

Zeitschrift: Schweizerische Zeitschrift für Geschichte = Revue suisse d'histoire = Rivista storica svizzera

Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Geschichte

Band: 60 (2010)

Heft: 1: Mediengeschichte = Histoire des médias

Artikel: Ein Massenblatt gegen die Beliebigkeit : die "Zürcher Illustrierte" zwischen kulturellem Anspruch und ökonomischem Kalkül (1925-1941)

Autor: Meier, Peter

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-109695>

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: 18.04.2026

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

Ein Massenblatt gegen die Beliebigkeit

Die «Zürcher Illustrierte» zwischen kulturellem Anspruch und ökonomischem Kalkül (1925–1941)

Peter Meier

Summary

In 1925, Zürcher Illustrierte (ZI) was launched by the Zurich publishing house “Conzett & Huber”. As a traditional popular magazine, it relied on entertainment, counselling and richly illustrated news coverage, mainly focusing on sports. Under the aegis of chief editor Arnold Kübler, it underwent considerable changes from 1929 onwards. Kübler tried to produce popular contents on a highly artistic level and hence established ZI as one of the leading journalistic platforms for a generation of young and highly talented Swiss photographers such as Paul Senn, Theo Frey, Hans Staub and Gotthard Schuh. The latter were the pioneers of a new journalistic and artistic genre which had its heyday in the 1930s and 1940s. The aim of this new genre of journalism was to realistically reproduce Swiss everyday life by means of a socially and politically engaged illustrated news coverage which became ZI’s hallmark and quality label that earned the magazine its reputation in the immediate decade before WW II. Nevertheless, ZI was suspended in 1941 because “Conzett & Huber” had to succumb to its overwhelming competitors in the cut-throat competition that dominated the Swiss magazine market at the time.

Als zu Jahresbeginn 1941 in Schweizer Journalistenkreisen durchsickerte, dass das Ende der «Zürcher Illustrierten» (ZI) unmittelbar bevorstand, reagierte die Branche mit Bestürzung: «Ihr Tod wird hinter den Kulissen vorbereitet», warnte etwa Edwin Arnet. Der Zürcher Schriftsteller und NZZ-Redaktor war des Lobes voll über die patriotische Gesinnung und die künstlerische Qualität der ZI, die sie vom Gros der

illustrierten Massenblätter jener Jahre unterscheide. «Hier geht nicht eine Zeitschrift ein, nein, hier geht ein Stil zugrunde», klagte der Autor, der befürchtete, dass bei der ZI bald «der Geist dem Geld unterliegt»¹. Tatsächlich sollte es so kommen. Die ZI genoss zwar weitherum grosses Ansehen wegen der sozial und politisch engagierten Bildreportagen, die im Jahrzehnt vor dem Zweiten Weltkrieg zu ihrem Marken- und Gütezeichen geworden waren. Dennoch erschien am 21. Februar 1941 die letzte ZI-Nummer – im ruinösen Verdrängungswettbewerb auf dem Schweizer Zeitschriftenmarkt musste sich der herausgebende Zürcher Verlag «Conzett & Huber» der übermächtigen Konkurrenz geschlagen geben.

In der erst spärlich vorliegenden Literatur ist die ZI bislang nur am Rande und – um in Arnets Bild zu bleiben – ausschliesslich unter dem Aspekt des Geistes thematisiert worden, während ihr ökonomisches Scheitern bestenfalls beiläufig als Fakt auftaucht². Einhellig betont wird stattdessen die herausragende Rolle der ZI als eine der wichtigsten publizistischen Plattformen für das neue journalistische und künstlerische Genre der Bildreportage, die in den 1930er und 1940er Jahren hierzulande ihre Blütezeit erlebte³. Bis anhin stehen denn auch deren Exponenten im Vordergrund des Forschungsinteresses: Leben und Werk einer Generation hochbegabter junger Schweizer Fotografen, die als Schweizer Pioniere der Bildreportage gelten, sowie ZI-Chefredaktor Arnold Kübler als ihr publizistischer Förderer⁴. Entsprechend erfolgte die Betrachtung der ZI bisher aus einer politisch-kulturellen Warte, die

1 NZZ, Nr. 64, 14. 1. 1941.

2 Vgl. etwa Katri Burri, Thomas Maissen, *Bilder aus der Schweiz 1939–1945*, Zürich 1998, S. 9.

3 Vgl. Tim N. Gidal, *Chronisten des Lebens. Die moderne Fotoreportage*, Berlin 1993; Gustav Huonker, *Literaturszene Zürich. Menschen, Geschichten und Bilder 1914 bis 1945*, Zürich 1985; Alfred A. Häslar, *Aussenseiter – Innenseiter. Porträts aus der Schweiz*, Frauenfeld 1983; Werner Weber, *Arnold Kübler. Schreiber, Zeichner, Schauspieler. Eine Monographie*, Zürich 1978. Eine Geschichte der ZI fehlt bisher, vielversprechende erste Ansätze finden sich jedoch bei Martin Stüber, «Eine Illustrierte mit Charakter, keine Bildplantage». *Die Zürcher Illustrierte 1929–1941*, Facharbeit, Bern 2007 [unveröff.].

4 Vgl. zusätzlich zu den bereits Erwähnten etwa Bruno Halder, *Ein Zeitbild 1930–1950. Paul Senn, Hans Staub, Gotthard Schuh. Drei Schweizer Photoreporter*, Bern 1986; Guido Magnaguagno, *Paul Senn. Aufnahmen des bekannten Photoreporters aus den Jahren 1930–1953*, Bern 1981; Guido Magnaguagno, Richard Dindo, *Gotthard Schuh – Photographien aus den Jahren 1929–1963*, Bern 1982; Ders., Walter Binder, Letizia Enderli, *Hans Staub: Schweizer Alltag – Eine Photochronik 1930–1945. Aufnahmen des Schweizer Photoreporters*, Bern 1984; Guido Magnaguagno, «Das unverfälschte Dokument der zeitlichen Realität. Zur Geschichte der Schweizer Fotografie in den dreissiger Jahren», in: Ders. (Hg.), *Ein Jahrzehnt im Widerspruch*. Katalog zur Ausstellung Kunsthhaus Zürich, 30. 10. 1981 bis 10. 1. 1982, Zürich 1981, S. 384–405; Peter Killer, «Gespräch mit Arnold Kübler. Anfänge des Bildjournalismus in der Schweiz», in Hugo Lötscher et al. (Hg.), *Photographie in der Schweiz von 1840 bis heute*, Teufen 1974, S. 208–213.

das ökonomische Handeln aus dem Blickfeld drängte. Mit der Verknüpfung beider Perspektiven sollen daher im Folgenden die Entwicklung der ZI von ihrer Gründung 1925 bis zu ihrem Ende 1941 nachgezeichnet und dabei die Rahmenbedingungen des Schweizer Zeitschriftenmarktes sowie personelle und strukturelle Einflussfaktoren auf Unternehmens- und Redaktionsebene berücksichtigt werden.

Populär und anspruchsvoll – Gründung und inhaltlicher Wandel der ZI

Das Druck- und Verlagshaus «Conzett & Huber» gehörte in den 1920er Jahren zu den mittelständischen Familienbetrieben, die für die damalige schweizerische Presselandschaft prägend waren⁵. Hervorgegangen war das Unternehmen aus einer kleingewerblichen Druckerei, die die Gewerkschafterin und Frauenrechtlerin Verena Conzett-Knecht 1908 zum Zeitschriftenverlag ausbaute, als ihr finanzkräftiger Anwalt Emil Huber-Frey als stiller Teilhaber in die Firma einstieg⁶. Mit der an das gleichnamige sozialdemokratische Berliner Vorbild angelehnten Zeitschrift «In freien Stunden» landete sie auf Anhieb einen ersten verlegerischen Erfolg. Das illustrierte Familienblatt, an dessen Abonnement eine Unfallversicherung gekoppelt war, richtete sich an Schweizer Arbeiterfamilien und verschrieb sich der Bekämpfung der «Schundliteratur»⁷. Der Erfolg der Zeitschrift trug in der Folge wesentlich zum Aufschwung des Unternehmens bei, dessen operative Leitung nach dem Ersten Weltkrieg und dem plötzlichen Tod der beiden Conzett-Söhne der Teilhaber Emil Huber übernahm. Unter ihm sollte «Conzett & Huber» fortan massgeblich von der weltweit einsetzenden Boomphase der illustrierten Presse profitieren⁸. Auch in der Schweiz waren in den 1920er Jahren

5 Vgl. Kurt Bürgin, *Statistische Untersuchungen über das schweizerische Zeitungswesen 1896–1930*, Leipzig 1939.

6 Verena Conzett übernahm 1898 die hochverschuldete Firma nach dem Freitod ihres Mannes, dem Bündner Sozialistenführer Conrad Conzett. Zur Vorgeschichte des Unternehmens vgl. ausführlich Peter Meier, Thomas Häussler, *Zwischen Masse, Markt und Macht. Das Medienunternehmen Ringier im Wandel (1833–2009)*, Zürich [im Erscheinen]; vgl. ferner Fritz Manatschal, *Erinnerungen*, Chur 1919; Verena Conzett: *Erstrebtes und Erlebtes. Ein Stück Zeitgeschichte*, Leipzig/Zürich 1929.

7 1912 folgte mit «Lecture du Foyer» die zweite Zeitschrift (vgl. P. Meier, T. Häussler, op. cit. [dort auch zu Wesen und Bedeutung der Zeitschriftenversicherungen]; Fritz Blaser, *Bibliographie der Schweizer Presse*, Basel 1958, S. 610; 978f.).

8 Vgl. Andreas Graf, «Die Ursprünge der modernen Medienindustrie: Familien- und Unterhaltungszeitschriften der Kaiserzeit (1870–1918)», in: Georg Jäger (Hg.), *Geschichte des deutschen Buchhandels im 19. und 20. Jahrhundert*, Frankfurt a.M 2003, S. 409–522.; José Macias, *Die Entwicklung des Bildjournalismus*, München / New York / London / Paris 1990, S. 10ff.; Wilhelm Marckwardt, *Die Illustrierten der Weimarer Zeit. Publizistische Funktion, ökonomische Entwicklung und inhaltliche Tendenzen*, München 1982, S. 20ff.

einerseits markante Wachstumsraten punkto Auflagenzahlen wie Zeitschriftentitel zu verzeichnen. Andererseits verbreitete sich der Tiefdruck als Produktionsverfahren⁹. «Conzett & Huber» investierte die erwirtschafteten Gewinne seiner florierenden Illustrierten in die verbesserte Technik. Um die Entwicklung und die neuen Möglichkeiten und Kapazitäten der Druckerei optimal zu nutzen, lancierte der Zürcher Verlag 1925 mit der «Zürcher Illustrierten» sein drittes Wochenblatt, das am 20. Juli 1925 erstmals im Zeitungsformat auf den Markt kam¹⁰. Das Konzept dazu hatte Emil Huber gemeinsam mit dem designierten Chefredaktor Guido Eichenberger entwickelt¹¹. Die ZI richtete sich an ein überregionales Massenpublikum und verstand sich einerseits als Komplementärmedium zur Tagespresse, zu deren Nachrichten sie die Bilder lieferte. Andererseits bot sie inhaltlich die bewährte Illustriertenmischung aus Unterhaltung, Belehrung und Beratung nach dem Prinzip: «Für jeden etwas». Innovativ an der ZI der ersten Stunde war einzig, dass sie sich mit aktuellen, dynamischen Aktionsbildern verstärkt dem Sport als einem aufkommenden gesellschaftlichen Trend der 1920er Jahre widmete. Das neue Blatt kam auf Anhieb an: 1926 lag die Auflage bei rund 50 000 Exemplaren, und der Umfang konnte bis 1928 schrittweise von acht auf 24 Seiten erhöht werden¹². Damit rückte «Conzett & Huber» noch näher an den Zofinger Ringier-Verlag heran, der als Branchenleader mit seinen bis dahin vier Illustrierten den Schweizer Zeitschriftenmarkt beherrschte. Entsprechend nervös reagierte Firmeninhaber Paul Ringier auf die ZI, zumal deren Inhalt ähnlich und das Zielpublikum dasselbe war wie bei seinem Erfolgstitel «Schweizer Illustrierte Zeitung» (SIZ). Ringier reagierte kurzentschlossen. Innerhalb eines knappen Monats stampfte er eine neue Zeitschrift als «Kampforgan» aus dem Boden, damit diese «die günstige Entwicklung der Zürcher Illustrierten verhindert»¹³. Entsprechend fiel das Ergebnis aus: Die «Neue Illustrierte am Montag» (NIM) war lediglich eine billige Kopie des Zürcher Originals. Das sollte sich rächen. Denn in der Folge fuhr die NIM dermassen hohe Verluste ein, dass Ringier sie bereits 1929 notgedrungen zur stärker auf ein weibliches Publikum ausgerichteten

9 Vgl. Peter Meier, Nicole Gysin, *Vom heimischen Herd an die politische Front. Die Rolle der Ringier-Zeitschriften in den Krisen- und Kriegsjahren 1933–1945*, Bern 2003, S. 33ff.

10 Vgl. F. Blaser, op. cit., S. 1195.

11 Vgl. Friedrich Witz, *Ich wurde gelebt, Erinnerungen eines Verlegers*, Frauenfeld 1969; Arnold Kübler, Materialien zu «Öppi, der Redaktor», Zentralbibliothek Zürich, Nachlass Arnold Kübler (ZBZ Nl. AK), Bestandnr. 105.2.

12 Vgl. Schweizer-Annoncen AG (Hg.): *Katalog der in der Schweiz erscheinenden Zeitungen und Zeitschriften*, Zürich 1926; M. Stüber, op. cit., S. 43.

13 Verlags AG, Geschäftsbericht 1925, 23. 6. 1926, Ringier-Archiv (RAr), Bestandnr. 30.

Illustrierten «Sie + Er» (S+E) umkämpfte. Allerdings hatte die NIM die Aufwärtsentwicklung der ZI tatsächlich gebremst. Dennoch blieb diese die härteste Konkurrentin¹⁴.

Emil Huber rüstete das Unternehmen für den Wettbewerb mit Ringier, indem er zum einen dessen ökonomische Basis verbreiterte und zum andern in die verstärkte Abonnentenwerbung und die Inhalte der ZI investierte, die sich stärker von SIZ und S+E abgrenzen sollten¹⁵. So verpflichtete er 1929 den vielseitig begabten, journalistisch aber unerfahrenen Künstler und Schriftsteller Arnold Kübler als neuen Chefredaktor¹⁶. Mit einem ausgeprägten Gefühl für Bildsprache verfolgte Kübler dabei einen verstärkt künstlerischen Anspruch, während er sich schwer tat mit dem journalistischen Informationsauftrag, wie ihn die ZI bis dahin verstand. Doch an journalistischen Gesetzmässigkeiten und Publikumswünschen kam auch er nicht vorbei, selbst wenn er immer wieder avantgardistische und Kunstfotos publizierte: «Derlei Kühnheiten wider den allgemeinen Geschmack konnte man wagen; sie wurden von der Leserschaft hingenommen, solange nur die belanglose Neuigkeitsberichterstattung die Oberhand im Blatte hatte.»¹⁷ Er bemühte sich, der ZI ein eigenes Gesicht zu geben und insbesondere «von mehr oder weniger zufälligen Einsendungen [...] und zur Hauptsache von den Aktualitätsbildern der Weltagenturen» wegzukommen, von denen das Blatt bis dahin vorwiegend lebte.¹⁸ Das in Küblers Augen bisher belanglose, weil beliebige Bildblatt für Sport und Aktuelles sollte sich zu einem modernen illustrierten Magazin wandeln, das mithin auch im Layout neue Wege ging. Dazu stellte er die Inhalte allerdings nicht völlig auf den Kopf, zumal dies die Leserschaft verschreckt hätte. Die Themenpalette und -anteile blieben unter seiner Regie weitgehend unverändert – Nachrichten, Sport oder Prominenz behielten ihren festen Platz¹⁹.

Stattdessen setzte Kübler auf eine schrittweise qualitative Verbesserung, die den Charakter der Illustrierten verändern sollte. Dazu zählte der Ausbau des fiktionalen Unterhaltungsteils, in dem nun immer häufiger Texte etwa von Albin Zollinger, Friedrich Glauser oder Max Frisch

14 Vgl. P. Meier, N. Gysin, op. cit., S. 39f.

15 Vgl. P. Meier, T. Häussler, op. cit.

16 Der zeitgenössischen Praxis entsprechend war Kübler zugleich alleinverantwortlicher Redaktor, obgleich ihm etwa mit Friedrich Witz oder August Marfurt regelmässige Mitarbeiter zur Verfügung standen (vgl. P. Meier, N. Gysin, op. cit., S. 66ff.; M. Stüber, op. cit. S. 54ff.).

17 Arnold Kübler, *Zeichne, Antonio! Ein Werkbuch von Arnold Kübler*, Zürich 1966, S. 24.

18 Vgl. W. Weber, op. cit., S. 96.

19 Vgl. M. Stüber, op. cit., S. 42–47.

erschienen. Insbesondere aber betraf es die Bildberichterstattung, der er spezielle Aufmerksamkeit schenkte. So galt es etwa, aus der Flut der 3000 wöchentlich in der Redaktion eintreffenden Fotos die «gescheiterten Bilder» herauszufiltern²⁰. Sensationsfotos und Effekthascherei waren Kübler zuwider. Er wollte Unverfälschtes, gerade wenn es um die Inland-Berichterstattung ging: «Denn wahr zu sein», sollte er diesen ZI-Anspruch 1938 dem Publikum erläutern, «und die Welt, insbesondere unsere nahe, liebe, unbekannte, vielfältige Schweizer Heimat und Mitmenschen-Welt den Lesern wahr, in ungeschminkter Darstellung zu zeigen, das ist unser ernstes Streben»²¹. Dazu begann Kübler schon 1930 eine Reihe von Fotografen zu suchen, die eigenständig und mit neuem Blick «über schweizerische Vorkommnisse des Tages, über unseres Landes und Volkes Leben» berichten sollten²². Er fand sie in Hans Staub, Paul Senn, Gotthard Schuh, Ernst Mettler und weiteren – eine Generation junger Fotografen, die Kübler intensiv förderte und ihnen mit der ZI ein Forum für ihre hintergründig-kritischen Bildreportagen bot, die im Alltäglichen das Besondere, im Unauffälligen das Beachtenswerte erkannten und damit näher an die Menschen und ihre unmittelbaren Lebensumstände heranrücken wollten. Das bezweckte zum einen die absatzfördernde inhaltliche Abgrenzung von der SIZ, an der sich Kübler stark orientierte: «Die 'Schweizer Illustrierte' bildete nur die offizielle Welt ab, die hohen Tiere, nicht die einfachen Leute», erinnerte sich der Chefredaktor später. «Wir wollten eine Bildzeitung fürs Auge machen, um die Wahrheit des Alltags zu zeigen, wir wollten ans Leben heran.»²³ Zum andern kam darin zugleich das Selbstverständnis des Chefredaktors zum Ausdruck, der nicht einem neutralen Informations-, sondern einem stärker aufklärerisch-anwaltschaftlichen Journalismus verpflichtet war, der Engagement verlangte – denn: «Unser Blatt ist nicht reiner Selbstzweck. Es soll unserem Volk und der heimatlichen Wirtschaft dienen.»²⁴

Erbarmungsloser Konkurrenzkampf – das langsame Ende der ZI

Küblers Massnahmen zeitigten auf dem Lesermarkt kurzfristig Erfolg: Innerhalb eines Jahres kletterte die Auflage 1930 von 60 000 auf 71 000, bis 1933 sogar auf den Höchststand von rund 83 500 Exemplaren²⁵. Doch

20 ZI, Nr. 53, 1932.

21 ZI, Nr. 53, 1938.

22 W. Weber, op. cit., S. 96

23 G. Magnaguagno, *Paul Senn*, op. cit., S. 10.

24 ZI, Nr. 22, 1931.

25 Vgl. Schweizer-Annoncen AG, op. cit., 1930ff.

das hatte seinen Preis: Die Produktionskosten der ZI vervielfachten sich in der ersten Hälfte der 1930er Jahre, wie Emil Huber monierte, zumal Kübler zusätzlich Sonderhefte zu thematischen Schwerpunkten produzierte, die aufwendig gestaltet und entsprechend teuer waren. Der operative Leiter, der die Familienfirma paternalistisch führte, die journalistische Unabhängigkeit der Redaktionen aber respektierte, hielt Kübler daher wiederholt zu äusserster Sparsamkeit an²⁶. Das war umso dringender, als das Unternehmen die Folgen der Weltwirtschaftskrise spürte. Zugleich tobte auf dem Schweizer Zeitschriftenmarkt inzwischen ein ruinöser Verdrängungskampf, den auch Regelungseingriffe von Verlegerverband und Bundesbehörden nicht einzudämmen vermochten. Ringier setzte nun seine geballte Finanzkraft daran, die ZI der «gegnerischen Firma» vom Markt zu drängen²⁷. Vergeblich bemühte sich Kübler daher in den 1930er Jahren, Emil Huber – und nach dessen Tod 1938 dessen Neffen und Nachfolger Alfred A. Herzer – von der Notwendigkeit vermehrter Investitionen in den Ausbau von Redaktion und Inhalten zu überzeugen. Der Chefredaktor wollte das Ansehen nutzen, das sein Blatt weitherum genoss. «Das war kein Unterhaltungsblatt mehr», bilanzierte etwa der ehemalige ZI-Mitarbeiter Friedrich Witz rückblickend, «da merkte man das Gezielte, das Weltanschauliche, eine Gesinnung; da bewegte sich etwas Überparteiliches, das doch von Fall zu Fall Partei nahm»²⁸. Selbst Bundesrat Giuseppe Motta lobte, dass die ZI «es ernstlich versucht, bildend auf das Publikum einzuwirken»²⁹.

Doch Küblers redaktionelle «Notschreie» nach mehr Ressourcen³⁰ fanden in der Firmenspitze kein Gehör – ein rigoroser Sparkurs dominierte angesichts des erbarmungslosen Konkurrenzkampfes in den Krisenjahren die Geschäftspolitik von «Conzett & Huber». Als ab Mitte der 1930er Jahre auch die Auflagen der andern Verlagstitel zu sinken begannen und die Einnahmen aus dem Inseratengeschäft weiter rückläufig waren, verstärkte sich der Kostendruck auf die ZI³¹. Erschwerend kam hinzu, dass Ringier nun SIZ und S+E von reinen Unterhaltungs- zu aktuell-politischen Illustrierten umbaute, die sich wie die ZI überzeugt in den Dienst der geistigen und militärischen Landesverteidigung stellten. Dabei beschäftigten sie mitunter die gleichen freischaffenden Bildreporter, die auch für die ZI tätig waren, so dass sich die inhaltlichen

26 Vgl. A. Kübler an E. Huber, 28. 3. 1931; E. Huber an A. Kübler, 13. 9. 1935, ZBZ NI. AK, Bestandnr. 78.13; 78.3.

27 Vgl. P. Meier, N. Gysin, op. cit., S. 102f.

28 F. Witz, op. cit., S. 177.

29 BR G. Motta an Conzett & Huber (Abschrift), o.D., RAr, Bestandnr. 66.

30 A. Kübler an E. Huber, o.D., ZBZ NI. AK, Bestandnr. 78.13; 78.3.

31 Vgl. Stüber 2007: S. 31ff.; Killer 1974: S. 210f.

Unterschiede zwischen den drei Blättern weiter nivellierten³². Die Folgen des Kriegsausbruchs 1939 verschärften die Lage noch einmal. Die ZI-Auflage war nun um mehr als die Hälfte eingebrochen, die Anzeigenerträge um 10%, so dass der Zürcher Verlag schliesslich kapitulieren und sich auf einen Handel mit Ringier einlassen musste. Endlich am Ziel, stellte der Ringier-Verwaltungsrat dazu befriedigt fest: «Nach jahrelangem Wettstreit um die schweizerischen Abonnenten und Inserenten hat die ‘Zürcher Illustrierte’, nicht ohne Einwirkung unsererseits, das Rennen aufgegeben.»³³ Beide Parteien einigten sich nach geheim gehaltenen Verhandlungen im Dezember 1940 auf «die Einstellung des Konkurrenzkampfes», da «drei grosse illustrierte Zeitschriften für die kleine Schweiz zuviel sind»³⁴. Doch «Conzett & Huber» war gewillt, sich so teuer wie möglich zu verkaufen. Das Unternehmen hatte inzwischen seinen Betrieb auf Farbrotationstiefdruck eingerichtet und arbeitete bereits am Konzept eines Nachfolgetitels: das von Kübler ausgedachte literarisch-künstlerische Magazin «DU». Um einer Wiederholung der ZI-Geschichte vorzubeugen, rang Alfred Herzer Paul Ringier die vertragliche Zusicherung eines zehnjährigen gegenseitigen Konkurrenzverbotes ab. Ringier zahlte für sämtliche ZI-Rechte schliesslich knapp 1,1 Millionen Franken – und stellte das Blatt nach dem Kauf umgehend ein³⁵.

Das Fallbeispiel der ZI und des Konkurrenzkampfes zwischen Ringier und «Conzett & Huber» illustriert den Dualismus von ökonomischer und politisch-kultureller verlegerischer Handlungslogik, der die Geschichte von Medienunternehmen und -produkten grundlegend prägt. Der Ringier-Konzern verfolgte eine auf «scale and scope»³⁶ basierende Expansionspolitik, die einer industriellen Wachstumslogik folgte und die daraus resultierenden Grössen- und Wettbewerbsvorteile konsequent nutzte. Es entsprach dem Ökonomismus Paul Ringiers, dass er sich am Ende den Weg freikaufte, um die lästige Nebenbuhlerin loszuwerden. Dem stand die Unternehmenspolitik «Conzett & Hubers» gegenüber, der eine kulturelle Handlungslogik zugrunde lag, die mit den Verlagszeitschriften zugleich ökonomischen Erfolg und politisch-kulturellen Anspruch zu erreichen suchte. Die ZI Küblers stand für diesen schwierigen Spagat, der aufgrund der situativen historischen Konstellation

32 Vgl. P. Meier, N. Gysin, op. cit., S. 117–290.

33 Vgl. Protokoll der Verwaltungsratssitzung «Ringier & Co.», 29. 3. 1941, RAr, Bestandnr. 75.

34 Vorvertrag «Conzett & Huber» und «Ringier & Co.», 17. 12. 1940, RAr, Bestandnr. 75.

35 Vertrag «Conzett & Huber» und «Ringier & Co.», 6. 1. 1941, RAr, Bestandnr. 78.

36 Vgl. Raymond Chandler, *Scale and Scope. The Dynamics of Industrial Capitalism*, Cambridge 1990.

tion im Schweizer Zeitschriftenmarkt und den spezifischen ökonomischen Rahmenbedingungen der krisenhaften 1930er Jahre letztlich scheiterte. Der Konflikt zwischen ökonomischen Handlungszwängen und politisch-kulturellen Ansprüchen spiegelte sich in der Binnenorganisation des Verlages in den Auseinandersetzungen zwischen Unternehmens- und Redaktionsleitung. Am Ende opferte «Conzett & Huber» die angesehene ZI, um die Zukunft des Verlags und mit einem geschickten Handel zugleich seinen publizistisch-kulturellen Anspruch in Form des «DU» zu sichern.