

# Interview mit: BÜTLER

**Hugo Büttler ist quasi die chinesische Mauer im Hause NZZ, denn er ist Chefredaktor und Geschäftsleitungsvorsitzender zugleich. Diese im Jahr 1868 geschaffene Einrichtung führe dazu, dass es in diesem Medienunternehmen, im Unterschied zu anderen, keine schwerwiegenden Konflikte zwischen Verleger und Redaktion gebe. Büttler, der sich redaktionell in Konkurrenz zu Weltblättern wie FAZ, Wall Street Journal und Financial Times wähnt, sagt, warum er sich auch um den ‘Werdenberger und Obertoggenburger’ kümmert, warum die NZZ nicht nur nach links, sondern auch nach rechts austeilt, warum sie nicht auch am Sonntag erscheint und wann das Layout der Titelseite modernisiert wird.:  
Oliver Prange**

*“Weil die Priorität des Hauses aber in publizistischen Inhalten liegt, was bei der Gründung der AG im Jahr 1868 so definiert wurde, liegt der Vorsitz der Gruppe beim Chefredaktor, das ist historisch so verankert.”*

*“Wir haben viele Leser im rechten wie im linken Lager, an uns kommt niemand vorbei.”*

*“Wir haben verschiedene Konkurrenten; auf dem Gebiet des Feuilletons ist es die Frankfurter Allgemeine Zeitung, auf dem Gebiet des Finanzmarkts das Wall Street Journal und die Financial Times.”*

*“Wenn man die NZZ von 1960 nimmt und mit heute vergleicht, so stellt man fest, dass sie stark modernisiert wurde.”*

*“Die Qualität, die wir im Journalismus suchen, basiert auf einer grossen Sachkenntnis, einem analytischen Verstand, einer Urteilsfähigkeit, die sich an den Kriterien einer freien offenen Gesellschaft, einer liberalen Meinungsbildung und einem*

*demokratischen Verantwortungsbewusstsein orientiert.“*

*“Aber mit Farbe muss man in einer Zeitung zurückhaltend umgehen, denn sie kann auch ablenken statt zum Lesen hinlenken.“*

*“Wir sind für jemanden, der sich über das aktuelle Geschehen in Deutschland täglich im Detail informieren will, keine Alternative, das muss man sehen“*

*“An seriöser Sachinformation fällt übers Wochenende meist wenig an. Wichtige Themen werden oft nur gerade aufgewärmt und aufgemotzt.“*

*“Ins billige Unterhaltungsgeschäft steigen wir nicht ein.“*

*“Ich bin quasi die chinesische Mauer im Haus, und mein Interesse liegt von der Aufgabe her in erster Linie in der Redaktion.“*

**Sie wurden vor ein paar Wochen in Boston zum Präsidenten des Internationalen Presse-Instituts (IPI) gewählt. Welche Rolle spielt IPI gegenüber anderen Organisationen wie Reporters sans frontières und Committee to protect journalists?**

“Das Internationale Presseinstitut, welches 1950 gegründet wurde, hat sich von Anfang an auf die Durchsetzung von Pressefreiheit konzentriert. Die beiden anderen Institute sind, soviel ich weiss, erst später entstanden. Der Unterschied liegt in der Zusammensetzung der Mitglieder. Beim IPI sind es Chefredaktoren, Verleger und führende Journalisten. Heute sind auch die elektronischen Medien miteinbezogen. Das Kernanliegen ist, die Pressefreiheit zu verteidigen und Journalisten, die in autoritär und diktatorisch geführten Staaten eingesperrt sind, frei zu bekommen.“

**Ein Unterschied ist, dass IPI nicht nur Regierungen, sondern auch die Arbeit der Journalisten ins Visier nimmt und allenfalls kritisiert.**

“Das kommt vor. Man hat dafür zu sorgen, dass es journalistische Kriterien sind, welche die Leute leiten. Wir führen auch Diskussionen

über berufliche Ehrenkodexe, wobei man dabei immer sehr aufpassen muss. Das kann eine Hintertür für Zensurmassnahmen werden. Wenn man die Überwachung der Journalisten konkretisieren will, kommt sofort die Frage, wer die durchführende Instanz ist. Sind es Leute aus der Berufsgruppe oder gibt es, was eine Zeitlang bei der UNESCO Tendenz war, internationale Organisationen oder staatliche Institutionen, welche die Überwachung und Kontrolle vornehmen?"

### **Warum fusionieren diese verschiedenen Organisationen nicht?**

"Solche Gespräche gibt es. Doch bei der World Association of Newspapers (WAN) steht, so habe ich den Eindruck, das kommerzielle Interesse im Vordergrund; wie bildet man eine Redaktion, so dass sie mehr einbringt? Und Reporters sans frontières ist eine ursprünglich stark frankophon ausgerichtete Organisation. Das IPI dagegen ist sehr international. Wir veranstalten Kongresse und Seminare in Ländern, die sich im politischen Übergang befinden, in welchen deshalb die Pressefreiheit eine neue Chance hat; in Russland nach der Wende, in der Türkei nach der Herrschaft der Generäle, in Taiwan zum Ärger der China-freundlichen UNO und in Nigeria nach dem Sturz der Militärregierung. Es wäre eine Verarmung für IPI und sein Kernanliegen, wenn man es mit einer anderen Organisation verschmelzen würde."

### **Sie haben als Präsident jetzt Protestaktionen zu leiten. Auf welche Länder werden Sie sich konzentrieren?**

"Ich definiere nicht im vornherein, wo sich das IPI engagieren möchte, werde es aber vor allem dort verpflichten, wo halbautoritäre Regimes am Werk sind. In absolut diktatorischen Regimes ist es hoffnungslos wie in Nordkorea; da kann man gar nichts machen. Aber auf gewisse Länder kann man einwirken, auf einige afrikanische Staaten wie Äthiopien, Sudan und Algerien sowie auf die Türkei. Manchmal tritt auch ein Problem in einem ausgewachsenen demokratischen Staat auf: Zum Beispiel vom CEO der Los Angeles Times, der aus der Lebensmittelindustrie kam, hörten wir an der Konferenz in Taipei, dass er ein Konzept durchsetzen wolle, wonach Verlagsleute in die Redaktionsabteilung platziert würden. Da befassten wir uns mit der Frage, ob es gut ist, wenn die sogenannte chinesische Mauer zwischen Verlag und Redaktion fällt. Die Zeitung wurde ja dann später verkauft, und die Führungskrise spielte dabei mit eine Rolle."

### **Wie kann man sich das vorstellen, wenn Sie auf eine Regierung einwirken wollen?**

"Die Geschäftsstelle von IPI in Wien arbeitet nach einer genauen Vorabklärung das Protestschreiben an die Regierung aus und übermittelt und veröffentlicht es. Das ist eine Methode. Es gibt auch Missionen. Eine solche Mission führte eine IPI-Gruppe im letzten Jahr nach Indonesien. Sie sprach mit Ministern und stiess schliesslich

bis zum Präsidenten vor. Natürlich sorgt man immer für die internationale Aufmerksamkeit in den Medien, damit den Regierungsverantwortlichen klar wird, dass sie im Auge der Weltöffentlichkeit stehen.”

### **Zeitigt diese Art von Druck tatsächlich Wirkung?**

“In vielen Fällen funktioniert das, in anderen wie Nordkorea nicht. Der amerikanische Präsident Lincoln formulierte das einmal so: Wenn er zwischen einem Land ohne Regierung, aber mit freier Presse und einem Land ohne freie Presse, aber mit Regierung wählen müsste, würde er das Land ohne Regierung, aber mit freier Presse wählen. Die Pressefreiheit ist ein Kernbestandteil einer liberalen Gesellschaft.”

### **Inwiefern wird die NZZ über Ihre IPI-Aktivitäten berichten?**

“Wir berichten – unabhängig davon, dass ich seit ein paar Jahren im IPI bin – durch das Korrespondentennetz über die Länder und die Fälle, wo die Pressefreiheit unter Druck steht. Das werden wir weiterhin so halten.”

### **Die NZZ steht für journalistische Qualität ein. Wie würden Sie diese charakterisieren?**

“Die Qualität, die wir im Journalismus suchen, basiert auf einer grossen Sachkenntnis, einem analytischen Verstand, einer Urteilsfähigkeit, die sich an den Kriterien einer freien offenen Gesellschaft, einer liberalen Meinungsbildung und einem demokratischen Verantwortungsbewusstsein orientiert. Diese Fähigkeiten erwarten wir von jedem unserer Journalisten. Wir schicken Leute auf Posten, die wir für urteilsfähig in politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Angelegenheiten halten. Sie haben den Auftrag, nach bestem Wissen und Gewissen und persönlicher Überzeugung über die Situationen zu berichten, zu analysieren und Hintergrund zum aktuellen Geschehen zu liefern.”

### **Nicht immer kann die NZZ offenbar diesen Kriterien gerecht werden. An der spannenden GV der Société Générale de Surveillance von Mitte Mai verliess der NZZ-Journalist die Vorstellung vor dem Ende und schrieb prompt einen falschen Bericht. Denn zum Schluss legten wichtige Aktionäre ihr Veto gegen die Wahl von bestimmten Verwaltungsräten ein.**

“Das ist eine Fehlleistung, die leider auch bei uns passieren kann. Aber wenn uns ein Fehler unterläuft, soll man dazu stehen, ihn korrigieren und sich dafür entschuldigen. Das haben wir in diesem Fall getan.”

### **Von einer anderen Zeitung in Deutschland, der Zeit, sagt die Konkurrenz, sie halte Recherchieren für Meinungschwäche. Was halten Sie davon?**

“Das würde ich so nicht sagen. Das genaue Abklären von Sachverhalten, also sich ins Bild setzen, sich informieren, die Hintergründe durch Gespräche hervorholen, das gehört zu einem Journalismus, welcher den Anspruch hat, Qualität zu liefern. Recherchieren und Meinung bilden würde ich nicht gegeneinander ausspielen. Es muss eine Kombination von beidem sein. Wenn die Informationsgrundlage der Journalisten nicht genügend ist, kann auch die Meinung nicht fundiert sein.”

**Andere seriöse Blätter, zum Beispiel die Financial Times Deutschland, nehmen moderne Tendenzen in der Grafik auf. Bei der NZZ hat man das Gefühl, dass alles beim alten bleibt.**

“Ich habe mir die FTD relativ genau angesehen in der ersten Zeit. Sie ist sehr viel Land-bezogener als die englische Ausgabe; sie ist eine sehr deutsche Zeitung. Die NZZ hat sich in den letzten eineinhalb Jahrzehnten stark entwickelt, und wir haben sehr viel Neues eingeführt, zum Beispiel die verschiedenen Beilagen wie etwa ‘Medien und Informatik’ oder ‘Börsen und Märkte’. Das Feuilleton ist heute sehr aktuell. Hier beleuchten wir auch gesellschaftliche und politische Phänomene; zum Beispiel die Auseinandersetzung um Haider. Das machten wir früher nicht. Wir haben im Börsen- und Finanzmarkt vor Jahren die tagesaktuelle Analyse eingeführt. Der Modernisierungsprozess ist also ständig im Gang.”

**Aber Sie halten an der traditionellen Ausrichtung der Zeitung fest in einer Zeit, da redaktioneller Inhalt als Content verstanden wird.**

“Ich glaube, dass gewisse traditionelle Qualitäten, die wir pflegen, eine gute Berechtigung haben. Wenn man die NZZ von 1960 nimmt und mit heute vergleicht, so stellt man fest, dass sie stark modernisiert wurde. Wir haben um 1970 intensiv gestritten hier im Haus, ob wir auf einen fünf- oder sechs-spaltigen Umbruch umsteigen sollen. Damals hat man beschlossen, die vier Spalten beizubehalten. Wir hatten eine Auflage von 90’000 Exemplaren, heute liegt sie bei 170’000, also war es kein Fehlentscheid. Aber modische Trends nur um der Mode willen machen wir nicht mit.”

**Es ist also undenkbar, dass die NZZ eines Tages mit Farbe auf dem Titel aufmacht?**

“Farbe haben wir schon früh in Einzelfällen gebracht, zum Beispiel im Tourismus oder in Forschung und Technik sowie in der Lebensart. Aber mit Farbe muss man in einer Zeitung zurückhaltend umgehen, denn sie kann auch ablenken statt zum Lesen hinlenken.”

**Eine grafische Modernisierung ist also kein Thema?**

“Wir diskutieren derzeit die teilweise Neugestaltung der ersten Seite, bereiten zudem eine verbesserte Veranstaltungsinformation vor und

diskutieren über Formen von erweiterten Zusatzleistungen, zum Beispiel im Bereich Finanzmarkt und Börse.“

### **Wann kommt die neue NZZ-Titelseite?**

“Ich würde sagen im September. Auf den Frühherbst werden einige Neuerungen zugleich eingeführt.“

### **Wie beurteilen Sie den politischen Kurs der NZZ? Früher schrieb sie vor allem gegen die SP. Doch in den letzten Monaten griff sie stark das SVP-Lager an, in dem es aber viele NZZ-Leser gibt.**

“Wir haben viele Leser im rechten wie im linken Lager, an uns kommt niemand vorbei. Wir sind eine nationale Zeitung für anspruchsvolle Leser, die sich mit Politik, Wirtschaft und Kultur beschäftigen. Wir setzen uns kritisch auseinander mit Tendenzen, die unserer Ansicht nach nicht im Sinne einer offenen reformfähigen Gesellschaft sind. Früher haben wir uns in anderen Zeitumständen kritisch sowohl gegenüber dem braunen als auch gegenüber dem roten Totalitarismus verhalten. Die NZZ befürwortet politische Institutionen, welche sich weiterentwickeln und versuchen, das Weltgeschehen aufzunehmen, um auf der Höhe der Zeit zu bleiben. Unsere Kriterien haben sich also nicht geändert. Wir finden auch nicht alles gut, was in Brüssel gemacht wird. Die Brüsseler Reaktion gegenüber Österreich haben wir kritisiert, weil wir nicht glauben, dass nationale Regierungszusammensetzungen in Brüssel bestimmt werden sollten. Zudem wurde Haider's Erfolg dort völlig falsch verstanden. Der Zulauf zu Haider hat nämlich nicht mit neonazistischen Tendenzen zu tun, sondern damit, dass die Österreicher genug haben von dem dort vorherrschenden Parteienfilz.“

### **Die NZZ betrachtet sich als nationale Zeitung mit internationaler Ausstrahlung. Ist für Sie der Tages-Anzeiger eine Konkurrenz?**

“Ja, wir sind eine nationale Zeitung mit internationaler Ausstrahlung. Im Markt Zürich und darüber hinaus ist der Tages-Anzeiger natürlich ein Konkurrent. Wir haben verschiedene Konkurrenten; auf dem Gebiet des Feuilletons ist es die Frankfurter Allgemeine Zeitung, auf dem Gebiet des Finanzmarkts das Wall Street Journal und die Financial Times. Wir sind eine liberale Stimme, die versucht, sich aus der freisinnig-liberalen Denkart heraus zum Welt-, Land- und Stadtgeschehen eine Meinung zu bilden. Der Tages-Anzeiger dagegen hat seine Rolle immer wieder etwas anders definiert.“

### **Früher fuhren die Zeitungen unterschiedliche politische Kurse. Heute haben sich die Haltungen stark angeglichen.**

“Selbstverständlich gibt es innerhalb einer freien Gesellschaft verschiedene Akzentsetzungen. Die einen tendieren zu Freiheit, Wettbewerb und Dynamik, die anderen zu staatsverwalteter

Gerechtigkeit und Umverteilung. Doch mit dem Ende des Kalten Kriegs hat sich das Denkmuster einer liberalen-kapitalistischen Wettbewerbswirtschaft gegenüber demjenigen einer sozialistischen Weltmacht mit Kollektivierung durchgesetzt. Die linken Kräfte in Europa wie Blair und Schröder oder in der Stadt Zürich Ledergerber haben sich mit der Marktwirtschaft ausgesöhnt und versuchen einen Reformprozess voranzubringen, der sich auf die Gegebenheiten wie die Globalisierung einstellt. So haben auch die Medien, die früher Richtung Sozialismus tendierten, inzwischen meist umgeschwenkt.”

**Die NZZ versteht sich als Weltblatt, doch sie reibt sich im Verlegerischen vorab in nationalen Angelegenheiten auf. So hat sie die Mehrheit von Buchs Druck übernommen, wollte die Thuner Zeitung kaufen, was nicht gelang, und kämpft jetzt um die Solothurner Zeitung. Warum entwickelt die NZZ nicht auch im Verlegerischen eine kosmopolitische Vision?**

“Für eine Zeitung wie unsere ist der Hauptmarkt die Schweiz. Was wir im Internationalen heute im Unterschied zu früher machen, ist, dass wir nicht mehr nur eine Fernausgabe mit den Inhalten der Inlandausgabe produzieren, sondern eine eigene internationale Ausgabe. Diese wird in Offenbach bei Frankfurt und in Passau zur gleichen Zeit wie die Schweizer Ausgabe gedruckt. Wir produzieren Fernsehsendungen, NZZ-Format, die wir auf dem deutschen VOX-Kanal platzieren. Ein drittes Element war die englische Monatszeitschrift Swiss Review World Affairs. Jetzt haben wir das English Window auf unserer Website. Aber Ihre Frage zielt nach anderen Kooperationen. Wo wäre es sinnvoll, mit anderen internationalen Zeitungen zusammenzuspannen? Da gibt es viele Diskussionen. Man fragt uns an, unser Korrespondentennetz nutzen zu dürfen, was wir aus Exklusivitätsgründen bislang abgelehnt haben. Man fragt uns wegen Kooperationen im Online-Bereich an. Und es gibt auch Diskussionen über eine englische Schweizer Ausgabe der International Herald Tribune. Wir prüfen gegenwärtig, ob die NZZ mehr als bisher internationale Kooperationen eingehen sollte.”

**Welche Rolle möchte die NZZ in Deutschland spielen, nachdem dort in den letzten Monaten viele neue Wirtschaftszeitungen lanciert wurden? Hat da die NZZ überhaupt eine Chance?**

“Wir haben eine sehr gute internationale Leserschaft in Deutschland, Österreich und in vielen anderen Staaten. Selbstverständlich ist die deutsche Sprache eine gewisse Barriere, weil die Leserschaft, die in der Lage ist, eine deutschsprachige Zeitung zu lesen, zum Beispiel in den USA, begrenzt ist. Wir sind auch bereit zu investieren, weil wir es uns heute nicht mehr leisten können, mit der internationalen Ausgabe später als die lokalen Zeitungen zu erscheinen. Darum hat die internationale Ausgabe den gleichen Redaktionsschluss wie die Inlandausgabe, um 22.30 Uhr, was in Deutschland überraschte, denn die

grossen Zeitungen schliessen dort schon um 17.30 Uhr. So bringen wir die amerikanischen Börsenkurse und die Bundesligaresultate im Unterschied zu deutschen Zeitungen, welche diese nicht haben. Wir verteilen zudem früh per Bote. So konnten wir die Auflage der internationalen Ausgabe um etwa 50 Prozent steigern in den letzten sechs Jahren.”

### **Wie hoch ist die Auflage der internationalen Ausgabe?**

“Etwa 24‘000 verkaufte Exemplare.”

### **Ist diese Auflage befriedigend in einem Land, das über 80 Millionen Einwohner hat?**

“Der Kreis der Leute, die eine Zeitung aus einem anderen Land täglich lesen, ist begrenzt. Ich glaube nicht, dass wir es schlecht machen, wenn man bedenkt, dass wir in der Schweiz mit 5 Millionen deutschsprachigen Einwohnern beinahe 170‘000 Exemplare Auflage erreichen und die FAZ nur 400‘000 in einem Land mit 80 Millionen Einwohnern. Wir sind für jemanden, der sich über das aktuelle Geschehen in Deutschland täglich im Detail informieren will, keine Alternative, das muss man sehen. Wir sind nur eine Alternative für Leser, die eine zweite Zeitung und eine stark internationale Perspektive haben möchten.”

### **Genügt es, an zwei Orten zu drucken in Deutschland?**

“Wir drucken in Offenbach für den deutschen und internationalen Markt, das reicht von Moskau bis New York, wo man die NZZ bis zum Mittag haben kann, und wir drucken in Passau für Süddeutschland, Österreich und einige Länder des ehemaligen Ostblocks. Asien und Südeuropa werden von Zürich aus bedient. Durch die Kooperation mit einer amerikanischen Firma können wir neuerdings on demand auch direkt in Hotels drucken.”

### **In der Schweiz beteiligt sich die NZZ sporadisch an Zeitungen, wenn sie gerade auf dem Markt sind. Welche Strategie steht dahinter?**

„Um 1990 entschieden wir uns, eine Regionalzeitungs-Strategie zu entwickeln und übernahmen nach reiflicher Überlegung das St. Galler Tagblatt. Wenn wir nun die Kontrolle über die Buchs Druck übernommen haben und uns mit einer Zeitung wie den Werdenberger und Obertoggenburger beschäftigen, so geht es hier um unsere Position im St. Galler Rheintal und in St. Gallen. Unsere Strategie läuft darauf hinaus, Regionalzeitungen, die zu haben sind, weil sie vielleicht ihr Nachfolgeproblem nicht lösen können, weiterzuführen und auf Vordermann zu bringen, aber immer mit dem Hintergrund, den publizistischen Auftrag zu erfüllen, welcher der Kern unseres Unternehmens ist.“

### **Wenn man wartet, bis sich etwas anbietet, kann man daraus auch auf ein passives Verhalten schliessen?**



“Nein, das ist kein passives Verhalten. Man muss sich im klaren darüber sein, dass man sich nicht aggressiv in einer Landschaft bewegen kann, in welcher die Zeitungen gut verankert sind. Unser Interesse liegt auch darin, die Vielfalt der Regionalzeitungs-Landschaft zu erhalten. So wurden wir in Bern beim ‘Bund’ aktiv, wo sonst allenfalls ein neues Regionalmonopol entstanden wäre.”

### **Die Zeitung NZZ ist also nur noch ein Produkt von vielen im Verlag?**

“Die NZZ bleibt im Zentrum. Der Zweck der Aktiengesellschaft für die Neue Zürcher Zeitung besteht darin, Qualitäts-Information zu liefern und Meinung, die auf einem liberalen Gedankengut basiert. Ich möchte im übrigen darauf aufmerksam machen, dass nach uns Le Monde in Frankreich begonnen hat, die gleiche Regionalzeitungsstrategie zu fahren, und die New York Times übernahm unter anderem den Boston Globe.”

### **Vor Jahren wurde im Haus auch über eine mögliche Sonntags-NZZ debattiert, doch Sie waren offenbar dagegen. Inzwischen graben die SonntagsZeitung und der SonntagsBlick den Inseratemarkt ab. War der Entscheid ein Fehler?**

“Die Sonntags-NZZ ist eine Idee, die man sich gut vorstellen kann. Am Sonntag haben die Leute viel von dem, was es für eine Zeitung braucht, nämlich Zeit. Deshalb bieten wir am Samstag so reichhaltigen Lesestoff an, dass er auch für den Sonntag reicht. Das heisst aber nicht, dass wir uns nicht vorstellen könnten, eine siebte Ausgabe zu machen. Die Frage ist, ob eine Zeitung am Sonntag auszusehen hätte wie die heutige NZZ oder einer anderen Formel folgen würde. Doch ist das Theorie, keine konkrete Absicht.”

### **Das heisst, Sie sind in der Planung einer Sonntags-NZZ?**

“Nein, das ist zuviel gesagt. Man könnte auch etwas kombinieren, was bereits im Markt existiert.”

### **Das wäre...?**

“Ich glaube, es hat keinen Sinn, jetzt darüber zu spekulieren.”

### **Trotzdem: Hat die NZZ nicht den Zug verpasst, indem sie nicht schon früher eine Sonntags-NZZ lanciert hat?**

“Wir haben früher die Montags-Ausgabe der NZZ bereits am Sonntag nachmittag um 16.00 Uhr herausgebracht. Das ist zwar etwas anderes als die Sonntagmorgen-Zeitung. Aber man hat aus verschiedenen Gründen, die ich hier nicht erörtern möchte, in den siebziger Jahren Abstand genommen von der Idee. Es ist aber klar, dass Sonntagszeitungen zwei hauptsächliche Themenbereiche haben, den Sport und die Unterhaltung. Das sind für uns keine Hauptgebiete. An seriöser Sachinformation fällt übers Wochenende meist wenig an. Wichtige

Themen werden oft nur gerade aufgewärmt und aufgemotzt. Die NZZ könnte sich höchstens eine Formel vorstellen, bei der man versucht, die Welt und die Themen aus einer Wochenperspektive und in einer anderen Art zu beleuchten. Da sehe ich Möglichkeiten.”

**Sie haben ein Inseratekombi mit dem Bund und mit Le Temps. Bilden Sie eine Konkurrenz zum Swisspool?**

“Es ist ein Faktum, dass NZZPlus, die Inseratekombination zwischen NZZ und Bund, mehr gemeinsame Anzeigen erzeugt als der Swisspool. Dadurch konnten wir den Bund wieder in Gang bringen. Die Auflage konnten wir von 58’000 auf 68’000 Exemplare steigern. In der Stadt Bern haben wir wieder die führende Stellung im Markt. Wie weit das Kombi, zu dem nun auch Le Temps gehört, eine Alternative zum Swisspool ist, muss ich hier nicht beurteilen.”

**Im Stellenmarkt versucht die NZZ durch ein Kombi mit Weltwoche und HandelsZeitung das Produkt Alpha vom Tages-Anzeiger zu attackieren?**

“Ich glaube, dass diese drei Titel zusammen eine interessante Alternative bilden im Kaderstellenmarkt. Alpha hat in diesem Markt rasch eine gute Stellung erobert.”

**Wenn die NZZ sich in den letzten Jahren im Verlegerischen stark geöffnet hat und Kooperationen eingegangen ist, kann man auch erwarten, dass sie sich im Redaktionellen öffnet?**

“Das publizistische Selbstverständnis ist bei uns ein liberales. Wir wollen uns nicht für jede beliebige Art von Publizistik engagieren, sondern versuchen, Qualität zu realisieren. Ins billige Unterhaltungsgeschäft steigen wir nicht ein.”

**Die NZZ ist Mitbetreiberin von SwissClick. Wie sehen Sie das Kräfteverhältnis zwischen SwissClick und WinnerMarket?**

“WinnerMarket ist zum jetzigen Zeitpunkt nicht klar profiliert. Es wird sich zeigen, ob die horizontalen Portale, die man im Moment als wichtig betrachtet, auch wichtig bleiben. Wir haben, nachdem die TA-Media ausstieg, heute wieder soviel Angebote in SwissClick wie früher. Ich habe aber zu wenig Informationen, um beurteilen zu können, wie sich WinnerMarket konkret entwickelt.”

**Welches ist die Fernsehpolitik der NZZ?**

“Vor über fünf Jahren kam der Filmemacher Alexander Kluge auf uns zu, weil er auf dem Sender Vox ein Programmfenster mit eigener Konzession hatte. Er plante gute Dokumentarfilme, und wir wussten sofort, wenn wir in die TV-Programmproduktion einsteigen würden, wäre dies unser Weg. Dann zeigte SF DRS eine Öffnungsbereitschaft für SF2, was dann zu Presse-TV führte, an dem wir beteiligt sind. Dieses Konzept des Channel-Sharing ist in Europa einmalig. Wir machen jetzt in der Ostschweiz ein Experiment mit TeleOstschweiz,

wo wir ein anspruchsvolles Lokalfernsehen betreiben. Vielleicht kann man das in Kooperation mit weiteren regionalen Sendern weiterentwickeln. Aber was wir nicht wollen, ist, gross ins Fernsehgeschäft einzusteigen, denn der Schweizer Fernsehmarkt ist zu eng für volle Programme auf reiner Werbebasis. Das war von Anfang an unsere Meinung. TV3 scheint das ja zu bestätigen.”

**Grosse Mittel stecken Sie jetzt in neue Druckereien, zum Beispiel in diejenige in Schlieren, die noch nicht sehr alt ist. Wurde da fehl geplant?**

“Nein, es geht bei diesen Mitteln um die Summe aller absehbaren Investitionen in Druckkapazitäten der Gruppe. Dazu gehören auch Druckereien in St. Gallen und Bern. St. Gallen wurde bereits bewilligt, später folgen Bern und Zürich.”

**Warum brauchen Sie in Bern eine Druckerei, wenn gemäss Aussage von Verleger Charles von Graffenried im letzten „persönlich“ der Bund nun doch auch bei der BZ-Gruppe gedruckt werden könnte, nachdem die BZ dies erst ablehnte?**

“Unser Ehrgeiz liegt nicht im Drucken. Deshalb wählen wir selbstverständlich die wirtschaftlich vernünftigste Lösung.”

**Bei der Konkurrenz zu drucken, dürfte indes delikater sein.**

“Ich habe nicht gesagt, dass wir bei der Konkurrenz drucken. Zuerst muss das Vertrauen vorhanden sein, so dass man in der Produktion allenfalls gemeinsam in die Zukunft gehen kann.”

**Die Geschäftsleitung der NZZ besteht gemäss Impressum aus drei Personen, doch wer ist eigentlich der Konzernleiter?**

“Die drei Geschäftsleitungsmitglieder tragen die Verantwortung gemeinsam. Weil die Priorität des Hauses aber in publizistischen Inhalten liegt, was bei der Gründung der AG im Jahr 1868 so definiert wurde, liegt der Vorsitz der Gruppe beim Chefredaktor, das ist historisch so verankert. Natürlich pflegen wir auch das produktive Streiten untereinander, bis wir uns zu einer gemeinsamen Meinung durchringen. Der Verwaltungsrat hat die wichtigen Entscheidungen unternehmerischer Art zu tragen. So gibt es bei uns nicht einen einzelnen als Verleger.”

**Sie sind eigentlich der Verleger?**

“Das würde ich nicht so darstellen, wir sind ja kein Familienunternehmen. Wenn man es genau analysiert, liegt die Verlegerverantwortung in der Gemeinschaft von Geschäftsleitung und Verwaltungsrat.”

**Die Festlegung der Führungssituation ist historisch verankert. Doch die Zeiten wandeln sich. Ist es noch zeitgemäss, wenn der Chefredaktor gleichzeitig der Konzernlenker ist?**

“Ob die Konstruktion zeitgemäss ist oder nicht, kann man lange diskutieren. Ich halte das für eine gute Konstruktion, nicht weil ich das Amt habe, ich fand sie auch in den 20 Jahren gut, in welchen ich hier einfach als Journalist arbeitete. Diese Einrichtung führt dazu, dass es in unserem Haus, im Unterschied zu anderen, keine schwerwiegenden Konflikte zwischen Verleger und Redaktion gibt. Ich bin quasi die chinesische Mauer im Haus, und mein Interesse liegt von der Aufgabe her in erster Linie in der Redaktion.”

**Wenn Sie gleichzeitig für das kommerzielle Vorankommen wie auch für die publizistischen Inhalte zuständig sind, fühlen Sie sich da nicht wie Faust: zwei Seelen schlagen ach in meiner Brust?**

“Ich glaube das ist ein wichtiger Punkt. Die Situation führt meiner Meinung nach dazu, dass wir in der Redaktion vielleicht noch ernsthafter überlegen, was wir überhaupt wollen. Es kommt vor, dass ich in meiner Doppelrolle der Redaktion die verlegerische Seite verständlich machen kann und umgekehrt. Natürlich kann es auch einmal vorkommen, dass ich einen Entscheid als Vorsitzender in der Geschäftsleitung durchsetzen muss, aber es kann nicht die übliche Methode sein, sondern man muss sich in der Geschäftsleitung per Diskussion einigen können.”

**Dass die Interessen von Verlag und Redaktion zuweilen divergieren können, liegt in der Natur der Sache. Wenn Sie beide Seiten ausfüllen, wozu brauchen Sie dann einen kaufmännischen Geschäftsführer, Marco de Stoppani?**

“Er hat als Verantwortlicher für Druck und Verlag eine sehr wichtige Rolle. Ich wäre auch zeitlich absolut nicht in der Lage, dem täglichen Geschäft so nachzugehen. Wir verständigen uns darüber, was wir machen oder wie wir etwas angehen möchten. Ausgeschlossen, dass ich das auch noch wahrnehmen könnte.”

**Wie aktiv ist der Verwaltungsrat, der ja zu einem der prestigeträchtigsten der Schweiz gehört?**

“Wir haben einen sehr aktiven Verwaltungsrat, der bis zu fünfmal im Jahr tagt. Wenn nötig, kann er auch für ad-hoc-Sitzungen zusammengerufen werden. Wir können also durchaus schnell handeln, wenn es sein muss. Wir haben immer darauf acht gegeben, dass im Verwaltungsrat unternehmerische und politische Erfahrung vorhanden ist. Diese ist mit Eric Honegger als neuem Präsidenten auch gegeben, der zwölf Jahre in der Politik war. Der Verwaltungsrat hat ein sehr gutes Verständnis für die besonderen Aspekte eines publizistischen Unternehmens, in dem es lange Investitionshorizonte,

Konjunkturabhängigkeit im Inseratebereich und durch die Redaktion eine besondere publizistische Kultur gibt.”

**Während der frühere Präsident Ulrich Bremi sehr aktiv war, hat man von Herrn Honegger bei der NZZ noch nicht viel gehört, schliesslich engagiert er sich stark bei der SAir-Group, bei welcher er ebenfalls VR-Präsident ist.**

„Herr Honegger hat das Amt bei der NZZ vor einem Jahr angetreten. Er hat die Generalversammlung 2000 nach meiner Einschätzung sehr gut durchgeführt. Allmählich wird er wo nötig auch vermehrt gegen aussen auftreten.“

**Doch der Verwaltungsrat segnet in der Regel ab, was Sie vorschlagen?**

“Der Verwaltungsrat befasst sich mit den unternehmerischen Fragen. Er erteilt das Zeichnungsrecht für Redaktoren, aber er befasst sich traditionellerweise nicht mit Inhalten der NZZ. Wenn er glaubt, diese Zeitung wäre nicht mehr richtig geführt, dann ist seine Eingriffsmöglichkeit die Abberufung des Chefredaktors und Ersetzen durch einen anderen. Aber ich habe in diesen vielen Jahren noch nie erfahren, dass sich der Verwaltungsrat mit Inhalten der Zeitung direkt befasst. Er hält in diesen Dingen die unternehmerische Distanz und hütet sich vor Einzelweisungen.”