bundesräten bezüglich der Popularität?

“Das konnte ich nie feststellen. In den Popularitätserhebungen, welche Zeitungen oder Zeitschriften durchführen, ist einmal jener Bundesrat und dann wieder ein anderer vorne. Solche Erhebungen sind nicht so relevant. Der Bund investiert keinen Rappen in derlei Forschungen. Die Popularität einzelner Regierungsmitglieder spielt in unserem Land zum Glück nicht eine wesentliche Rolle, wir haben ein Kollegialsystem und nicht Regierung und Opposition.”

Sie wechseln auf Neujahr zur Firma Hirzel.Neef. Rasi.Schmid., Kommunikations- und Wirtschaftskonsulenten, und werden dort Partner. Wie würden Sie Ihr Fazit ziehen?

“Die sechs Jahre neben Bundesrat Cotti waren sicher die spannendste Zeit in meinem Berufsleben. Ich erhielt einen umfassenden Einblick in die Entscheidungsfindungsmechanik der eidgenössischen Politik mit

den drei Hauptakteuren Regierung, Parlament und Medien. Ich werde bei meiner neuen Tätigkeit aber in Bern bleiben, denn ich will die Nähe zu Bundeshaus und Politik behalten.”

Ein anderes Wort für Entscheidungsfindungsmechanik ist Kompromisswirtschaft.

“Ein Kompromiss ist nicht schlecht, wenn er nicht faul ist. Kompromisse sind ja Entscheide, die von allen Akteuren mitgetragen werden. Dies führt zu Stabilität, einer der hervorstechenden Qualitäten unseres politischen Systems. In Ländern mit Regierungs-/Oppositionssystem wird enorm viel Energie zur eigenen Profilierung und zur Diffamierung der Gegner verbraucht. Wir können diese Energien besser einsetzen.”

Wie kam Ihr Wechsel in die Privatwirtschaft zustande?

“Aloys Hirzel fragte mich vor einiger Zeit, ob mir eine Partnerschaft zusagen würde. Und Victor Schmid kenne ich schon viele Jahre: Wir waren beide während des Studiums redaktionelle Mitarbeiter der damaligen LNN, und später war er mein Vorgänger als Informationschef bei Bundesrat Cotti. Ich denke, wir sind Leute mit ähnlichen Berufsauffassungen.”

Wie würden Sie diese beschreiben?

“Wir stellen Professionalität und Effizienz ins Zentrum unserer Arbeit. Schaumschlägerei ist uns fremd. Die Partner von Hirzel.Neef.Rasi.Schmid. sind zudem nicht Leute, die vor allem sich selber in die Medien bringen wollen.”

Sie werden nun neu Jacqueline Fendt und die Expo.01 beraten?

“Die Expo.01 wird mein wichtigstes Mandat sein. Die Expoleitung hatte bis vor kurzem tatsächlich Kommunikationsprobleme. Es gelang ihr zu wenig, in wichtigen Kreisen Vertrauen zu schaffen. Aloys Hirzel unterbreitete der Expoleitung Anfang Sommer ein Konzept mit kurz- und längerfristigen Massnahmen. Ich denke, mit seiner Unterstützung hat sich bereits wichtiges getan. So konzipierte er die erfolgreiche Pressekonferenz von Mitte Juli.”

Es liegt auf der Hand, eine Pressekonferenz zu veranstalten.

“Vielleicht. Doch auch die Umsetzung und die Botschaften müssen stimmen.”

Aus Ihrer Sicht existiert nur ein Kommunikationsproblem bei der Expo?

“Mir ist kein anderes grösseres Problem bekannt. Bei der Expo.01 arbeiten hochqualifizierte Personen, die ausgezeichnete Arbeit leisten. Ich werde die Verantwortung für den Bereich Medien und Information übernehmen. Dies beinhaltet die Medienkontakte und teilweise auch

Relationship-Management. Das ist eine ähnliche Arbeit, wie ich sie heute mache.”

Sind Sie politisch aktiv?

“Nein. Während der Uni stand ich der Linken nahe, habe mich aber heute zur Mitte hin entwickelt.”

Könnten Sie an Ihrer jetzigen Stelle in einer anderen Partei als Ihr Chef politisch aktiv sein?

“Es wäre wahrscheinlich nicht ganz unproblematisch, wenn ich sehr aktiv in einer andern Partei politisieren würde. Aber Herr Cotti hatte mich nie nach einer Parteizugehörigkeit gefragt. Was er erwartet, ist Professionalität.”

Im EDA haben Sie auch viel mit ausländischen Medien zu tun. Wie beurteilen Sie die Qualität der Schweizer Medien gegenüber den ausländischen?

“Ich erachte die Qualität der Schweizer Medien im internationalen Vergleich als hoch. Die Tendenz zum Infotainment ist in ausländischen Medien stärker. Bei einzelnen neueren Schweizer Medienprodukten sehe ich allerdings auch eine gewisse Entwicklung Richtung Beliebigkeit: Heute ist das eine wichtig und richtig, morgen das Gegenteil. Ich bedaure diese Entwicklung. In der Kontroverse um die nachrichtenlosen Vermögen und das Verhalten der Schweiz im Zweiten Weltkrieg konnte ich allerdings feststellen, dass auch sogenannte seriöse Zeitungen wie etwa die New York Times oder El Pais unbesehen falsche Bilder und Vorurteile übernehmen, ohne sich zu bemühen, der Angelegenheit auf den Grund zu gehen.”

In welchen Sprachräumen ist das Infotainment besonders auf dem Vormarsch?

“Ich denke, dies findet in allen Ländern statt. Vielleicht am ausgeprägtesten im englischen Sprachraum.”

Sind Sie je in die Lage gekommen, dass Sie von einem Medium manipuliert wurden?

“Es gibt – eher selten –, was man ‘tendenziöse Berichterstattung’ nennt: Es werden einzelne Fakten ausgewählt, andere ausgelassen, und zu einer Geschichte verdichtet, welche dann einen völlig falschen Eindruck von der Realität gibt. Ich habe auch schon erlebt, dass einzelne Zeitungen eigentliche Kampagnen gegen ein Mitglied des Bundesrates fahren. Ich weiss allerdings nicht, ob diese Angriffe in Serie tatsächlich die erhoffte Wirkung bringen, nämlich die Zermürbung dieser Person oder die Erhöhung der Auflagenzahlen. Erlebt aber habe ich, dass derart persönlich attackierte Bundesräte viele Solidaritätsbezeugungen aus der Bevölkerung bekommen.”

Warum werden solche Kampagnen lanciert? Erfolgen diese für eine Beeinflussung der Leserzahl oder durch persönliche Einstellungen der Autoren?

“Ich weiss es nicht. Ich vermute, es kommen mehrere Elemente zum Tragen.”

Müsste man in solchen Fällen nicht den Kontakt zum Journalisten suchen?

“Wenn jemand eine Kampagne macht, bringen Gespräche in der Regel nichts.”

Würden Sie, wenn jemand negativ schreibt, diese Person kontaktieren und den Sachverhalt erklären?

“Bei faktischen Fehlern mache ich dies sicher. Es kann aber auch sein, dass ein Journalist einfach die Entscheide der Regierung oder des Departementes nicht teilt. Das ist ja sein gutes Recht. In einem solchen Fall haben wir vielleicht vorher unsere Politik zuwenig gut erklärt. Vielleicht noch ein Wort zum Thema “Krach im Bundesrat”: Bekanntlich ist unsere Landesregierung eine Kollegialbehörde, das heisst, die Mitglieder tragen einmal gefällte Entscheide gemeinsam. Es ist aber nichts als natürlich, dass in der Phase der Entscheidungsfindung nicht immer alle gleicher Meinung sind. Manchmal wird über eine Frage auch abgestimmt. Dringen dann die Meinungen einzelner Bundesräte aus dieser Phase nach aussen, so wird dies auch mal als ‘Krach im Bundesrat’ dargestellt. In der Regel handelt es sich jedoch um normale Auseinandersetzungen, welche im gegebenen Rahmen geregelt werden.”

Welche Meinung haben Sie inzwischen über die Medien entwickelt, welche einerseits auflageträchtige Geschichten bringen müssen und andererseits eine Grundseriosität vertreten sollen?

“Ich stelle fest, dass der Konkurrenzkampf zwischen verschiedenen Medien stark zugenommen hat. Der Druck entsteht vor allem durch neu am Markt erscheinende Publikationen, die sich etablieren und behaupten müssen. Ich denke, dass dieser Konkurrenzkampf sich in den nächsten Jahren noch steigern wird.”

Die Konkurrenz müsste die Qualität eher anheben?

“Nicht unbedingt. Es gibt einen gewissen Druck nach Vereinfachung, nach Oberflächlichkeit und nach Personifizierung – eben Infotainment.”

Normalerweise funktioniert so etwas in der freien Marktwirtschaft anders?

“Ja schon. Am Markt behauptet sich aber, wer oder was Erfolg hat. Und Erfolg haben ja nicht nur Qualitätsmedien, sondern auch Medien, die Infotainment betreiben. Solche Medien werten übrigens die

Faktentreue nicht immer sonderlich hoch. Aber sie bleiben die Ausnahme: Ich erachte die Qualität der Schweizer Medien als sehr hoch. Journalisten, die nicht seriös arbeiten, die die Fakten nicht abklären, sind mir sehr selten begegnet.”