

1. Juli 2007 / wahlkampfblog.ch

Mark Balsiger & Partner

Gutenbergstrasse 14

CH-3011 Bern

Tel. +41 (0) 31 368 15 00

Fax +41 (0) 31 368 15 01

info@border-crossing.ch

www.border-crossing.ch

# Das Berner Modell ist gescheitert

## Wieso wir schon bald „Bund“-los sein werden

*Von Mark Balsiger*

Für den „Bund“ läutet das Totenglöcklein. Zwar nicht zum ersten Mal, dafür lauter als früher. Die vollständige Übernahme durch die Espace Media Group ist ein weiterer Schritt, die das Schicksal der Qualitätszeitung besiegeln wird. Vor vier Jahren wurde das Berner Modell geboren, das den wirtschaftlich serbelnden „Bund“ unter dasselbe Verlagsdach wie die „Berner Zeitung“ brachte. Vor eineinhalb Jahren hat man als weitere Sparübung die beiden Sport-Redaktionen zusammengelegt. So wird es weitergehen: Als nächstes folgen die Ressorts Wirtschaft und Ausland. Und irgendeinmal werden wir nur noch eine Berner Zeitung haben. Eine triste Perspektive.

## Quersubventionen kommen nicht in Frage

Bei der Präsentation des Berner Modells sagte Charles von Graffenried, bis vor kurzem der mächtige Patron der Espace Media Group: „Ich kann mir Bern ohne ‚Bund‘ gar nicht vorstellen.“ („Bund“ vom 31. Juli 2003). Dieser Tage ebnete er das Terrain für das, was uns noch bevorsteht: „Auch tiefgreifende Veränderungen können wir nicht ausschliessen.“ Das Editorial von Graffenrieds im „Bund“ vom 27. Juni macht klar, dass „eine Quersubventionierung nicht in Frage kommt“. Dieser Satz benennt das Killerkriterium: Lange Jahre hatte der „Bund“ Verluste eingefahren, die Löcher wurden durch die beiden Hauptaktionäre NZZ und Espace Media Group gestopft. Bei der nächsten konjunkturellen Flaute wird der „Bund“ wieder rote Zahlen schreiben. Und dann karrt man die Guillotine heran.

- Kampagnen
- Medienarbeit
- Medientraining
- Krisenkommunikation
- Werbung
- Wahlkampf



Der Tod in Raten für den „Bund“ wirft auch ein Schlaglicht auf die Marktmechanismen im Verlagsgeschäft und das Konsumverhalten von uns allen. Gut ist demnach, was erfolgreich den Weg zu den Leserinnen und Lesern findet. Die Gratisblätter, die uns an Bushaltestellen und Bahnhöfen um die Ohren geschlagen werden, sind also gut. Viele bunte Bildli und belanglose Storys über Paris Hilton und Baschi Trallala, garniert mit Stilblüten, Wettbewerben, Umfragen und viel, viel Werbung. Kurzfutter. Schnell geschrieben, schnell gelesen, schnell vergessen. Im Herbst werden wir voraussichtlich durch zwei weitere Gratiszeitungen beglückt. Fröhlich und schon beim Hauseingang. Diese Entwicklung ist fatal: Information darf nicht gratis sein.

### **Über Sein oder Nichtsein entscheidet der starke Mann in Zürich**

Machen wir uns nichts vor: Das Berner Modell ist mit der Übernahme der Espace Media Group durch die Tamedia gescheitert. Es konnte sich halbwegs etablieren, weil Charles von Graffenried bislang das Sagen hatte und seine Glaubwürdigkeit auf dem Spiel stand. Das ist vorbei. Über Sein oder Nichtsein des „Bund“ entscheidet der starke Mann in Zürich, der bei der Tamedia hoch oben im Glashaus sitzt. Martin Kall jongliert eiskalt mit Zahlen und Rotstift, mit einem publizistischen Gewissen ist er bislang nicht aufgefallen. Die Art, wie er unlängst die rund 60 „Facts“-Mitarbeitenden abservierte, lässt erschauern. Auch die Chefs in Bern zeigten letzte Woche wenig Fingerspitzengefühl: Unter „Verschiedenem“ wurde die „Bund“-Redaktion schnell und fahrig über die Umwälzungen in Kenntnis gesetzt.

Dabei ist es genau diese Redaktion, die trotz Unsicherheiten, Entlassungen und sonstigen Sparübungen jeden Tag mit dem hehren Ziel antritt, eine gute Zeitung zu machen. Informieren, die

Hintergründe ausleuchten, analysieren und zum Denken anregen, das sind die primären Aufgaben einer Qualitätszeitung. Das schafft der „Bund“ bis heute immer wieder. „Verstehen, warum“ heisst sein treffender Slogan. Mit 20 Zeilen und einem Monopolblatt ist das nicht einzulösen. Unsere Demokratie braucht die Meinungsvielfalt der Medien. In wenigen Jahren wird der „Bund“ endgültig zu Grabe getragen. Trotzdem sollten die Herren Kall und von Graffenried noch einmal an ihre staatspolitische Verantwortung erinnert werden. Hier und jetzt.

© 2007 / [www.wahlkampfblog.ch](http://www.wahlkampfblog.ch) / Mark Balsiger