Zeitschrift: Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur
Herausgeber: Gesellschaft Schweizer Monatshefte
Band: 88 (2008)
Heft: 965

Artikel: Pietro Supino im Gespräch
Autor: Supino, Pietro
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-168116

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: 10.12.2025

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

Er sah sich schon als Privatbankier. Aber dann kam alles anders. Pietro Supino wurde als Nachfolger seines Onkels Hans Heinrich Coninx neuer Verleger der Tamedia AG. Sein ungewöhnlicher Werdegang, sagt er, erlaube ihm einen distanzierten Blick auf das Unternehmen. Und seine italienischen Wurzeln einen anderen Blick auf das Leben. René Scheu hat Pietro Supino in Zürich getroffen.

Pietro Supino im Gespräch

Herr Supino, wenn der Kleine zum Grossen geht, will er natürlich wissen, was der Grosse vom Kleinen hält. Hat aus Ihrer Sicht eine traditionsreiche Monatszeitschrift, die sich an ein elitäres Publikum wendet, im dynamischen Printmedienbusiness Zukunftschancen?
Sie fragen den Falschen. Tamedia macht Medien für ein breites Publikum, die «Schweizer Monatshefte» hingegen sind ein Nischenprodukt.

Ich wäre dennoch an Ihrem Urteil interessiert.
Aus dem Bauch heraus würde ich sagen, dass es auch in Zukunft einen Markt für Ihre Monatszeitschrift gibt. Am Ende ist es eine Frage der Qualität. Wenn Sie Ihren Lesern Anregungen und Vertiefungen bieten, die sie sonst nicht finden, und wenn Sie dies zudem in einer konstant hohen Qualität tun, dann dürften die «Schweizer Monatshefte» auch in Zukunft ihre Leser finden.

> Natürlich machen wir Umfragen, um herauszufinden, welche Erwartungen das jeweilige Publikum hat. Aber anderseits wird ein Medium, das sich bloss nach Umfrageresultaten richtet, keinen Erfolg haben.

Qualität ist Ihr Credo. In Vorträgen halten Sie den klassischen Journalismus hoch, der zwischen Berichterstattung und Meinung, zwischen Facts und Fiction unterscheidet. Das ist doch paradox: der neue Verleger des dynamischsten Schweizer Medienunternehmens propagiert eine Rückkehr zu alten journalistischen Tugenden.
Keineswegs. Tamedia hat vielfältige journalistische Engagements stets mit einem hohen Qualitätsanspruch verbunden. Dabei muss man sehen: Qualität ist ein vielschichtiger Begriff, der immer in bezug auf ein bestimmtes Medium und auf die Bedürfnisse eines Publikums zu definieren ist. Eine Gratiszeitung kann qualitativ hochstehend sein oder nicht, ebenso wie eine elitäre Monatszeitschrift gut gemacht sein kann oder nicht.

Der Leser ist die grosse Unbekannte: alle Zeitungsmacher sprechen von ihm, aber niemand kennt ihn wirklich.
Ich auch nicht – ganz abgesehen davon, dass sich die Bedürfnisse der Leser auch wandeln. Natürlich machen wir Umfragen, um herauszufinden, welche Erwartungen das jeweilige Publikum hat. Aber anderseits wird ein Medium, das sich bloss nach Umfrageresultaten richtet, keinen Erfolg haben. Genau so wichtig wie Marktanalysen sind die Erfahrungen und Vorstellungen der Macher und Macherinnen, die ihr Zielpublikum kennen müssen. Eine gute Zeitung oder Zeitschrift beruht stets auf einem Mix aus Berechnung und Vorstellungskraft.

Das ist Balsam auf die Seele eines jeden Journalisten. Anderseits ist der Journalist zugleich immer auch Leser und stösst sich am politischen Eifer seiner Kollegen.
Vorstellungen darüber, wie etwas sein könnte, sind für die Entwicklung der Welt wichtig. Fehlt die Phantasie, herrscht Stillstand. Aber Sie haben schon recht: Insistenz und Repetition von Anschauungen sind langweilig und können dazu führen, dass Journalisten an ihrem Publikum vorbeischreiben. Dies mindert die Attraktivität des Mediums und hat auch negative Auswirkungen auf den öffentlichen Diskurs, worunter die Demokratie leidet.

Bevor Sie Verleger wurden, waren Sie Anwalt, Unternehmensberater und Partner einer Privatbank. Die neue Aufgabe unterscheidet sich radikal von Ihren bisherigen Tätigkeiten. Welchen Klang hat für Sie der Titel des Verlegers?

Es ist ein Begriff, in dem viel Pathos steckt. Letztlich ist der Verleger ein Unternehmer, der darüber hinaus einen publizistischen Auftrag erfüllt. Es ist seine Aufgabe, dafür zu sorgen, dass die Bedürfnisse des Publikums und die übergeordneten öffentlichen Interessen nicht in Widerspruch zueinander geraten. Diese Aufgabe ist mit viel Verantwortung verbunden. Und sie ist nicht leicht. Aber sie ist eine grossartige Herausforderung.

Die Medien von Tamedia schauen den Mächtigen auf die Finger. Dadurch erhalten sie selbst viel Macht. Wie gehen Sie als höchster Verantwortlicher mit dieser Macht um?
Erlauben Sie eine Gegenfrage: Was ist Macht?

Macht ist die Möglichkeit, Menschen zu beeinflussen. Was die Zeitungen, Zeitschriften, TV-Sendungen und Radioprogramme von Tamedia schreiben und senden, hat Einfluss auf das Denken der Menschen – und damit auch auf deren Handeln.
Unsere Medien stellen Öffentlichkeit her. Das hat zunächst nichts mit Macht zu tun, sondern ist eine Dienstleistung und Teil eines gesellschaftlichen Prozesses, in dem wir eine wichtige Rolle spielen. Was nun die Macht angeht, nun gut, ja, Medien haben Macht. Sie liegt aber nicht in den Händen einer Person, sondern einer Organisation, die wiederum verschiedene Medien umfasst, die unterschiedlich ausgerichtet sind und von vielen unterschiedlichen Menschen gemacht werden. Macht hat nicht der Verleger, sondern die Redaktoren. Sie entscheiden, ob und wie sie eine bestimmte Geschichte bringen oder nicht. Meine Aufgabe ist es, Standards zu definieren und ein Umfeld zu schaffen, in dem mit dieser Macht sorgsam umgegangen wird.

Wollen Sie damit sagen, dass Sie keine Macht haben?
Ich habe Macht bei der Besetzung und Begleitung der Chefredaktionen der einzelnen Medien. Indem wir uns bemühen, verantwortungsbewusste Personen auszuwählen, tragen wir Sorge, dass mit Macht korrekt umgegangen wird. Darüber hinaus bestehen viele weitere interne und externe Kontrollmechanismen. Wir haben einen Ombudsmann, der zwischen Lesern und Journalisten vermittelt; es gibt den Presserat, dessen Entscheidungen wir publizieren; es gibt die Konkurrenz, die uns auf die Finger schaut; und es gibt die Konsumenten und die Öffentlichkeit, die letztlich entscheiden, ob wir unsere Aufgabe glaubwürdig erfüllen.

Immer mehr Menschen drängen in die Medien. Hier müssen wir ebenfalls Grenzen setzen. Die Medien definieren die Scheidelinie zwischen Privatheit und Öffentlichkeit jeden Tag neu.

Sie haben von der Macht der Redaktoren gesprochen. Die Redaktoren schreiben unaufgefordert Texte über Menschen und Institutionen, die – gelinde formuliert – nicht im Sinn der Betroffenen ausfallen. Wird jemand ins Licht der Öffentlichkeit gestellt, kann der Ruf Schaden nehmen, auch wenn die Person sich nichts hat zuschulden kommen lassen.
Es gibt auch den umgekehrten Fall: immer mehr Menschen drängen in die Medien. Hier müssen wir ebenfalls Grenzen setzen. Die Medien definieren die Scheidelinie zwischen Privatheit und Öffentlichkeit jeden Tag neu. Die Öffentlichkeit hat ein sehr neugieriges Wesen und ist auch am privaten Schicksal anderer Menschen interessiert. Die Journalisten müssen immer wieder Güterabwägungen vornehmen und sorgfältig entscheiden, wieviel Privatheit im öffentlichen Interesse preisgegeben werden soll und darf.

Nehmen wir den Fall, dass ein Tamedia-Journalist eine brisante Geschichte über einen Politiker recherchiert hat. Das gesellschaftliche Interesse ist gross, zugleich ist jedoch auch das Risiko hoch, den Ruf der Person zu ruinieren. Trifft im Extremfall der Verleger die Entscheidung, ob die Geschichte publiziert wird?
Im Extremfall kann das so sein, ja.

Sie schlafen gut?
Absolut.

Mit Ihren verschiedenen Publikationen bedienen Sie zugleich ein bürgerliches und ein eher linkes, urbanes Publikum. Stört es Sie nicht, dass Ihre politische Haltung dabei auf der Strecke bleibt?
Nein, im Gegenteil. Das grosse Themen- und Meinungsspektrum unserer Medien ist eine der Faszinationen meiner Arbeit.

Hier spricht der Unternehmer. Er obsiegt über den Intellektuellen.
Eine unternehmerische Tätigkeit muss man mit einer gewissen Offenheit angehen. Politische Präferenzen und persönliche Vorlieben sind für mich Privatsache. Schauen Sie: ich segle gerne. Aber ich möchte nicht, dass wir deshalb ein Seglermagazin herausgeben. Das kann ich mir ja am Kiosk kaufen.

Als Grundwerte haben Sie in einem Interview Unabhängigkeit, Fairness und eine liberale Haltung genannt. Was genau verstehen Sie unter «liberal»?
Liberal ist eine Haltung, die davon ausgeht, dass auch andere recht haben könnten. Liberalität hat mit Offenheit zu tun und mit Neugierde. Aber sie schliesst in der Konsequenz Meinungen aus, die totalitäre Züge tragen.

Das ist die softe Variante. Was verbinden Sie mit «Liberalismus» im politischen Sinne?
Sie werfen die Frage auf, welcher Teil des gesellschaftlichen Lebens vom Staat mitverantwortet werden und welcher Teil losgelöst von öffentlichen Mechanismen funktionieren soll. Es sind die Fragen nach der Staatsquote und nach der Regulierungsdichte. In diesem Zusammenhang beschäftigt uns im Präsidium des Verbandes Schweizer Presse die Tendenz zur Beschränkung der Werbefreiheit durch Regulierung, weil damit letztlich – über die Schwächung der Unabhängigkeit der Verleger – die Pressefreiheit untergraben wird. Gleichzeitig steigt – wie beispielsweise von Jürgen Habermas propagiert – die Bereitschaft, die Herstellung publizistischer Inhalte mit öffentlichen Geldern zu unterstützen. Logischerweise sind damit aber auch Auflagen und Einflussnahmen der Politik und öffentlicher Institutionen verbunden, die gleichzeitig Gegenstand der publizistischen Inhalte sind. Dies widerspricht dem Ideal einer freiheitlichen Gesellschaft, das wir anstreben und verteidigen sollten.

Generell ist die Staatsquote in den letzten zwanzig Jahren in der Schweiz kontinuierlich gestiegen. Wie sehen Sie diese Entwicklung?
Man muss hier differenzieren. Die Schweiz verfügt über eine hervorragende Infrastruktur und hat ein gutes Bildungswesen. Die öffentliche Sicherheit und auch die Rechtssicherheit sind gewährleistet. Über unser Gesundheitswesen lässt sich trefflich streiten, aber am Ende können pflegebedürftige Menschen von einem im Vergleich zu anderen Ländern sehr hohen Standard profitieren…

Liberal ist eine Haltung, die davon ausgeht, dass auch andere recht haben könnten. Liberalität hat mit Offenheit zu tun und mit Neugierde. Aber sie schliesst in der Konsequenz Meinungen aus, die totalitäre Züge tragen.

…ja, aber zu welchem Preis.
Klar. Diesen Errungenschaften stehe ich positiv gegenüber. Aber weil unter dem Strich grundsätzliche Überlegungen für einen schlanken Staat sprechen, sollten öffentliche Ausgaben im einzelnen immer wieder kritisch geprüft und in der Summe beschränkt werden. Darüber hinaus kann man sich zum Beispiel fragen, ob das Gemeinwesen Wohnliegenschaften an bester Lage besitzen und darüber entscheiden soll, wer diese Liegenschaften zu relativ günstigen Konditionen nutzen kann. Ich bezweifle auch, dass sich die öffentliche Hand im Freizeitbereich und im Rahmen sogenannter Events, wie beispielsweise dem Euro 2008, engagieren sollte.

Sie haben eine hohe Meinung von der gegenwärtigen Schweiz. Ihre Mutter Rena Coninx ist Schweizerin, Ihr Vater Ugo Supino war Italiener. Sie sind in Mailand geboren und kamen mit sechs Jahren in die Schweiz. Wie stark haben ihre italienischen Wurzeln Sie geprägt?
Die italienische Kultur, der Mittelmeerraum, der Gegensatz von teilweise raffinierten und teilweise archaischen Lebensformen, eine gewisse Schnelligkeit des Denkens und Handelns, eine andere Form von Leben und Lebenlassen, aber auch grössere soziale Unterschiede und grössere Unsicherheiten haben mich sicher mitgeprägt. Während meiner Jugend habe ich teilweise in zwei Welten gelebt: so habe ich erfahren, dass es verschiedene Kulturen und verschiedene Lebenskonzepte gibt, die jeweilen in sich schlüssig sind und zu guten Ergebnissen führen können.

Die Stimmung in den 1970er Jahren war nicht unbedingt italienerfreundlich. Wie haben Sie Ihre Schulzeit erlebt?
Wir wohnten in Witikon, einem gutbürgerlichen Quartier, wo ich der einzige Italiener in der Klasse war und gelegentlich von Mitschülern und Lehrern gehänselt wurde. Das war nichts Dramatisches, aber manchmal fühlte ich mich doch diskriminiert und ungerecht behandelt. So habe ich vielleicht eine gewisse Sensibilität für Ausschliessungsmechanismen entwickelt. Und ich bin mir bewusst, wie relativ Statusfragen und gesellschaftliche Konventionen sind.

Ihre Konstellation war eigenartig: Sie wurden als Italiener diskriminiert, fühlten sich aber als Schweizer.
Damals habe ich mir nicht viele Gedanken darüber gemacht. Merkwürdig war die Konstellation schon. Ich erinnere mich

Meine Mutter hat uns Kinder in der Schweiz mit eher bescheidenen Mitteln aufziehen müssen. Wir hatten eine schöne, unbeschwerte Jugend. Als mein Grossvater 1980 starb, trat meine Mutter ein komplexes Erbe an.

beispielsweise an eine Episode aus meiner Schulzeit. Ich wartete auf die Pause, bevor die Glocke läutete. Der Lehrer ermahnte mich: «Du musst Dich nicht wundern, wenn man von den Italienern sagt, dass sie den Pickel schon vor Arbeitsende zur Seite legen.» Das war für mich auch deshalb schwierig zu verstehen, weil ich nicht aus einem Arbeitermilieu stamme. Später im Internat im Engadin war es dann wieder so, dass der Mailänder mehr geschätzt wurde als der Zürcher, als der ich mich in der Zwischenzeit fühlte.

Ihre Mutter Rena Coninx stammt aus einer Verlegerfamilie. War es vorausbestimmt, dass Sie Verleger würden?
Meine Mutter hat uns Kinder in der Schweiz mit eher bescheidenen Mitteln aufziehen müssen. Wir hatten eine schöne, unbeschwerte Jugend. Als mein Grossvater 1980 starb, trat meine Mutter ein komplexes Erbe an. Uns wurde langsam bewusst, dass sie eine bedeutende Aktionärin eines Familienunternehmens geworden war. Das war aber kein integrierender Teil des Lebens unserer kleinen Familie. Ich entwickelte mich auch in eine ganz andere Richtung, fand über ein Jus- und Wirtschaftsstudium, über den Beruf des Anwalts und des Unternehmensberaters zu einer unternehmerischen Tätigkeit, indem ich mit Partnern zusammen eine kleine Privatbank gründete. Ich war eigentlich überzeugt davon, ich würde diese Tätigkeit als Bankier und Berater meiner Klienten mein Leben lang ausüben, bis mein Onkel Hans Heinrich Coninx mir eines Tages eröffnete, dass er sich nach 30 Jahren aktiver Tätigkeit aus dem Geschäft zurückziehen wolle, und mich fragte, ob ich mir vorstellen könnte, sein Nachfolger zu werden.

Nun stehen Sie plötzlich im Rampenlicht, und Journalisten wollen sich mit Ihnen unterhalten. Bereuen Sie Ihre Entscheidung, Verleger geworden zu sein?
Absolut nicht. Meine neue Aufgabe macht mir Freude. Ich habe mich darauf vorbereitet, indem ich während eines Semesters ein individuell zusammengestelltes Programm an der Columbia School of Journalism besuchte, dabei auch viel las und mit Journalisten und Verlegern sprach. Anschliessend habe ich das eigene Unternehmen, von der Produktion über die Redaktion bis hin zum Verlag, kennengelernt. Nach einem guten Jahr im Amt kann ich sagen, dass ich die richtige Entscheidung getroffen habe.

Sie waren seit 1991 im Verwaltungsrat der Tamedia. Hatten Sie es darauf angelegt, früher oder später Präsident des Verwaltungsrates zu werden?
Nein. Als Verwaltungsrat ist man geistig und emotional nicht so eng mit einer Firma verbunden, man nimmt ja zunächst ein Mandat wahr. Aber ich habe mich mit meinem Onkel immer besser verstanden, mich immer mehr engagiert und mich mit dem Unternehmen auch immer stärker identifiziert. Im Jahre 2000 habe ich der Familie vorgeschlagen, das Unternehmen an die Börse zu bringen, was wir dann ja auch erfolgreich getan haben. Die Frage nach der Nachfolge meines Onkels hat sich für mich aber erst gestellt, als er mich einigermassen überraschend damit konfrontierte.

Eine Familientradition ist mit Würde verbunden, aber auch mit Bürde. Sie müssen sich an den Vorbildern der Vergangenheit messen.
Da bin ich in einer glücklichen Situation. Mein Ururgrossvater Wilhelm Girardet hat das Unternehmen gegründet, die nachfolgenden Generationen haben es erfolgreich ausgebaut und weitergeführt. Ich stehe in dieser Familientradition, und darauf bin ich stolz. Zugleich bin ich nicht in dieser Unternehmenstradition aufgewachsen, sondern komme von aussen. Ich liebe unser Unternehmen, aber ich fühle mich auch frei, es mit der nötigen Distanz zu betrachten.

Das klingt sehr besonnen. Haben Sie manchmal Angst vor dem Scheitern?
Nein.

Das Gespräch führte René Scheu. Fotografiert hat Giorgio von Arb.

PIETRO SUPINO, geboren 1965 in Mailand, ist promovierter Jurist und seit Mai 2007 Präsident des Verwaltungsrats der Tamedia AG. Im Jahre 2007 erzielte das Unternehmen einen Umsatz von 772 Millionen Franken.