



O-TON

SACHA WIGDOROVITS
war Journalist. Heute ist er
Herausgeber von «.ch».UBS machte
Kardinalfehler

KEIN UNTERNEHMEN in der Schweiz musste in den letzten Monaten so viele Schläge einstecken wie die UBS. Und kein Manager musste sich so oft und so gehässig von den Medien sagen lassen, er sei eine Niete, wie Marcel Ospel. Dass das Image der UBS so ins Bodenlose gesunken ist, hängt nicht nur mit den Abschreibern aus schlechten US-Hypothekarkrediten zusammen, sondern auch mit ihrer Unternehmenskommunikation. Die UBS hat nicht begriffen, dass man sich nicht auf Lorbeeren wie vergangenen Rekordergebnissen oder dem Sponsoring von Alinghi ausruhen kann. Denn in den Medien und in der öffentlichen Wahrnehmung zählt nur die Gegenwart.

ZUDEM HÄNGT DAS IMAGE von Unternehmen nur sehr beschränkt mit seinen Leistungen zusammen. Was hinter den Fassaden der Konzernzentralen geschieht, ist oft so komplex, dass wir Normalsterblichen es nicht mehr durchschauen. Entscheidender sind für uns deshalb die Personen, die dieses Unternehmen leiten. An ihnen orientieren wir uns. Ihr Image ist je länger, je mehr bestimmend für dasjenige ihres Unternehmens. Im Guten wie im Schlechten.

DIES BRINGT MICH zum dritten, kardinalen Fehler, den die UBS wie viele andere grosse Unternehmen gemacht hat. Sie hat verkannt, welche Medien in der Schweiz wirklich meinungsmachend sind. Dies ist nämlich nicht die «NZZ». Es sind der «Blick», das Fernsehen und die grossen Regional- und Sonntagszeitungen. Sie bestimmen, wer in der breiten Öffentlichkeit als Star und wer als Versager gilt, wessen Image gut ist und wer diesbezüglich ein Problem hat. Dies zu verstehen ist schwierig, wenn der eigene Lebensmittelpunkt in der Teppichetage liegt. Deshalb igeln sich grosse internationale Konzerne in Krisenzeiten kommunikationsmässig oft ein, anstatt sich der Öffentlichkeit zu stellen.

kolumne@sonntagonline.ch

Die illustre Zeit der «Schweizer Illustrierten» ist Vergangenheit

Das bunte Flaggsschiff aus dem Hause Ringier ist farblos geworden. Und berechenbar

Mit der «Schweizer Illustrierten» beginnt bei Ringier Schweiz neben dem «Blick» ein zweiter Ertragsmotor zu stottern. Die Kioskverkäufe sacken ab.

VON KURT-EMIL MERKI

26 000 – das ist eine Zahl, die an der Dufourstrasse 23 in Zürich für Aufregung sorgt. Dufourstrasse 23: Hier sitzt die Konzernleitung des Ringier-Verlages. 26 000: So tief ist allzu oft der Verkauf der «Schweizer Illustrierten» («SI») an den Kiosken.

In den besten Jahren – also unter Chefredaktor Peter Rothenbühler – ging die «SI» bis zu 60 000-mal über den Kioskresen. Sank der Verkauf einmal auf 40 000 Exemplare, galt dies als Katastrophe. In den letzten Monaten hat sich der durchschnittliche Einzelverkauf bei etwas über 30 000 Exemplaren eingependelt.

Für Dominic Geissler ist der «leichte Rückgang» der Kioskverkäufe «nicht dramatisch». Geissler ist seit Anfang Jahr Chefredaktor der «Schweizer Illustrierten». Er weist darauf hin, dass die Zahl der Abonnenten stabil sei (rund 176 000 Expl.). Und er betont, dass die «SI» mit knapp einer Million Lesern «nach wie vor die grösste Illustrierte der Schweiz» sei.

DIE GRÜNDE für das kontinuierliche Absacken der Kioskzahlen sind rasch aufgezählt. Die «SI» ist brav und berechenbar, fad und farblos geworden. Unter Rothenbühler kamen nicht nur etablierte Promis ins Blatt, sondern auch Unbekannte mit Promi-Potenzial. Zudem legte die Redaktion damals Wert auf überraschende Bilder, und sie scheute sich auch nicht davor, berührende Schicksalgeschichten oder Reportagen aus Katastrophengebieten in die «SI» zu rücken.

In den letzten Jahren setzte die «SI» auf zahnlose Interviews und Personen-



porträts, die allzu oft wie Freundschaftsdienste wirkten. Die Bilder, ein Pfand, mit dem eine Illustrierte ganz ungeniert wuchern sollte, waren häufig zu statisch, zu spannungslos, zu langweilig.

Natürlich haben sich seit der Ära Rothenbühler die Zeiten geändert. Wenn heute das Konzept des «Blicks» erläutert wird, fällt mit aller Garantie immer die Aussage, man wolle «magaziniger» werden, also eine «tägliche Illustrierte» produzieren. Und «People»-Geschichten sind längst nicht mehr die alleinige Domäne der bunten Blätter.

Das hat auch Chefredaktor Geissler erkannt. Er will das inhaltliche Konzept wieder ausweiten. Geissler zum «Sonntag»: «People ist und bleibt unsere Kernkompetenz. Ich will künftig aber mehr Nachrichtenstorys und Reportagen im Blatt haben.» In der aktuellen Ausgabe wurde zum Beispiel der Beinahe-Crash einer Lufthansa-Maschine in Hamburg thematisiert.

HANDLUNGSBEDARF HAT GEISSELER auch bei der Dramaturgie des Blattes ausgemacht. «Wir müssen mehr variieren und stärker gewichten. Zweiseitige Storys mit Interviews und längeren Reportagen abwechseln.»

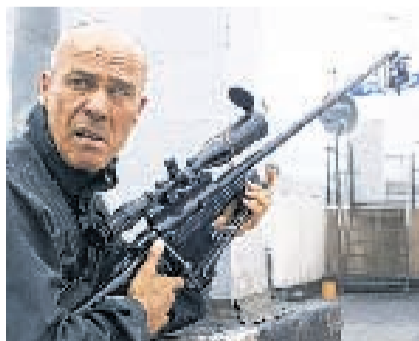
Das Titelbild, einer der wichtigsten Trümpfe beim Kioskverkauf, ist ebenfalls im Visier von Dominic Geissler: «In Zukunft sollen neben der Titelgeschichte noch weitere Storys, zum Teil mit Bild, auf der Frontseite angerissen werden.»

Still und beinahe unbeachtet hat die «SI» in den letzten Monaten Konkurrenz aus dem eigenen Verlag erhalten. Die «Glückspost», die von einem frischen, engagierten Team gemacht wird, das keinerlei Berührungsängste vor Schicksalgeschichten hat, lässt am Kiosk die «SI» immer häufiger hinter sich. Das ist Salz in die Wunden der stolzen Redaktion der «Schweizer Illustrierten».

TV TIPPS

Komödie **Zum Goldenen Ochs** 20.05 Uhr, SF 1

Geld regiert die Welt, ganz besonders die von Hans Egli. «Zum Goldenen Ochs» heisst sein Wirtshaus, und vergolden lassen will er sich alles, was er in die Hand nimmt. Doch dann erteilt ihm die Tochter, für die er letztlich rastlos schuftet, eine bittere Abfuhr. Dann macht plötzlich auch seine Frau den endlosen Stress nicht mehr mit. Hans Egli steht vor einschneidenden Entscheidungen.
Mit Paul Bösigger, Ursula Kopp

Actionfilm **Das Papst-Attentat** 20.15 Uhr, RTL

Ein Attentat auf den höchsten Würdenträger der katholischen Kirche? Vor dem Hintergrund einer unheilvollen Prophezeiung entwickelt sich ein Papstbesuch in Köln zum schicksalhaften Ereignis. Dabei gerät Rami Hamdan als vermeintlicher Papst-Attentäter ins Visier der BKA-Beamten. Der Aufenthalt des Heiligen Vaters wird für Sicherheitskräfte und Vatikan zur Zerreihsprobe.
Mit Heiner Lauterbach, Gesine Cukrowski

Thriller **Taxi Driver** 00.10 Uhr, KABEL 1

Der scheue Travis Bickle leidet seit seiner Heimkehr aus dem Vietnam-Krieg unter Schlaflosigkeit und arbeitet daher nachts als Taxifahrer in New York. Dabei lernt er die attraktive Betsy kennen, die ihm in der Metropole voller Gewalt und Schmutz wie ein leuchtender Engel erscheint. Doch als ein erstes Rendezvous missglückt, dreht Travis durch und startet einen Amoklauf.
Mit Robert De Niro, Jodie Foster

Charakterstudie **Dekalog, drei** 00.15 Uhr, ARTE

Der Handlung liegt das dritte Gebot, «Du sollst den Feiertag heiligen», zugrunde: Janusz besucht die Abendmesse und begegnet dem Blick seiner ehemaligen Geliebten Ewa. Kurze Zeit später bittet Ewa ihn, ihr bei der Suche nach ihrem plötzlich verschwundenen Mann behilflich zu sein. Schliesslich gesteht Ewa, sie habe den Vorfall erfunden, um nicht so einsam zu sein.
Mit Maria Pakulnis, Daniel Olbrychski

Reportage **Die gescheiterte Mission** 23.30 Uhr, ARD

Kaum ein Ereignis hat in den vergangenen Jahren die Weltpolitik so beeinflusst wie der Krieg im Irak. Er hat die Position der USA im Nahen Osten erheblich geschwächt, den Irak selbst gelähmt, Iran stärker gemacht und dem Terrorismus ein neues Manövergelände geschaffen. Am 19. März jährt sich der Kriegsbeginn zum fünften Mal. Die ARD-Korrespondenten machen sich ein Bild von der aktuellen Lage.

Science-Fiction **Westworld** 00.00 Uhr, SÜDWEST 3

In einem riesigen Vergnügungspark der Zukunft können sich Besucher in einem historischen Urlaubsland ihrer Wahl amüsieren und vor faszinierenden Kulissen täuschend realen Robotermenschen begegnen. Die Freunde John und Peter buchen den Wilden Westen – und begegnen dort einem Roboter, der plötzlich ausser Kontrolle gerät.
Mit Yul Brynner, James Brolin

Wunschkonzert auf **DRS Musikwelle**

Von Montag bis Donnerstag zwischen 15 und 17 Uhr werden Ihre schönsten Musikwünsche wahr! Und zwar von der Volksmusik bis zur leichten Klassik, inkl. Schlager, Chanson, Instrumentaltitel, Dixie, Operette und Musical. (Nicht zum Musikwelle-Repertoire gehören Werke aus dem Rock- und Pop-Bereich.)

WAS SIE TUN MÜSSEN:

Notieren Sie Ihren Wunsch, Ihre Grüsse und Ihre Adresse auf unseren Coupon, kleben Sie ihn auf eine Postkarte und senden Sie diese an: **Schweizer Radio DRS, DRS-Musikwelle, «Wünsch dir was», 8042 Zürich.**

Sie können Ihren Wunsch auch per E-Mail an redaktion@sonntagonline.ch übermitteln (Stichwort «Wuko»). Oder per Internet via www.sonntagonline.ch. Den Wunsch-Talon finden Sie in der Rubrik «Mitmachen/Wunschkonzert».

Wunsch-Coupon für «Sonntag»-Leser

«Wünsch dir was – wir spielen Ihre Lieblingsmelodie». Das Wunschkonzert von «Sonntag» und DRS-Musikwelle.

Musikstück:

Interpret:

Was ich dazu sagen möchte:

.....

.....

Name/Vorname:

Strasse/Nr.:

PLZ/Ort:

Telefon:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Coupon bitte vollständig in Blockschrift ausfüllen, auf eine Postkarte kleben und senden an: **Schweizer Radio DRS, DRS-Musikwelle, «Wünsch dir was», 8042 Zürich.**
Adressen werden nicht an Dritte weitergegeben.