

# Interview mit: Kai Diekmann

Mit 12,3 Millionen Lesern ist die Bild-Zeitung die grösste europäische Tageszeitung. 34 verschiedene Ausgaben aus 20 verschiedenen Redaktionen werden täglich produziert. Doch BILD ist mehr: für die einen ein unverbesserliches Kampfblatt, für die andern der journalistische Schrittmacher. Gegenüber "persönlich" äussert sich Chefredaktor Kai Diekmann über das Erfolgsrezept. Interview: Matthias Ackeret.

*"Michelle Hunziker wird die Artikel der Bild-Zeitung überleben – Hauptsache, ihr Name ist richtig geschrieben."*

*"Schlagzeilen können Schläge sein. Wir berücksichtigen daher immer die persönlichen oder politischen Konsequenzen."*

*"Im Grunde genommen kann nur noch BILD Öffentlichkeit erzeugen."*

*"Natürlich wird die Regierung diese Krise überleben – ich weiss nur nicht, wie lange!"*

*"Es hat mich wirklich überrascht, wie lustvoll angeblich seriöse Zeitungen über Friedmans Seitensprünge spekulierten."*

*"Auflage ist kein Parameter für journalistischen Erfolg – was zählt, ist profitable Auflage."*

*"Ich kenne Thomas Borer gut und habe ihn immer sehr gemocht. Es handelt sich um eine ausgesprochen bedauerliche Geschichte."*

*"Ich lese mit der NZZ mindestens eine Schweizer Zeitung. Deren Layout gefällt mir immer noch sehr gut!"*

**Herr Diekmann, Sie sind Chefredaktor der grössten europäischen Tageszeitung. Wie äussert sich diese Verantwortung?**

“Massenmedien – und das gilt nicht nur für die BILD – haben grossen Einfluss. Daher tragen wir Tag für Tag besondere Verantwortung, nicht nur gegenüber unseren 12,3 Millionen Lesern. Das gilt aber nicht nur für den Chefredaktor, sondern für das ganze Team. In unserer Redaktion arbeiten viele gestandene Journalisten, die selbst schon ein Blatt geführt haben und sich dieser Verantwortung bewusst sind.”

**Verantwortung ist ein dehnbare Begriff. Wie sieht das in der täglichen Arbeit aus?**

“Schlagzeilen können Schläge sein. Wir berücksichtigen daher immer die persönlichen oder politischen Konsequenzen, die sich aus Schlagzeilen ergeben können. Thema der heutigen Redaktionskonferenz waren die Gesundheitsreform und deren Folgen für Millionen von deutschen Arbeitnehmern. Im Mittelpunkt stand die Frage, wie wir dieses Thema behandeln. Einhellige Ansicht war, dass es sich bei der Gesundheitsreform um eine Scheinlösung handelt, die ein marodes System weiter aufrecht erhalten soll. Da wir aber echte Reformen in Deutschland für unausweichlich halten, werden wir den populistischen Kuschelkurs der Parteien, die wirkliche Lösungen auf kommende Wahlperioden verschieben, nicht mitmachen. Leichter wäre der andere Weg. Aber wir verzichten darauf, unsere Leser bei jeder Neuerung mit populistischen Argumenten aufzumunitionieren. Das verstehe ich unter Verantwortung.”

**Trotzdem richtet sich jede vierte Rüge vor dem deutschen Presserat gegen die Bild-Zeitung.**

“Das ist kein Widerspruch. Der deutsche Presserat ist ein Organ der Selbstkontrolle, das lediglich einschreitet, wenn es dazu aufgefordert wird. Eine Zeitung mit weit über 12 Millionen Lesern zieht naturgemäss mehr Beschwerden auf sich als eine kleinere Publikation mit 100000. Das ist eine Frage der Arithmetik. Umgekehrt steht die Bild-Zeitung bei der Zahl der zurückgewiesenen Beschwerden an erster Stelle. Übrigens wird die Spruchpraxis des Presserates momentan sehr stark diskutiert. Viele Chefredaktoren – gerade von Regionalzeitungen – bemängeln, dass die Spruchpraxis einer objektiven Berichterstattung zuweilen entgegenstehe. Ein Problem ist sicherlich auch, dass keine Chefredaktoren im Presserat vertreten sind.”

**Gleichzeitig wollen Sie in Zukunft sanfter werden und berichten beispielsweise nicht mehr über Selbstmorde.**

“Nein, das war eine Falschmeldung von SPIEGEL-Online.”

**Im Wahlkampf des vergangenen Jahres initiierten Sie eine massive Kampagne gegen die Bundesregierung. Politisch sind Sie keineswegs so unabhängig, wie Sie vorgeben.**

“Falsch. Wir haben im vergangenen Jahr keine Kampagne gegen die Bundesregierung geführt, sondern bereits vor der Wahl diejenigen Probleme – Rentenkasse, Haushaltslöcher, Krankenversicherung, Arbeitslosigkeit – beleuchtet, die uns heute schmerzhaft beschäftigen. Das wurde von unseren Kritikern als Wahlkampf für die Union ausgelegt...”

**Was es auch war...**

“Wieder falsch. Bild hat schlichtweg getan, was alle Medien tun sollten: den Mächtigen auf die Finger zu gucken – und die sitzen naturgemäß in der Regierung und nicht in der Opposition. Dass wir damit richtig lagen, hat sich dann bestätigt: Vier Wochen nach der Wahl sind ausnahmslos alle Medien auf unsere Linie eingeschwenkt. Der STERN sprach von den ‘Feiglingen von Rot-Grün’, die Süddeutsche von einer ‘Regierung der Enttäuschung’, die taz titelte: ‘Tief Gerhard über Deutschland’. Im Übrigen schonen wir auch die Opposition nicht. So haben wir die Union vor kurzem wegen ihrer undurchsichtigen Verweigerungspolitik gegenüber Steuersenkungen aufs Schärfste kritisiert, während wir Schröder einen Steuerorden verliehen haben.”

**Nochmals zum Wahlkampf. Trotz Ihrer massiven Kritik wurde die Regierung Schröder im vergangenen Jahr nicht abgewählt. Frustriert?**

“Es war nicht unser Ziel, die Regierung abzuwählen. Was wir wollen, ist, auf Missstände hinzuweisen. So hat BILD früher auch Helmut Kohl oft kritisiert – bis zur legendären ‘Umfaller’-Schlagzeile. Generell haben Medien eher wenig Einfluss auf Wahlen – sonst hätte Helmut Kohl die ständigen Attacken von STERN und SPIEGEL politisch nicht überlebt. Entscheidend für den Wahlsieg von Schröder waren Flutkatastrophe und drohender Irakkrieg, die jede Auseinandersetzung mit den brennenden innenpolitischen Problemen völlig verdrängte.”

**War es früher einfacher, Öffentlichkeit zu erzeugen?**

“Die Zeiten haben sich geändert. Die Mauer ist weg, auch die Bedrohung aus dem Osten. Ideologien spielen keine Rolle mehr, die Menschen sind gelassener geworden. Das heisst aber auch: Leicht sind die Menschen nicht mehr aufzurütteln, und ob die SPIEGEL-Krise oder der Schah-Besuch heute noch zu Massenprotesten führen würde, ist fraglich. Zudem hat die Einführung des Privatfernsehens die mediale Aufmerksamkeit stark segmentiert. Im Grunde genommen kann nur noch BILD Öffentlichkeit erzeugen. Weil wir täglich eine Leserschaft von

12,3 Millionen erreichen, weil wir die Themen setzen, über die man spricht.”

**Wie gross ist der Druck der Politik auf den Chefredaktor der Bild-Zeitung?**

“Während des vergangenen Wahlkampfs war ich froh, in der Schweiz zu sein, nachdem der damalige SPD-Generalsekretär Müntefering gegen mich Strafanzeige wegen unserer Berichterstattung über den Missbrauch von Bonusmeilen gestellt hatte. Denn ich war mir sicher, dass mich Ihr Land deswegen nicht ausweisen würde. Im Ernst: Solche Auseinandersetzungen gehören zum täglichen Geschäft. Jede Regierung, die kritisiert wird, wittert sogleich eine Kampagne. Es ist aber unser verfassungsmässiger Auftrag, Fehlverhalten der Regierenden aufzuzeigen. Mit Boshaftigkeit hat dies nichts zu tun. Wenn sich die Beschwerden von Regierung und Opposition die Waagschale halten, machen wir unseren Job richtig. Unser Platz befindet sich zwischen allen Stühlen.”

**Trotzdem werden Sie als ehemaliger Biograf von Helmut Kohl immer wieder in die konservative Ecke gestellt.**

“Damit muss ich leben. Wir fassen auch die CDU hart an, wenn es erforderlich ist – wie den sächsischen Ministerpräsidenten Biedenkopf, als publik wurde, dass er sich seinen Koch, seine Putzfrau und seinen Gärtner vom Steuerzahler finanzieren liess. Auf der Pressekonferenz zu seinem Rücktritt hat Biedenkopf – sinngemäss – gemeint: ‘Wenn Axel Springer heute die BILD lesen würde, würde er sich im Grab umdrehen.’ Woran man zwei Dinge erkennt: Erstens, dass Biedenkopf von der Ehrenhaftigkeit Axel Springers keinen blassen Schimmer hatte. Und zweitens, wie voreilig es ist, uns für bedingungslos konservativ zu halten.”

**Bei der Kokainstory um den Anwalt und Fernsehmoderator Michel Friedman zeigten Sie während Tagen mit dem Moralfinger auf den Angeklagten, um anschliessend seine Rehabilitation zu fordern. Welchen Standpunkt vertritt BILD?**

“Im Gegensatz zu anderen Medien haben wir – da wir die Aktenlage sehr genau kannten – auf pauschale Verurteilungen und pauschale Freisprüche verzichtet. Erst nach Abschluss der Affäre hat Rafael Seligmann in einem Kommentar gefordert, dass Friedman eine zweite Chance verdiene. Aber zurücknehmen mussten wir nichts.”

**Aber ist es nicht ein bisschen scheinheilig, wenn Sie mit Ihrer – punktgenauen – Berichterstattung die öffentliche Meinung aufpeitschen, um anschliessend eine zweite Chance für Friedman zu verlangen.**

“Wie bitte? Wir haben die Öffentlichkeit nie aufgepeitscht. Selbstverständlich muss BILD über die Polizeirazzia bei einem sehr prominenten TV-Moderator berichten. Wir legten unseren

Fokus auf die strafrechtlich relevanten Punkte und die Frage, wie es zu diesem Verfahren gekommen ist. Friedmans Bordellbesuche waren für uns nur von peripherem Interesse, weil strafrechtlich irrelevant. Anders die Konkurrenz, wobei mich vor allem überraschte, wie lustvoll angeblich seriöse Zeitungen in aller Ausführlichkeit über Friedmans Seitensprünge spekulierten. Es war das Verdienst der Süddeutschen Zeitung, von einem angeblichen Sex-Video zu fabulieren, auf welchem Friedman zu sehen sei. Und die Frankfurter Rundschau bezichtigte ohne Beweise verschiedene Bundestagsabgeordnete des Bordellbesuchs. Worin im einen wie im anderen Fall die strafrechtliche Bedeutung liegt, weiss ich bis heute nicht. In unserer Berichterstattung ging es allein um relevante Tatsachen, nicht um mögliche Eventualitäten.”

**Kann man in diesem Punkt ein gewisses Frustrationspotenzial des Bild-Chefredaktors gegenüber angeblich seriösen Blättern wie der Süddeutschen Zeitung heraushören?**

“Nein, überhaupt nicht. Aber gerade die Süddeutsche betreibt eine Medienberichterstattung, die immer den Splitter im Auge des anderen sucht. Wenn der Süddeutschen dann der Balken auf die eigenen Zehen fällt, darf man schon darauf hinweisen.”

**Wo liegen Ihre Grenzen?**

“Grundsätzlich ist das Privatleben tabu. Das gilt aber nicht für diejenigen, die mit ihrem Privatleben das Licht der Öffentlichkeit suchen. Wer das tut, kann sich nicht plötzlich auf seine Privatsphäre berufen, nur weil dort nicht mehr alles vorzeigbar ist. Nehmen Sie Bärbel Schäfer, die Freundin von Michel Friedman. Zuerst macht Friedman in einer Pressekonferenz seiner Freundin ein öffentliches Liebesgeständnis und bittet die Medien voller Pathos, dass diese ihr Privatleben respektieren möchten. Wenige Tage später gibt Frau Schäfer der BUNTEN ein mehrseitiges Interview über ihr Verhältnis zu Friedman, um anschliessend zu erklären, sie seien kein öffentliches Paar. Das ist doch absurd.”

**Gibt es viele Fälle, in denen Sie sich bei Ihrer Berichterstattung zurückhalten?**

“Natürlich. Über das Privatleben von Thomas Gottschalk oder Harald Schmidt finden Sie bei uns nichts. Weil diese ihr Privatleben privat halten. Ähnlich ist es mit Aussenminister Fischer. Er hat die Presse nie zu seinen Hochzeiten eingeladen oder mit seiner Gattin einen Wahlkampf geführt wie Schröder mit Buttons ‘Ich wähle der Doris ihrem Mann seine Partei’. Daher haben wir auch nicht über angebliche Eheprobleme des Aussenministers berichtet, obwohl andere Blätter ständig Andeutungen machten. Erst als sich Fischer mit einer neuen Freundin in der Öffentlichkeit zeigte, war es für BILD ein Thema. So entscheiden wir von Fall zu Fall.”

**Gibt es ein Rezept für besonders erfolgreiche Titel?**

“BILD hat den Anspruch, schneller dran und näher dran zu sein als jedes andere Medium. Unsere vielen Exklusivgeschichten garantieren unseren Lesern einen Informationsvorsprung, den kein anderes Medium bietet. Dies gilt nicht nur für die Politik, sondern auch für die Bereiche Sport, Wirtschaft, Unterhaltung. BILD ist der journalistische Schrittmacher Deutschlands. Das wird von den einen neidlos, von den anderen neidvoll anerkannt. Der ehemalige Regierungssprecher Gerhard Schröders Uwe-Karsten Heye – wahrhaft kein Springer-Freund – hat kürzlich gegenüber der Süddeutschen Zeitung bemerkt, dass früher der SPIEGEL das Leitmedium gewesen sei. Heute habe der SPIEGEL seinen intellektuellen Glanz weit gehend verloren. Stattdessen habe sich BILD als Meinungsführer durchgesetzt.”

**Verschiedene Stimmen behaupten, seit dem 11. September 2001 sei die Spassgesellschaft vorbei. Spüren Sie das auch?**

“Ich konnte mit dem Begriff Spassgesellschaft nie etwas anfangen, zumindest nicht mit der negativen Konnotation. Jedes Sozialsystem, das den Menschen elementare Lebensängste wie Krankheit, Armut, Hunger abnehmen will, führt zu einer leichteren Lebenseinstellung. Aber das war jahrelang das Ziel aller Parteien und vieler Leute, die heute so beredt Klage führen über die Spassgesellschaft. Richtig aber ist, dass es damit wohl zu Ende geht. Jedoch nicht wegen des 11. September, sondern weil die deutschen Sozialsysteme aufgrund jahrzehntelanger politischer Untätigkeit vor dem Kollaps stehen. Das hat für alle weit reichende Konsequenzen, was sich auch in der neuen und grossen Ernsthaftigkeit äussert.”

**Wie schlimm steht es dann um Deutschland wirklich?**

“Nur beim Zinsniveau liegen wir noch besser als die Schweiz. Ansonsten bin ich tiefster Überzeugung, dass wir die deutschen Sozialsysteme dringend reformieren müssen, um die Belastungen der Arbeit zurückzuschrauben. Passiert das nicht, wird es auch politisch zu grossen Verwerfungen kommen. Aber wenn man das plan- und zukunftslose Herumdoktern der grossen Volksparteien beobachtet, könnte man meinen, dies sei ihnen völlig egal.”

**Wird die Regierung diese Krise überleben?**

“Natürlich – ich weiss nur nicht, wie lange! Im Ernst: Die Krise der Sozialsysteme besteht schon seit vielen Jahren. Sie wurde durch die Wiedervereinigung nur kurzfristig überspielt, um danach mit doppelter Wucht zurückzukehren. Aber schon 1970 war jedem Statistiker klar, dass die Sozialsysteme ohne gravierende Änderungen die demografische Entwicklung nicht überleben werden. Hier ist schlichtweg 30 Jahre nichts getan worden. Was die gegenwärtige Krise für die Regierung bedeutet, lässt sich kaum sagen. Die politische Stimmung ist so volatil, dass man heute nicht weiss, was am nächsten Sonntag gilt. Entscheidend ist, ob die Regierung endlich ein tragfähiges

Konzept vorlegt, wie sie die Probleme lösen will. Die Agenda 2010 ist allenfalls ein ganz kleiner erster Schritt.”

**Ändert diese Krise etwas an der redaktionellen Ausrichtung?**

“Die Folgen der anstehenden Reformen sind gravierend für die Lebensplanung vieler Millionen Menschen. Darüber müssen wir informieren. So haben wir kürzlich auf Seite 2 die grösste Ratgeberaktion aller Zeiten gestartet, in welcher Experten zu den Themen Schulden, Rente, Miete, Kranken- und Lebensversicherung Tipps erteilten. Aber man kann nicht 24 Stunden täglich an Rente und Arbeitslosigkeit denken. So haben wir den Krach zwischen Deutschland und Italien mit einem Augenzwinkern begleitet – mit Schlagzeilen wie ‘Basta, Kanzler pfeift auf Pasta!’ oder ‘Riminix’. Höhepunkt war am Ende die grosse Versöhnungsparty in Rimini unter der Zeile: ‘Jaaadria!’. Ein schweres Thema, leicht und unterhaltsam gedreht. Das war Boulevard at its best!”

**War es richtig, dass der Kanzler seinen Italien-Urlaub sistierte?**

“Es wurde wohl alles sehr hoch gehängt. Dadurch bekam ein Staatssekretär eine Bedeutung, die ihm nicht zustand. Aber Schröder hat wieder einmal seine Rolle als Medienkanzler ernst genommen und dem Konjunktur- ein Schlagzeilenprogramm folgen lassen.”

**Mögen Sie ihn persönlich?**

“Die Frage ist für einen Journalisten irrelevant. Wir müssen über Politik berichten – und das tun wir auch.”

**Täglich erscheinen 34 verschiedene regionale Bild-Zeitungen. Ist das Boulevardverhalten in den einzelnen Regionen unterschiedlich?**

“Natürlich. Eine Boulevardzeitung in München wird anders gemacht als in Hamburg. Dies beginnt bereits mit der Sprache. Ein Brötchen ist in Hamburg ein Rundstück, in Berlin eine Schrippe, in München eine Semmel. Auch die Akzeptanz von bestimmten Themen ist in einer Grossstadt anders als auf dem breiten Land. Ich bin in Bielefeld aufgewachsen und weiss, wovon ich spreche. Vieles, was in Hamburg normal ist, betrachtet man dort immer noch als Tabuverletzung. Oder nehmen Sie die Gefühlslage zwischen Ost und West. Doch müssen wir uns inhaltlich natürlich zu einer Linie bekennen. Wir können nicht in den alten Bundesländern die Abschaffung des Solidaritätszuschlags verlangen, in den neuen aber sein Fortbestehen fordern.”

**Wie definieren Sie Ihre Rolle als Chefredaktor? Nehmen Sie im Tagesgeschäft viel Einfluss?**

“Der Chefredaktor der BILD ist kein Frühstücksdirektor, der spätnachmittags in die Runde wirft: ‘Vergesst die Entwicklung in

Südostasien nicht!' BILD zu machen ist Handwerk, und bis zum Redaktionsschluss suchen wir alle nach den besten Themen und Schlagzeilen."

**Wie umschreiben Sie Ihren Führungsstil?**

"Ich bin Teamplayer – anders könnte man diese Zeitung auch nicht machen. Ich bin der festen Überzeugung, dass Kreativität nur durch den ständigen Austausch von Informationen entsteht. Wir stellen täglich mit unseren 20 Redaktionen, verteilt auf das ganze Land, 34 verschiedene Ausgaben her. Jeden Morgen um 10:30 Uhr trifft sich die Chefredaktion in meinem Büro, um einen Überblick über die Themen des Tages zu geben. Um 11 Uhr stossen die Kollegen aus der Zentralredaktion dazu, gleichzeitig schalten sich die Aussenredaktionen telefonisch in die Sitzung. Dann folgt die tägliche Blattkritik, werden Themen erörtert, Wunschschlagzeilen diskutiert. Um 12 Uhr treffen sich alle Mitglieder der Chefredaktion zur Optik-Konferenz, in der wir Fotos und Grafiken der kommenden Ausgabe festlegen. Anschliessend bestimmen wir die Struktur des Blattes bis ca. 14 Uhr, ab 15.30 gehts ans Blattmachen. Kurzum: Den grössten Teil des Tages ist man in ständigem Gespräch mit den Kollegen, denn nur so funktionieren kreative Gesamtkunstwerke wie die BILD."

**Was waren bis anhin Ihre grössten Fehler?**

"Bei einer Tageszeitung passieren täglich Fehler. So haben wir in der aktuellen Bildausgabe die Konsequenzen der Gesundheitsreform für den Einzelnen nicht genügend hervorgehoben. Das werden wir morgen nachholen."

**Grundlegende Fehler?**

"Ein schwerer handwerklicher Fehler war sicher der Abdruck des falsch beschrifteten Fotos von Umweltminister Trittin bei einer Demonstration. Das führte zu erheblichen Diskussionen und war ärgerlich, weil völlig unnötig. Und die richtige Frage, was der Bundesumweltminister in Gesellschaft gewalttätiger Autonome zu suchen hatte, war leider damit auch vom Tisch."

**Die Presse steckt momentan in einer enormen Krise. Wie wirkt sich dies auf BILD aus?**

"Der Vorsitzende der Axel Springer AG, Mathias Döpfner, hat bereits vor zwei Jahren die grösste Pressekrise seit dem Zweiten Weltkrieg vorhergesagt. Für diese Aussage wurden wir von vielen belächelt. Heute lächeln nur noch wir. Im letzten Jahr haben wir den höchsten Vertriebsumsatz unserer Geschichte erzielt und werden dies 2003 wohl noch toppen. Und während sich bei unserer Konkurrenz der Anzeigenschwund im zweistelligen Bereich bewegt, sind wir zweistellig im Plus."

**Das ist doch ein Widerspruch.**

"Wir haben frühzeitig auf die anstehende Krise reagiert und alle Bereiche konsequent verschlankt. Weiter haben wir Synergien



zwischen BILD und BILD am SONNTAG nutzen können. Deshalb stehen wir heute so gut da.”

### **Wie beurteilen Sie den Fortgang der Krise?**

“Es wird für alle Medienhäuser noch schwieriger werden, vor allem für solche Zeitungen, die wesentlich von Rubrikanzeigen leben. Diese Erlösquelle wird in grossem Umfang ins Internet wandern. Deshalb sollte man rechtzeitig anfangen, die Leser davon zu überzeugen, dass guter Journalismus Geld kostet. Wenn Sie bedenken, dass eine Zeitung wie die FAZ billiger ist als eine Tasse Kaffee, dann stimmt die Wertrelation nicht. Valide Information hat ihren Preis, und das muss man klar machen. Wir sind bereits auf diesem Weg, und andere werden folgen. Allerdings habe ich mitunter den Eindruck, dass einige Kollegen ihren eigenen Wirtschaftsteil nicht ernst nehmen. Manche tun immer noch so, als sei die Krise wie ein Gewitter aus blauem Himmel über sie gekommen. Unsinn – das war alles absehbar.”

### **Trotz Rezession hat die Bild-Zeitung ihren Verkaufspreis massiv erhöht. Gab es keine Widerstände seitens der Leserschaft?**

“Wir haben seit meiner Berufung zum Chefredaktor dreimal die Preise erhöht, zuletzt bei der Bundesausgabe von 40 auf 50 Cent, also um 25 Prozent. Natürlich haben wir dadurch auch Käufer verloren, doch war die Erhöhung völlig richtig. Zeitungen sind ein hochwertiges Produkt, das muss sich auch im Preis spiegeln. Die Süddeutsche ist den anderen Weg gegangen: Sie hat in Nordrhein-Westfalen einen täglichen Sonderteil für diese Region eingeführt, um die Auflage zu erhöhen. Das ist ihr auch gelungen – aber zu absurden Kosten, die nun zur Einstellung der Beilage und Entlassung der gesamten Redaktion geführt haben – ein wahrhaft grosser publizistischer Erfolg! Ähnlich war es mit den Berliner Seiten von FAZ und Süddeutscher – lauter publizistische Erfolge! Was lernt man daraus: Auflage ist kein Parameter für journalistischen Erfolg – was zählt, ist profitable Auflage. Wir könnten auch BILD für 50 Cent verkaufen, gleichzeitig aber in jedes Exemplar ein Eurostück kleben. An der Auflage gemessen wäre es ein Riesenerfolg, und natürlich könnte man die Steigerung als ‘publizistischen Erfolg’ feiern – aber ökonomisch wärs eine Katastrophe. Nein, publizistischer und ökonomischer Erfolg gehören heute zusammen. Was nichts kostet, ist auch nichts wert.”

### **Aber trotzdem boomen die Pendlerzeitungen, wie 20 Minuten, in ganz Europa...**

“Boomen die noch, abgesehen von der Schweiz? Interessant wäre die umgekehrte Frage: Wie sähe heute die Zeitungslandschaft in Europa aus, wenn sich diese Zeitungen durchgesetzt hätten? Und wie viele von diesen Blättern hätten die Anzeigenkrise überlebt? Wie viele Regionen wären heute

ganz ohne Kaufzeitung? Wettbewerb ist immer richtig. Aber Zeitungen sind keine Kartoffeln, die man mal eben hierhin oder dorthin liefern kann. Ist eine Regionalredaktion aufgelöst, ist das nicht von heute auf morgen wieder aufzubauen. Rückblickend muss man sagen: Es war ein Segen für alle, dass dieser Zeitungstypus abgewehrt wurde. Nochmals: Was nichts kostet, ist nichts wert. Doch es zerstört die wirtschaftliche Grundlage jedes guten Journalismus.“

**Privatsender wie RTL oder SAT.1 sind aber auch kostenlos und produzieren Boulevardmagazine. Empfinden Sie dies als starke Konkurrenz?**

“Bereits vor dreissig Jahren wurde die Frage diskutiert, ob das Privatfernsehen die BILD beschädigen wird.

Überraschenderweise ist das Gegenteil eingetreten. In den siebziger Jahren hat sich die mediale Aufmerksamkeit auf BILD und das öffentlich-rechtliche Fernsehen beschränkt. Zu meiner Schulzeit guckten wir immer Dalli-Dalli, weil es ausschliesslich Dalli-Dalli gab. Heute hat BILD täglich 12,3 Millionen Leser, den Rest der medialen Aufmerksamkeit teilen sich 30 verschiedene Fernsehsender. So gesehen sind wir die grossen Gewinner bei der Entwicklung des Privatfernsehens. Im Übrigen hinkt der Vergleich des Privatfernsehens mit den kostenlosen Metro-Zeitschriften, weil es den öffentlich-rechtlichen Rundfunk gibt. Wäre BILD mit einer öffentlich-rechtlichen Grundgebühr gesegnet, wäre mir die Einführung kostenloser Metro-Zeitungen egal. Aber so weit ist es leider noch nicht – auch wenn wir viel mehr als nur die informationelle Grundversorgung bieten!“

**Aber das Privatfernsehen deckt die gleichen Themen – wie zum Beispiel die Frauengeschichten von Boris Becker – ab...**

“Das tun heute auch seriöse Medien wie FAZ, Süddeutsche, SPIEGEL. Der Boulevard ist salonfähig geworden – und thematisch auch sehr viel breiter aufgestellt. Deswegen können wir heute auf Tabuverletzungen, die den Boulevard gross gemacht haben, verzichten. Früher gab es neben Sport fast nur Sex & Crime, heute berichten wir auch über Martin Walser, über die Sammlung Berggruen, über astronomische Phänomene oder über die neuesten medizinischen Erkenntnisse in einer Weise, die uns sogar das Lob der Fachleute einträgt.“

**Trotzdem haben Sie in jeder Bild-Ausgabe immer noch einige nackte Frauen...**

“Das ist keine Tabuverletzung, sondern mehr ein ironisches Selbstzitat – und im Vergleich zu dem, was sie nachts im TV sehen können, geradezu prüde. Der Bereich Sex & Crime wird heute vom Privatfernsehen so umfassend abgedeckt, dass ich froh bin, damit nicht in Konkurrenz treten zu müssen.“

**Ihre Schweizer Partnerzeitung BLICK hat soeben auf das Seite-3-Girl verzichtet.**

“Dies ist eine souveräne Entscheidung der Schweizer Kollegen. Der BLICK ist aber nicht unser Partner, sondern eine gut und professionell gemachte Boulevardzeitung.”

**Wie gefällt Ihnen das neue Layout?**

“Ich bin schon froh, wenn ich neben AZ, BZ, tz, Kölner Express, den sechs wichtigsten deutschen Tageszeitungen und der International Herald Tribune zumindest eine Schweizer Zeitung lese – und zwar die NZZ. Deren Layout gefällt mir immer noch sehr gut!”

**Könnten Sie sich als Chefredaktor der Bild-Zeitung den Zusammenschluss von Springer und Ringier vorstellen?**

“Das ist nicht mein Thema, sondern Sache der Gesellschafter.”

**Thomas Borer und seine Frau Shawne haben im vergangenen Jahr die Öffentlichkeit in Deutschland und der Schweiz stark beschäftigt. Wie würden Sie die ganze Angelegenheit in der Rückblende charakterisieren?**

“Ich kenne Thomas Borer gut und habe ihn immer sehr gemocht. Es handelt sich um eine ausgesprochen bedauerliche Geschichte, zumal die Schweiz mit Borer einen sehr modernen Repräsentanten verloren hat.”

**Haben Sie die Kampagne des Ringier-Verlags gegen Borer verstanden?**

“In den Details ist mir die Berichterstattung der Ringier-Zeitungen nicht mehr präsent. BILD hat sehr präzise über die Affäre berichtet, ohne dass wir irgendetwas korrigieren mussten.”

**Finden Sie die Klagen, die Borer gegen verschiedene Medien anstrengt, gerechtfertigt, oder ist es lediglich eine Verzweiflungstat?**

“Ob diese Klagen gerechtfertigt sind, werden die Urteile zeigen. Dem sollte man ohne Kenntnis der Verfahren nicht vorgreifen.”

**Über die Schweiz wird in Ihrem Blatt nur wenig berichtet. Warum eigentlich?**

“Privat bin ich ein grosser Schweiz-Fan. Aber für unsere Berichterstattung brauchen wir natürlich immer einen konkreten Anlass: Der America's Cup war einer, Roger Federer ein weiterer. Mit Michelle Hunziker hat die Schweiz aber zweifelsohne eine der besten, schönsten und erfolgreichsten Persönlichkeiten des Boulevard...”

**Die ausgerechnet wegen der Mutter Ihres Lebenspartners, einer angeblichen Hexe, unter Dauerbeschuss der Bild-Zeitung steht.**

“Das wird Michelle Hunziker überleben. Hauptsache, der Name ist richtig geschrieben.”

**Hat es Sie nie gereizt, für andere Blätter wie den SPIEGEL oder den STERN zu arbeiten?**

“Ich bin ein echtes Springer-Kind, das hier seine Ausbildung gemacht hat und gefördert wurde. Ich kann mir keinen anderen Verlag vorstellen, in welchem ich so gerne arbeiten würde wie hier – auch weil man als Redaktor nie fürchten muss, dass Vorstand oder Gesellschafter auf eine Schlagzeile oder Geschichte Einfluss nehmen wollen.”

**Wie findet eigentlich Helmut Kohl Ihre Bild-Zeitung?**

“Ich war bis anhin so klug, ihn nie danach zu fragen.”