Schwertfegers Stimme passte nicht zum Sponsoring von Coca-Cola!

Autor(en): **Raschle, Iwan**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin**

Band (Jahr): **118 (1992)**

Heft 21

PDF erstellt am: **27.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-610221

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Iwan Raschle

Schwertfegers Stimme passte nicht zum Sponsoring von Coca-Cola!

Weil er dem obersten Bankgesellen Robert Studer einige läppische Fragen gestellt hatte, verlor der langjährige Teilzeit-Wirtschaftsredaktor von Radio DRS, Richard Schwertfeger, seine Stelle. Grund: Schwertfeger liess sich von der Bankenwelt als Werbeträger missbrauchen und kassierte dafür eine Menge Geld. Über die Höhe des Honorars – aber auch über weitere brisante Einzelheiten – gibt ein vertraulicher Untersuchungsbericht Auskunft, der gestern der Schweizer Presse zugespielt worden ist.

Richard Schwertfegers hölzerne Beiträge sind nicht mehr zu hören, und das hat nach Ansicht der in dieser Sache ermittelnden Untersuchungskommission nicht nur mit dem Fehltritt des Teilzeitredaktors zu tun. Auf der Suche nach einer Nebenbeschäftigung, so die Kommission, sei Schwertfeger gezielt in eine Falle gelockt worden und habe sich in berufliches Offside befördern lassen. Einziger Trost für den Radiomann ist die (geschätzte) fürstliche Gage von rund 250 000 Franken – viel Geld für ein Interview, das dem Wirtschaftsjournalisten auf dem «freien» Markt im besten Fall ein kärgliches Honorar von fünfzig Rappen die Zeile eingebracht hätte – so es überhaupt den Weg in die Druckerei gefunden hätte.
Schwertfeger hat nach Ansicht der Untersuchungskommission aus dem Äther verschwinden müssen, weil seine Beiträge nicht nur der Bankenwelt, sondern auch den Radiomachern ein Dorn im Auge waren. Aufgrund von Spesenbelegen hat die Kommission ein Szenario rekonstruiert, das zum unehrenhaften Abgang des bewährten Radiomanns geführt haben soll.

Reklame

Unerwünschte Blicke hinter die Kulissen

Am 5. Januar dieses Jahres haben sich Vertreter der Schweizerischen Bankiersvereinigung mit Exponenten der Radiospitze getroffen, um sich über Schwertfeger zu unterhalten. Die Fähigkeit des Wirtschaftsredaktors, komplexe Bank- und Wirtschaftsgeschäfte einfach und verständlich darzustellen, war ausschlaggebend für die Banken-Initiative. Richard Schwertfeger befähige das Volk, hinter die Kulissen der ehrwürdigen Bankinstitute zu sehen, Hintergründe von geschäftspolitischen Winkelzügen zu durchschauen, kritisierten die Banken. Das fehlende Verständnis für unliebsame Hypothekarzinserhöhungen lasse sich nur mit dieser von Schwertfeger geförderten Transparenz erklären. Diese vom Radio vorangetriebene Entglorifizierung des Bankgeschäfts verunmögliche es Banken, unbegründete Zinssatzerhöhungen auch nur annähernd glaubwürdig erklären zu können.

Die Vertreter des Schweizer Radios, im allgemeinen nicht unbedingt auf Seite der Wirtschaft, hörten die Kritik der Banken nicht ungern. Einerseits gilt es – seit Einführung des Sponsorings –, mögliche Finanzquellen sprudelfreudig zu bewahren, und andererseits galt Schwertfegers Stimme schon lange nicht mehr als Aushängeschild des Landessenders. Waren urschweizerisch-bedächtige Präsentationen zu Beromünsters Zeiten noch gefragt, so sind heute peppige Stimmen am Mikrophon gefragt, die zum Sponsoring von Coca-Cola passen.

PR-Honorar oder Abgangsentschädigung?

Weil für Schwertfeger auch ein Wechsel in die Kafichränzli-Redaktion von DRS1 nicht in Frage kam, galt es, den altgedienten Redaktor möglichst geschickt auszumustern. Am besten, so die einhellige Meinung, sollte sich der Journalist das Bein gleich selbst stellen. So erhielt Richard Schwertfeger nur wenige Tage nach dem geheimen «Gipfeltreffen» von der Bankiersvereinigung eine Offerte für ein Interview mit dem helvetischen Starmanager Robert Studer, das später als TV-Spot ausgestrahlt, in Zeitungen aber auch als Inserat abgedruckt werden sollte. Bedingung der Banken: Schwertfeger müsse seinen Namen für den Spot hergeben und die Urheberrechte für das Interview an die Vereinigung abtreten. Grosszügige Gegenleistung: ein einmaliges Honorar von 250 000 Franken plus Spesen. Für den Teilzeitredaktor Grund genug, auf den Vorschlag einzutreten; schliesslich handelte es sich nur um ein Interview, das genausogut dem journalistischen Alltag hätte entspringen können. Dennoch erhielt er wenig später die Quittung für seinen Seitensprung: den blauen Brief aus Basel.

Wie weit Radio DRS Schwertfegers Abgang provoziert und/oder unterstützt hat, ist derzeit noch offen. Wie auch die Frage, ob sich die SRG nicht an Schwertfegers PR-Honorar beteiligt habe, dieses also vielmehr eine Art Abgangsentschädigung für einen unliebsamen Redaktor darstelle. Die Untersuchungskommission befürchtet denn auch, der Fall Schwertfeger könne Schule machen. Verlage und Redaktionen könnten künftig unliebsame Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter jenen zum «Kauf» anbieten, die ein handfestes Interesse am beruflichen Out kritischer Fragesteller haben. Besonders gefährdet von Übernahmeangeboten sind Wirtschaftsjournalistinnen und Wirtschaftsjournalisten – ihr Berufsstand könnte einer solchen Entwicklung gänzlich zum Opfer fallen. Wie Schwertfeger aus der Bankenwelt, so berichten sie dereinst vielleicht direkt aus den früher kritisierten Betrieben.