

Blocher verteidigt seine Zeitungskäufe

Mit kritischen Fragen fühlten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Wirtschaftswoche der Kantonsschule Schaffhausen alt SVP-Bundesrat und Unternehmer Christoph Blocher auf den Puls. Dieser antwortete ausführlich, direkt – und gab Ratschläge.

Dario Muffler

RHEINAU. Es gibt wenige Schweizer Persönlichkeiten, die derart stark polarisieren wie Christoph Blocher, ehemaliger Parteipräsident und Chefstrategie der SVP, alt Bundesrat sowie einer der erfolgreichsten Unternehmer des Landes. Das bewies er bei seinem Besuch an der Wirtschaftswoche auf der Musikinsel Rheinau. «Machen Sie eine Lehre, studieren kann man immer noch danach», sagte er vor der Zuhörerschaft, die überwiegend aus Schaffhauser Kantonsschülern und einigen Lernenden aus Betrieben der Industrie-Vereinigung Schaffhausen bestand. Kantonsschulrektor Pasquale Comi sah sich herausgefordert. «Keine Angst, Sie sind auf dem richtigen Weg – Schaffhausen hat eine tiefe Maturitätsquote von 14 Prozent», sagte dieser an seine Schüler gewandt.

Im Rahmen der Wirtschaftswoche hatten die Schüler und die Lernenden an diesem Abend die Möglichkeit, dem langjährigen Patron der EMS-Chemie Fragen zu stellen. Und wie zu erwarten war, wurden nicht nur Fragen zu den Faktoren seines wirtschaftlichen Erfolgs gestellt, sondern auch zu aktuellen gesellschaftspolitischen Themen.

Meinungsmonopol oder -vielfalt?

Die Teilnehmer interessierten sich etwa für die diversen Zeitungskäufe von Blocher. Inzwischen ist er im Besitz von rund 30 Lokalmedien, zuletzt machte er mit dem Verkauf der «Basler Zeitung» Schlagzeilen. «Sind Sie auf dem Weg zu einem Berlusconi der Schweiz?», fragte Comi. «Leider nicht», antwortete Blocher und erntete dafür Lacher. Er betonte, dass er die Zeitungskäufe getätigt habe, um die Medienvielfalt in der Schweiz zu garantieren. «Es gibt zwar viele Zeitungen, aber nur noch wenige Verleger», sagte Blocher. «In allen Publikationen steht bald genau dasselbe.» Mit seinem Auftreten als Grossverleger wolle er ein Gegengewicht zu den Platzhirschen, namentlich der Tamedia sowie der NZZ-Mediengruppe, sein.

Sein Engagement als Verleger hat durchaus auch inhaltlich Auswirkungen – wenn auch nur indirekt. So antwortete Blocher auf die Frage, ob er denn Einfluss auf die Redaktion nehme: «Ja, ich setze meine eigenen Leute an die richtigen Positionen. Anschliessend mische ich mich aber nicht mehr ein.» Die richtigen Leute an die richtigen Positionen zu setzen, sei schliesslich die Aufgabe eines Unternehmers.



Die Schüler und die Lernenden hatten für Christoph Blocher Fragen vorbereitet, hakten aber auch spontan nach.

BILD DARIO MUFFLER

Das bewog Kantonsschülerin Kathrin Wolter dazu, nochmals beim Gast nachzuhaken. «Wenn Sie im Besitz von 30 Zeitungen sind, dann summiert sich Ihr Einfluss», sagte sie. «Meiner Meinung nach ist die Aufgabe einer Zeitung, neutral zu berichten.» Blocher war anderer Meinung: «Niemand ist neutral in der Meinung», sagte er. «Zwar müssen die Zeitungen neutral Bericht erstatten, aber ich will auch Meinungen lesen.» Insbesondere in einer direkten Demokratie sei es wichtig, verschiedene Ansichten zu kennen. «In einer Zeitung steht eine Meinung, während ein Konkurrenzblatt eine andere vertritt – Sie müssen natürlich beide lesen», so der Rat an die anwesenden Jugendlichen und Fachlehrkräfte.

Wie das aber aussehe, wenn es in einer Region lediglich wenige oder nur eine Zei-

«Meiner Meinung nach ist die Aufgabe einer Zeitung, neutral zu berichten.»

Kathrin Wolter
Kantonsschülerin

tung gebe?, fragte Wolter. Sie nannte Schaffhausen als Beispiel: Die bürgerlichen SN erschienen täglich, während die linke AZ nur einmal in der Woche gedruckt werde. Dass Blocher in ähnlichen Situationen mit seinem Kauf die Meinung beeinflusse, sah sie kritisch. Blocher, der sich erfreut über das Nachhaken der Schülerin zeigte, winkte ab: «Mit Lokalanzeigern, die einmal in der Woche erscheinen, decken Sie das Informationsbedürfnis nicht komplett ab.» Und er wiederholte, dass es notwendig sei, mehrere Publikationen zu lesen.

«Ich wollte nie Unternehmer werden»

Die Lokalanzeiger habe er nur gekauft, damit sie sich rentierten, so Blocher. «Gib nie mehr Geld aus, als du einnimmst», gab er den Anwesenden einen Ratschlag. Auf

die Frage, wie er es zu seinem grossen Vermögen gebracht habe – die Familie zählt gemäss der Zeitschrift «Bilanz» zu den zehn vermögendsten Familien des Landes –, sagte er: «Vieles ist Zufall: Ich wollte nie Unternehmer werden.» Dass er es dennoch so weit gebracht habe, liege daran, dass er sich selbstlos der Sache gewidmet habe. «Man muss dort alles geben, worin man gut ist, nicht auf sich und auch nicht auf die Karriere schauen», sagte er und hob Eigenschaften wie Pflichtbewusstsein und Verantwortungsgefühl als essenziell hervor. «Man kann zwar in einer solchen Woche nicht lernen, wie man ein Unternehmen führt», so Blocher, «aber die Denkweisen in der Wirtschaft begegnen den Jugendlichen zumindest einmal.» Ihn hätte diese Woche einst wohl neugierig gemacht, sagte er.

Nachgefragt

«Die Jugendlichen würden gerne schneller vorwärtsmachen»



Michael Csiba
Klassenlehrer
Wirtschaftswoche

Herr Csiba, die Wirtschaftswoche ist zur Hälfte vorbei. Wie motiviert sind die Schülerinnen, Schüler und Lernenden noch?

Michael Csiba: Sie sind trotz aktuell steigender Temperaturen noch immer motiviert. Einige wollen sogar schneller vorwärtsmachen mit den Geschäftsjahren und den Entscheidungen in ihrem Unternehmen, dafür aber weniger Theorieblöcke behandeln. Diese sind aber wichtig, um die Mechanismen zu verstehen, die hinter dem Spiel stecken.

Die fiktiven Unternehmen haben inzwischen das 13. Geschäftsjahr hinter sich. Haben sich alle Firmen in Ihrer Klasse gleich gut entwickelt?

Csiba: Alle Unternehmen entwickelten sich im 12. Geschäftsjahr, das in

der Übungsanlage schwierig war, gut. Sie haben zwar nicht mehr so viel Gewinn gemacht wie im ersten Jahr, aber alle Unternehmen befinden sich noch in der Gewinnzone, und niemand ist in Konkurs gegangen.

Ist das eine besonders talentierte Klasse, oder sieht die Übungsanlage einen guten Start vor?

Csiba: Im 11. Geschäftsjahr, mit dem die Gruppen einsteigen, müssten grobe Fehler gemacht werden, damit ein Unternehmen in Konkurs geht. Hier sind auch wir als Fachlehrer gefordert, gut in die Thematik einzuführen. Es wäre der Motivation nicht dienlich, wenn sich das Unternehmen bereits nach dem ersten Tag in der Verlustzone befindet. Die Übungsanlage sieht vor, dass das Umfeld immer schwieriger wird, so gibt es etwa neue Konkurrenz, und die Konjunktur verschlechtert sich.

Was ist denn die grösste Herausforderung für die jungen Unternehme-

rinnen und Unternehmer der Wirtschaftswoche?

Csiba: Einerseits ist es für die Jugendlichen schwierig, den Überblick über die vielen Zahlen in einem Unternehmen zu behalten. Andererseits enthält ein Geschäftsbericht zahlreiche Begriffe, die für viele gänzlich neu sind. Wenn wir beispielsweise von Fremdkapital sprechen, ist der Begriff für uns zwar sonnenklar. Viele Schüler haben ihn aber nicht verstanden, sondern erst, als wir von Schulden gesprochen haben.

Ist das die grösste Herausforderung, die besonderen Begriffe aus der Wirtschaftswelt altersgerecht zu vermitteln?

Csiba: Genau, wir müssen auf verknäuelte Begriffe verzichten und Sachverhalte anhand von Beispielen erklären, die den Schülern bereits geläufig sind.

Interview: Dario Muffler



Wirtschaftswoche Besuch im Meier Medienhaus

Das Motto der Wirtschaftswoche: «Unternehmen erlebbar machen». Passend dazu steht auf dem Programm unter anderem ein Betriebsbesuch. Eine der acht teilnehmenden Gruppen war gestern zu Gast im Meier Medienhaus. Interessiert hörten Kantonschüler und Lernende Redaktor Daniel Jung (l.) zu, als er die Produktionsabläufe der «Schaffhauser Nachrichten» im Newsroom erklärte: «Hier wird der Informationsfluss kanalisiert, die Zeitung gestaltet.» Auf dem Rundgang durch das Medienhaus wurde den Jugendlichen auch das Studio von Radio Munot und dem Schaffhauser Fernsehen gezeigt.

BILD SELWYN HOFFMANN