

# Interview mit: Carlo Schmid

Der Innerrhodner Landammann und Ständerat Carlo Schmid gilt als einer der kraftvollsten Politiker der Schweiz. Als einer der wenigen seiner Partei macht sich der CVP-Magistrat für Christoph Blocher im Bundesrat stark. Doch der 53-Jährige hat auch ein Faible für schwierige Mandate: So präsidiert er nicht nur die Vereinigung der Schweizer Camionneure ASTAG, sondern auch den Verband Schweizer Werbung. Gegenüber "persönlich" äussert er sich über die Probleme von Politik und Branche. Interview: Matthias Ackeret und Oliver Prange, Fotos: Marc Wetli

*“Ich wollte nie Bundesrat sein, weil ich ein schlechter Bundesrat gewesen wäre. Ich kann nicht politisch ausgewogen handeln.”*

*“Sollte Blocher nicht Bundesrat werden, wird er uns dafür abstrafen, indem er die Schweiz von einem Referendum ins andere jagt.”*

*“Eine Bundesratswahl ist keine Pflichterfüllungsveranstaltung, keine höhere Sendung, sondern blanker Ehrgeiz – mehr nicht.”*

*“Bereits früher sassen Chefredaktoren im Parlament. Doch die Situation hat sich geändert: Die Macht der Medien hat zugenommen.”*

*“Während der Werber die urbane Schweiz verkörpert, bin ich vom Naturell her ein ländlicher Typ.”*

*“Die Agenturendichte wird in den nächsten Jahren abnehmen.”*

**Herr Schmid, als einer der wenigen CVP-Vertreter setzen Sie sich für Christoph Blocher als Bundesrat ein. Wie gross ist seine Chance, gewählt zu werden?**

“Die Chance beträgt über 50 Prozent. Es wäre ein Fehler, Blocher nicht in den Bundesrat zu wählen. Nicht, weil ich ihn für diese Tätigkeit für besonders prädestiniert halte, sondern weil er über ein enormes Störpotenzial verfügt. Dieses Störpotenzial muss neutralisiert werden. Sollte Blocher nicht Bundesrat werden, wird er uns dafür abstrafen, indem er die Schweiz von einem Referendum ins andere jagt. Dass die Schweiz dabei Schaden leidet, darauf wird er dann keine Rücksicht nehmen. Wenn man dies verhindern kann, sollte man es tun. Gleichzeitig erfüllt man Blocher einen Bubentraum.”

**Mit dieser Auffassung stehen Sie in der CVP alleine da...**

“Meines Erachtens denken viele in der CVP gleich, wagen es aber nicht zu sagen. Innerhalb der Partei sind die Fronten insofern verhärtet, als einer unserer Bundesräte zurücktreten müsste.”

**Warum halten Sie Blocher für diesen Job für nicht besonders prädestiniert?**

“Was Christoph Blocher als Bundesrat bewirken kann, können andere wie Hans-Rudolf Merz, Franz Steinegger, Samuel Schmid oder Toni Bortoluzzi auch.”

**Ruth Metzler?**

“Frau Metzler und Joseph Deiss können es auch.”

**Jetzt stellen Sie zwei Behauptungen auf: zum einen, dass Christoph Blocher der Zustand des Landes egal sei, zum andern erfülle er sich damit einen Bubentraum. Ist dies kein Widerspruch?**

“Christoph Blocher hat die Vorstellung, die Zukunft der Schweiz hänge von seiner Wahl ab. Um diese Wahl zu erzwingen, nimmt er auch eine weitere Verschlechterung der Lage der Schweiz in Kauf. In dieser Vorstellung liegt eine gewisse Selbstüberschätzung. Die Schweiz existierte auch in den letzten 700 Jahren ohne Blocher. Eine Bundesratswahl ist keine Pflichterfüllungsveranstaltung, keine höhere Sendung, sondern blanker Ehrgeiz – mehr nicht. Christoph Blocher wollte, wie ich meine, immer Bundesrat werden. Er ist nämlich, wie ich ihn einschätze, sehr staatsbezogen: Er hat Milliarden, er hat eine Industriegruppe, er hat eine starke Partei – all das ist Mittel zum Zweck; er will – als Erfüllung seines Lebensziels – in die Landesregierung.”

**Entgegen seinen Äusserungen?**

“Entgegen seinen Äusserungen.”

**Lange Zeit wurden Sie als geeigneter Bundesrat gehandelt. Doch Sie standen zur falschen Zeit immer am falschen Ort. Schmerzt Sie dies?**

“Überhaupt nicht. Im Gegenteil – ich stand immer am richtigen Ort. Ich wollte niemals Bundesrat sein, weil ich ein schlechter Bundesrat gewesen wäre. Es gehört nicht zu meinen Talenten, politisch ausgewogen zu handeln. Es gibt politische Auffassungen, die ich auch als Mitglied einer Kollegialbehörde schlicht und einfach nicht vertreten könnte.”

**Beispielsweise?**

“Zum Beispiel die Stärkung gewerkschaftlicher Positionen: Wer in der Diskussion um die EU-Osterweiterung zusätzliche gewerkschaftliche Rechte verlangt, sieht die Realitäten nicht mehr. Andere Länder haben eingesehen, dass eine Stärkung der Gewerkschaften die Strukturen zubetoniert. Während diese überall abgebaut werden, verstärkt sie die Schweiz unter dem Vorwand der Verteidigung der hohen Schweizer Löhne. Man kann nicht, wie die Gewerkschafter und Konsumentenschützer es wollen, die Preise auf EU-Niveau senken und gleichzeitig die Löhne auf Schweizer Niveau halten. Leider vertritt auch die Wettbewerbskommission diese verquere Logik. Diese Logik verstehe ich nicht – und könnte sie als Bundesrat auch nicht begreifen, geschweige denn vertreten.”

**Wie sehen Sie dann Ihre Rolle?**

“Ich bin in meiner Funktion als innerrhodischer Landammann und Ständerat optimal eingesetzt. Diese Kombination entspricht meinen Fähigkeiten und Grenzen.”

**Inwieweit kann die CVP mit den Sozialdemokraten paktieren?**

“Es ist nachvollziehbar, dass die CVP freiwillig keinen Bundesratssitz abgeben will und zu diesem Zweck mit den Sozialdemokraten zu paktieren versucht. Dabei dürfen aber gewisse Grenzen nicht überschritten werden. Wir müssen in den nächsten Jahren den Finanzhaushalt in Ordnung bringen – und zwar durch Sparen und nicht durch Mehreinnahmen. Schon bei dieser Thematik ist ein Bündnis zwischen der CVP und den Sozialdemokraten zum Scheitern verurteilt. Auch im Bereich EU und Sozialversicherungen, Verkehr und Landwirtschaft wird es Grenzen der Zusammenarbeit geben müssen.”

**Das heisst, es gibt praktisch keine Berührungspunkte?**

“Braucht es auch nicht.”

**Sie sind seit 1980 im Ständerat. Neben Christoph Blocher der amtsälteste Parlamentarier. Wie erleben Sie diese Bundesratswahlen?**

“Ein solches Schauspiel habe ich noch nie erlebt. Immerhin: Es geht um Grundsätzliches, nämlich um die Frage der Staatsform.

Die Parteien kratzen nicht an der Zauberformel, sondern an der Konkordanz. Wer, wie die Herren Wuffli von der UBS oder Hummler von der Privatbank Wegelin, der Konkordanz keine Chance gibt und eine Programmregierung verlangt, unterschätzt die Macht der Volksrechte für die Opposition. Eine Partei, die über einen Viertel aller Bewohner vertritt, gehört in die Regierung. Deswegen muss Christoph Blocher in den Bundesrat.“

### **Aber in Deutschland gibt es auch eine Opposition?**

“In Deutschland kann die Opposition den Gesetzgebungsprozess nicht blockieren. Zwar attackiert die Opposition im Bundestag die Regierung heftig– aber damit hat es sich! In der Schweiz ist es komplett anders: die SVP könnte mit Referenden den ganzen Gesetzgebungsprozess blockieren.“

### **Sie unterstellen damit der SVP, dass sie nur Opposition um der Opposition willen betreiben würde.**

“Nein. Die SVP will eine angemessene Vertretung im Bundesrat mit den von ihnen bestimmten Vertretern. Darauf hat sie ein Recht. Erhält sie es nicht, wird sie in der Opposition ihr Profil weiter schärfen und mit Referenden einen hemmungslosen Wahlkampf betreiben – mit dem Ziel, in vier Jahren zu ihrem Recht zu kommen.“

### **Wie nehmen Sie die ganze Ausmarchung in den Medien wahr?**

“Diese Ausmarchung wird, weil sie in dieser Form neu ist, durch die Medien gerne aufgenommen, und dabei stark auf Personen zugeschnitten; Köpfe ersetzen in der Berichterstattung die Inhalte. Das führt zu einer medialen Verstärkung der Auseinandersetzung. Bereits früher sassen Chefredaktoren im Parlament. Doch die Situation hat sich geändert: Die Macht der Medien hat zugenommen. Das Beispiel, wonach Politiker gleichzeitig als Verleger und Journalisten agieren, wirft ethische Fragen auf.“

### **Sie agieren nicht nur als Parlamentarier in Bern, sondern auch als Lobbyist für verschiedene Verbände wie dem Verband Schweizer Werbung und ASTAG. Wie gross ist Ihr politischer Einfluss?**

“Man kann das nicht genau messen. Konkrete Erfolge bei bestimmten Anliegen sind ein Massstab, die ‘Verkörperung’ gewisser Anliegen ist das andere: Solange man als Person ‘positiv’ besetzt ist, färbt dies auf die Anliegen ab, die man vertritt.“

### **Aber geraten Sie nicht wie Filippo Leutenegger in einen Interessenkonflikt?**

“Diese Gefahr besteht. Wichtig ist, dass man sich bereits bei der Auslese der Mandate überlegt, ob es Interessenkonflikte geben

kann. Wenn dies so ist, darf man ein Mandat nicht annehmen, was ich schon mehrmals tun musste. Zudem ist von grösster Wichtigkeit, dass die Funktionen als Interessenvertreter transparent sind, dass keine versteckte Lobbytätigkeit betrieben wird. Transparenz bannt die meisten Gefahren. Ein Unterschied besteht allerdings zum Journalisten: Ich habe – von Verbandszeitschriften abgesehen – kein eigenes Medium. Ich kann nicht wie ein Journalist in eigener Sache an die Öffentlichkeit gehen.”

### **Wie lobbyieren Sie in Bern?**

“Die Schweizer Werbewirtschaft generiert einen jährlichen Umsatz zwischen fünf und acht Milliarden Franken Umsatz. Damit verbunden sind auch einige Arbeitsplätze. Meine Aufgabe ist es, die Anliegen der Branche den Verantwortungsträgern von Parlament und Regierung näher zu bringen, und zudem den Werbetreibenden und Verlegern ein Podium zu geben, damit sie mit den Parlamentariern in Kontakt treten können.”

### **Wird die Schweizer Werbewirtschaft in Bern zu wenig ernst genommen?**

“Eindeutig. Im Bundeshaus geben grosse Player wie die Finanz- oder Pharmaindustrie, aber auch die Landwirtschaft oder der öffentliche Verkehr den Ton an. Die Werbung hingegen hat in vielen Kreisen immer noch ein zwiespältiges Image. Das Buch ‘Die geheimen Verführer’ zeitigt Langzeitwirkung.”

### **Was sind die grössten politischen Probleme der Branche?**

“Für die Werbewirtschaft gibt es momentan nur ein politisch relevantes Problem: nämlich die Werbeverbote. Der Genfer Linkssozialist Grobet hat eine entsprechende Motion eingereicht, welche vom Nationalrat abgelehnt wurde. Auf nationaler Ebene herrscht – nicht zuletzt nach Ablehnung der Zwillinginitiative – kein Bedürfnis, ein Werbeverbot einzuführen. Mit Ausnahme unserer Vorschläge zum RTVG haben wir keine politischen Vorstösse unternommen, sondern betreiben Basisinformation.”

### **Trotzdem hat man den Eindruck, dass Öffentlichkeit und Parlament über dieses – für die Branche sehr wichtige – Thema nicht genügend sensibilisiert ist.**

“Da stellt sich ein Problem: Obwohl sich der Nationalrat gegen Werbeverbote ausgesprochen hat, kann es von den einzelnen Kantonen individuell erlassen werden. Dadurch müssen wir in allen 26 Kantonen Lobbyarbeit betreiben, was wir mit einer entsprechenden Kampagne auch tun. Doch das ist sehr aufwändig. Angefangen hat es in Genf, als das kantonale Parlament Tabakwerbung und bestimmte Alkoholwerbung zum Teil untersagte. Diese Bestimmung wurde vom Bundesgericht gestützt, sodass alle Dämme brachen und weitere Kantone folgten.”

**Dieses Werbeverbot soll möglicherweise auf andere Sparten wie Kinderspielzeug und Süssigkeiten ausgeweitet werden.**

“Die Einführung eines Werbeverbots für Alkohol oder Tabak, stösst auf breite Sympathie; das kann ich nachvollziehen. Ich habe lange genug geraucht, um die Schwierigkeiten nicht zu kennen, mit dem Rauchen aufzuhören. Als Privatmann bin ich glücklich, dass in unserer Familie niemand raucht. Trotzdem sträube ich mich gegen Werbeverbote, weil sich dadurch andere, vermeintlich ethische Fragen aufdrängen: Wie sinnvoll ist Autofahren? Wie gesund sind Coca-Cola oder Hamburger? Verleiten Kinderspielzeuge nicht zur Gewalt? Daraus sogleich ein Werbeverbot abzuleiten, wäre unsinnig. Meine Meinung ist klar: Was erlaubt ist, soll auch beworben werden dürfen.”

**Glauben Sie, dass die Gesellschaft in solchen Fragen intolerant wird?**

“Ich glaube schon. Es herrscht in unserer Gesellschaft eine grosse Bereitschaft, vermeintlich Störendes sogleich zu eliminieren.”

**Doch die Branche hat neben den Werbeverboten und der Rezession noch andere Probleme. Nun wandern grosse Budgets – wie von der CS oder UBS – verstärkt ins Ausland ab. Wie relevant ist dies?**

“Ich bin über die ganze Entwicklung beunruhigt. Das Ganze geht aber noch weiter: Früher konnten die einzelnen Ländergesellschaften eines Multis jedes Land individuell bewerben. Mittlerweile werden auch die grossen ausländischen Budgets von einem Ort wie New York oder London global bearbeitet. Bei uns tangiert dies die grossen Schweizer Agenturen. Für die mittleren und kleineren Agenturen stellt diese Entwicklung kein Problem dar, weil sie ihre Aufträge aus der Schweiz haben.”

**Das heisst, viele Schweizer Agenturen sind zu gross?**

“Für einzelne Agenturen kann ich dies nicht beantworten. Tatsache ist, die Agenturendichte wird in den nächsten Jahren abnehmen.”

**Hat die Schweizer Werbung als Verband zum Beispiel bei der UBS interveniert, um das Budget in der Schweiz zu behalten?**

“Nein, bewusst nicht. Unser Verband verfolgt keine unternehmerischen Absichten und greift auch nicht in die Wirtschaft ein. Unser Auftrag ist klar: Zum einen betreiben wir politisches Lobbying, zum andern engagieren wir uns im Rahmen der Berufs- und höheren Fachprüfungen für die Ausbildung von Werbetreibenden. Ausserdem unterstützen wir die schweizerische Lauterkeitskommission, welche auf Beschwerde hin die Lauterkeit der kommerziellen Werbung beurteilt.”

### **Wie integrieren Sie die Medien in Ihrem Verband?**

“Der Verband Schweizer Werbung ist nicht nur der Dachverband aller Schweizer Werbeagenturen, sondern vertritt alle an der Kommunikation beteiligten Kreise wie die Auftraggeber einerseits, und die Auftragnehmer, wie Presse, Fernsehen, Plakat, Kino etc. anderseits. Vorstandsmitglieder wie Ingrid Deltenre oder Polo Stäheli arbeiten in den Medien. Der Kontakt zum Verband Schweizer Presse war schon unter Hans Heinrich Coninx sehr eng und ist es auch jetzt unter Hanspeter Lebrument.”

### **Gerade die Verleger sind momentan sehr aktiv und verlangen vom Bund eine Unterstützung von 150 Millionen Franken. Was halten Sie davon?**

“Wie ich es verstanden habe, wurde dieser Vorschlag momentan auf Eis gelegt.”

### **Aber er wurde mit einem Trommelschlag in Interlaken präsentiert.**

“Es stellt sich die Frage, wie sinnvoll eine solche Medienunterstützung ist. Es ist nicht Aufgabe des Staates, die Meinungsvielfalt zu garantieren, sondern Sache der Gesellschaft zu entscheiden, ob sie Medienvielfalt will oder nicht. Doch dies ist meine persönliche Meinung, unser Verband hat dazu noch keine Stellung genommen.”

### **Bis anhin hat der Bund die Presse indirekt durch subventionierte Posttaxen unterstützt.**

“Diese Posttaxenverbilligung wurde toleriert und hat zweifelsohne Vor- und Nachteile. Eines ist aber klar: Sollte das Parlament den Verlegern eine Summe von 150 Millionen Franken zusprechen, will es auch bei der Verteilung des Geldes mitsprechen und auf diese Weise Einfluss nehmen.”

### **Was sind die Motive der Verleger?**

“Ich war auch an der Verlegertagung in Interlaken eingeladen. Interessant ist Folgendes: Kurz vor dem Nachtessen habe ich mit einigen Teilnehmern über die gefassten Beschlüsse diskutiert, doch keiner hat diesen Paukenschlag so richtig erwähnt. Ich bin mir nicht sicher, ob alle Verleger wirklich die Tragweite dieses Beschlusses erahnt haben.”

### **Jetzt vertreten Sie sowohl die Camionneure wie die Werber. Welche Gruppe bereitet Ihnen mehr Bauchweh?**

“Momentan beide. Es ist meine Art, dass ich mich für Sachen engagiere, die unbeliebt sind und viel Arbeit ergeben. Bei der Diskussion um die LSVA drängte die Politik die Camionneure in eine äusserst negative Rolle, kaum jemand wagte es auch nur, sich für diesen Wirtschaftszweig politisch einzusetzen. Ich fand das empörend, weil ohne die Camionneure unsere Wirtschaft

nicht läuft. Als eine Anfrage kam, habe ich nicht gezögert, diese Verbandsaufgabe zu übernehmen.”

### **Wie war es bei den Werbern?**

“Eines Tages hat mir mein ehemaliger Ratskollege Markus Kündig mitgeteilt, dass er vom Präsidium des Verbandes Schweizer Werbung zurücktrete. Zwar gäbe es einige ausgewiesene Nachfolgekandidaten, doch diese seien aufgrund ihrer Interessenlage nicht allseits akzeptiert. Da ich nichts von Werbung verstehe, sei ich unbefangen und somit der ideale Kandidat für dieses Amt. Ich hatte zuerst meine Vorbehalte. Schliesslich hat es mich aber gereizt, diese Tätigkeit zu übernehmen, nicht zuletzt, weil ich damit in eine vollkommen neue Welt eintreten konnte: Während der Werber die urbane Schweiz verkörpert, bin ich vom Naturell her ein ländlicher Typ. Das hat mich gereizt.”

### **Verstehen Sie heute mehr von der Werbung als früher?**

“Da ich am Anfang von Werbung rein gar nichts verstanden hatte, ist es nicht besonders schwierig, heute mehr davon zu verstehen.”