Zeitschrift: Akzent : Magazin für Kultur und Gesellschaft

Herausgeber: Pro Senectute Basel-Stadt

Band: - (2016)

Heft: 1: Mäzenatentum

Artikel: Christoph Blocher, Mäzen, übernimmt die Basler Zeitung : Investment wider die ökonomische Vernunft?

Autor: Ryser, Werner / Zehnder, Matthias

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-843006

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 13.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Christoph Blocher, Mäzen, übernimmt die Basler Zeitung

Investment wider die ökonomische Vernunft?

Stiess in Basel auf Widerstand: die Übernahme der BaZ durch Christoph Blocher

[wr] Wie kommt ein mehrfacher Milliardär, Wirtschaftsführer und Angehöriger der «classe politique» dazu, eine ungeliebte Tageszeitung, der die Leserschaft in Scharen davonläuft, mit einem dreistelligen Millionenbetrag über Wasser zu halten? Wir haben uns darüber mit Matthias Zehnder, Medienwissenschaftler und bis Dezember 2015 Chefredaktor der «bzBasel/bz Basellandschaftliche», unterhalten.

Um eine Tageszeitung zu produzieren, gibt man viel Geld aus. Zunächst, bis sie gedruckt ist und danach kostet es nochmals eine erkleckliche Summe, bis sie in den Briefkästen steckt. Kein Wunder, haben traditionsreiche Verlegerfamilien, wie etwa die Lüdins aus Liestal oder die Hagemanns aus Basel, das Handtuch werfen müssen. Und sie sind nicht die Einzigen. Überlebt haben grosse Medienhäuser wie Ringier, Tamedia oder die NZZ-Gruppe, die unter ihrem Konzerndach Zeitungen, Gratiszeitungen, Zeitschriften, Lokalradios und Privatfernsehsender vereinen. Dasselbe gilt, in etwas geringerem Ausmass, für die AZ-Medien (früher «Mittelland Zeitung») und die Südostschweiz Medien (Flaggschiff: «Südostschweiz»). Keine Frage: Hier findet ein Konzentrationsprozess statt, bei dem es letztlich darum geht, auf dem Inseratenmarkt zu bestehen.

Akzent Magazin: Herr Zehnder, anders als die «Basler Zeitung» und die «TagesWoche», hat die Zeitung, die Sie leiten, keinen Mäzen im Hintergrund, der allfällige Verluste übernimmt. Lässt sich mit einer Tageszeitung überhaupt noch Geld verdienen?

Matthias Zehnder: *Doch, das ist möglich. Allerdings ist das ursprüngliche Modell der Tageszeitung wohl zum Sterben verurteilt. Um zu überleben, muss man sich den veränderten Mediennutzungsgewohnheiten der Leserschaft anpassen. Gleichzeitig muss man sagen, dass es bis heute keinen vernünftigen Weg*

gibt, im Internet Medienprodukte richtig zu ökonomisieren. Werbeformen, die in einem ähnlichen Umfang Geld einbringen wie im Print, gibt es bisher nicht.

Akzen Magazin: Wie macht man eine Tageszeitung, damit sie auch ökonomisch erfolgreich ist? Ist das eine Frage der Grösse?

Matthias Zehnder: *Eine Zeitung funktioniert dann, wenn sie von einer bestimmten Gruppe von Leserinnen und Lesern abonniert wird, die gleichzeitig relevant ist für bestimmte Werbekunden. Die absolute Grösse ist dabei nicht so entscheidend. Wenn ich beispielsweise mit einer Fachzeitschrift alle Handchirurgen in der Schweiz erreiche, kann die Auflage klein sein, denn für die Investitionen von Firmen, die ihre Produkte in diesem Segment verkaufen wollen, ist die Aussicht, mehr als 80 Prozent aller potenziellen Kunden zu erreichen, matchentscheidend. Die Bedeutung von Zeitungen in den Städten hat vor allem deshalb abgenommen, weil sie keinen hohen Durchdringungsgrad mehr erreichen.*

Akzent Magazin: Ist diese Ausrichtung auf einen möglichst grossen Durchdringungsgrad der Grund, weshalb die politischen Parteiprogrammen verpflichtete Meinungspresse am Aussterben ist?

Matthias Zehnder: *Um es in der Terminologie der elektronischen Kommunikationsträger zu sagen: Ein Medium braucht möglichst viele Einschalt- und möglichst wenige Ausschaltgründe. Wenn eine Zeitung extreme Meinungen vertritt, wie beispielsweise die der SVP, bietet sie für verhältnismässig wenige Leute Einschaltgründe und gleichzeitig aus einem Abwehrreflex heraus für relativ viele Leute Ausschaltgründe. Deshalb versuchen sich Medien heute eher neutral zu positionieren und möglichst alle Meinungen abzubilden.*

Die Rede ist von der Forumszeitung, die ein breites Spektrum von Ansichten repräsentiert. Ihr gegenüber stehen die parteinahen oder weltanschaulich ausgerichteten Blätter. Diese sind wegen ihrem geringeren Durchdringungsgrad, neben den Einnahmen aus Abos und Werbung, auf zusätzliche Finanzquellen angewiesen. So wird beispielsweise die liberal ausgerichtete NZZ von einem freisinnigen Aktionariat, die linke WoZ von einer Genossenschaft getragen. Und dann gibt es auch Mäzene wie den Gründer von Amazon, Jeff Bezon, den Grossinvestor Warren Buffet, den Geschäftsmann und ehemaligen Bürgermeister von New York, Michael Bloomberg, alles Milliardäre, die mit einem (kleinen) Teil ihres immensen Vermögens Zeitungen finanzieren.

«Die BaZ hat relativ viele Leser ausserhalb ihres Stammgebietes. Genau dort setzt ihre politische Wirkung ein.»

Die Geschichte ist bekannt. Als sich seinerzeit die Verlegerfamilie Hagemann von der «Basler Zeitung», deren Betrieb sich nicht mehr rechnete, trennen musste, zeigten die NZZ und Tamedia Interesse. Verkauft wurde sie aber an den Finanzier Tito Tettamanti und den bisherigen Rechtskonsulenten der Zeitung, Martin Wagner. Der Chefredakteur Matthias Geering

wurde entlassen. Sein Platz nahm der rechtskonservative Markus Somm ein. Moritz Suter, der Crossair-Gründer, löste Martin Wagner ab. Wie dieser war auch er lediglich ein Strohmann. Erst 2012 wurde offenbar, was man längst geahnt hatte: Besitzer der «Basler Zeitung» war Christoph Blocher.

Akzent Magazin: Ist auch Christoph Blocher mit seinem Engagement für die «Basler Zeitung» als Mäzen zu bezeichnen?

Matthias Zehnder: *Ganz eindeutig. Stünden ökonomische Gründe im Vordergrund, würde er sich anders verhalten. Die BaZ ist ökonomisch gesehen alles andere als erfolgreich. Sie verliert ja laufend Leser, überproportional gegenüber dem ohnehin degressiven Markt. Soweit es Basel betrifft, hat sich die Positionierung der Zeitung im rechten Spektrum letztlich als kontraproduktiv erwiesen. Dazu kommt der Stil. Dass man mit relativ drastischen Mitteln auf Personen zielt, dass man emotionalisiert und skandalisiert, wird in der Stadt wenig goutiert. Die Wählerschaft stimmt weiterhin mehrheitlich rot-grün.*

Akzent Magazin: Was ist Christoph Blochers Motiv für dieses Verlustgeschäft?

Matthias Zehnder: *Man darf eben Basel nicht isoliert betrachten. Für die Stadt würde sich Blochers finanzielles Engagement, Fachleute sprechen von bisher insgesamt 150 Millionen Franken, gar nicht lohnen. Ihm geht es um die ganze Schweiz. Die BaZ hat relativ viele Leser ausserhalb ihres Stammgebietes. Genau dort setzt ihre politische Wirkung ein. Sie wird heute im nationalen Kontext als rechte Tageszeitung wahrgenommen, als Gegengewicht zu den sogenannt linken Medien. Sie wird häufig zitiert und damit hat Blocher erreicht, dass die Botschaft der SVP, seine Botschaft, verbreitet wird. Er will eine neoliberale Wirtschaftspolitik durchsetzen. Dazu kommt eine Agenda mit nationalkonservativen Anliegen. Das Paradox der SVP ist, dass ihre Botschaften und Handlungen nicht übereinstimmen. Um zwei Beispiele zu nennen: Die SVP verlangt weniger Staat, weniger Subventionen. Gleichzeitig setzt sie sich für die Subventionierung der Bauern ein. Die SVP ist dafür, die Grenzen zu schützen und gleichzeitig dagegen, dass das Grenzwachcorps aufgestockt wird. Das ist nicht konsistent. Um diese zum Teil widersprüchlichen Ansprüche durchzusetzen, benötigt man mediale Kraft und Permanenz. Die Medien dienen dazu, gewisse Themen überhaupt auf den Tisch zu bringen, zur Diskussion zu stellen und die Standpunkte langsam zu verschieben.*

Matthias Zehnder, Medienwissenschaftler und bis Dezember 2015 Chefredaktor der «bzBasel / bz Basellandschaftliche»

Akzent Magazin: Es lässt sich in der Tat nicht bestreiten, dass die Positionen der von Christoph Blocher geprägten SVP bei einer grossen Bevölkerungsgruppe Zustimmung finden. Sie behaupten aber nicht, dass das allein auf den Einfluss der BaZ zurückzuführen ist?

Matthias Zehnder: *Natürlich nicht. Die Gratiszeitungen vor Wahlen oder Abstimmungen, die an alle Schweizer Haushalte verteilt werden, Inserate, Plakate, Flyer, Teleblocher – das alles wirkt. Und in diesem bunten Strauss ist die BaZ ein wesentliches Element, genau gleich wie die «Weltwoche». Über diese Medien kann man zunächst Meinungen testen, kann schauen, wie das bei den Leuten ankommt. Greift das jemand auf? Falls nein, kann man es wieder zurücknehmen, ohne dass man sich damit etwas vergibt. Entscheidend ist, dass man wahrgenommen wird. Wenn man im politischen Diskursmodell der Schweiz, wo alle zum Zug kommen sollen, mit einer gewissen Vehemenz einen Extremstandpunkt vertritt, dann neh-*

men das die übrigen Medien auf. Dann wird man zu einem politischen Gewicht. Man schlägt einen Pfosten ein. Über Kommunikation ist ein Medienkonsument immer in irgendeiner Form beeinflussbar.

Am Anfang unseres Gesprächs mit Matthias Zehnder stand die Frage, ob sich das Engagement für eine Zeitung wie die BaZ wirtschaftlich überhaupt lohne. Betrachtet man die politische Grosswetterlage, so lässt sich leicht feststellen, dass die Schweiz in den letzten Jahren nach rechts gerutscht ist. Nicht nur die nationalkonservativen Ansprüche der SVP und ihres Vordenkers finden die Zustimmung einer nicht unerheblichen Minderheit unter den Stimmbürgerinnen und Stimmbürgern. Vor allem wurde ein Klima geschaffen, in dem die neoliberale Agenda der Reichsten gute Aussicht auf Realisierung haben: Steuererleichterungen für Konzerne durch die Unternehmenssteuerreform III. Schutz für Steuerhinterzieher durch die Wahrung des Bankgeheimnisses in der Schweiz; dafür ist ein besserer Schutz vor Kündigungen am Arbeitsplatz kein Thema mehr. Die Liste liesse sich verlängern. Das Familienvermögen von Christoph Blocher beläuft sich inzwischen gemäss der Zeitschrift «Bilanz» auf 5,5 Milliarden Franken. Allein in den zurückliegenden fünf Jahren hat sich der Aktienkurs seiner Firma, der Ems-Chemie, vervierfacht. So besehen darf man die Frage stellen, ob die Medienpolitik des Vordenkers der SVP und des Mäzens der «Basler Zeitung», tatsächlich wider alle ökonomische Vernunft ist.

Quellen
Bilanz, Schweizer Wirtschaftsmagazin, 1. Dezember 2015
Walter Rüegg (Hg), Herausgefordert, die Geschichte der Basler Zeitung, Christoph Merian Verlag 2012.

Die «TagesWoche» und ihre verschwiegene Mäzenin

Wie die BaZ ist auch die «TagesWoche» auf Unterstützung angewiesen: Am 14. April 2011 wurde die «Stiftung für Medienvielfalt» gegründet. Sie ist Eigentümerin der «Neue Medien Basel AG», die als Herausgeberin der «TagesWoche» fungiert. Die Finanzierung der ersten Jahre wird von der «Stiftung Levedo» der Mäzenin Beatrice Oeri garantiert. Darüber, weshalb die Roche-Erbin das Blatt mit einem zweistelligen Millionenbetrag unterstützt, kann man nur spekulieren. Geht es um Medienvielfalt, wie das der Name der Stiftung vermuten lässt? Geht es darum, eine Gegenposition zur BaZ aufzubauen, wie sich das die Bewegung «Rettet Basel» erhoffte? Beatrice Oeri, die sich Interviews verweigert und keine Statements abgibt, schweigt sich aus.

Die «TagesWoche» habe sich anfänglich links positioniert und dann den grossen Fehler gemacht, sich viel zu wenig auf Basel zu konzentrieren, sagt Matthias Zehnder. Mit Gratisexemplaren, die an die Flughäfen Zürich und Basel Mülhausen geliefert wurden, hat man, um höhere Werbeeinnahmen zu generieren, die Auflage um rund 12'000 Exemplare «geschönt». Durch diese Schummelei habe die Zeitung viel Goodwill verloren, fährt der Medienwissenschaftler fort. Ob sie aus diesem Loch herauskomme, bleibe offen.

Die tiefe Auflage der Printausgabe, die Wemf hat noch eine verkaufte Auflage von 4741 Exemplaren beglaubigt, und die häufigen Personalwechsel in der Redaktion, verbunden mit den Streitereien, die auch nach aussen dringen, lassen die Zukunft des Experiments eines Blattes, das wöchentlich in Papierform erscheint und dessen tagesaktuelle Berichte online kostenfrei aufgerufen werden können, als unsicher erscheinen.