

Ralph Grosse-Bley

## Boulevard-Power aus dem Norden

Er ist der grosse Unbekannte des Schweizer Journalismus: der frisch gekürte *Blick*-Chefredaktor Ralph Grosse-Bley. Kurz nach seiner Ernennung hat er «persönlich» exklusiv zu einem ausführlichen Gespräch über Boulevard, *Blick* und Borer empfangen.

Interview: **Christian Lüscher und Matthias Ackeret** Bilder: **Marc Wetli, Toini Lindroos**

### **Herr Grosse-Bley, wir gratulieren zur Beförderung zum neuen Chefredaktor des *Blick*. Das a.i. im Titel fällt weg. Was bedeutet das für Sie?**

Es ist in erster Linie eine Bestätigung meiner Arbeit, die ich in den letzten Monaten für den *Blick* geleistet habe.

### **Warum waren Sie neun Monate lang in dieser Balance-Position?**

Die Verlagsführung hat sich lange und intensiv mit der Frage beschäftigt, wer die geeignete Person, egal ob Mann oder Frau, sein könnte. Meines Wissens hat man sich die Entscheidung nicht einfach gemacht. Es war von Anfang an vereinbart gewesen, dass es eher eine längere interimistische Zeit sein werde. Ich habe auch stets deutlich gemacht, dass dies für mich kein Problem sei. Meine Arbeit wurde dadurch weder beeinträchtigt noch erschwert.

### **Könnten Sie Namen von Schweizern nennen, die ebenfalls das Format hätten, den *Blick* als Chefredaktor zu führen?**

Nein. Ich weiss nicht, ob ich auch der Richtige bin, um diese Frage zu beantworten. Ob es valable andere Kandidaten gegeben hat, die im Gespräch waren, müssen Sie die Verlagsleitung fragen. Auch wenn die Schweiz keine ausgeprägte Boulevard-Kultur hat, so gibt es auf der *Blick*-Redaktion eine Menge ausgezeichnete Spezialisten.

### **Sie scheuten bis heute den Auftritt in der Öffentlichkeit. Was Interviews betrifft, verweigerten Sie sich sogar. Warum?**

Ich bin der Gegenentwurf zum roten Teppich. Ich bin keiner, der unbedingt an Galas gehen muss. Beruflich ist es natürlich ein Bestandteil, aber es drängt mich nicht.

### **Wie freiwillig machen Sie dieses Interview?**

Sie können davon ausgehen, dass ich mich schlecht zwingen lasse.

---

«Auch wenn es in der Schweiz keine ausgeprägte Boulevard-Kultur gibt, so haben wir bei uns eine Menge ausgezeichnete Spezialisten.»

---

### **Sind Sie in Zürich 100 Prozent angekommen?**

Bei einer Stadtführung käme ich ziemlich schlecht weg, weil ich doch sehr viel Zeit auf der Redaktion verbringe. Es wurde mir auch schon vorgehalten, ich sei hier eingesperrt. Das bin ich nicht. Ich flaniere unter der Woche wenig durch die Stadt, weil ich sehr viel arbeite. Kurz gesagt, ja, ich bin angekommen. Ich hätte aber gerne mehr Zeit, um die Schweiz zu sehen.

### **Wie kommen Sie als Deutscher mit dem Deutsche-Bashing zurecht, welches gelegentlich auch im *Blick* statt findet?**

Sie sprechen die Geschichte mit dem Lottojacket an. Da stand für mich der Unterhaltungswert im Vordergrund, als wir titelten: «Deutsche wollen unsere 35 Lotto-Millionen klauen.» Die Aufregung war nicht ernst ge-

meint. Wenn es um Steuer-CDs geht, dann sieht es anders aus.

### **Was ist da Ihre Meinung?**

Ich bin verblüfft, dass der Datendieb nach dem Erhalt der Millionen diese auch noch zu einem tieferen Steuersatz abrechnen darf. Da schlackerts in mir. Es gibt sehr wohl gute Argumente, warum man eine solche CD kaufen sollte und warum nicht. Die Diskussion ist sicher berechtigt. Was die deutsche Steuerbehörde erreichen will, ist eine Verunsicherung der Steuersünder. Am Ende ist die Frage: Gibt es eine solche CD tatsächlich? Oder handelt es sich um einen gigantischen Bluff?

### **Als Boulevardzeitung malt man immer entweder schwarz oder weiss. Was ist die Meinung des *Blick*-Chefs in dieser Frage?**

Es war zulässig, diese CD zu kaufen, sofern es sie gibt.

### **Dann vertreten Sie eine diametral andere Meinung als Ihre Leserschaft.**

Da bin ich mir nicht so sicher. Ob es nun ein Rechtsbruch ist, damit müssen sich die Verfassungsrechtler befassen. Ich bin auch überzeugt, dass viele Schweizer ein Verständnis dafür hätten, wenn die Diskussion nicht einfach mit Stichworten geführt würde.

### **Wie sieht für Sie der ideale *Blick* aus?**

Der ideale *Blick* ist relevant und unterhaltsam. Überzeugt mit exklusiven Storys und Fotos, er bringt Komplexes auf den Punkt. Er ordnet, kommentiert und inszeniert.



Nachdenklich: Blick-Chefredaktor Ralph Grosse-Bley im Newsroom.

Und er sorgt beim Lesen mehrere Male für ein Lächeln.

**Hat der Boulevard eigentlich noch Zukunft? Immerhin sind die Auflagenzahlen vieler Blätter europaweit rückläufig.**

Die grösste Gefahr ist doch, dass wir Journalisten ständig die Gefahr daherreden. Ich kann sagen, dass wir seit dem Relaunch ein sehr positives Echo haben. Sowohl bei der Leserschaft als auch in der Werbebranche. Wir sind sehr zufrieden.

**Der Blick verliert an Auflage. Auch die Verkäufe am Kiosk könnten nach dem Relaunch besser sein.**

Es ist noch zu früh, um Aussagen darüber zu machen. Die Wemf-Zahlen beziehen sich auf einen Zeitraum, der vor dem Relaunch Mitte Oktober 2009 liegt. Wir werden sehen, wie

sich der Blick entwickelt. Wir sind noch nicht da, wo wir ihn gerne hätten. Zurück zum Kern der Marke Blick wollen wir. Mit kon-

---

«Ich würde die Geschichte der nackten Sozialarbeiterin heute nicht mehr bringen.»

---

sequentem, hoch professionellem Boulevard werden wir erfolgreich sein.

**Wird der Blick mit Ihnen an der Spitze zur alten Stärke zurückfinden?**

Wenn Sie damit die Auflagenzahlen aus den goldenen Achtzigerjahren meinen, halte ich das für sehr unrealistisch. Die gesellschaft-

lichen Umstände haben sich dramatisch verändert. Erstens ist da die Entwicklung des Internets, zweitens etablieren sich die Gratiszeitungen, und drittens spüren wir die Boulevardisierung des Privatfernsehens. Das Momentum des Boulevards an sich, das Alleinstellungsmerkmal ist weg. Wir können aber den Blick zum Leitmedium machen, an dem sich die Leser jeden Tag reiben und aufregen können.

**Der Presserat regt sich regelmässig auf.**

Es ist nicht ungewöhnlich, dass zwischen einem Presserat und einer Boulevardzeitung Unterschiede herrschen.

**Gibt es für Sie eine Schamgrenze, die Sie nicht überschreiten.**

Sicherlich. Wir diskutieren in der Chefredaktion jeden Tag, was geht und was nicht. Die-



se Debatte findet bei einer Boulevardzeitung jeden Tag mehrfach statt.

**Den pädophilen Priester mit Namen zu nennen und ein Foto abzudrucken, widerspricht der Auffassung des Presserates. Der Fall liegt nämlich zwei Jahrzehnte zurück.**

Das ist die Frage, ob er zwei Jahrzehnte zurück liegt. Dies wird sich zeigen.

**Vermuten Sie das nur?**

Es stellt sich doch die Frage, ob es überhaupt gelingen kann, diesen Mann anonym zu halten, wenn man über ihn und seine Taten berichtet. Auch wenn wir nur vom Pfarrer aus Schübelbach schreiben. Ein schwarzer Balken nützt auch wenig.

**Das war aber bis heute Usus.**

Richtig, ich halte diese Praxis allerdings für ein Feigenblatt. Wichtiger ist, dass man klar macht, was Tatsache und was Behauptung ist. Es war doch so, dass er Missbrauchfälle gestanden hat und auch zugleich demissionierte. Die ganze Welle solcher Missbräuche, die nun in ganz Europa zu vernehmen ist, erschüttert die Grundfesten der katholischen Kirche. Es handelt sich also nicht einfach um einen Kriminalfall. Das Grundproblem der Kirche stellt sich in der Gestalt dieses Pfarrers dar.

**Und was ist mit der berühmten Gemeindearbeiterin, die erotisches Fotomaterial im Internet publizierte?**

Diesen Fall halte ich presserechtlich für höchst interessant. Er wirft nämlich die Frage auf, was heutzutage Öffentlichkeit herstellt. Es wurde zu Unrecht behauptet, dass die Fotos der besagten Gemeindearbeiterin im geschützten Bereich im Internet zu finden waren. Das war definitiv nicht der Fall. Ob nackt oder nicht.

**Sind also Privatbilder, die jemand ins weltweite Netz stellt, auch presseöffentlich?**

So wie Onlineportale sich das Recht nehmen, Inhalte aus den Zeitungen gratis weiterzuverbreiten? Vom Presserat wurde entschieden, dass man die Fotos im Internet nicht einfach in der Zeitung wiedergeben darf. Das habe ich zu akzeptieren.

**Würden Sie die Geschichte wieder machen?**

Nein, wobei ich sagen muss, dass ich damals nicht mal interimistischer Chefredaktor war.

Für viele war sofort klar, dass nur der Grosse-Bley dahinterstecken kann. Ich kann mit Kritik ganz gut leben und scheue mich nicht vor Verantwortung. Es muss allerdings nicht alles Böse auf dieser Welt aus meinem Kopf stammen.

**Die Schenkkreis-Geschichte trägt klar Ihre Handschrift. In Deutschland gibt es Dutzende solcher Fälle. Langweilt es Sie nicht, dass es in der Schweiz bisher nur einen gab?**

Überhaupt nicht. Mich hat der Fall ziemlich interessiert, weil er an einem unscheinbaren Ort wie Grenchen passiert ist und eine Familie liquidiert wurde. Die Justizbehörde war mit der Herausgabe von Informationen sehr zurückhaltend. Es muss also den Ehrgeiz eines jeden Journalisten sein, die Wahr-

---

«Es gibt vernünftige Vorschläge und Initiativen der SVP.»

---

heit hinter einem solchen Mordfall aufzudecken. Wir haben einen grossen personellen Aufwand betrieben, um an die Hintergründe der Geschichte zu kommen. Mir wurde sogar vorgeworfen, ich hätte Heerscharen von Journalisten dorthin geschickt, um jeden Stein umzudrehen.

**Wie viele Journalisten hetzten Sie auf diesen Fall?**

Ich wünschte, ich hätte Heerscharen von Nachrichtenredaktoren, aber es waren nicht so viele. In der ersten Phase hatten wir fünf Reporter vor Ort. Es waren ja auch Zutaten für eine idealtypische Boulevardgeschichte vorhanden – ein prominenter Sportstar verwickelt in ein spektakuläres Verbrechen

**Aber hat die Geschichte die Leser interessiert? Man hat rückblickend das Gefühl, dass viele Schweizer zwar Notiz davon nahmen, aber am Stammtisch andere Themen dominierten.**

Sie hat sich sehr gut verkauft. Ich könnte jetzt trocken sein und sagen, es reicht mir, wenn die Leute die Zeitung kaufen. Sie können davon ausgehen, dass, wenn sich die Schlagzeilen zu der Schenkkreis-Story schlecht verkauft hätten, ich sie nicht weitergezogen

hätte. Möglicherweise wurde die Geschichte in Basel oder Luzern nicht so sehr diskutiert. In der betroffenen Region war sie aber das Thema Nummer eins.

**Wissen Sie als Deutscher, wie die Schweizer ticken?**

Wir diskutieren viel hier über die Besonderheiten.

**Und was?**

Nur schon die banale Frage, ob die Schweizer Hunde oder Katzen mehr mögen, interessiert mich. Wenn es um Tierleid gehe, stünde die Katze dem Schweizer näher als der Hund. Ich bringe das Verständnis für die Gefühlswelten der Schweizer sicher nicht im Gepäck mit. Aber ich arbeite daran.

**Wie steht es mit Ihren Kenntnissen in Sachen Schweizer Politik?**

Für einen Deutschen ist das Schweizer System nicht immer einfach zu verstehen. Man muss sich täglich intensiv damit befassen.

**Der Blick hatte immer ein ambivalentes Verhältnis zu Christoph Blocher. Bei Ihnen hat man den Eindruck, dass Sie dies relativieren.**

Das ist durchaus gewollt. Ich habe kein Problem mit Christoph Blocher und mit der SVP. Ich bin gegen Ausgrenzung. Christoph Blocher darf bei uns keine Persona non grata sein. Es gibt vernünftige Vorschläge und Initiativen der SVP. Natürlich auch solche, die ich daneben finde.

**Beispiele?**

Mit der Ausschaffungsinitiative war ich nicht einverstanden, denn diese hatte etwas Ausländerfeindliches. Bei der Minarettinitiative habe mich zu Wehr gesetzt, als die Schweizer als Volk von Rassisten beschimpft und das Ergebnis als Kriegserklärung an den Islam ausgelegt wurde. Die Initiative war für mich eher ein Zeichen dafür, dass man sich nun zusammen hinsetzen und die Probleme diskutieren sollte. Die Fähigkeit, Emotionen richtig zu lesen, beherrscht die SVP sehr gut. Sie ist dadurch anderen Parteien weit voraus.

**Themenwechsel. Seit Wochen arbeitet die Blick-Gruppe im Newsroom. Welche eine Startbilanz ziehen Sie?**

Wir sind überrascht, dass es viel besser



Mit dem Grosse-Bley-Hammer: Boulevard pur im Blick.

über die Bühne ging als erwartet. Wir hatten befürchtet, dass wir einmal gar nicht erscheinen und uns die Köpfe einschlagen würden.

**Es gibt ziemlich viele Chefs auf der Brücke.**

Wir haben auch ziemlich viel Arbeit (lacht). Wir haben nach wie vor vier Kanäle, und einer allein kann nicht für alle Entscheidungen treffen. Ich bin ausreichend mit dem Blick beschäftigt. Wir kommen gut miteinander klar, überraschend gut sogar, weil wir als Einzelführungspersonen alle über ein persönliches Ego verfügen. Und dann haben wir ja noch 200 Journalisten, die gute Antennen haben und genau heraushören, wo die Musik gerade spielt. Derzeit ist es für meinen Geschmack fast beängstigend ruhig.

**Vielleicht sind die Leute eingeschüchtert.**

Die Leute, die mit mir in den letzten Mona-

ten zusammengearbeitet haben, schüchtert nichts mehr so schnell ein.

**Die Redaktion arbeitet nach den berühmten zwölf Newsroom-Regeln. Halten sich alle an die heiligen Gebote?**

Bis jetzt schon. Die Regeln machen auch Sinn, denn der Newsroom würde nicht funktionieren, wenn der einzelne Redaktor entscheiden würde, wo er seine Geschichte publiziert haben möchte.

**Musste sich Marc Walder schon einmal einschalten?**

Nein. Bis jetzt noch nicht. Das kann sich aber von Stunde zu Stunde ändern (lacht).

**Als Reporter würden wir eine Knüllerstory verheimlichen, wenn wir wüssten, dass sie in einem Kanal publiziert würde, wo sie allenfalls zu kurz käme.**

Ich rate den Journalisten, dass sie das in solchen Fällen clever handhaben und sich nicht erwischen lassen sollten. Es kann nicht sein, dass ein Kollege Schlaumeier Primeurs unter Verschluss hält. Dann droht die Gefahr eines Schattenhaushalts.

**Verstehen Sie sich eigentlich gut mit SonntagsBlick-Chef Hannes Britschgi?**

**Er hat Sie kürzlich als Führer dargestellt.**

Sehr sogar. Über seine Hitler-Parodie können wir beide lachen. Ich bin ja kein sonderlich empfindlicher Mensch.

**Auch wenn hinter Ihrem Rücken geschnödet wird?**

Wir sind erwachsene und gereifte Männer. Da werden auch bisweilen derbe Spässe gemacht. Wer im Boulevard ist, steht ziemlich nah am

«Bei uns in der Chefredaktion sitzen vier Ego-Personen. Keiner möchte im Altruismus sterben.»

Feuer. Wer Hitze nicht ertragen kann, sollte das Feuer meiden. Die Sache ist gegessen. Gelegentlich trinken wir ein Bier zusammen.

**Man kann die Sache auch als Rivalität auslegen.**

Konkurrenzkampf ist prima und kann sich Marc Walder nur wünschen. Sehen Sie, da sitzen im Newsroom vier Ego-Personen in der Chefredaktion. Keiner möchte im Altruismus sterben. Keiner opfert sein Leben, damit der Kollege bald im besseren Licht dasteht als er selber. Wir haben einen Konkurrenzkampf, aber keinen Machtkampf.

**Wie stark spüren Sie den Atem von Frank A. Meyer im Nacken?**

Diesbezüglich wurde viel fabuliert. Herr Meyer ist ein ausgezeichnete Journalist und Wortakrobat. Ich bewundere seine Sprachgewalt und seine Ratschläge. Ob ich einen annehme, das bleibt mir überlassen.

**Sie waren lange auch für Axel Springer tätig. Welcher Newsroom ist moderner? Jener der Welt-Gruppe oder ihr neuer Arbeitsplatz?**

Das Projekt bei der Blick-Gruppe ist ehrgeiziger würde ich sagen, weil wir mit Blick, SonntagsBlick, Blick am Abend und Blick.ch vier Kanäle mit unterschiedlichen Erscheinungszeiten und Anforderungen haben. Gleichzeitig können wir aber Geschichten so viel besser steuern und auf dem jeweils am besten geeigneten Kanal publizieren. Tech-

---

«Der Newsroom läuft viel besser als erwartet. Ursprünglich dachten wir, dass wir uns die Köpfe einschlagen werden.»

---

nisch gesehen macht der Newsroom einfach Spass. Wir können von den Plätzen aus die Zeitungsseiten auf der grossen Leinwand anschauen, so Fotos beurteilen und sofort entscheiden. Das ist schon fantastisch.

**Optisch machte der *Blick* einen Schritt vorwärts.**

Wenn Sie eine Boulevardzeitung machen wollen, dann geht es nicht ohne gute Fotos

und aufwendige Inszenierungen. Was die Verletzung von Persönlichkeitsrechten betrifft: Der eine beurteilt es so, der andere so. Ich kann nur sagen, dass wir jeden einzelnen Fall heftig diskutieren. Sie werden nie zum selben Ergebnis kommen. Boulevard ist in dieser Hinsicht immer eine Gratwanderung.

**Gratwanderung als Stichwort. Thomas Borer hat im *Blick* wieder ein Comeback.**

Ja. Zu dem Fall ist aber wohl alles schon gesagt worden, was es zu sagen gibt.

**Warum brachten Sie kürzlich die Geschichte «Polizei-Einsatz bei den Borers»?**

(Überlegt lange) Es ist immer eine Frage, ob man für einzelne Personen bestimmte Sonderregeln einführt. Grundsätzlich behandeln wir niemanden als Sonderfall. Hätten wir anders gehandelt, wenn Ähnliches bei einem Bundesratsmitglied oder einem bekannten Sportler passiert wäre? Wohl kaum. So war es für uns ein normaler Vorgang.

**Wir haben den Eindruck, dass Sie das Stigma Borer nicht loswerden.**

Für mich spielt die Vergangenheit keine Rol-

le mehr. Wie die Auffassung in der Öffentlichkeit ist, das müssen Sie selber entscheiden. Für meine tägliche Arbeit spielt das Vergangene keine Rolle.

**Wie viele Bundesräte kennen Sie bereits?**

Auf Stufe Smalltalk drei oder vier. Ob die Bundesräte mich kennen, weiss ich nicht. Ein längeres Gespräch oder Interview gab es bis jetzt nicht. Wird aber kommen. Das hat sicherlich auch mit der interimistischen Position zu tun gehabt.

**Welcher Schweizer hat Sie bis heute am stärksten beeindruckt?**

Simon Ammann beeindruckt mich sehr. Oder René Prêtre, der zum Schweizer des Jahres gewählt wurde, ist mir extrem sympathisch.

**Was war für Sie ein journalistisches Schlüsselerlebnis?**

Ich war während des ersten Golfkrieges einer der ersten Reporter, der aus Kuwait live berichtete. P



Auf der Brücke: Der neue Newsroom von Ringier.